



# **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНОГО РАЗВИТИЯ**

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

**Часть 1**

Казань  
НИЦ АЭТЕРНА  
2017

УДК 001.1  
ББК 60

И 57

**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНОГО РАЗВИТИЯ:**  
сборник статей Международной научно - практической конференции  
(20 мая 2017 г., г. Казань). В 5 ч. Ч.1 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 302 с.

ISBN 978-5-00109-146-2 ч.1  
ISBN 978-5-00109-151-6

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно - практической конференции «ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНОГО РАЗВИТИЯ», состоявшейся 20 мая 2017 г. в г. Казань. 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 978-5-00109-146-2 ч.1  
ISBN 978-5-00109-151-6

© 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**

## ПРИМЕНЕНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ

**Аннотация:** В статье рассмотрены вопросы применения методологии разработки системы сбалансированных показателей для решения проблем совершенствования стратегического управления нефтеперерабатывающей и нефтехимической компанией. На примере ООО «Газпром нефтехим Салават» рассмотрены стратегические приоритеты компании, выбраны показатели, рекомендуемые для включения в ССП, предложена структура системы оценок показателей менеджмента и персонала предприятия.

**Ключевые слова:** стратегическое управление, система, показатели, цели, методы, бизнес, эффективность, комплекс, нефтепереработка, нефтехимия, оценка, деятельность.

Для решения приоритетных задач развития нефтеперерабатывающих и нефтехимических компаний по повышению эффективности их работы, увеличению глубины переработки нефти, повышению качества нефтепродуктов и продукции нефтехимии, строительству новых производственных мощностей и модернизации действующих, импортозамещению, обеспечению экологичности процессов необходимо совершенствование методов стратегического управления. В научной литературе и публикациях находят отражение весьма актуальные вопросы успешного функционирования предприятий топливно – энергетического комплекса в современных условиях [1, 2, 4, 5, 7, 9 - 13, 19]. Вопросы совершенствования стратегического управления предприятиями нашли отражение в научной литературе и публикациях [3, 6, 8, 14 - 18].

В условиях многоаспектных направлений развития нефтеперерабатывающих и нефтехимических предприятий необходим комплексный подход к выбору приоритетов развития и оценке степени их достижения, обеспечивающий управление и контроль достижения стратегических целей.

Эффективным методом стратегического и оперативного управления предприятием, который позволяет увязать стратегические цели компании с бизнес - процессами и результатами работы персонала компании, детализированными для каждого уровня управления, является применение сбалансированной системы показателей - ССП (BSC - (Balanced Scorecard)).

Методология применения ССП создает условия для определения параметров достижения стратегических целей, определения методов их достижения, распределения ответственности за результаты реализации целей между менеджментом и другими

сотрудниками всех подразделений компании, а при необходимости – и своевременную корректировку стратегии.

При создании ССП цели группируются по четырем проекциям: финансы, рынок, бизнес - процессы, потенциал (рисунок 1).

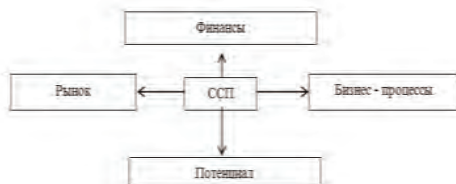


Рисунок 1 - Структура сбалансированной системы показателей (ССП)

Группировка стратегических целей в разрезе данных четырех проекций деятельности компании состоит в выделении всех стратегически важных аспектов деятельности, установив в каждом из них соответствующие цели. Перечень целей, включаемых в ССП специфичен для каждой компании, т.к. исходит из ее приоритетов, задач и возможностей их реализации.

В данной статье методология применения ССП рассмотрена на примере ООО «Газпром нефтехим Салават» - крупного нефтеперерабатывающего и нефтехимического комплекса, в состав которого входит четыре технологических завода: нефтеперерабатывающий, химический, газохимический, «Мономер», а также и ремонтно - механический завод, завод по производству минеральных удобрений в городе Мелеуз и Ново - Салаватская ТЭЦ. Основными видами бизнеса являются нефтепереработка, нефте - и газохимия, производство минеральных удобрений. Основные приоритеты компании в каждой сфере бизнеса представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 - Стратегические приоритеты ООО «Газпром нефтехим Салават» по видам бизнеса

Основные показатели, рекомендуемые к включению в ССП по данному предприятию и их количественная оценка приведены на рисунке 3.

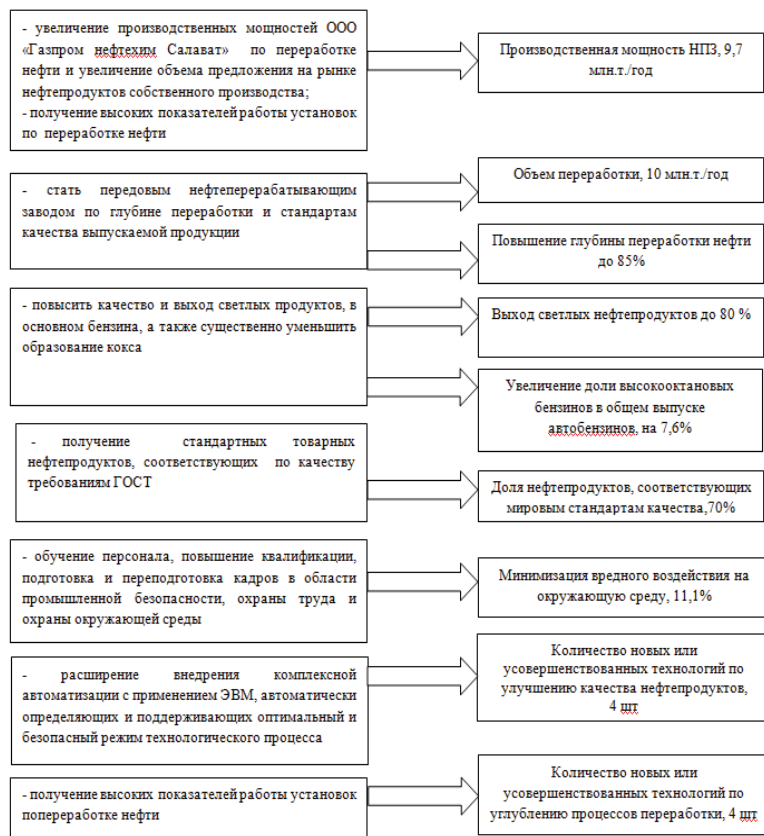


Рисунок 3 - Основные показатели ССС ООО «Газпром нефтехим Салават»

После создания ССП и разработки стратегической карты предприятия, соответствующей этой системе, необходима разработка системы мотивации персонала предприятия к достижению стратегических и тактических целей, что предполагает разработку системы показателей, позволяющих не только оценить объем выполненной работы каждого сотрудника, но и результат, полученный компанией от его деятельности.

Решение данной проблемы может быть выполнено через разработку системы ключевых показателей эффективности - КПЭ (KPI Key Performance Indicators), которые также должны быть структурированы по видам бизнеса и уровням управления. Для рассматриваемого в данной работе предприятия рекомендуется следующая структура системы КПЭ по видам бизнеса (рисунок 4).





Рисунок 4 – Структура системы ключевых показателей эффективности

В системе КПЭ должны присутствовать несколько групп показателей, которые адекватно отражают реализацию стратегических целей и приоритетных задач компании в нескольких плоскостях:

- финансовой — путем включения показателей результативности финансовой деятельности компании / бизнес - процесса / проекта;
- производственной — путем включения результатов операционной деятельности компании (объем переработки, объем продаж и т.д.) и ее отдельных подразделений;
- проектной — через показатели реализации проектов (сроки, стоимость, качество).

Соотношение между количеством КПЭ, отражающих результаты финансовой, производственной и проектной деятельности может меняться в зависимости от приоритетов компании.

#### **Список использованной литературы**

1 Авдеева Л.А. О проблемах повышения энергетической эффективности производства // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 2 - й Междунар. науч.–практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчукина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчукиной. –Уфа: Изд - во «Нефтегазовое дело», 2014. с. 9 - 12.

2 Авдеева Л.А., Асадуллина М.В. Об основных направлениях и факторах снижения энергоемкости валового регионального продукта Республики Башкортостан // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 3 - й Междунар. науч.–практ. конф. - Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 7 - 10.

3 Авдеева Л.А., Баширова Д.Р. Совершенствование системы стратегического управления нефтеперерабатывающим предприятием на основе сбалансированной системы показателей // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 9 - 14.

4 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. Об основных направлениях повышения эффективности системы материально – технического обеспечения строительства газопроводов (на примере ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ САХАЛИН ГАЗ КОМПЛЕКТ») // Контентус. 2014. №1(18).С.60 - 69.

5 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. К вопросу оптимизации материально – технического снабжения строительства газопроводов в сложных природно – климатических условиях // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы I Международной научно - практической конференции. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный нефтяной технический университет». 2013. С.9 - 11.

6 Авдеева Л.А., Веселов М.В. Совершенствование системы управления энергоэффективностью в нефтепереработке // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 3 - 6.

7 Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Об эффективности проекта реконструкции установки по производству этилена // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: Материалы III Международной научно - практической конференции –Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 11 - 13.

8 Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Совершенствование системы показателей оценки деятельности проектных организаций // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №4 (2016) [http:// naukovedenie.ru / PDF / 26EVN416.pdf](http://naukovedenie.ru/PDF/26EVN416.pdf) (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ

9 Авдеева Л.А., Наследникова Е.В.О разработке прогноза развития топливно – энергетического комплекса Республики Башкортостан на период до 2025 года // Современные тенденции в экономике и финансах: сб.науч.тр. по матер. 4 - й Всерос.заочн. науч.практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчухина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчухиной. – Уфа: Редакционно – издательский центр УГНТУ, 2014. - Вып.4. С. 6 - 8.

10 Авдеева Л.А., Ращепкина Н.С. О создании отечественного банка качества нефти // Нефтяное хозяйство.– 1996. №4. – С.63 - 65.

11 Авдеева Л.А., Соловьева И.А. Методические подходы к ценообразованию на нефть с учетом ее качества // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №2 (2017) [http:// naukovedenie.ru / PDF / 48EVN217.pdf](http://naukovedenie.ru/PDF/48EVN217.pdf) (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ

12 Авдеева Л. А., Соловьева И. А. Современные проблемы рыночного ценообразования на нефть // Евразийский юридический журнал. – 2017. №3(106). – С.344 - 347.

13 Веселов М.В, Авдеева Л.А. Повышение энергоэффективности нефтеперерабатывающего предприятия за счет внедрения системы быстродействующего

автоматического включения резерва // Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сборник статей Международной научно – практической конференции (1 марта 2017 г., г. Уфа). В 2 ч. Ч1 – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. С.23 - 25.

14 Виханский О.С. Стратегическое управление. Учебник. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.:Гардарика, 1998 – 296с.

15 Каплан Р.С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р.С. Каплан, Д. П. Нортон. - М.: Олимп - Бизнес, 2012.

16 Марр Б. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер / Б. Марр ; пер. с англ. А.В. Шаврина. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 340 с.

17 Питер Ф. Друкер. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.

18 Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2003, 304 с.

19 Соловьева И. А., Авдеева Л. А. К вопросу о государственном регулировании цен реализации нефтепродуктов на внутреннем рынке России // Евразийский юридический журнал. - 2017. №3(106). – С.361 - 364.

© Л.А.Авдеева, Д.Р.Баширова, 2017

**УДК 658.26**

**Л.А.Авдеева**

К.э.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Уфимский государственный нефтяной технический университет

**Д.Р.Баширова**

Магистрант

ФГБОУ ВПО «Уфимский государственный нефтяной технический университет

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ**

**Аннотация:** В статье на примере ООО «Газпром нефтехим Салават» рассматриваются основные аспекты применения методологии управления по целям для совершенствования стратегического управления нефтеперерабатывающими и нефтехимическими предприятиями. Авторами проанализированы основные компоненты стратегии нефтеперерабатывающей и нефтехимической компании, разработаны схема процессиформирования стратегии компании и дерево стратегических целей ООО «Газпром нефтехим Салават», обоснованы приоритеты деятельности и предложения по направления совершенствования применения системы ключевых показателей эффективности

**Ключевые слова:** стратегическое управление, нефтепереработка, нефтехимия, цели, стратегия, компания, бизнес, показатели эффективности, конкурентоспособность, факторы.

В современных условиях одной из важнейших задач развития нефтеперерабатывающих и нефтехимических предприятий, повышения их эффективности и конкурентоспособности становится совершенствование стратегического управления с целью обеспечения согласования долгосрочных и текущих задач, решаемых на всех уровнях управления. Вопросам стратегического управления предприятиями посвящен ряд научных работ и публикаций [3, 6, 8, 14 - 18]. Другие аспекты эффективного функционирования предприятий топливно – энергетического комплекса отражены в работах [1, 2, 4, 5, 7, 9 - 13, 19].

Стратегическое управление следует рассматривать как динамическую совокупность взаимосвязанных управленческих процессов.



Рисунок 1 - Структура стратегического управления

Основными целями стратегического менеджмента является адаптации предприятия к быстро и порой непредсказуемо меняющейся ситуации во внешней среде, формирование потенциала для его развития и целевой подход к решению управленческих задач.

В общем смысле стратегия предприятия – это долгосрочное, детально обоснованное направление его развития, определяющее сферу, средства и формы его деятельности, систему внутрифирменных принципов, задач и приоритетов, а также укрепление его конкурентных позиций, достижение поставленных целей и удовлетворение потребностей заинтересованных лиц.

Формирование или корректировка стратегии становятся особенно необходимыми при внезапных изменениях во внешней среде предприятия, которые могут быть вызваны насыщением спроса, крупными технологическими изменениями, неожиданным появлением новых конкурентов, изменениями, касающимися социально - экономических условий и т.д. Элементы стратегии предприятия представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 - Основные компоненты стратегии нефтеперерабатывающей и нефтехимической компании

Формирование миссии и выбор стратегических целей являются в значительной степени предопределяют результаты стратегического управления. Стратегические цели определяют такие общие параметры, как масштаб, вид и сфера деятельности предприятия, на рассматриваемую перспективу. Схема выработки стратегии представлена на рисунке 3.



Рисунок 3 - Процесс разработки стратегии компании

В данной работе сделана попытка апробации применения методологии управления по целям к совершенствованию процессов стратегического управления нефтеперерабатывающим и нефтехимическим комплексом на примере ООО «Газпром нефтехим Салават», включающего несколько видов бизнеса и интегрированного в структуру ПАО «Газпром».

ООО «Газпром нефтехим Салават» является одним из крупнейших в России производственных нефтеперерабатывающих и нефтехимических комплексов.

Компания осуществляет полный цикл переработки углеводородного сырья и выпускает свыше 75 наименований продукции, реконструкцию действующих и строительство новых производств, внедряет автоматизированные системы управления технологическими процессами, совершенствует структуру управления с целью оптимизации деятельности предприятия.

ООО «Газпром нефтехим Салават» включает четыре завода: нефтеперерабатывающий, химический, газохимический, «Мономер» и ремонтно - механический завод, находящихся на одной производственной площадке в городе Салават, а также завод минеральных удобрений в городе Мелеуз и Ново - Салаватскую ТЭЦ.

Важным стратегическим преимуществом ООО «Газпром нефтехим Салават» является наличие полного цикла переработки углеводородного сырья, нефтехимии, производства минеральных удобрений.

Существенный синергетический эффект в рамках компании достигается за счет внутрикорпоративных поставок сырья и полупродуктов между заводами, интеграции систем энергообеспечения и общего планирования.

Компания характеризуется динамичным, устойчивым развитием, успешно реализующим программы по энергосбережению, ресурсосбережению, экологии. Вводит и осваивает новые, во многом инновационные технологии в данных областях.

В проектах инвестиционной программы делается акцент на использование более совершенных и безопасных технологий, на снижение воздействия на окружающую среду и соблюдение экологических норм. Все новые производства компании соответствуют требованиям промышленной и экологической безопасности.

Одной из главных особенностей управления по целям считается существование иерархии целей внутри предприятия. Исходя из приоритетов развития ООО «Газпром нефтехим Салават» в целом и входящих в его состав заводов разработано дерево стратегических целей, представленное на рисунке 4

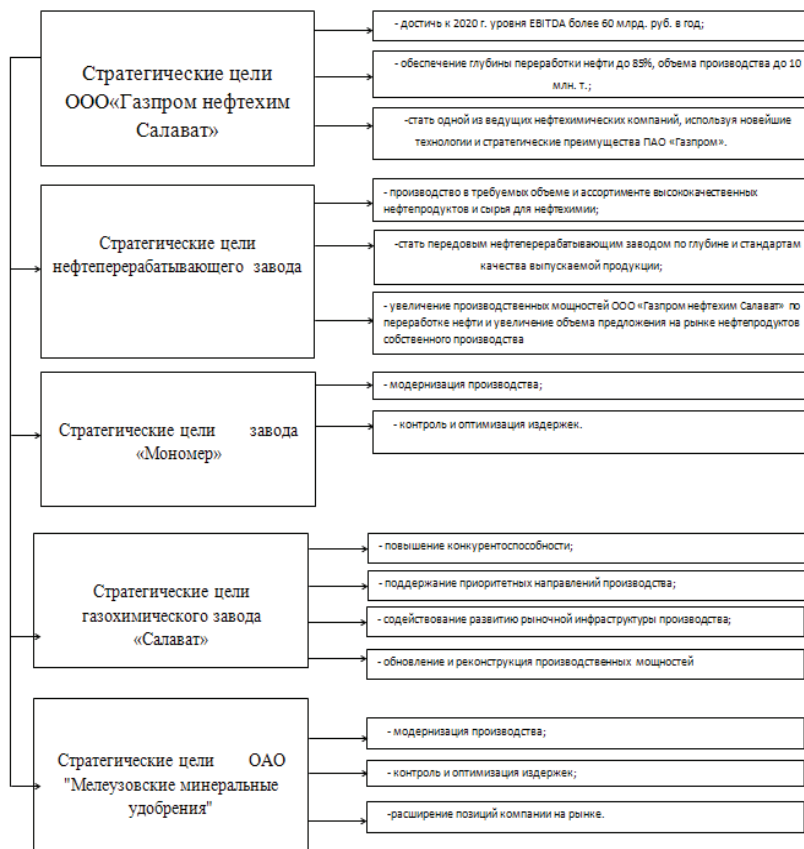


Рисунок 4 - Дерево целей ООО «Газпром нефтехим Салават».

Основные приоритеты и мероприятия по достижению стратегических целей ООО «Газпром нефтехим Салават», структурированные по видам бизнеса (нефтепереработка и нефтехимия) и направлениям совершенствования процесса управления компанией, приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Приоритеты и мероприятия по достижению стратегических целей  
ООО «Газпром нефтехим Салават»

Виды деятельности	Приоритеты	Мероприятия
<b>Нефтепереработка</b>	Повышение объемов выработки светлых нефтепродуктов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Строительство установки каталитического крекинга,</li> <li>- Строительство установки гидрокрекинга</li> <li>- Модернизация облагораживающих мощностей (алкилирование, изомеризация и др.)</li> </ul>
	Повышение глубины переработки	Строительство установки замедленного коксования УЗК 2,0 млн. т.
<b>Нефтехимия</b>	Выпуск базовых продуктов нефтехимии	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Строительство установки пиролиза ЭП - 800</li> <li>- Строительство комплекса акриловой кислоты</li> </ul>
	Выборочное углубление цепочки нефтехимии	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Производство базовых полимеров: полиэтилен, полипропилен</li> <li>- Производство альфа - олефинов</li> <li>- Создание СП по производству суперабсорбентов и стирол - акриловых дисперсий</li> </ul>
<b>Управление</b>	Партнерство с другими предприятиями для развития рынка нефтехимической продукции	Партнерство с предприятиями - производителями и переработчиками пластиков и продуктов жидкой химии
	Создание передовой организационной модели управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внедрение лучших практик в области корпоративного управления</li> <li>- Экспертиза и применение методов управления проектами, с использованием лучших мировых практик для выполнения проектов с соблюдением ограничений по срокам, бюджету и качеству</li> </ul>

Для эффективного выполнения стратегических целей компании разрабатывается система ключевых показателей эффективности ( КПЭ). Цикл актуализации системы КПЭ должен быть синхронизирован с циклом стратегического планирования и бизнес - планирования, исходя из стратегических целей предприятия на планируемую перспективу.

Система КПЭ обеспечивается реализацию метода управления компанией по целям и предусматривает:

- выражение целей и задач в виде набора конкретных результатов деятельности предприятия и его отдельных бизнес - направлений;
- регулярный мониторинг выполнения целей и задач компании и принятие управленческих решений;
- вознаграждение персонала в соответствии с результатами достижения целей и задач предприятия.

### **Список использованной литературы**

1 Авдеева Л.А. О проблемах повышения энергетической эффективности производства // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 2 - й Междунар. науч.–практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчухина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчухиной. –Уфа: Изд - во «Нефтегазовое дело», 2014. с. 9 - 12.

2 Авдеева Л.А., Асадуллина М.В. Об основных направлениях и факторах снижения энергоёмкости валового регионального продукта Республики Башкортостан // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 3 - й Междунар. науч.–практ. конф. - Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 7 - 10.

3 Авдеева Л.А., Баширова Д.Р. Совершенствование системы стратегического управления нефтеперерабатывающим предприятием на основе сбалансированной системы показателей // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 9 - 14.

4 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. Об основных направлениях повышения эффективности системы материально – технического обеспечения строительства газопроводов (на примере ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ САХАЛИН ГАЗ КОМПЛЕКТ») // Контентус. 2014. №1(18).С.60 - 69.

5 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. К вопросу оптимизации материально – технического снабжения строительства газопроводов в сложных природно – климатических условиях // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы I Международной научно - практической конференции. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный нефтяной технический университет». 2013. С.9 - 11.

6 Авдеева Л.А., Веселов М.В. Совершенствование системы управления энергоэффективностью в нефтепереработке // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 3 - 6.

7 Авдеева Л.А., Мусабилова К.М. Об эффективности проекта реконструкции установки по производству этилена // Проблемы и тенденции развития



инновационной экономики: международный опыт и российская практика: Материалы III Международной научно - практической конференции –Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 11 - 13.

8 Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Совершенствование системы показателей оценки деятельности проектных организаций // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №4 (2016) [http:// naukovedenie.ru / PDF / 26EVN416.pdf](http://naukovedenie.ru/PDF/26EVN416.pdf) (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ

9 Авдеева Л.А., Наследникова Е.В.О разработке прогноза развития топливно – энергетического комплекса Республики Башкортостан на период до 2025 года // Современные тенденции в экономике и финансах: сб.науч.тр. по матер. 4 - й Всерос.заочн. науч.практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчухина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчухиной. – Уфа: Редакционно – издательский центр УГНТУ, 2014. - Вып.4. С. 6 - 8.

10 Авдеева Л.А., Ращепкина Н.С. О создании отечественного банка качества нефти // Нефтяное хозяйство.– 1996. №4. – С.63 - 65.

11 Авдеева Л.А., Соловьева И.А. Методические подходы к ценообразованию на нефть с учетом ее качества // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №2 (2017) [http:// naukovedenie.ru / PDF / 48EVN217.pdf](http://naukovedenie.ru/PDF/48EVN217.pdf) (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

12 Авдеева Л. А., Соловьева И. А. Современные проблемы рыночного ценообразования на нефть // Евразийский юридический журнал. – 2017. №3(106). – С.344 - 347.

13 Веселов М.В, Авдеева Л.А. Повышение энергоэффективности нефтеперерабатывающего предприятия за счет внедрения системы быстрогодействующего автоматического включения резерва // Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сборник статей Международной научно – практической конференции (1 марта 2017 г., г. Уфа). В 2 ч. Ч1 – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. С.23 - 25.

14 Виханский О.С. Стратегическое управление. Учебник. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.:Гардарика, 1998 – 296с.

15 Каплан Р.С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р.С. Каплан, Д. П. Нортон. - М.: Олимп - Бизнес, 2012.

16 Марр Б. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер / Б. Марр ; пер. с англ. А.В. Шаврина. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 340 с.

17 Питер Ф. Друкер. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.

18 Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2003, 304 с.

19 Соловьева И. А., Авдеева Л. А. К вопросу о государственном регулировании цен реализации нефтепродуктов на внутреннем рынке России // Евразийский юридический журнал. - 2017. №3(106). – С.361 - 364.

© Л.А.Авдеева, Д.Р.Баширова, 2017

## РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ КАПИТАЛА В ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Финансовые ресурсы предприятий торговли — это результаты функционирования финансов, выступающие в качестве денежных доходов и поступлений средств. Финансы торговли — это система экономических отношений, посредством которых осуществляются формирование, распределение и использование денежных средств. Существование и развитие финансовых ресурсов в условиях рыночных отношений обусловлено кругооборотом товарно - денежных отношений в виде двух фаз: покупка товаров и их продажа в розничной торговле. Первая фаза связана с движением товаров, а вторая — с движением денежных средств.

Предприятия торговли способствуют такому кругообороту средств: осуществляя реализацию товаров и услуг, они из суммы выручки денежных средств возмещают покупную стоимость товаров, издержки обращения и получают доходы. В дальнейшем при использовании доходов предприятия формируют денежные фонды для оплаты текущих расходов, финансирования капитальных вложений, производят обязательные отчисления во внебюджетные фонды и платежи в бюджет в виде налогов и финансовых санкций. Таким образом, вся деятельность предприятий торговли осуществляется при помощи реального потока денежных средств. Финансовые ресурсы предприятий торговли предназначены для выполнения финансовых обязательств, осуществления затрат и экономического стимулирования персонала. Они выступают материальными носителями финансовых отношений предприятий.

Источниками формирования финансовых ресурсов торгового предприятия в организационно - экономическом отношении являются: собственные и приравненные к ним средства; средства, мобилизуемые на финансовом рынке; поступление средств в порядке перераспределения (рис.1).



Рис. 1. Формирование финансовых ресурсов

Собственные средства предприятия торговли — это финансовые ресурсы, принадлежащие ему на правах собственности и являющиеся экономической основой торгово - хозяйственной деятельности. Они направляются на обеспечение потребности в основных и оборотных средствах предприятия.

Собственные финансовые ресурсы, используемые на образование основных и оборотных средств предприятия, характеризуют собственный капитал. Собственный капитал предприятия торговли формируется за счет следующих источников денежных средств: первоначального капитала, предоставленного собственником; прочих взносов юридических и физических лиц; резервов, накопленных предприятием (рис. 2).

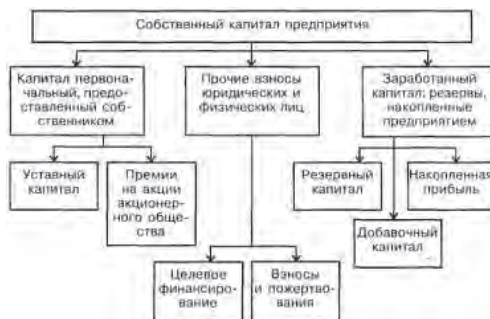


Рис. 2. Структура собственного капитала предприятия

В структуре собственного капитала предприятия торговли преобладающее место занимают уставный капитал и резервы, накопленные предприятием, т.е. резервный капитал, добавочный капитал, фонды накопления и накопленная прибыль.

Финансовые ресурсы предприятия торговли, сформированные за счет различных источников средств, имеют целевой характер их использования по следующим направлениям: 1) платежи — бюджету, банкам, налоговым органам, возврат суд, страховые платежи; 2) инвестирование средств — производственные и финансовые инвестиции; 3) образование поощрительных и социальных фондов предприятия (рис. 3).



Рис. 3. Использование финансовых ресурсов предприятия

Одним из направлений использования финансовых ресурсов выступает создание производственных фондов предприятия, представляющих собой совокупность материальных и денежных средств, находящихся в его распоряжении и участвующих в торгово - технологическом процессе.

Производственные фонды торгового предприятия подразделяются на две группы: производительные и фонды обращения. В свою очередь, производительные фонды подразделяются на основные и оборотные фонды.

Основные фонды — средства труда, при помощи которых работники торговых предприятий выполняют операции, связанные с покупкой, хранением, производством и реализацией товаров (оказанием услуг). Основные фонды создают необходимые условия для производства и обращения товаров, но сами непосредственно в оборот не вступают. Они участвуют в технологическом процессе целиком и многократно, сохраняя при этом свою потребительную стоимость.

Оборотные фонды — это часть производственных фондов, целиком потребляемая в технологическом процессе в одном цикле и полностью переносящая свою стоимость на стоимость готовой продукции. Они изменяют свою натурально - вещественную форму. Затраты по их обращению относятся на издержки производства и обращения. Оборотные фонды используются как в процессе эксплуатации основных фондов, так и для подготовки товаров к продаже покупателям. Вещественным носителем оборотных производственных фондов являются так называемые прочие активы: запасы топлива, материалов для хозяйственных нужд (инвентарь, тара и др.) со сроком службы менее года.

Фонды обращения — это совокупность материальных ресурсов и денежных средств: запасы товаров, готовой продукции на производственных предприятиях, денежные средства и средства в расчетах (дебиторская задолженность). Подавляющая часть производственных фондов — это товарные запасы в виде фондов обращения. Предприятиям необходимо иметь определенный запас наличных денег для осуществления товарных и нетоварных платежей: в кассах предприятия, на расчетном счете в банке и в пути, а также денежные документы. Все эти фонды обращения в денежной форме постоянно пребывают в обороте, обновляются, заменяются новыми. Особенностью их является то, что в торгово - технологическом процессе происходит их полное потребление. Расходы по обороту этих фондов отражаются на издержках обращения.

Оборотные фонды и фонды обращения в стоимостной (денежной) оценке рассматриваются в учете и анализе в совокупности как оборотные средства предприятия.

Оборотные средства представляют собой авансированную в денежной форме стоимость для формирования и использования оборотных производственных фондов и фондов обращения в минимально необходимых размерах, обеспечивающих нормальный торгово - технологический процесс.

В отличие от оборотных фондов оборотные средства постоянно находятся во всех стадиях кругооборота, в то время как оборотные фонды полностью потребляются в процессе производства. Стоимость оборотных фондов на год может в несколько раз превышать сумму оборотных средств.

Второе, отличие оборотных фондов от оборотных средств заключается в том, что оборотные фонды непосредственно участвуют в создании новой стоимости, а оборотные средства — косвенно, через фонды. В процессе кругооборота оборотные средства

воплощают свою стоимость в оборотных фондах и поэтому посредством последних функционируют в производстве.

Оборотные средства, совершая кругооборот, переходят из сферы производства (как оборотные фонды) в сферу обращения, где они функционируют как фонды обращения. При этом у рентабельных предприятий после завершения кругооборота фондов сумма авансированных оборотных средств возрастает на определенную сумму полученной прибыли. И, наоборот, у нерентабельных предприятий сумма авансированных оборотных средств при завершении кругооборота фондов уменьшается в связи с понесенными убытками.

Состав производственных фондов предприятия представлен на рис. 1.6.



Рис. 1.6. Состав производственных фондов предприятий торговли

Весь авансированный капитал, инвестированный в производственные фонды, может быть выражен как в стоимостной оценке (денежном выражении), так и в материально - вещественной форме (рис. 1.7) [4].

Денежные фонды представлены тремя видами капитала: основным, внеоборотным и оборотным. В свою очередь, каждый из них имеет свои элементы, выраженные в материально - вещественной форме.



Рис. 1.7. Структура капитала в денежной оценке и материально - вещественной форме

Капитал — это материальные и денежные средства, инвестируемые в формирование имущества торгового предприятия, принадлежащего ему на правах собственности и представленного в виде активов. В зависимости от характера участия в торгово - хозяйственном процессе и скорости оборота активы предприятия подразделяются на две группы: внеоборотные и оборотные.

Внеоборотные активы (или основной капитал) представляют собой совокупность имущественных ценностей предприятия, многократно участвующих в хозяйственной деятельности и переносящих на издержки обращения свою использованную стоимость частями (по мере их износа). Это имущественные ценности всех видов со сроками службы более одного года. К ним относятся:

- основные средства; нематериальные активы (права пользования товарными знаками, патентами, лицензиями, ноу - хау, авторские права и другие аналогичные имущественные права);
- незавершенные капитальные вложения (незавершенные реальные инвестиции торгового предприятия в новое строительство, реконструкцию помещений и т.п.);
- долгосрочные финансовые вложения: долгосрочные (на срок более одного года) финансовые инвестиции в уставные фонды совместных предприятий (на приобретение акций, депозитных вкладов и др.); прочие виды внеоборотных активов (оборудование, предназначенное к установке; расчеты с участниками и некоторые другие их виды).

Оборотные активы (или оборотный капитал) представляют собой совокупность имущественных ценностей торгового предприятия, обслуживающих текущую хозяйственную деятельность и полностью потребляемых в течение одного торгово - производственного цикла. К ним относятся имущественные ценности со сроком использования до одного года и денежные средства.

К оборотным активам предприятия торговли относятся:

- запасы готовой продукции, товаров, материалов и другие элементы материально - производственных запасов (МПЗ);
- денежные средства (в кассе, на расчетном и валютном счетах, аккредитивы, депозиты);
- дебиторская задолженность долгосрочного и краткосрочного характера;
- краткосрочные финансовые вложения: паи и акции, долговые ценные бумаги, предоставленные займы, вклады денег по договору простого товарищества.

Формирование потребности в основном и оборотном капитале торгового предприятия связано с основными этапами его развития: создание нового предприятия; расширение и реконструкция действующего предприятия; создание новых структурных единиц (магазинов, филиалов) действующего предприятия.

Расчет потребности в основном и оборотном капитале нового торгового предприятия осуществляется по основным и оборотным средствам (в том числе запасы товаров, денежные средства и прочие товарно - материальные ценности).

Потребность в основных средствах определяется дифференцированно по их видам: здания, помещения магазинов, палаток, павильонов и др. — пассивная часть основных фондов; оборудование, транспортные средства, вычислительная техника и др. — активная часть основных фондов.

Рассчитанная общая потребность предприятия в основных и оборотных средствах на планируемый период анализируется с точки зрения их структуры при решении задачи оптимального соотношения. На торговых предприятиях преобладает доля оборотных активов, но это нельзя считать однозначно положительной тенденцией. При наличии товарных запасов, не пользующихся спросом у населения, оборачиваемость их замедляется, и предприятие испытывает финансовые затруднения, связанные с дополнительными вложениями средств в оборот. Поэтому финансовые и экономические службы на предприятиях торговли ставят задачу определения оптимального уровня оборотных средств, при котором достигается минимум затрат на их хранение, реализацию, доставку. Эта задача может быть решена с помощью расчета эффективности использования оборотных средств при рациональном управлении ими.

Роль и значение финансовых ресурсов предопределяются необходимостью организации на предприятиях торговли современных систем управления финансами и разработки финансовой политики. Основной их целью является построение эффективной системы управления финансами, направленной на достижение оптимальных уровней затрат и прибыли, а также повышения рентабельности ресурсов [2].

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: учеб. пособие / И.Т. Балабанов. - 3 - е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2015. — 526 с.
2. Экономика и организация деятельности торгового предприятия. / Под общ. ред. А.Н. Соломатина. – М.: Инфра - М, 2013. с.226 - 228 (3)
3. Мазоль С.И. Экономика малого бизнеса: Учеб. пособие для вузов / С.И Мазоль. — Минск.: Кн. дом., 2014. — 272 с.

© Е.А. Адаменко, А.В. Белозерская, 2016

**УДК 338**

**Адаменко Е.А.**, к.э.н.,  
Факультет технологии, экономики и дизайна  
Армавирский государственный педагогический университет  
г. Армавир, Российская Федерация

#### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

Проблема конкуренции и конкурентоспособности - одна из наиболее давно возникших в экономической теории тем. Еще Адам Смит говорил, что невидимая рука управляет миром, и рыночная экономика потому не разваливается, что конкуренция все расставляет на свои места, и люди, стремящиеся лишь, удовлетворить свои собственные интересы, в конечном итоге работают на благо общества.

Теоретические основы конкуренции, начали закладываться ещё в период докапиталистических формаций. Однако первые наиболее целостные теоретические



положения о конкурентной борьбе и её движущих силах появились только в середине XVIII века. Огромная заслуга в этом принадлежит представителям классической политической экономии А. Смиту, Д. Рикардо.

Этимологически слово «конкуренция» восходит к латинскому *concurrentia*, означающему «столкновение», «состояние». Именно поведенческая трактовка этой категории изначально установилась в экономической литературе. Адам Смит, в частности, связывал конкуренцию с честным, без сговора соперничеством, ведущимся между индивидуальными продавцами и покупателями за наиболее выгодные условия продажи и покупки товаров. Основным методом конкурентной борьбы ему виделось изменение цен.

Идеи ценового регулирования рынка вследствие конкуренции развил Д. Рикардо. Положение о совершенной конкуренции, теоретическую модель которой он разработал, помогло понять, каким образом «естественные цены» в долгосрочном равновесии сочетаются с принципами децентрализованного управления и как последнее способствует развитию экономики.

В дальнейшем поведенческое понимание конкуренции совершенствовалось в направлении более точного указания её цели и способов видения. Так, в марксистской трактовке конкуренцией называется «свойственная товарному производству антагонистическая борьба между частными товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли».

Неоклассический вариант поведенческого толкования конкуренции, одним из родоначальников которого справедливо считается английский экономист А. Маршалл, связывает её с борьбой за редкие экономические блага и, разумеется, за деньги потребителя, на которые их можно приобрести.

Наряду с поведенческой трактовкой конкуренции в XIX и особенно в XX веке получила распространение трактовка структурная. Её истоки восходят к работам Ф. Эджуорта, А. Курно, Дж. Робинсона, Э. Чемберлена и других крупнейших ученых, заложивших фундамент современной западной теории четырех основных типов рынков: рабочей (совершенной) конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и чистой монополии.

При структурном подходе в центре внимания оказывается не соперничество хозяйствующих субъектов в установлении цены, не выяснение того, кто и почему победил, а установление факта принципиальной возможности (или невозможности) влияния отдельного хозяйствующего субъекта на общий уровень цен на рынке.

Третий подход к определению сущности конкуренции можно определить как функциональный. Он рассматривает роль, которую конкуренция играет в экономике. Й. Шумпетер, в частности, в рамках своей теории экономического развития определял конкуренцию как соперничество старого с новым.

Сущность конкуренции и её движущие силы детально рассматриваются в работах английского экономиста М. Портера. Результатом его исследований стала концепция пяти сил конкуренции, позволяющая определить детерминанты, оказывающие наибольшее влияние на хозяйствующие субъекты в условиях конкуренции.

Согласно теории М. Портера, в борьбе за долю рынка в конкуренции участвуют не только непосредственные претенденты. Скорее, конкуренция в отрасли, лежащая в основе экономики, и конкурирующие силы простираются значительно дальше обычного)



противостояния сторон в отдельной отрасли. Потребители, поставщики, потенциальные участники и продукты - заменители - все являются конкурентами, и в той или иной степени оказывают влияние на отрасль [1, с. 32].

Таким образом, первые теоретические исследования, посвященные конкуренции, нашли отражение, в трудах классиков экономической теории ещё в середине XVIII века. В целом можно отметить, что уже к середине XX века были сформированы общие представления о сущности и движущих силах конкуренции, выделены её четыре классические модели (монополия, олигополия, совершенная и монополистическая конкуренция).

Значительное усиление мировой конкуренции в последней четверти XX столетия, вызванное коренными изменениями в характере конкурентной борьбы (причиной которой стали, прежде всего, научно - техническое развитие и стремительно набирающая темпы глобализация), потребовало от теоретиков новых эффективных концепций удержания рыночного первенства.

С переходом в начале 90 - х годов прошлого века российской экономики на рыночный путь развития понятие «конкурентоспособность» выходит в разряд ключевых и в нашей стране.

Такая характеристика, как конкурентоспособность, до недавнего времени являлась категорией, мало разработанной отечественной экономической наукой, и на то, по мнению И.Т. Богомоловой, есть веские причины [2, с. 113]: в дореформенных условиях обращение к этой области экономической жизни не было актуальным, а трансформация национальной хозяйственной системы России оказывалась настолько быстрой и радикальной, что наука не успевала основательно осмыслить новые реальности.

Основная задача каждого исследователя, изучающего проблемы конкурентоспособности предприятия, состоит в определении критериев, а также нахождении источников и факторов конкурентоспособности. Однако здесь очевидной становится колоссальная запутанность, неопределенность понятий и значений. Неопределенность выявляется уже на уровне понятийного аппарата.

В литературе, посвященной данной проблеме, присутствуют три подхода определению конкуренции. Первый определяет конкуренцию как состязательность на рынке. Такой подход характерен для отечественной литературы.

Второй подход рассматривает конкуренцию как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение. Этот взгляд присущ классической экономической теории. Третий подход определяет конкуренцию как критерий, по которому характеризуется тип отраслевого рынка, и основывается на современной теории морфологии рынка.

Европейский форум по проблемам управления определил, что «конкурентоспособность - это реальная и потенциальная возможность фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов» [3, с.271]. Недостаток этого определения, на взгляд автора, заключается в том, что оно касается только товара и учитывает исключительно ценовые и неценовые характеристики.

В экономической литературе авторами рассматриваются различные подходы к определению конкурентоспособности предприятия, которые, дополняя друг друга, позволяют рассматривать конкурентоспособность как характеристику субъектов рыночных отношений, позволяющую выдерживать конкуренцию.

Так, классическое определение М. Портера характеризует конкурентоспособность как «...свойство субъекта рыночных отношений выступать наравне с присутствующими там конкурирующими субъектами рыночных отношений» [1, с. 125].

В конце 90 - х годов двадцатого столетия Р.А. Фатхутдинов давал следующее определение понятию: «Конкурентоспособность - это свойство объекта и его сервиса, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкурентной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке» [3, с. 165].

А.П. Градов характеризует конкурентоспособность как «...сравнительное преимущество по отношению к другим фирмам данной, отрасли внутри страны и за ее пределами»

И.В. Позняков определяет данную категорию в качестве «...способности товаров или услуг выдерживать сравнения с аналогичными товарами и услугами других производителей и продаваться в связи с этим по ценам не ниже среднерыночных».

О.В. Амуржуев трактует конкурентоспособность как «...состязательность на рынке, при которой идет постоянная борьба товаропроизводителей за покупателей и увеличение своей доли на рынке».

П.В. Забелин конкурентоспособность определяет как «...способность предприятия приносить прибыль на вложенный капитал в краткосрочном периоде не ниже заданной рентабельности».

Ресурсный подход к определению конкурентоспособности раскрывает определение Д.С. Воронова: «конкурентоспособность - это соперничество между хозяйствующими единицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели при условии ограниченности ресурсов».

Отмеченная разноплановость в данных определениях обуславливается тем, что конкурентоспособность предприятия относится к экономической категориям, сущность которых не находит своего объективного выражения.

Самим своим существованием конкурентоспособность обязана экономической науке, введшей рассматриваемую категорию в оборот. Иными словами, конкурентоспособность является понятием сугубо субъективным и как таковая не существует. Следовательно, её содержание и сущность при отсутствии общепринятого определения может трактоваться по - разному в зависимости от представлений того или иного познающего объекта. Соответственно, различия в воззрениях экономистов, отмеченные при рассмотрении явления конкуренции, находят свое отражение и при определении понятия конкурентоспособности предприятия.

Таким образом, обозначаются три крайности подходов к формированию категории «конкурентоспособность»:

- во - первых, наличие собственного мотива к деятельности, ожидание положительных для себя результатов;

- во - вторых, наличие необходимых ресурсов для реализации деятельности (стратегический потенциал предприятия);

- в - третьих, возможность и способность противостоять соперникам (конкурентный потенциал предприятия).

Исходя из этих условий, можно заключить, что конкурентоспособность объекта - это состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников.

Практически все вышеприведенные определения рассматривают категорию «конкурентоспособность предприятия» как величину постоянную, но она, как и множество других экономических категорий, не является таковой: в определенный период времени предприятие может быть конкурентоспособным, а в следующий период (при изменившихся конъюнктуре рынка и внешней среде) — неконкурентоспособным. То есть

конкурентоспособность предприятия — категория, зависящая от многих факторов и меняющаяся с течением времени.

Если рассматривать конкурентоспособность предприятия как относительную категорию, то необходимо оговаривать базу сравнения для получения наиболее объективных результатов [4]:

- конкурентоспособность предприятия — величина непостоянная;
- конкурентоспособность предприятия должна отражать возможности предприятия адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней и внутренней среды;
- конкурентоспособность предприятия должна отражать возможность бескризисного функционирования;
- конкурентоспособность предприятия - сложный комплексный показатель, то есть ее оценку нельзя свести к определению одного показателя.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Стратегический менеджмент / Под ред. А.Н. Петрова. - СПб.: Питер, 2014. - 496 с.
2. Гражданкина Е.В. Экономика малого предприятия / Е.В.Гражданкина. — М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2012. - 144с.
3. Экономическая энциклопедия / Ин - т экономики. РАН; гл. ред. Л. И. Абалкин. - М.: Экономика, 2014. - 1022 с.
4. Войцеховская И.А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности / И.А. Войцеховская // Проблемы современной экономики. - 2006. = № 1 / 2 (17 / 18). - С. 152 - 154.

© Е.А. Адаменко, 2016

**УДК33**

**А.С. Ермакова,**

Студент 3 курса

факультет финансы и кредит

Кубанский государственный аграрный университет

им. И.Т. Трубилина,

г. Краснодар, Российская Федерация

**Аджиева А.Ю.**

к.э.н., доцент ВАК,

**И.А. Дикарева,**

Старший преподаватель,

факультет финансы и кредит

Кубанский государственный аграрный университет

им. И.Т. Трубилина,

г. Краснодар, Российская Федерация

#### **БИТКОЙН: СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Изначально биткойн (BTC) являлся файлом, опубликованным анонимной личностью (или группой лиц) под псевдонимом Сатоши Накамото и содержащим описание протокола

и принципа работы платежной системы в виде одноранговой сети. [3] Осенью 2009 года на бирже появилась возможность покупки такой специфической валюты (криптовалюты) как биткойн (англ. Bitcoin). 1 BTC можно было приобрести за 0.8 цента. Первый обмен BTC на реальный товар состоялся в мае 2019, когда американец по имени Ласло Ханеч совершил покупку двух пицц за 10000 BTC (на тот момент эквивалент \$25).

С тех пор прошло 8 лет, биткойн является полноправной современной цифровой валютой, популярной при совершении сделок в сети Интернет. Деятельностью по его разработке, координации и поддержке занимается сообщество разработчиков, при этом все значительные изменения в протоколе принимаются большинством владельцев майнинговых (майнинг является деятельностью по поддержанию и созданию новых блоков с возможностью получить вознаграждение в форме эмитированной валюты и комиссионных сборов в различных валютах) пулов. Системой биткойн предусмотрен только одна возможность для дополнительной эмиссии: новые BTC в качестве вознаграждения получает тот, кто сгенерировал очередной блок (рис. 1). При этом использование полученного вознаграждения может производиться только после получения 120 подтверждений (т.е. примерно через 20 часов). Майнинг децентрализован и не зависит от какого - либо регулирующего органа. Но из - за того, что для генерации новых биткойнов требуется все больше вычислительных мощностей, цена единицы валюты постоянно растет (рис. 2,3). Сегодня существуют так называемые майнинговые фермы и услуги облачного майнинга, дающие возможность приобретения мощностей для создания биткойна.

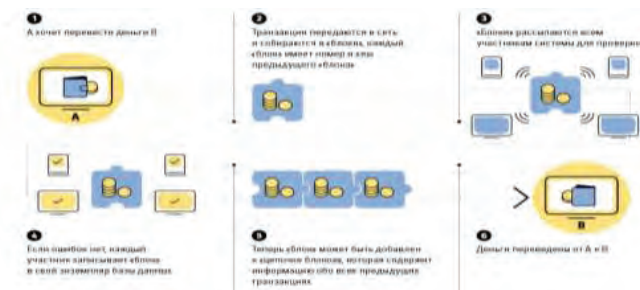


Рисунок 1 — Схема работы системы биткойн [3]



Рисунок 2 — Стоимость биткойна, долл (за 2015 год) [4]



Рисунок 3— Стоимость биткойна, долл  
(в период с 1 января 2016 года по 14 апреля 2017 года) [2]

При переводе биткойнов, транзакция обрабатывается этой же сетью, превращая тем самым BTC в самостоятельную цифровую платежную систему, при этом в его коде есть ограничение, «добыть» или «намайнить» можно максимум только 21 миллион биткойнов. Удивительно, но биткойн совершенной ничем не обеспечен, по сути он является чистой математикой.

Биткойны, имея покупательную способность, могут быть обменены на товары и услуги наравне с долларом или евро, но при этом от других электронных и бумажных денег их отличает децентрализация, другими словами, доступность: в мире нет учреждения, которое контролировало бы биткойн и его количество на рынке финансов. [5]

Другой особенностью является полная прозрачность расчетов: любой платеж (в теории) можно отследить, зная только адрес BTC. Также биткойн обладает такими качествами, как: отсутствием комиссии; свободным выбором степени участия; отсутствием контроля за сетью (сеть BTC не имеет контролирующего центра, который мог бы заморозить какой-либо счет, заблокировать (отменить) платеж или изменить количество денежных единиц в системе. Все сделки, совершенные в системе являются безвозвратными); возможностью анонимных расчетов. [6] Кажущаяся простота и незащищенность данной системы на самом деле обманчива. Одним из главных отличий биткойна от других систем оплаты выступает именно непревзойденная защита пользователей, т.к. с каждым новым создаваемым блоком увеличивается вычислительная мощность, которая необходима для расчета всей цепочки с нуля. Чем длиннее данная цепь — тем труднее совершить ее взлом. На сегодняшний день производительность (мощность) данной вычислительной сети более чем в 8 раз превышает суммарную вычислительную мощность всех суперкомпьютеров в мире (рис. 4).

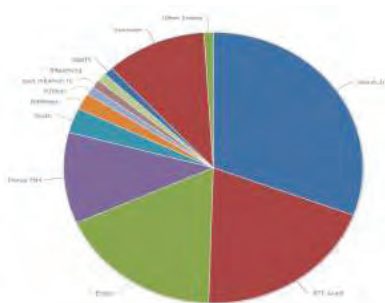


Рисунок 4 — Текущее распределение  
вычислительных мощностей между пулами. [5]

Ситуация на рынке валюты такова, что на сегодняшний день рыночная капитализация биткойна в некоторых странах Европы, Центральной Америки и Африки превысила объем денежной массы (рыночная капитализация биткойна составляет больше \$19 млрд, а его доля в совокупном объеме криптовалют равна 66,9 %) (рис. 5,6). На инфографике можно увидеть, что рыночная капитализация биткойна превышает объем монетарной массы таких стран, как Парагвай, Нигерия, Молдова, Монголия, Тайланд, Исландия, Беларусь, Судан, Лаос, Боливия, и др. Набирает темп роста число новых пользователей данной валюты. Так, за последний год количество пользователей биткойн - кошелька Blockchain.info увеличилось на 6 млн человек



Рисунок 5 — Страны, население которых меньше, чем общее число активных пользователей биткойн - кошельков [4]

При этом необходимо отметить, что отношение правительств различных государств к криптовалютам достаточно полярное: отношение колеблется от явного поощрения (к таким странам относятся: Германия, Австралия, Новая Зеландия и Нидерланды, некоторые штаты США и Сингапур) до серьезных ограничений, способных перерасти и запретительные меры (в списке стран негативно относящихся к системе биткойн: Китай, Индонезия, Украина; в Боливии и Эквадоре данная система оплаты запрещена вовсе).



Рисунок 6 — Страны, в которых объем денежной массы в национальной валюте меньше рыночной капитализации биткойна. [4]

Многие правительства пока не выразили своей точки зрения и придерживаются тактики наблюдения (здесь большинство стран Евросоюза, Швейцария, Великобритания, федеральное правительство США, Япония, Канада, Страны Юго - Восточной Азии). Несмотря на такое различие во взглядах, большинство развитых стран адаптирует свое финансовое законодательство регулирования криптовалют. У России на данный момент нет четко обозначенной позиции относительно разрешения или запрета использования сети биткойн, разрабатывается как ряд законопроектов, выступающих «за» разрешение использования сети, так и ряд проектов, выступающих «Против», окончательно ситуация должна проясниться к концу 2017 года. [4] На сегодняшний день динамика курса BTC по отношению к рублю, доллару и евро является положительной. Можно говорить о том, что биткойн является «перспективной» валютой (рис. 7 - 9).



Рисунок 7 — Курс биткойн по отношению к рублю [5]



Рисунок 8 — Курс биткойн по отношению к доллару [5]



Рисунок 9 — Курс биткойн по отношению к евро [5]



Вероятно, в будущем криптовалюты прочно войдут в нашу жизнь, не смотря на то, что для этого придется решить целый ряд технологических, юридических и экономических вопросов. Устойчивость любой валюты, как всем известно, зависит от уровня доверия к ней граждан и их готовности вкладывать в нее средства. По словам представителей биткойн - индустрии новая валюта становится все более привлекательной для крупнейших мировых банков и финансовых организаций. Новые технологии становятся объектом внимания банковского сектора, а фондовые рынки наблюдают расцвет трейдинга bitcoin.

#### **Список использованной литературы:**

1. Аджиева А.Ю. Банковские системы зарубежных стран / А.Ю Аджиева // Научная электронная библиотека [Электронный ресурс] // Финансовая наука. Деньжные и налоговые теории. Кредитно - финансовые институты // Режим доступа: <http://elibrary.ru> — 17.04.2017
2. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. / А.Ю. Аджиева, И.А. Дикарева // Научный журн. «Новая наука: теоретический и практический взгляд» [Электронный ресурс], 2016. - № 8 (88). — Режим доступа: <http://elibrary.ru> — 17.04.2017
3. Биткойн, блокчейн, криптовалюты [электронный ресурс] / Официальный сайт информационного порталаForkLog // Режим доступа: <http://forklog.com> — 17.04.2017
4. Динамика курса биткойна с графиком / Официальный сайт информационного портала Coinspot // Режим доступа: <https://coinspot> — 17.04.2017
5. Официальный курс биткойна [электронный ресурс] / Официальный сайт информационного портала CoinDesk // Режим доступа: <http://www.coindesk.com> — 17.04.2017
6. События в мире криптовалют. Новости о биткойнах и криптовалютах [электронный ресурс] / Официальный сайт информационного портала // Режим доступа: <https://bits.media> — 17.04.2017

© Ермакова А.С., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А., 2017

**УДК 338**

**И.С. Морозова, Е.А. Аксинская**

Студенты 3 курса ИЭФ

УлГТУ, Российская Федерация

Научный руководитель: к.э.н., доцент Е.В. Бабкина

### **УЧЁТ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА ПРИ РАЗРАБОТКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА**

При разработке проекта в проектные материалы изначально закладываются определенные параметры, характеризующие "свойства" объекта инвестирования и условия его реализации. Неопределенность некоторых из них заключается в том, что на момент их включения в проектные материалы они не могут быть экономически измерены, например, параметры относятся к будущему периоду (например, это цена продукции в следующем



году). Факторами, обуславливающими неопределенность проектных параметров могут быть:

- неполнота или неточность проектной информации;
- ошибки в расчетах параметров;
- колебания цен, курсов валют и;
- неполнота или недостоверность информации о финансовом положении и деловой репутации предприятий - участников и так далее.

В зависимости от того, какие именно значения будут приняты соответствующими характеристиками, проекта будет осуществляться по - разному. Поэтому можно сказать о присутствии неопределенности тогда, когда заранее известно, что реализация проекта может протекать в разных условиях, но неизвестно, в каких именно. Так как при неопределенности условия реализации проекта могут быть различными, то участники проекта могут давать им свои оценки. Какие - то изменения могут рассматриваться как незначительные, другие изменения участник может считать значительными, активно улучшающими или ухудшающими его положение. Возможность таких изменений и трактуется как риск, то есть риск является "частным случаем" неопределенности, а именно как возможность возникновения условий, особо неблагоприятных для какого - либо участника проекта.

В условиях неопределенности параметры проекта и его денежный поток точно неизвестны и могут оказаться диаметрально противоположными. Соответственно возникает множество возможностей реализации, и все они должны быть каким - то образом учтены.

Оценивая проект с учетом факторов неопределенности, мы включаем в рассмотрение не только основной сценарий, но и другие, которые так или иначе тоже могут быть приведены в действие. При этом заключительный вывод об эффективности проекта основывается не только на значениях NPV по основному сценарию, но и на значениях NPV по альтернативным возможностям развития событий. Теоретически могут возникнуть следующие ситуации [1]:

- чистая приведенная стоимость по базовому сценарию положительна, однако проект должен быть оценен как неэффективный (например, потому что при других сценариях, достаточно вероятных в совокупности, NPV будет большим отрицательным);
- NPV по базовому сценарию отрицателен, однако проект должен быть оценен как эффективный (например, потому что в нем предусмотрены слишком большие запасы и резервы).

Для обеспечения устойчивого осуществления проекта механизм его реализации должен предусматривать элементы, осуществляющие необходимую "стабильность"[2]. Основными такими элементами являются:

а) резервирование. Например, в проектах могут предусматриваться резервы производственных мощностей, запасы сырья и материалов и т. п.;

б) ликвидационные процедуры. Именно на этом этапе непосредственно устанавливаются денежные потоки участников, и определяется эффективность проекта для каждого из них. В частности, здесь может выясниться, что кто - то (например, кредитующий банк) понес убытки или получил прибыль меньшую, чем он рассчитывал;

в) страхование. Если проект теряет устойчивость в каких-то ситуациях, например при технологической аварии, землетрясении или снижении рыночной цены продукции на 20 % и более, от этого можно застраховаться.

г) адаптация. Адаптация может быть обеспечена путем изменения условий взаиморасчетов между участниками проекта, например за счет индексации цен на поставляемые друг другу товары и услуги.

Возможные сценарии реализации проекта условно можно разбить на три группы:

- "хорошие" сценарии, когда каждому из них в момент завершения проекта для всех участников обеспечивается получение положительного интегрального дисконтированного эффекта;

- "спорные" сценарии. Здесь по завершении проекта по проекту в целом и для некоторых его участников обеспечивается положительный дисконтированный эффект, а для других участников этот эффект оказывается отрицательным. И существует возможность перераспределения рисков таким образом, чтобы при корректировке механизма организации проекта обеспечить выгодность для всех сторон;

- "рискованные" сценарии. В данном сценарии после завершения проекта интегральный дисконтированный эффект по проекту в целом и для большинства его участников оказывается отрицательным.

Повышение устойчивости проекта может быть обеспечено следующими мерами, предусматривающимися:

- 1) изменение схемы финансирования проекта;
- 2) изменение состава участников проекта;
- 3) увеличение объемов закупок и сбыта.

#### **Список использованной литературы:**

1. Бочаров В.В. Инвестиции. - СПб.: Питер, 2015. - 288 с.
2. Мишин Ю.В. Инвестиции: Уч. пос. для вузов. - М.: КноРус, 2014. - 288 с.  
© И.С.Морозова, Е. А. Аксинская, 2017

**УДК 336**

**Андрейчик В. И.**

Студент экономического факультета  
Московский Финансово Промышленный университет «Синергия»

**Корзенева Ю.В.**

студентка экономического факультета  
Московский Финансово Промышленный университет «Синергия»  
Г. Москва, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ КОРПОРАЦИИ**

#### **АННОТАЦИЯ**

Деньги компаний и корпораций занимают существенное место в совокупной системе финансов. Для осознания их сути стоит оглянуться на содержание финансовых взаимоотношений, которые сопровождаются настоящим движением денежных средств. В статье рассмотрена концепция эффективного управления корпоративными деньгами в

аспекте согласования интересов участников корпоративных отношений. Информация о результативном управлении корпоративными финансами для достижения эффективной динамики развития компании.

## ABSTRACT

Money companies and corporations hold a significant place in the total system of Finance. For the realization of their essence it is necessary to look at the contents of financial relations, which are accompanied by real cash flows. The article examined the concept of effective management of corporate money in the aspect of coordination of interests of participants of corporate relations. Expected information effective management of corporate finances for the achievement of reference dynamics of formation of the company.

**Ключевые слова:** управление, денежный, компания, финансовый, корпорация, планирование.

**Keywords:** management, money, company, financial, corporation, planning.

Под традиционное определение корпорации попадают общественные коммерческие фирмы, в управлении которых присутствуют высоколиквидные акции, обращающиеся на бирже. Компания изредка присутствует в форме унитарной акционерной фирмы, как правило, это непростая система связанных между собой предприятий, любое из которых производит собственные функции и имеет при всем этом своё назначение. На сегодня работают многопрофильные корпорации, холдинги, среди которых особенный вид – небольшие компании разного профиля.

Финансы этих компаний должны давать ответы на последующие вопросы. Эффективно ли вложены средства в определённую фирму? Не пора ли изъять средства из этого бизнеса и инвестировать их в иной? Стоит инвестировать средства в данный проект? Деньги призваны содействовать тому, чтоб работа всех компаний или выполняла поставленные задачи, или отвечала целям финансовой производительности.

Особенности эффективного управления финансами корпорации

Основным условием обеспечения ответственного, прозрачного и заслуживающего доверия управления, содействующего удачному развитию фирмы и достижению стабильного денежного результата, считается приверженность высоким корпоративным стандартам.

В компании нужна абсолютная постановка денежного менеджмента. Нереально сделать единый перечень аспектов управления, потому что любая фирма имеет своё видение надобности того либо иного из них.

Примерный перечень аспектов, меняющийся в зависимости от фирмы, включает последующие этапы управления финансами корпорации:

- определение целей финансирования;
- проектирование и прогнозирование;
- регистрация данных;
- контроль и анализ.

Система управления деньгами компании обязана считаться иерархической по построению, адаптивной по содержанию, быть довольно независимой от личных и политических решений управления, наделённой возможностями по внутрикорпоративному

аудиту деятельности компаний, интегрировать финансовые интересы владельцев компаний, находящихся в составе корпорации.

Управление экономическими отношениями являет из себя управление денежным оборотом, мастерство предугадать его состояние, как в ближайшей, так и отдалённой перспективе. Для того чтобы найти прогнозируемый объем и интенсивность денежного оборота компании, необходимо изучить все главные стороны и условия воплощения денежного оборота корпорации, процесса оборота всего капитала, перемещения денежных ресурсов, состояния денежных отношений корпорации со всеми участниками. Этим занимается субъект управления - финансовая дирекция. Управляющая подсистема разрабатывает и реализует цели управления финансами.

Признаками отдачи реализации производственной функции считаются: динамика подъёма валовой прибыли и выгоды от продаж, уровень и динамика себестоимости продукции и издержки на единицу продукции и на 1 руб. проданной продукции.

Планирование при управлении деньгами

Для того чтобы дать команду, нужно составить задание, программу действия, а чтобы достичь желаемого результата необходимо создать проект финансовых событий, получения доходов, действительного применения денежных ресурсов. Функция управления, то есть экономическое планирование, охватывает весь комплекс событий, как по выработке плановых заданий, так и по воплощению их в жизнь. Экономическое планирование - это процесс исследования определённого плана финансовых событий, то есть обычный вид работы человека.

Прогнозирование в управлении деньгами - это исследование на долгосрочную перспективу изменений денежного состояния объекта, в общем, и его разных долей. Прогнозирование в отличие от планирования не ставит задачу конкретно выполнить на практике созданные прогнозы. Эти мониторинги считаются предвидением соответственных изменений. Прогнозирование осуществляется на базе экстраполяции прошедшего в будущее с учётом экспертной оценки направленности изменения, а аналогично на базе прямого предвидения изменений, которые могут возникнуть неожиданно. Управление с учётом предвидения этих изменений требует выработки у финансового менеджера определённого чутья рыночного механизма и применения определённых экстренных решений.

Координация в распоряжении деньгами являет из себя согласованность дел всех звеньев системы управления, аппарата управления и специалистов. Координация отвечает за согласие взаимоотношений объекта управления, субъекта управления, аппарата управления и отдельного труженика.

Денежный менеджмент компании

Денежный менеджмент компании - это комплекс финансовых форм и политики руководства процессом производства на всех иерархических уровнях. Функционирование денежного механизма управления конкретно смыкается с неизменным формированием, исследованием и регулировкой плановой и аналитической информации о денежных показателях и процессах. Экономическое планирование и анализ компании выделены в самостоятельные части финансовой работы. Текущая и оперативная экономическая работа в свою очередь базируется на планировании и анализе.

Стоит отметить три главных аспекта управления деньгами, выявляющих предпосылки, задачи и основы финансового менеджмента:

1. Организационный аспект - создание финансово - правовых условий для денежного менеджмента
2. Выбор окончательных денежных характеристик выгоды и рентабельности в виде аспекта управленческих решений
3. Перманентный контроль производительности любой полезной работы, а именно через баланс доходов и затрат.

Необходимо подчеркнуть, что анализ обязательно охватывают сбор, учёт и обобщение информации. А блоки планирования составляют завершающий раздел любого бизнес - проекта. Из любого анализа видно, что действенная структура капитала, при которой минимизируется его общая цена, достигается при соотношении собственных и заёмных средств 90 к 10. Это полностью согласуется с характером и требованиями финансовой работы, также возможностями конструирования определённых комплексных задач.

Для всех корпораций очень острой остаётся проблема недостатка инвестиционных средств на развитие. Чтобы гарантировать стабильность финансового состояния, корпорациям в имеющихся условиях приходится прилагать значимые усилия для укрепления собственной платёжеспособности, ликвидности и кредитоспособности.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Экономическая теория. Под редакцией А.Г.Грязновой и Т.В.Чечеловой. Москва, Издательство «Экзамен», 2005 г.
2. Макроэкономика. Теория и российская практика. Под редакцией А.Г.Грязновой и Н.Н.Думной. Москва, КНОРУС, 2006 г.
3. Финансы. Под редакцией А.И.Архипова и И.А.Погосова. Москва, Издательство Проспект, 2007 г.
4. Финансовый менеджмент. Под редакцией Г.Б. Поляка. Москва, Издательство Юнити - Дана, 2009 г.
5. Корпоративные финансы. Под редакцией Т.В. Тепловой. Москва, Издательство Юрайт, 2014 г.
6. Финансы корпораций. Под редакцией Е.М. Грагорьевой и Е.Г. Перепечкиной. Москва, Издательство «Финансы и статистика»

© В. И. Андрейчик, Ю. В. Корзенева, 2017

**УДК33**

**Ю.Д. Антошина**

магистр 2 курса института управления и региональной экономики  
Волгоградский государственный университет

### **ВЫБОР ФИРМОЙ РЫНОЧНОЙ НИШИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Успех в бизнесе, в условиях современной экономики, ассоциируется с умением выбрать и занять подходящую нишу рынка, определяя специализацию предпринимательской деятельности, направленную на конкретного покупателя и позволяющая более эффективно

реализовать свои стратегические возможности. В случае, если хозяйствующий субъект или какой - либо вид коммерческой деятельности займет такую нишу, то он обеспечит себе финансовую устойчивость и прибыльность, необходимые для дальнейшего устойчивого функционирования и интенсивного развития.

Актуальность темы обусловлена тем, что в период усиления специализации и увеличения конкурирующих компаний во всех областях хозяйственной деятельности, для того, чтобы минимизировать затраты и достичь максимального успеха в предпринимательстве, важно не просто правильно определить для себя рынок, но и отыскать на нем незанятую или недостаточно используемую конкурентами рыночную нишу, которая будет удовлетворять все запросы предпринимателя и гарантирует получение высокого уровня прибыли.

Когда физическое лицо принимает решение стать предпринимателем, возникают определенные проблемы по его организации, так как все бизнес - проекты начинаются с формирования идеи: какой товар или услугу выводить на рынок, но недостаточно дать лишь представление в целом о выбранном товаре, нужно показать его преимущества и достоинства в сравнении с аналогами (если такие существуют), проанализировать конкурентоспособность на рынке, определить спрос на данный продукт и др. Кроме того, в условиях современного рынка, заполненного товарами и услугами, нелегко представить новый конкурентоспособный товар / услугу .

Консолидирование на определенной рыночной нише, удовлетворяющей запросам предпринимателя, позволяет выдержать конкуренцию, особенно эффективно, при сосредоточении всех своих ресурсов на обслуживании более узких рыночных ниш, не вызывающих интереса или на которые не обращают внимания более крупные компании – конкуренты.

Процесс поиска ниши можно разъяснить как выбор сферы хозяйственной деятельности с ограниченным масштабом, с конкретным кругом потребителей, которая наиболее соответствует сравнительным преимуществам данного конкретного производителя. Американский эксперт С. Брандт, в его книге "Предпринимательство", пишет следующее по данному вопросу: "Наиболее мелкие фирмы становятся конкурентоспособными, если ведут борьбу за узкую часть добычи на рынке, который выбрали для себя". То есть, смысл нахождения своей рыночной ниши заключается в том, чтобы перевести игру на свое поле, даже если данное поле очень и очень мало. А затем использовать надлежащим образом те достоинства, которые дает свое поле каждому игроку, включая участника конкурентной борьбы.

Выбирая наиболее подходящую рыночную нишу, предприниматель, также, выбирает стратегию дальнейших действий: вытеснить конкурента, создать нечто новое, или ориентироваться на минимальное количество потребителей без какой - либо конкуренции. Данный выбор объясняется тем, что рыночные ниши существуют в трех состояниях: незанятая ниша, занятая ниша и несуществующая (создаваемая) ниша [2, с.34] .

В случае "незанятой ниши", предпринимателю нужно будет просто удовлетворить спрос, который уже имеется, так как в такой нише нет не только конкурентов, но и вообще какого - либо предложения, т.е. спрос на товар или услугу существует, но его никто не удовлетворяет. Иногда это происходит из - за того, что ниша слишком маленькая, например, несколько человек хотят купить мужские наручные часы с позолоченным

корпусом и скрытой открывалкой внутри. Но учитывая то, что количество желающих на приобретение данного товара очень мало, производители стандартизированных наручных часов не станут вводить в ассортимент такой товар, хотя бы по той причине, что в будущем спроса на данный товар не предвидится. Следовательно, потенциальный покупатель имеет единственный выход: обратиться к дизайнеру, а уже после в компанию, производящую часы на заказ, и если число желающих купить такие часы будет увеличиваться, какой - то производитель может уловить тренд и занять пустующую нишу, но это бывает крайне редко: наблюдательных производителей на рынке не так много, даже учитывая то, сколько они тратят на маркетинговые исследования.

Второй вариант – выбрать уже занятую нишу, в которой функционирует одна компания. Как принято, рыночные ниши занимают маленькие предприятия, потому что крупные не интересуются столь мелкими масштабами, а успех компании, которая нашла свою нишу обусловлен в основном тем, что в нише нет никаких конкурентов: она слишком мала для двоих [5].

Что касается несуществующей ниши – в этом случае компании нужно будет самой сформировать ещё несуществующую потребность у потенциальных покупателей, таким образом, она не просто займёт пустующую рыночную нишу, а создаст новую. Чаще всего такая ситуация происходит с инновационными товарами: ввести что - то новое на рынок довольно нелегко, по данной причине в период внедрения продукта или услуги на рынок при небольших маркетинговых бюджетах, будет легче обратиться к ограниченному сектору покупателей, для которых такой товар станет максимально востребованным. Создавая новый продукт, нужно учесть потенциально возможный спрос, в противном случае, новый революционный продукт останется невостребованным, покупатель просто не поймет, зачем ему нужен этот новый продукт. Существует множество примеров создания несуществующих ниш, одним из них является персональный электронный органайзер, заменивший с развитием информационных технологий книгу - органайзер. Необходимо учесть, что если новый товар найдет собственных покупателей, то производитель в течение долгого времени может использовать их преданность: угроза состоит в том, что если популярность такого товара внезапно начнёт расти, то он вырвется из узкой ниши в широкий сегмент — нечасто, компании - новички способны получить существенную выручку от своей новинки, ведь конкуренты уже совершенно точно знают, что необходимо потребителю и действуют настойчиво. Но если в игру вступают большие фирмы, то открывшая или сформировавшая нишу небольшая компания просто не сможет с ними соперничать. Примером является онлайн - агрегатор - веб - приложение или интернет - сайт, объединяющее данные из нескольких источников в один с единым пользовательским интерфейсом, такие приложения появились недавно и нашли своих потребителей, образовав тем самым новую рыночную нишу, но эксперты уже прогнозируют то, что в ближайшие годы рынок услуг полностью заменят онлайн - агрегаторы, в следствии чего, рыночная ниша перерастет в целый сегмент рынка.

При выборе, хозяйствующий субъект должен учитывать наличие у рыночной ниши следующих характерных признаков: высокоиндивидуализированные потребности и нужны покупателей, для удовлетворения которых нужен конкретный набор взаимозаменяющих товаров (изделий и услуг); заметное снижение конкурентной борьбы; небольшая и устойчивая потенциальная емкость рынка [3, с. 72].

Важно знать, что в условиях современности, при работе компании на рыночную нишу возникают некоторые маркетинговые проблемы:

- во - первых, необходимо уметь правильно перевести неудовлетворенные потребности потенциальных покупателей с языка нужд и предпочтений, ощущений и восприятий на язык конкретных изделий и услуг, производство которых необходимо освоить и правильно реализовать. На сегодняшний день, на рынке имеется немало возможностей для успешного объединения трех ключевых компонентов: изделие, информация и услуга, для того, чтобы предприятие смогло представить своим покупателям что - то новое и неподражаемое, то, что они хотят и в чём нуждаются. Любое сочетание из трех компонентов способно стать нововведением рынка, главное, не допустить ошибку при оценке рыночного потенциала нововведения, чтобы бизнес приносил нужный доход.

- во - вторых, чтобы вытеснить конкурентов и стать единственной компанией, функционирующей в конкретной нише, необходимо предлагать изделия / услугу исключительно высокого качества. Опираясь на опыт высокоразвитых государств можно увидеть, что руководство любой организации, функционирующей в нише рынка, уверенно, что качество их товара или услуги является наилучшим в отрасли или на рынке, сотрудники этих компаний по - настоящему гордятся качеством продукции, в производстве и реализации которой они участвуют.

- в - третьих, в условиях быстроизменяющегося спроса и предложения на рынке, бизнес - условий и действий конкурентов нужно иметь навык четкого и моментального реагирования на эти изменения. Важно уже сегодня видеть то, что будет понятным для всех лишь завтра, приложить свои, на данный момент ещё невостребованные навыки и знания в новой области — вот характерные черты тех предприятий, которые ориентируются на ниши рынка [4].

Опираясь на вышесказанное, можно составить примерный план действий по поиску и выбору предприятием ниши рынка: в первую очередь, необходимо проанализировать, какими уникальными знаниями, навыками, и квалификацией обладает компания, а также, понять, как их можно использовать в рамках поиска рыночной ниши. Далее, нужно определить, какие изменения произошли в условиях бизнеса в регионе сбыта товаров или услуги, в предполагаемом регионе сбыта для нового бизнеса: в общегражданском законодательстве; в действиях местных органов власти; в действиях фирм, доминирующих на рынке. После чего, важно выяснить, как повлияли эти изменения на условия конкуренции и как эти изменения повлияли на потенциальных покупателей. В завершении необходимо установить потенциальную емкость в избранной рыночной нише - возможный объем реализации товара или услуги.

Выбирая направление для нового бизнеса, очень важно учитывать его перспективы и то, насколько востребованы будут товары или услуги в ближайшем будущем.

В современном обществе сильно выросло количество пользователей смартфонов, учёные убеждены, что данный рынок будет расширяться и далее, по этой причине самыми популярными, доходными и финансово - устойчивыми рыночными нишами на данный момент являются: мобильные платежи, портативные гаджеты, онлайн - торговля и доставка продуктов, рынок интернет - вещей и другие. Мобильный маркетинг представляет собой комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение товара или услуги с помощью средств мобильной связи [1, с. 100]. Эксперты полагают, что в дальнейшем такие



технологии займут важное место в повседневной жизни человека, поэтому в этих перспективных рыночных нишах можно будет заработать в ближайшие 5 - 10 лет в условиях современного рынка [5].

Следовательно, для того, чтобы компания смогла создать новую перспективную рыночную нишу или вытеснить конкурента, господствующего в подобной, уже существующей нише, ей понадобятся дорогостоящие современные технологии в арсенале, высококвалифицированные эксперты и специалисты, способные сформировать и реализовать такой продукт / услугу, а так же, специалисты в области маркетинга, способные вывести такой продукт на нужный уровень.

Таким образом, для того, чтобы хозяйствующему субъекту выбрать подходящую рыночную нишу, необходимо разобраться в сложных ситуациях на перенасыщенных рынках, на которых функционирует потребитель и описать тенденции их развития, важно иметь навыки управления предприятием, обладать глубокими знаниями в области маркетинга, быть знакомым с результатами исследований в области психологии, также, предпринимателю нужно уметь мыслить абстрактно, чтобы понять в каком направлении развиваться. Так как увеличение рыночной доли существующего товара / услуги в современных условиях не всегда возможно, нужно найти способ, который приведет к росту объема реализации, а значит, и к увеличению дохода фирмы, с этой целью надо выходить на новые рынки, осваивать новые продукты и формировать новые бренды.

#### **Список использованных источников**

1. Грыженец Н.В., Полусмакова Н.С. Мобильный маркетинг как средство продвижения / Вестник Евразийской академии административных наук Издательство: Волгоградский институт экономики, социологии и права (Волгоград) № 3. – 2013 г. – 95 - 101 с.
2. Журнал «Дайджест. Бизнес - коммуникации: маркетинг, реклама, PR». 2015 г. - 100с.
3. Управление маркетингом: учебное пособие / Н.И. Ивашкова - М.: "ИНФРА - М", 2010г. - 176 с.
4. Электронный ресурс. Генеральный директор. Персональный журнал руководителя , 2016г. <http://www.gd.ru/20-guochnyh-nish>
5. Электронный ресурс. Маркетинг и продажи в интернете. 2013г. <http://lovim.net/2013/02/poisk-guochnoy-nishi/>

© Ю.Д. Антошина, 2017

**УДК 338**

**Аранчий Ю. А., Сайдалиева А. М.**

студентки 5 курса, географического факультета  
«ТА КФУ им. В. И. Вернадского»

Научный руководитель: **Логвина Е.В.**

Доц., ТА КФУ им. В. И. Вернадского  
Г. Симферополь, Российская Федерация

#### **ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ**

Актуальность темы исследования заключается в том, что правильная организация рекламной кампании, а также разработка стратегий, способствуют быстрой реализации производимой продукции. Такой подход позволяет избежать ошибок при проведении

рекламы. Разработка стратегии рекламной кампании позволяет повысить эффективность рекламы, также дает фирме успешно справляться со своими проблемами сбыта и конкурировать с другими фирмами.

Под рекламной кампанией понимается комплекс рекламных мероприятий, связанных единой концепцией и рекламной идеей, направленных на достижение конкретной маркетинговой цели в рамках маркетинговой стратегии рекламодателя. [1, с. 12 - 24]

Для проведения эффективной рекламной кампании требуется целый комплекс рекламных мероприятий, разработанных с учетом маркетинговой стратегии. Нужно чётко формулировать цель рекламной кампании, которая может заключаться в формировании имени, престижа компании, стремление занять прочное положение на рынке или стимуляция сбыта товара (услуги).

Кроме того, цели проведения рекламных кампаний зависят от целей маркетинга и могут быть упорядочены следующим образом:

- внедрение новых товаров (услуг);
- стимулирование сбыта товаров или увеличение объемов реализации услуг;
- переключение спроса с одних товаров (услуг) на другие и т.д.;

На основе стратегического планирования (после определения целей, времени, стратегии, приоритетов) происходит разработка собственно рекламной кампании. На этом этапе разрабатывают концепцию рекламной кампании. Концепция рекламной кампании – это общее представление о всем комплексе рекламных действий, включающее в себя и рекламную идею, и аргументацию, и обоснование выбора средств распространения рекламы, и т.д.

Рекламная идея становится стержнем всех творческих разработок, независимо от их вида. Таким образом на данном этапе определяют собственно творческую стратегию, медиастратегию, определяют конкретные задачи, разрабатывают тактику действий, распределяют бюджет по рынкам и рекламным носителям, выбирают партнеров, подрядчиков, назначают исполнителей и т.д.

Разработка идет на основе брифа, составленного по информации стратегического анализа и планирования. В это время идет тесное сотрудничество аккаунт - менеджеров и творческих специалистов, специалистов по медиапланированию. Разрабатываются медиапланы, графики, делаются медиаобсчеты. Создаются оригинал-макеты, баннеры, аудио - и видеоклипы. Составляется детальный план основных мероприятий рекламной кампании с указанием сроков проведения. Обычно рекламную кампанию планируют исходя из бюджета или максимального охвата целевой аудитории.

На этапе реализации создаются рекламные материалы для различных рекламных носителей, производится их размещение в носителях (закупка рекламного пространства). Идет тестирование рекламы до и после публикации. Контролируется график выхода публикаций рекламных материалов, а также организация всех рекламных мероприятий. После того как рекламная кампания реализована, обязательно проводится ее анализ. Оценивается как общая эффективность – достигнуты ли поставленные цели, так и эффективность отдельных флайтов кампании, или эффективность на отдельных рынках, в отдельных СМИ и т.д. Для этого используются данные исследований и мониторинга.

После того, как проведен анализ кампании и выявлены ошибки или погрешности, производится коррекция рекламной кампании. В нее вносятся изменения, направленные на

дальнейшее повышение эффективности рекламной отдачи. Также могут быть внесены изменения, связанные с изменениями в производстве или продвижении рекламируемого продукта.

Внутри компании участвовать в разработке и проведении рекламной кампании могут как целые подразделения, так и отдельные специалисты, отвечающие за маркетинг, рекламу, PR, медиарелейшнз, финансы и т.д.[2, с.123-150]

Таким образом, можно сделать вывод, что правильно организованная и хорошо спланированная рекламная деятельность фирмы может значительно повысить товарооборот, а, следовательно, и прибыль. Поэтому не следует экономить на рекламе, так как она действительно является «двигателем торговли».

### **Список использованной литературы**

1. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
2. Ким, С.А. Маркетинг: учеб. для студ. Вузов / С.А.Ким; Федер. ин - т развития образования. - М.: Дашков и К, 2015. - 257 с.

© Ю.А. Аранчий, А.М. Сайдалиева, Е.В.Логвина

**УДК 338**

**Аранчий Ю. А., Сайдалиева А. М.**

студентки 5 курса, географического факультета  
«ТА КФУ им. В. И. Вернадского»

Научный руководитель: **Логвина Е.В.**

Доц., ТА КФУ им. В. И. Вернадского  
Г.Симферополь, Российская Федерация

## **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Актуальность темы исследования заключается в стремительном развитии рынка туристских услуг, характерными чертами которого на сегодняшний день являются интернационализация, интеграция и регионализация в такой же мере, как и динамичные изменения туристского спроса и предложения. В этих условиях современного рынка туризма роль и место маркетинга непрерывно возрастают. Требуется глубокое изучение маркетинговых мероприятий и особенностей их использования российскими туристскими предприятиями.

Маркетинг в туризме - это деятельность по планированию и разработке туристских товаров и услуг, продаже, продвижению товаров и услуг, стимулированию на них спроса и ценообразованию.

Специфический характер маркетинга в туризме определяется особенностями и отличительными характеристиками туристского продукта (в сравнении с другими потребительскими товарами и услугами), а также особенностью потребителей и производителей туристских товаров и услуг.

Выделим группы субъектов, которые взаимодействуют в туризме.

1. туристы;
2. организации, предоставляющие туристам товары и услуги;
3. местные органы власти;
4. принимающая сторона.

Таким образом, туризм может быть определен как совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности.

Туристский продукт можно рассматривать в двух плоскостях:

- с одной стороны – это набор услуг, продаваемый туристам в одном пакете;
- с другой стороны – элементы, производящие услуги (транспортные средства, рестораны, отели и т. д.)

Первая трактовка продукта более близка туристам (потребителям), вторая – производителю туристического продукта. [1, с.112]

На наш взгляд к туристическим продуктам можно отнести и специальное снаряжение, одежда, то есть все то, что имеет непосредственное отношение к туристической поездке (например, туристическое снаряжение – это тоже турпродукт, хотя является товаром, а не услугой).

Большое значение имеет фактор сезонности. Маркетинговые мероприятия турфирмы будут отличаться в пик сезона и в межсезонье. Кроме того, предложение отличается значительной статичностью: например, привязанностью к определенному месту (турбазу, аэропорт и т.д. невозможно перенести в другое место).

Значительное влияние на качество туристических услуг оказывают внешние факторы (погода, природные условия, политика в области туризма, международные события и т.д.)

Противоречие между статичным предложением и динамичным спросом. Предложение привязано к месту (например, конкретному туристическому центру), имеет неизменяемый ландшафт, климат, органично сформировавшуюся ориентацию туристской инфраструктуры.

Таким образом, туристский маркетинг имеет следующую специфику:

- управление спросом, а не его стимулирование;
- высокая степень достоверности информации о турпродукте;
- защита прав потребителя;
- особая роль маркетинга в межсезонный период (диверсификация турпродукта);
- центральная роль психолого-поведенческих и социальных особенностей потребителя;
- координация маркетинга участников рынка туристических услуг. [2, с. 39 - 40]

Итак, туристический маркетинг является перспективным и активно развивающимся направлением. В связи с возрастающей ролью туризма, повышением конкуренции в этой отрасли, актуальными становятся различные приемы маркетинга в этом направлении. Туризм, как и любая другая сфера деятельности, наряду с общепринятыми правилами имеет и свои особенности в маркетинге. Это связано с особенностью туристического продукта, группы субъектов взаимодействующих в туризме, сферы деятельности и сильным влиянием внешних факторов. Туристский маркетинг адресован не только «конечным потребителям» - туристам, но и промежуточным инстанциям - турагентствам, партнерам, общественным туристским объединениям.

## Список литературы

1. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА - М, 2013. - 276 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.

© Ю.А.Аранчий, А.М.Сайдалиева, Е.В.Логвина

УДК 338

**Е.Н. Архипенко**

студентка 4 курса факультета финансы и кредит  
Кубанский государственный аграрный университет  
Научный руководитель: И.Е. Халявка  
к.э.н., доцент кафедры «Экономика предприятий»  
Кубанский государственный аграрный университет  
Г. Краснодар, Российская Федерация

## ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Финансовая устойчивость коммерческой организации означает способность организации осуществлять свою деятельность в условиях предпринимательского риска и изменяющейся среды для укрепления своих конкурентных преимуществ перед своими конкурентами (другими организациями), а также для извлечения прибыли.

Финансовая устойчивость образуется в результате производственно - хозяйственной деятельности и является одним из главных характеристик общей устойчивости организации.

Рассмотрим точки зрения авторов к определению финансовой устойчивости.

А.Д. Шеремет рассматривает финансовую устойчивость организации как определенное состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную платежеспособность [3].

М.С. Абрютин и А.В. Грачев определение финансовой устойчивости сужают до понятия "платежеспособность" и дают формулировку: "Финансовая устойчивость предприятия есть не что иное, как надежно гарантированная платежеспособность, независимость от случайностей рыночной конъюнктуры и поведения партнера" [1].

Наиболее подробно раскрывает суть финансовой устойчивости Г.В. Савицкая: «Финансовая устойчивость предприятия - это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска» [2].

Финансовая устойчивость предполагает стабильное превышение доходов над расходами, позволяет свободно распределять свои денежные средства, и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации

продукции. Следовательно, финансовая устойчивость является главным компонентом общей устойчивости организации и формируется в процессе всей производственно - хозяйственной деятельности.

Оценка финансовой устойчивости позволяет определить, насколько эффективно организация управляет финансовыми ресурсами в течение периода. Важно, чтобы состояние финансовых ресурсов удовлетворяло требования рынка и отвечало потребностям развития организации, так как недостаточная финансовая устойчивость может повлечь за собой неплатежеспособность хозяйствующего субъекта и привести к отсутствию у него средств на развитие производства, а избыточность - препятствовать развитию, отягощая затраты организации излишними запасами и резервами.

Платежеспособность организации - внешний показатель его финансовой устойчивости, который обусловлен степенью обеспеченности оборотных активов долгосрочными источниками. Она определяется возможностью организации своевременно погашать свои платежные обязательства наличными денежными ресурсами. Целью анализа платежеспособности организации является оценка и прогнозирование ее дальнейшей финансовой деятельности, а также ее финансовые возможности для внешних партнеров и потенциальных инвесторов (банков). Прежде чем выдать кредит, банк должен убедиться в кредитоспособности заёмщика. Также, удостовериться в платежеспособности должны и те предприятия, которые вступают в экономические отношения с данной организацией. Особенно важно знать о финансовой устойчивости и платежеспособности партнёра, если возникает вопрос о предоставлении ему коммерческого кредита или отсрочки платежа.

Для анализа платежеспособности и деятельности регулярно проводится оценка бизнеса. Оценивая свой бизнес, компания самостоятельно выбирает систему показателей, которые наиболее точно позволяют оценить деятельность хозяйствующего субъекта.

Платежеспособность организации возможно выявить из двух факторов:

1. Наличие активов (имущества и денежных средств), которых будет достаточно для погашения имеющихся обязательств. В данном случае выявляют наличие чистых активов (собственного капитала). Если у организации отрицательные чистые активы, то есть отсутствует собственный капитал, она не может расплатиться по всем своим обязательствам, поскольку сумма обязательств превышает сумму всех имеющихся активов. Такая организация может быть платежеспособной в короткой перспективе. Однако в долгосрочной перспективе возникает большая вероятность банкротства.

Если у организации положительные чистые активы, это еще не означает ее хорошую платежеспособность, поэтому необходимо проанализировать второй фактор.

2. Степень ликвидности, имеющихся у организации активов, должна быть достаточная для того, чтобы, при необходимости, реализовать их, перевести в деньги в сумме, достаточной для погашения обязательств. При анализе ликвидности активов сосредотачиваются на их структуре и соотношении. Могут складываться такие ситуации, когда между ликвидностью активов и предстоящими сроками погашения обязательства возникают несоответствия. Например, с одной стороны, у организации большая доля внеоборотных активов, которые реализовать сложнее (низколиквидные активы), а с другой - большая доля краткосрочных обязательств. При данном случае может наступить момент, когда не хватит средств для погашения текущих обязательств. Поэтому необходимо заблаговременно устранять данные несоответствия.

Финансовая устойчивость и платежеспособность – важнейшие показатели финансово - экономической деятельности организации, поскольку финансово устойчивая организация имеет ряд преимуществ перед другими организациями того же профиля в получении кредитов, в привлечении инвестиций, в выборе поставщиков. Она не вступает в конфликт с государством и обществом, потому что вовремя выплачивает налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату — рабочим и служащим, дивиденды — акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним.

#### **Список использованной литературы:**

1. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово - экономической деятельности предприятия. М.: Дело и сервис, 2014. - с.123
2. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. - М.: НИЦ ИНФРА - М, 2013. - 607 с
3. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА - М, 2013. — 208 с.

© Е.Н. Архипенко, 2017

**УДК 658.628**

**Ю. Е. Афанасьева**

студент 4 курса института экономики

Поволжский Государственный Университет сервиса

**Научный руководитель: Е. В. Романеева**

К.э.н. «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

Поволжский Государственный Университет сервиса

Г. Тольятти, Российская Федерация

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ С ПОМОЩЬЮ ВВЕДЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК**

#### *Аннотация*

*В данной статье рассмотрена значимость собственных торговых марок в деятельности розничных сетей, их влияние на ассортиментную политику и описаны современные тенденции на примере товаров ООО «Лента».*

#### *Ключевые слова*

*Частные торговые марки, собственные торговые марки, ассортиментная политика.*

Частные торговые марки переживают пору расцвета. В период 2000 - 2010 гг. в США и Европе частные торговые марки обеспечили основной рост в категориях расфасованных продуктов питания, косметики и средств по уходу за домом. Их доля в мировом объеме продаж приближается к 20 % , а темпы их роста опережали темпы роста брендов на протяжении 9 из 10 лет.

«Частная торговая марка» (ЧТМ) и «собственная торговая марка» (СТМ) – это равнозначные названия одного из перспективных направлений развития современного розничного оператора. Сегодня практически каждая торговая сеть занимается продвижением товаров под собственной торговой маркой.

Собственная торговая марка ритейлера – это имя, марочный знак, символ или их комбинация, предназначенные для идентификации и дифференциации товара:

- производимого преимущественно по контрактному производству по спецификации ритейлера;
- находящегося в собственности (распоряжении, владении и пользовании) ритейлера и контролируемого им;
- реализуемого непосредственно через магазины сети ритейлера. [2, с.12 - 40]

В процессе управления собственными торговыми марками ритейлера затрагиваются интересы следующих субъектов:

- розничных сетей, которые разрабатывают, продвигают и реализуют товары под собственной маркой;
- производителей (поставщиков), которые непосредственно создают товар под СТМ ритейлера;
- потребителей, приобретающих и потребляющих товары под СТМ ритейлера.

Для ритейлера выпуск и продвижение собственных торговых марок имеет больше достоинств, чем недостатков. Это объясняется тем, что СТМ привлекает покупателей, укрепляет их лояльность и повышает доходность ритейлеров. Многие розничные торговые сети начинают сокращать бренды ради увеличения ассортимента собственных торговых марок. Однако, необходимо учитывать желания покупателей, которые хотят приобретать бренды других производителей.

Потребительские предпочтения товаров под СТМ формируются и поддерживаются за счет оптимального соотношения качество - цена (для марок премиум) или пониженных цен (для марок эконом - класса), а также стабильности качества и устойчивости ассортимента. В тоже время собственным торговым маркам требуется создание и постоянное поддержание определенного статуса и имиджа. Применяемые для этих целей средства и методы маркетинговых коммуникаций и мерчандайзинга должны быть ориентированы на непосредственный контакт приобретателя с товаром как носителем СТМ, а также как информационное обеспечение.

Позволить себе иметь собственные торговые марки могут далеко не все предприятия розничной торговли. Возможность для этого есть только у крупных ритейлеров с развитой системой логистики. [1, с. 138]

Рассмотрим пример структуризации ассортиментного портфеля собственных торговых марок розничной сети «Лента», которая эффективно занимается розничным брендингом на российском потребительском рынке.

Розничная сеть «Лента» активно занимается брендингом товаров под СТМ. В ассортименте сети более 850 наименований продовольственных товаров, бытовой химии и косметики под собственными марками:

- «365 дней» - самая низкая цена среди всех аналогов на рынке региона при стабильном качестве продукта;



- «Лента» - средний ценовой сегмент, цена на соответствующие товары ниже, чем у национального лидера продаж при таких же потребительских свойствах;

- «Dolse Albergo» - кондитерские изделия в средней ценовой категории.

Также в ассортименте сети «Лента» представлено более 1000 наименований непродовольственных товаров, изготовленных по специальному заказу ритейлера: текстиль и товары для дома, одежда и обувь, товары для садоводства, канцелярия, бытовая техника:

- «365 дней»;
- «Home Club» - товары для дома, домашний текстиль;
- «Giardino Club» - товары для сада и дачи;
- «Lentel» - техника для дома;
- «Sport Club» - товары для спорта и активного отдыха.

Марки «365 дней» и «Лента» являются ключевыми в марочные портфели сети «Лента».

Позиционирование собственных торговых марок в марочном портфеле «Ленты» представлено тремя категориями:

- ценовой сегмент;
- воспринимаемое качество относительно национальных брендов производителей;
- относительная значимость СТМ в марочном портфеле «Ленты».

Применение системного подхода при формировании СТМ позволяет розничной сети «Лента»:

- избегать «канибализма» внутри портфеля СТМ сети за счет сбалансированного группирования и точеного позиционирования собственных марок внутри марочного портфеля;

- грамотно сочетать стратегии сегментации (по цене и по категориям товаров), что позволяет ритейлеру глубже проникать в многочисленные сегменты потребительского рынка;

- выборочно распределять денежные ресурсы на развитие различных типов СТМ в зависимости от выполняемых ими ролей в марочном портфеле розничной сети, что дает возможность ритейлеру эффективно осуществлять мероприятия розничного брендинга;

- использовать эффект синергии от взаимодействия СТМ сети благодаря оптимизации их ролей в различных товарно - рыночных контекстах;

- результативно использовать ключевые активы потребительского марочного капитала собственных торговых марок сети;

- взвешенно планировать систему взаимоотношений СТМ сети на долгосрочную перспективу.

Компания «Лента» начала разработку портфеля СТМ несколько лет назад. Сейчас можно с уверенностью говорить о том, что собственные торговые марки нижнего («365 дней») и среднего («Лента») ценовых сегментов добились значительного успеха и создали надежную основу для дальнейшего развития стратегии собственных торговых марок компании. Тем не менее существует еще не мало перспективных направлений развития розничного брендинга данной торговой сети.

Таким образом, совершенствование ассортиментной политики розничных сетей с помощью введения собственных торговых марок может быть использовано в следующих случаях:

- для конкурентной борьбы с производителями, что позволяет уменьшить зависимость торговли от известных марок, доля которых в общих продажах в связи с этим снижается;

- для повышения собственной рентабельности, поскольку обладатель собственной торговой марки зачастую имеет возможность назначать пониженные цены на товары, и тем не менее, за счет возросших объемов продаж получать небольшую прибыль;
- для четкого рыночного дифференцирования, позиционирования и создание собственного имиджа.

#### **Список использованной литературы:**

1. Красюк И. Н. Аспекты конкурентоспособности и управления собственными торговыми марками на розничных торговых предприятиях [Текст]: монография / И.Н. Красюк, С.А. Калугина, А.С. Шульдешов. - М.: Дашков и К, 2015. - 172 с.
2. Старов, С. А. Управление собственными торговыми марками розничных сетей [Текст]: монография / С. А. Старов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Высшая школа менеджмента, 2013. — 492 с.
3. Тейн, Г. Торговые войны: Битва за успех на прилавках и онлайн [Текст]: учеб. пособие / Грег Тейн, Джон Брэдли; Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2013. — 315 с.
4. <http://www.tlt.lenta.com/>

© Ю. Е. Афанасьева

**УДК 334**

**Ю.С. Афанасьева**

Аспирант, 3 год обучения,

НОУ МИЭП,

Г. Москва, Российская Федерация

### **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

Роль малого бизнеса в рыночной экономике нельзя недооценивать, так как, по мнению многих ученых экономистов, именно малый бизнес является определяющим условием существования развитой рыночной экономики.

По данным Росстата, удельный вес занятого в малом бизнесе населения в 2015 г. составлял 18021 тыс. чел., что соответствует 25 % численности экономически занятого населения России. Это значительно ниже уровня развития малого предпринимательства в развитых странах мира, где данный показатель составляет в США – 60 % , Германии, Франции, Италии – 65 - 80, Японии – 80 - 88 %<sup>1</sup>. Располагая значительной ресурсной базой, малый бизнес оказывает огромное влияние на характер экономического развития передовых стран.

Для более четкого представления о динамике финансово - хозяйственной деятельности малых и средних предприятий Российской Федерации, необходимо рассмотреть основные показатели, представленные в таблице 1.

---

<sup>1</sup>Официальный сайт ресурсного центра малого предпринимательства. –URL: <http://www.rcsme.ru>

Таблица 1 - Основные экономические показатели деятельности малых и средних предприятий, 2011 - 2015 гг.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	Абсолютное изменение			
						2012 - 2011	2013 - 2012	2014 - 2013	2015 - 2014
Число предприятий, тыс., в т.ч.:	4341,5	4605,3	4562,1	4517,6	5385,4	263,8	- 43,2	- 44,5	867,8
индивидуальные предприниматели	2505,1	2602,3	2499,0	2413,8	2791,0	97,2	- 103,3	- 85,2	377,2
микропредприятия	1593,8	1760,0	1828,6	1868,2	2335,6	166,2	68,6	39,6	467,4
малые предприятия	242,6	243,0	234,5	235,6	258,8	0,4	- 8,5	1,1	23,2
Численность занятых, тыс. чел.	17839,5	18119,4	17773,2	16435,2	18174	279,9	- 346,2	- 1338	1738,8
Оборот предприятий, млрд. руб.	22610,2	23463,7	24781,6	26392,2	44277,2	853,5	1317,9	1610,6	17885
Среднемесячная заработная плата работников, руб.	15743	16711	17948	19201	20017	968	1237	1253	816

По данным таблицы 1, можно сделать вывод о положительной динамике за период 2011 - 2015 гг., несмотря на сокращение показателей в 2013 г., положительная тенденции прослеживается и по росту числа предприятий, по увеличению числу занятых, по росту оборота предприятий.

Однако, несмотря на определенный прогресс, заметно отставание по ряду показателей при сравнении уровня малого и среднего предпринимательства России и зарубежных стран. По данным Минэкономразвития за 2015 - 2016 гг., в России действует около 5,7 млн. субъектов МП, обеспечивающих вклад в российский ВВП на уровне 20 %.

В сравнении с показателями стран мирового сообщества, представленными в таблице 2, также заметно отставание уровня российского малого предпринимательства.

Таблица 2 - Основные показатели роли малого бизнеса в разных странах (2015 г.)

Значение	США	Япония	Германия	Великобритания	Индия	Сингапур
Доля МП в ВВП страны в %	52	51,6	57	52	6,9	53

Доля МП в общей занятости в %	50,1	69,5	69,3	55,5	4,5	62,3
Доля МП в кол - ве предприятий	97,6	99,2	99,3	99,1	89,2	98,5

Именно в секторе малого бизнеса сосредоточивается основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса. Распределение количества малых предприятий в зарубежных странах представлено на рисунке 1. По количеству МП в мире лидирует США, за ними следует Япония, и далее идут Италия, Великобритания, Германия, Франция.

Так, например, свыше 20 млн. фирм функционирует в США. В странах Европейского союза насчитывается 23 млн. фирм (из них 4 млн. - мелкие и средние). Свыше 5 млн. фирм - в европейских государствах, не входящих в Европейский союз, - Канаде, Австралии, Новой Зеландии, Азии (без Японии), на Ближнем и Среднем Востоке и в Африке.

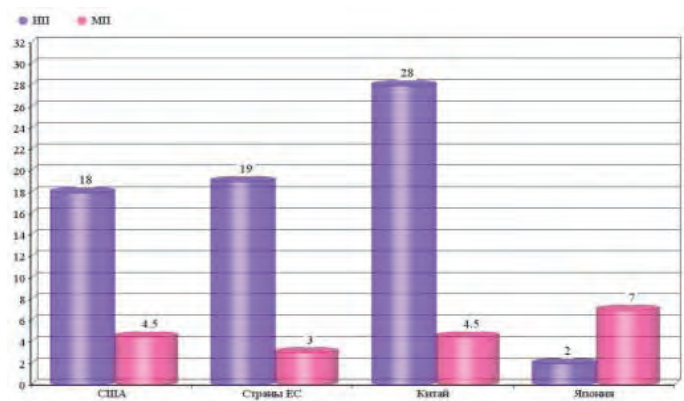


Рисунок 1. Распределение количества малых предприятий в зарубежных странах

Возникает вполне обоснованный вопрос: в чем заключаются основные проблемы и препятствия для развития малого предпринимательства в России? Экономистами были сделаны обстоятельные и аргументированные выводы о существовании нескольких системных проблем, среди которых выделяются следующие:

1) правовые механизмы поддержки малого предпринимательства. Не развиты такие направления законодательного регулирования малого бизнеса, как закон о кредитных союзах или о гарантийных фондах малого предпринимательства. Нет должной правовой базы у венчурного кредитования, франчайзинга, бизнес - инкубаторов и т.д;

2) для субъектов малого предпринимательства, имеющих ограниченный доступ к кредитным ресурсам и постоянные проблемы с пополнением оборотного капитала, оптимально, чтобы расчеты с бюджетом происходили по результатам хозяйственной деятельности за налоговый период, ибо риски ведения предпринимательской деятельности

не должны увеличиваться еще и тем, что часть неполученных доходов заранее перечисляется государству;

3) высокий уровень затрат на энергетическое, амортизационное и транспортное обеспечение деятельности предприятий.

Решение этих проблем будет являться первоочередной задачей для российских ученых и государства. Планируется к 2020 г. увеличить долю малого и среднего предпринимательства до уровня стран с наиболее развитой экономикой и сектором МСП, то есть достигнуть показателя 40 % .

Мобилизация финансовых ресурсов для малых предприятий может быть произведена за счет крупных инвесторов, к которым относятся банки и крупные финансово - промышленные группы. Одним из источников привлечения финансовых ресурсов может стать поддержка таких механизмов взаимодействия крупного и малого бизнеса, как франчайзинговые соглашения и субподрядные договоры, кредитование крупными частными инвесторами малого предпринимательства и др.

Также одним из основных рыночных инструментов в сфере поддержки малого бизнеса должно стать кредитование экспорта. Государство через банковскую систему и систему гарантий стимулирует посредством льготных кредитов под подписанные контракты развитие экспорта малого предпринимательства.

Кроме того, одной из мер содействия может стать страхование экспортных кредитов от коммерческих и политических рисков.

#### **Список использованной литературы:**

1. Завалько Н.А. Финансовое состояние малого и среднего бизнеса // Вестник Международного института экономики и права. 2016. - №2 (23). – С.42 - 46
2. Завалько Н.А. Вопросы финансового регулирования для малого и среднего бизнеса // В сборнике: Актуальные проблемы финансового контроля (аудита). Сборник материалов 2 - ой Международной заочной научно - практической конференции.2015. –С.171 - 177
3. Заболоцкая В.В. Современные зарубежные модели финансовой поддержки инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства // Экономика: теория и практика. 2015. - № 1 (37). - С. 53.

© Ю.С. Афанасьева, 2017

**УДК 330**

**Р.Р. Ахметшин, Аракчеев С.В,**  
студенты 2 - го курса ФГБОУ ВО МГТУ им. Г.И. Носова  
Россия, г. Магнитогорск  
E - mail: cjlive174@gmail.com

#### **ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА В РОССИИ**

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются проблемы развития маркетинга в России.

**Abstract:** This article examines the problems in the development of marketing in Russia.

**Ключевые слова:** Маркетинг, проблемы развития, маркетинг в России.

**Keywords:** Marketing, development problems, marketing in Russia.

Маркетинг в России – это достаточно молодое направление экономики. В то время, когда за рубежом маркетинг уже во всю функционировал, маркетинг в РФ ещё только начинал функционировать. За все время существования маркетинга в России произошли изменения в лучшую сторону, но проблемы для успешного функционирования всё - таки остались.

Взять к примеру интернет - маркетинг, в этой сфере существует такая проблема, как отсутствие возможности «пощупать товар». Небезызвестно, что большинство людей совершают покупки оценивая качество товара на ощупь. Также проблемой в этой сфере является стопроцентная предоплата товара, которая не вызывает доверия, ведь нередки случаи интернет –мошенничества, где обманным путём у людей выманивают деньги якобы за покупку товара, а в конечном итоге ни товара, ни денег. Данная проблема может со временем исчезнуть, благодаря повышению качества обслуживания клиентов, а также появление интернет - магазинов с серьезной репутацией, которой люди будут доверять.

Ещё одной проблемой является сложная социально - экономическая ситуация на рынке, где сохраняется низкий темп введения экономических реформ, а также нестабильная политическая ситуация – все это безусловно отрицательно сказывается на экономике страны и как следствие и на развитии маркетинга.

Еще одной наиболее общей проблемой связанной с развитием маркетинга в нашей стране является недооценка значимости маркетинга. Значимости в том смысле, что маркетинг выступает в качестве навигатора на рынке товаров и услуг, другими словами управляющие в фирмах не до конца осознают, что маркетинг - это основной инструмент фирмы, позволяющий эффективно конкурировать на рынке. В связи с этим маркетингу часто отводят второстепенную роль, хотя отдел маркетинга по праву должен стоять на одном уровне с финансовым, коммерческим отделами.

Также первостепенной проблемой является специфическое строение бизнеса в РФ, не всегда он носит чисто рыночный характер, а зачастую предприятия ориентируются не на развитие, а на выживание. Это основывается на том, что российские предприниматели не успевают приспосабливаться к новым движениям в экономики России, кризисы и экономическая нестабильность побуждают предпринимателей к такому ориентиру существования. Следует также отметить, что в России довольно маленькое число компаний способно успешно провести полное маркетинговое исследование, исследовать какую - либо проблему или же придумать и осуществить план рекламной кампании, которая могла бы показать конкретные результаты и гарантировать успешные продажи.

И самым главным препятствием в развитии маркетинга является несовершенная развитость государственной системы правового регулирования - неразвитость институциональных предпосылок для функционирования современного маркетинга, отсутствие соблюдения прав потребителей и правового регулирования хозяйственных отношений[4].

Но не смотря на вышеперечисленные проблемы развития маркетинга в РФ, всё - таки следует отметить, что эти проблемы решаемы, и пусть на их решение потребуется время, но всё же у маркетинга в РФ – есть перспектива. И пусть по сравнению с развитием маркетинга в зарубежных странах, российский маркетинг имеет менее благополучный вид, но главное, что российский маркетинг движется в правильном направлении. И с уверенностью можно заявить, что он имеет большие перспективы развития.

### Список использованной литературы:

1. Голубков, Е.П. Использование Интернета в маркетинге // Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 3.
2. Голубков, Е.П. Основы маркетинга.: Учебник. 2 - е изд. — Москва: Финпресс, 2003.
3. Океанова, З.К. Маркетинг: учеб. / З. К. Океанова. — Москва: ТК Велби, Проспект, 2009. — 424 с.
4. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учеб. / А. П. Панкрухин. — Москва: Омега - Л, 2007. — 518 с.

### Reference list:

1. Golubkov, E.P. Use of the Internet in marketing // Marketing in Russia and abroad. - 2002. - № 3. (in Russian)
2. Golubkov, E.P. Basics of marketing. : Textbook. 2 ed. - Moscow: Finpress, 2003.
3. Okeanova, Z.K. Marketing: studies 3. K. Okeanova. - Moscow: TK Velby, Prospekt, 2009. - 424 p.;
4. Pankrukhin, A.P. Marketing: Studies. AP Pankrukhin. - Moscow: Omega - L, 2007. - 518 p.  
© Р.Р.Ахметшин, С.В Аракчеев 2017

УДК 338.984

**Бадертдинова В.А.**

студентка 1 курса магистратуры,  
кафедры экономика предприятия  
Институт экономики и управления  
ФГУАО ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»  
Г. Симферополь, РФ  
E - mail: viktoriyabadertdinova@mail.

## ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

### Аннотация

В данной статье подробно изучены особенности бизнес планирования в сфере услуг, а именно дано понятие бизнес планирования, потребность бизнес планирования на предприятии. Рассмотрены функции бизнес планирования, несколько типов бизнес - планов в зависимости от круга задач, которые должно решать предприятие. Изучены задачи, решаемые бизнес - планом на предприятии.

А также указаны условия, обязательные для выполнения на предприятии во время осуществления бизнес планирования.

**Ключевые слова:** бизнес планирование, бизнес, предприятие, сфера услуг, этапы бизнес плана.

### Актуальность данной темы:

Специфика работы предприятия над бизнес планированием является одним из основных факторов, оказывающих влияние на структуру и содержание бизнес - плана, поэтому

рассмотрение вопросов, связанных с особенностями бизнес - планирования в такой экономической сфере деятельности как услуги, является актуальным.

При подготовке бизнес плана в сфере услуг необходимо принимать во внимание, что данное исследование имеет существенные отличия от бизнес - плана организации производства, что связано с наличием у услуг ряда отличительных признаков. Наиболее важными отличиями услуги от товара являются такие характеристики услуги, как неосвязаемость, невозможность проверить качество предоставляемой услуги, не потребив ее, непостоянство качества предоставления одной и той же услуги, неотделимость услуги от исполнителя.

**Бизнес - планирование (деловое планирование)** – самостоятельный вид плановой деятельности, которая непосредственно связана с предпринимательством.

В современной экономической практике выделяется несколько функций бизнес - планирования:

- первая функция связана с возможностью использования бизнес - плана для разработки общей концепции, генеральной стратегии развития фирмы;
- вторая – функция планирования, которая дает возможность оценить и контролировать процесс развития основной деятельности предприятия;
- третья функция – привлечение денежных средств (ссуды, кредиты) со стороны;
- четвертая заключается в привлечении к реализации планов развития предприятия, осуществлению проектов потенциальных партнеров, которые могут вложить собственный капитал или технологию.

В практике планирования деятельности предприятий сферы услуг целесообразно выделить несколько типов бизнес - планов в зависимости от круга задач, которые должно решать предприятие.

1. Бизнес - план выхода на рынок нового предприятия сферы услуг, который необходим для планирования и прогнозирования деятельности предприятия, для определения целей его развития, для решения проблем, с которыми предприятие будет сталкиваться при реализации своих целей и определения путей их преодоления с наименьшими затратами.

2. Бизнес - план реализации нового продукта (услуги, работы, товара), нового вида деятельности необходим для того, чтобы предприниматель мог реально оценить достоинства нового вида услуги.

3. Инвестиционный бизнес - план, который является инструментом для привлечения инвесторов. Он предусматривает строительство, изменение технологии, все то, что связано с такой экономической категорией, как инвестиции.

4. Бизнес - план финансового оздоровления, который составляется предприятием, находящимся в состоянии неплатежеспособности, и предполагает финансовое оздоровление предприятия обычно в период наблюдения или внешнего управления его имуществом.

5. Бизнес - план заявки на кредит – разрабатывается с целью получения на конкурсной основе заемных средств, например, для пополнения оборотных средств предприятия или для реализации широкомасштабных проектов развития действующих производственных мощностей.



Бизнес - план предприятия решает следующие задачи:

- обоснование экономической целесообразности направлений развития фирмы (стратегий, концепций, проектов);
- расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности;
- определение намечаемого источника финансирования реализации выбранной стратегии;
- подбор работников (команды), которые способны реализовать данный план.

На этапе подготовки бизнес - плана рассматриваются основные характеристики спроса и предложения, определяются основные тенденции, присущие рынку, а также прогнозируются возможные пути дальнейшего развития интересующего рынка. Информация, полученная на этом этапе, необходима для оценки будущих доходов по проекту.

Следующим этапом составления бизнес плана в сфере услуг является разработка маркетинговой кампании. Маркетинговая стратегия для предприятия сферы услуг состоит, как правило, из трех элементов: внешний маркетинг, внутренний маркетинг и маркетинг отношений. Внешний маркетинг предусматривает проведение мероприятий, направленных на выработку лояльности потенциальных клиентов к компании в целом.

Отличительной характеристикой бизнес - плана в сфере услуг является довольно низкий уровень инвестиционных расходов, а также высокая доля расходов на оплату труда в общем объеме текущих затрат. Данный факт необходимо учитывать при составлении бизнес - плана.

Основа всех этих условий – бизнес планирование, и, как результат данного процесса, бизнес план.

#### **Список использованной литературы:**

1. Изюмова О. Н. Финансовый план и оценка рисков [Электронный ресурс]. - / О.Н. Изюмова // 2012.
2. Линг, В. В. Классификация и основные методики разработки бизнес - планов [Текст] / В. В. Линг // Экономика и предпринимательство. - 2015. - N 7. - С. 735 - 739.
3. Линг, В. В. Основные проблемы и ошибки разработки бизнес - плана [Текст] / В. В. Линг // Экономика и предпринимательство. - 2015. - N 7. - С. 1018 - 1020.
4. Пивоваров С.Э. Характерные черты современного бизнеса [Электронный ресурс]. - / С.Э. Пивоваров, Л. С. Тарасевич, А. И. Майзель // Международный менеджмент; СПб.: Питер, 2000. — С. 191.
5. Попов В. М. Финансовый бизнес план [Электронный ресурс] - Учеб. пособие / В.М. Попова // – М.: Финансы и статистика, 2004. – 480 с.
6. Райзберг Б.А., Современный экономический словарь. [Электронный ресурс] - / Райзберг Б.А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. // 5 - е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА - М, 2010.

© В.А. Бадертдинова, 2017

## НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

На современном этапе налоговая политика выступает одним из наиболее важных звеньев финансовой политики, регулирующим экономические процессы в обществе. Она представляет собой комплекс мер для установления оптимального уровня налогового бремени в зависимости от характера поставленных на данный момент экономических задач.

В настоящее время актуальным является предотвращение какого – либо увеличения налоговой нагрузки на экономику, которая должна обеспечить стабильность налоговой системы и повысить ее привлекательность для инвесторов, применение мер налогового стимулирования инвестиций, проведения антикризисных налоговых мер, а также дальнейшее повышение эффективности системы налогового администрирования. При этом налоговая политика России должна отвечать современным глобальным вызовам, среди которых, прежде всего, санкции, введенные против России, и низкие цены на нефть [1].

Приоритетным и последовательно реализуемым направлением налоговой политики РФ на данный момент является борьба с уходом от налогообложения в связи с массовым вывозом капиталов за рубеж. Столь негативное влияние оттока капитала, накопленный вывоз которого оценивается более чем в триллион долларов за прошедшее десятилетие (согласно данным исследования, опубликованного в 2013 г. авторитетной международной компанией “Global Financial Integrity” (GFI), в период 1994–2012 гг.), связан с беспрецедентной для крупных стран офшоризацией и открытостью российской экономики, следствием чего стала чрезвычайная уязвимость ее финансовой системы перед внешними факторами. Значительная часть финансовых ресурсов выводится за границу с целью уклонения от уплаты налогов, что напрямую негативно влияет на формирование доходной части бюджета и, в свою очередь, снижает финансирование государственных и социальных программ и проектов.

Следовательно, необходимы следующие меры: совершенствование налогообложения иностранных компаний, действующих на территории России; изменение законодательства в сфере налогообложения процентов и дивидендов, получаемых от иностранных компаний; улучшение законодательства и практики работы с трансфертным законодательством, совершенствование правил о «недостаточной капитализации» ст. 269 НК РФ; создание механизма налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний; введение мер противодействия по уклонению от уплаты налогов и сокрытию бенефициарных собственников; активное международное сотрудничество и «подключение» к проектам по противодействию снижению налоговой базы и перенесению доходов.

Таким образом, необходимо улучшить информационно - статистическую основу противодействия офшоризации экономики, утечке капитала и минимизации налогов, включая получение данных о платежном балансе и международной инвестиционной позиции от всех офшоров в страновом разрезе [2].

### Список использованной литературы:

1. Проект "Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов".

2. Глазьев С. Ю. О неотложных мерах по укреплению экономической безопасности России и выводу российской экономики на траекторию опережающего развития. Доклад / С.Ю. Глазьев. М.: Институт экономических стратегий, Русский биографический институт, 2015. — 60 с.

© Д. А. Бадмаева, 2017

УДК 338.012

**А.М. Байбулатов**

магистрант кафедры экономики и управления  
на предприятии нефтяной и газовой промышленности  
ФГБОУ ВПО УГНТУ, г. Уфа, Российская Федерация

**Д.В. Котов**

доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления  
на предприятии нефтяной и газовой промышленности  
ФГБОУ ВПО УГНТУ, г. Уфа, Российская Федерация

### АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ НЕФТЯНОГО РЫНКА НА ОСНОВЕ РЕТРОСПЕКТИВНОГО АНАЛИЗА

На сегодняшний день нефть является одной из самых важных составляющих мировой экономики. Очень трудно представить современный мир без этого вида энергоресурсов не только сейчас, но и в ближайшей перспективе. Объемы потребления нефти огромны. Продукты, получаемые из нее, используются в широком спектре отраслей мировой экономики. Таким образом широта потребляемых продуктов из нефти накладывает на нее зависимость от основных тенденций развития мировой экономики.

На рисунке 1 приведен ретроспективный анализ цен на нефть с учетом инфляции начиная с самого зарождения нефтяной промышленности с 1861 года. Из графика видно, что период, равный около 40 годам, с 1973 и по нынешний день характеризуется очень высокой волатильностью.

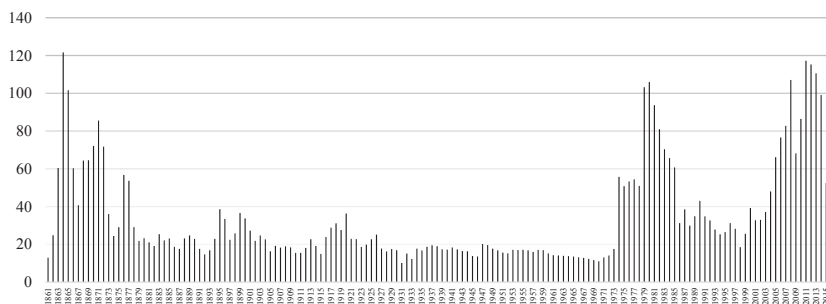


Рис. 1. Ретроспективный анализ цен на нефть  
с 1861 по 2016 годы с учетом инфляции, в долларах США

Рост и падение цены нефти традиционно связывают с:

1973 - арабо - израильская война и арабское эмбарго на поставки нефти в США и другие западные страны;

1979 – революция в Иране;

1980 – начало спада мировой экономики из - за высоких цен на нефть;

1983 – отказ ОПЕК от фиксированных цен. Рост добычи в Саудовской Аравии;

1986 – падение цен на нефть из - за переизбытка производства, и, соответственно, предложения на рынке;

1990 – вторжение Ирака в Кувейт;

1991 – конец войны в Персидском заливе;

1998 – азиатский финансовый кризис;

1999 – сокращение ОПЕК квот до 1,7 млн. баррелей в сутки;

2001 – теракты 11 сентября в США;

2003 – вторжение США и сил НАТО в Ирак;

2005 – разрушительные ураганы в Мексиканском заливе;

2008 – финансовый кризис. Сокращение суточных квот ОПЕК до 4,2 млн. баррелей;

2009 – рост спроса на нефть в странах с развивающейся экономикой;

2011 – «Арабская весна», война в Ливии, увеличение суточной квоты ОПЕК на 1,25 млн. баррелей;

2014 – рост производства нефти в США, замедление экономического роста Китая;

2015 – снятие санкций с Ирана, отказ производителей сокращать добычу нефти.

События в геополитике чаще выступают сигналами к росту мировых цена на нефть (войны, революции), события экономические (встреча ОПЕК, рост производства и т.д.) в зависимости от своих результатов могут двояко повлиять на цены, природные события и техногенные катастрофы (ураганы, наводнения, аварии на АЭС и т.д.) чаще всего заставляют цены стремиться вверх.

Основными факторами, влияющими на мировые нефтяные цены, являются:

- падение добычи на старых месторождениях, отказ нефтяных компаний ввиду низких цен от разработки новых объектов добычи, рост операционных затрат на добычу нефти;

- снижение инвестиций в сектор разведки и добычи нефти;

- постоянное изменение баланса спроса и предложения на рынке нефти, влияние фьючерсов на мировые ценовые котировки;

- влияние на цены с помощью ограничения объемов добычи странами ОПЕК;

- нестабильная геополитическая ситуация в странах арабского востока и северной Африки.

На сегодняшний день на мировом рынке наблюдается переизбыток нефти. Это длится с 2014 года – крайнего года, еще характеризующегося высокими нефтяными ценами.

Все последние переговоры о сокращении добычи стран ОПЕК и стран - наблюдателей при этой организации не дали мощных результатов по подъему цен, что говорит о недостаточной оценке переизбытка нефти на рынке. Таким образом, чтобы спровоцировать цены к росту либо необходимо продолжать совокупно сокращать добычу нефти, либо должен произойти грандиозный сбой поставок нефти на одном из крупнейших каналов сбыта углеводородов.

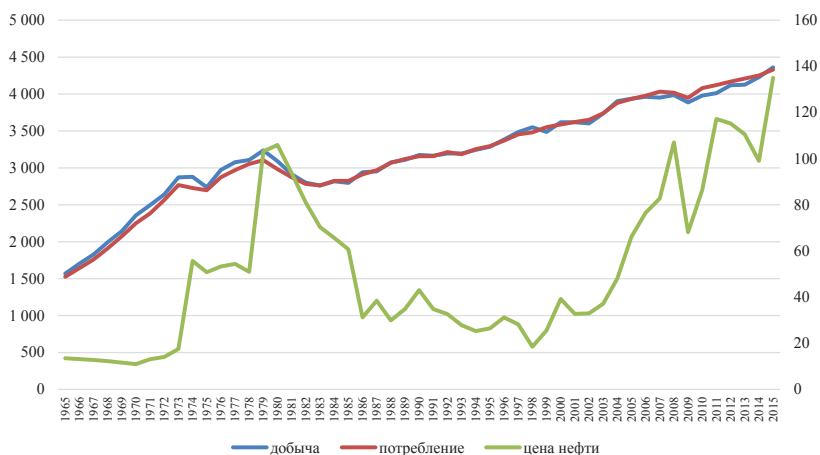


Рис. 2. Графики добычи и потребления нефти с 1965 года + цена нефти с учетом инфляции, млн. тонн, дол. США

Основное формирование цен на любой товар основывается на балансе спроса и предложения данного товара. Утверждать, что данные изменения были вызваны дефицитом нефти на рынке утверждать однозначно нельзя. Данные выводы кажутся логичными и доля правды в них есть. На рисунке 2 отражены данные по потреблению нефти в мире. Как мы видим баланс спроса и предложения важен, но наибольшее влияние на нефтяные цены оказывают иные события.

Спрос и предложения на рынке нефти играют важную роль в нефтяном ценообразовании. Дефицит или профицит углеводородов сложно предсказать в долгосрочной перспективе, так как он образуется одномоментно, отчего происходит падение или рост цен на нефть. Слишком много факторов могут повлиять на дефицит или профицит. Повлиять на это могут события от перерывов поставок нефти в Нигерии до открытия огромных месторождений сланцевой нефти в США.

В условиях низких цен на углеводороды нефтегазовые компании мира вынуждены отказываться от новых масштабных проектов по разведке и добыче нефти, что в долгосрочной перспективе однозначно приведет к нехватке нефти и обеднению мировой сырьевой базы. Скачок цен на углеводороды не заставит себя долго ждать при таких условиях.

Стоимость нефти будет зависеть от экономической и политической ситуации в мире. Договоренность о снижении и стабилизации добычи стран ОПЕК может придать растущий вектор цене в долгосрочной перспективе. Также рост цен может произойти ввиду длительного вооруженного конфликта на Ближнем Востоке.

Нельзя не упомянуть о скрытом факторе, а именно о «бумажной» нефти или о фьючерсных контрактах на нефть. По сути это ценная бумага, гарантирующая поставку нефти, которая может быть на деле еще даже не добыта. Это означает что объем предложения «бумажной» нефти складывается в совокупности с реальным предложением, что может обрушить ценовые котировки нефти. К примеру, в 2014 году – в период перед началом резкого падения цен, Мексика продала всю свою будущую добытую нефть по фьючерсным контрактам по цене 76,5 долларов за баррель. Если учесть, что Мексика

добывает около 65 - 70 млн. тонн нефти, и вся эта нефть 2015 года вышла на рынок предложением уже в 2014, то представьте какой колоссальный стресс испытали нефтяные цены. Возможно, это стало одним из факторов падения котировок нефти.

Согласно многим экспертным мнениям никто не видит вероятности резкого отказа от нефти и ее продуктов. Да, эксперты признают, что общее развитие мировой экономики будет сопровождаться постепенным снижением доли нефти как главного энергоносителя, но сам спрос никуда не денется. Снижения доли, но не снижения спроса.

Сегодняшняя стагнация европейских экономик и замедление роста экономики Китая также играют важную роль в формировании цен на нефть. Замедление экономики сопровождается падением производств, что тянет за собой падение потребления нефти и, соответственно, падение спроса. Таким образом, чтобы стабилизировать мировые цены необходимо ждать повышения спроса и искусственно понижать предложение на рынке нефти.

Низкие цены привели к тому, что нефтяные компании отказываются от реализации проектов на новых месторождениях и делают упор на интенсификацию добычи нефти на старых традиционных своих объектах. Таким образом компании максимально сокращают свои затраты. В мировых масштабах приверженность к такой политике большинства компаний неизбежно приведет к падению добычи нефти и предложение на рынке само найдет баланс со спросом, а если еще к этому мировые экономики решат начать рост, им будет чрезмерно мало нефти. Исходя из этого цены резко пойдут вверх, что положит начало новой волне инвестиционных вложений в проекты разработки и добычи традиционной нефти.

При объяснении причин роста предложения нефти на рынке стоит упомянуть о «сланцевой революции» в США. США всегда были крупным производителем и импортёром нефти, так как не могли покрывать свою потребность внутренней добычей. Но все кардинально изменилось, когда с помощью новых современных технологий, американские нефтяники начали бурить и добывать сланцевую нефть. Сейчас США почти полностью самостоятельно удовлетворяют свой внутренний спрос. А теперь представьте куда пристроить всю добытую нефть, от которой отказались США, а Европа и Китай затормозили рост своих экономик? Ответ – никуда. Эта нефть так и «гуляет» по рынку.

Добыча сланцевой нефти характеризуется большим перечнем отрицательных моментов:

- высокие капитальные вложения;
- необходимость бурения большого количества скважин;
- короткий жизненный цикл скважин;
- большое потребление гидроресурсов;
- высокие экологические риски и др.

Бурение основной части, работающих сегодня скважин по добыче сланцевой нефти в США, пришлось на период высоких цен на нефть. Ввиду перечисленных характеристик скважин ранее, стоит ожидать снижения добычи сланцевой нефти восстановления тренда на повышение цен на углеводороды. Так в своем недавнем интервью Владимир Дребенцов, главный экономист группы ВР по России и СНГ, вице - президент «ВР Россия», сравнил сегодняшнюю добычу сланцевой нефти в США при низких ценах на нефть с «вдыханием винных паров из открытой только что бутылки».

Сланцевые нефть и газ, бесспорно, является будущим развития нефтегазодобычи в ближайшей перспективе. Хотя сейчас и для их добычи применяются самые совершенные западные методы, экологическая опасность добычи такого сырья остается на высоком уровне. На фоне всеобщего загрязнения окружающей среды промышленными отходами, как ни крути, общество уже приходит к осознанию опасности экологической проблемы.

XXI век имеет тренд на повышение экологической безопасности и недопущения масштабов, загрязнения окружающей среды как в начале промышленных революций прошлого века, выбор будет падать на более экологичные технологии любой отрасли промышленности и транспорта.

Отдельно стоит сказать о том, что многие крупные страны - потребители нефти сейчас активно внедряют программы повышения энергоэффективности своих экономик или приняли соответствующие цели в своих экономических стратегиях. Переход на альтернативные источники энергии и проведение программ повышения энергоэффективности более вероятен при стабильно высоких ценах на углеводороды.

#### **Список использованной литературы:**

1. Байбулатов А.М. Инвестиционный климат в российском нефтегазовом секторе // Сборник статей Международной научно - практической конференции «Научные преобразования в эпоху глобализации». — Уфа: Аэтерна, 2017. — С. 29 - 31.
2. Байбулатов А.М., Котов Д.В. Принципы и особенности управления инвестициями в российском нефтегазовом секторе // Сборник статей Международной научно - практической конференции «Проблемы формирования единого научного пространства». — Волгоград: Аэтерна, 2017. — С. 29 - 33.
3. Бушуев В.В., Конопляник А.А., Миркин Я.М. и др. Цены на нефть: анализ, тенденции, прогноз. — М.: ИД «Энергия», 2013. — 344 с.
4. Котов Д.В., Можиль А.Ф., Хашпер Б.Л. Проблемы и пути совершенствования системы налогового регулирования инвестиционной деятельности нефтяных компаний // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. — 2014. — №11. — С. 19 - 23.

© А.М. Байбулатов, Котов Д.В., 2017

**УДК 006**

**А.В. Баранова**

Студентка 1 курса факультета Инноватика  
Дальневосточный Федеральный Университет  
Г. Владивосток, Российская Федерация

### **ОСОБЕННОСТИ ГАРМОНИЗАЦИИ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА В ОБЛАСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ И РЕСПУБЛИКОЙ КОРЕЯ**

Россия и Республика Корея являются странами – соседями с давними и прочными географическими, политическими и экономическими связями. Между двумя странами заключены более 50 соглашений по торговле, о гарантиях инвестиций, о сотрудничестве в военно – технической области, в сфере мирного использования атомной энергии, о культурном обмене, рыболовстве, а также по предотвращению двойного налогообложения и др.

По данным Федеральной таможенной службы России, в 2016 году товарооборот России с Республикой Корея составил 15 140 410 743 долл. США, уменьшившись на 16,1 % (2 917 439 616 долл. США) по сравнению с 2015 годом. Экспорт России в Республику Корея в 2016 году составил 10 027 147 248 долл. США, уменьшившись на 25,71 % (2 917 439 616

долл. США), импорт России из РК составил 10 027 147 248 долл. США, увеличившись на 12,1 % (553 229 812 долл. США) по сравнению с 2015 годом. Сальдо торгового баланса России и РК в 2016 году сложилось положительно в размере 4 913 883 753 долл. США. По сравнению с 2015 годом положительное сальдо уменьшилось на 45,02 % (4 023 899 240 долл. США) [3].

Республика Корея занимает девятое место в списке основных торговых партнеров России (3,4 % товарооборота). Россия шестнадцатое место среди партнеров РК (1,6 %).

В российском экспорте доминируют энергоресурсы, в том числе нефть и природный газ (78,7 %). Также значительная доля поставок приходится на продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (8,7 %), металлы и изделия из них (6,2 %), продукты органической и неорганической химии (2,3 %).

Структуру российского импорта из Республики Корея формируют машины, оборудование и транспортные средства (61,7 %), продукция химической промышленности (16,5 %), металлы и изделия из них (10,5 %).

Особо значимым направлением деятельности по обеспечению свободы передвижения товаров является устранение «технических барьеров в торговле», т.е. «различий требований национальных и межгосударственных технических регламентов, стандартов или процедур подтверждения соответствия, имеющие большее ограничительное воздействие, чем это необходимо для достижения установленных национальными законодательствами государств — участников интеграционных объединений целей разработки технических регламентов и стандартов, и приводящих в связи с этим к излишним препятствиям в международной торговле и в реализации товаров на отечественном рынке» [1, с. 58].

Важным шагом на пути устранения данных барьеров является гармонизация требований подтверждения соответствия товаров, а также понятийного аппарата в области технического регулирования между Российской Федерацией и Республикой Корея. Для этого необходимо провести большую работу по согласованию терминов, которая может состоять, как минимум из нескольких этапов:

- Систематизация понятийного аппарата, применяемого в Российской Федерации и его перевод;
- Систематизация понятийного аппарата, применяемого в Южной Корее и его перевод;
- Сопоставление терминологии;
- Формулирование предложений по гармонизации понятийного аппарата.

Целью данного исследования является гармонизация понятийного аппарата технических регламентов двух стран, Республики Корея и Российской Федерации. Для этого были переведены основные понятия в области технического регулирования на основе ФЗ «О техническом регулировании».

Таблица №1. ФЗ «О техническом регулировании» [2]

Термин на русском языке	Нормативно – правовая документация	Определение	Термины на корейском языке
продукция	ФЗ «О техническом регулировании»	результат деятельности, представленный в материально - вещественной форме и предназначенный для дальнейшего	생산



		использования в хозяйственных и иных целях	
риск	ФЗ «О техническом регулировании»	вероятность причинения вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений с учетом тяжести этого вреда	위험, 리스크
сертификация	ФЗ «О техническом регулировании»	форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров	인증
сертификат соответствия	ФЗ «О техническом регулировании»	документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров	적합성인증
международный стандарт	ФЗ «О техническом регулировании»	стандарт, принятый международной организацией	국제 표준
идентификация продукции	ФЗ «О техническом регулировании»	установление тождественности характеристик продукции ее существенным признакам	제품식별

### Список использованной литературы:

1. Соглашение по техническим барьерам в Зоне свободной торговли от 20.06.2000 // Содружество. Информационный вестник Совета глав государств и Совета глав правительств СНГ. N 2(35). С. 55 — 65.
2. Федеральный закон РФ от 27.12.2002 №184 - ФЗ «О техническом регулировании». Ред. 2017г.
3. Russian foreign trade reports and reviews. The report on Russia's foreign trade in goods with South Korea in 2016: exports, imports, products, dynamics [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://en.russian-trade.com/reports-and-reviews/2017-02/russian-trade-with-south-korea-in-2016/>.

© А.В. Баранова 2017г.

## НЕОБХОДИМОСТЬ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Анализ финансовой устойчивости, а в более широком смысле финансово - экономической устойчивости, является крайне важной и актуальной проблемой как для отдельного предприятия, так и для России в целом.

Как было отмечено ранее: финансовая устойчивость – это характеристика, свидетельствующая об устойчивом превышении доходов предприятия над его расходами, свободном маневрировании денежными средствами предприятия и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции. Финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно - хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости фирмы.

Анализ устойчивости финансового состояния на ту или иную дату позволяет выяснить, насколько правильно предприятие управляло ресурсами в течение периода, предшествующего этой дате [1].

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений (организаций и лиц), заинтересованных в результатах его функционирования. На основании доступной им отчетно - учетной информации они стремятся оценить финансовое положение предприятия. Основным инструментом для этого служит финансовый анализ, при помощи которого можно объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта, а затем по его результатам принять обоснованные решения.

Современный финансовый анализ постоянно изменяется под воздействием растущего влияния среды на условиях функционирования предприятий. В частности меняется целевая направленность: контрольная функция отступает на второй план и основной упор делается на переход к обоснованию управленческих и инвестиционных решений, определению направлений возможных вложений капитала и оценки их целесообразности.

Чтобы выжить в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, необходимо при помощи финансового анализа своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения состояния предприятия и его платежеспособности.

Чтобы принимать управленческие решения в области производства, сбыта, финансов, инвестиций и нововведений, руководству нужна постоянная осведомленность по соответствующим вопросам, возможная лишь в результате отбора, анализа, оценки и

концентрации исходной «сырой» информации. Эффективность или неэффективность частных управленческих решений, связанных с определением цены продукта, размера партии закупок сырья или поставок продукции, заменой оборудования или технологии, должна пройти оценку с точки зрения общего успеха фирмы, характера ее экономического роста и роста общей финансовой эффективности[2].

Неудачи с использованием финансовых коэффициентов для целей принятия экономических решений объясняются в значительной степени именно тем, что начинающие аналитики привлекают для анализа несопоставимые с точки зрения методологии бухгалтерского учета данные и делают затем на их основе неадекватные выводы.

Теория и практика финансового анализа располагает разнообразным набором способов расчета показателей финансовой устойчивости организации, различающихся как методическими подходами к определению стоимости отдельных составляющих капитала, так и информационной базой. Профессионализм аналитика состоит в том, чтобы, владея различными методами определения стоимости капитала, понимая проблемы использования того или иного методического подхода, обосновать выбор приемлемого способа с учетом стоящих целей анализа и имеющейся информации.

В современных условиях перед руководством предприятия встает задача не столько овладеть самими методами финансового анализа, сколько использования результатов анализа.

Стремясь решить конкретные вопросы и получить квалифицированную оценку финансового положения, руководители предприятий все чаще начинают прибегать к помощи финансового анализа. При этом они, как правило, уже не довольствуются констатацией величины показателей отчетности, а рассчитывают получить конкретное заключение о достаточности платежных средств, нормальных соотношениях собственного и заемного капитала, скорости оборота капитала и причинах ее изменения, типах финансирования тех или иных видов деятельности. [3].

Результаты финансового анализа позволяют выявить уязвимые места, требующие особого внимания. Нередко оказывается достаточным обнаружить эти места, чтобы разработать мероприятия по их ликвидации.

Для внутренних пользователей необходим более тщательный анализ, с использованием оценочных показателей (при анализе финансовой устойчивости).

Успех или неудача предпринимательской деятельности во многом зависит от выбора состава и структуры выпускаемой продукции и оказываемых услуг. При этом важно не только предварительно решать, что производить, но и безошибочно определить, как производить, по какой технологии и по какой модели организации производства и управления действовать.

Для устойчивости предприятия очень важна не только общая величина издержек, но и соотношение между постоянными и переменными издержками.

Переменные затраты (на сырье, энергию, транспортировку товаров) пропорциональны объему производства. Постоянные же (на приобретение и (или) аренду оборудования и помещений, амортизацию, управление, выплату процентов за банковский кредит, рекламу, оклады сотрудников) - от него не зависят.

Другим важным фактором финансовой устойчивости предприятия, тесно связанным с видами производимой продукции (оказываемых услуг) и технологией производства, является оптимальный состав и структура активов, а также правильный выбор стратегии управления ими. Устойчивость предприятия и потенциальная эффективность бизнеса во многом зависит от качества управления текущими активами, от того, сколько задействовано оборотных средств и какие именно, какова величина запасов и активов в денежной форме.

Следует помнить, что если предприятие уменьшает запасы и ликвидные средства, то оно может пустить больше капитала в оборот и, следовательно, получить больше прибыли. Но одновременно возрастает риск неплатежеспособности предприятия и остановки производства из-за недостаточности запасов. Искусство управления текущими активами состоит в том, чтобы держать на счетах предприятия лишь минимально необходимую сумму ликвидных средств, которая нужна для текущей оперативной деятельности.

Следующим значительным фактором финансовой устойчивости является состав и структура финансовых ресурсов, правильный выбор стратегии и тактика управления ими. Чем больше у предприятия собственных финансовых ресурсов, прежде всего, прибыли, тем спокойнее оно может себя чувствовать. При этом важна не только общая масса прибыли, но и структура ее распределения, и собственно - та доля, которая направляется на развитие производства. Отсюда оценка политики распределения и использования прибыли выдвигается на первый план в ходе анализа финансовой устойчивости предприятия. В частности, исключительно важно проанализировать использование прибыли в двух направлениях:

- во - первых, для финансирования текущей деятельности - на формирование оборотных средств, укрепление платежеспособности, усиление ликвидности.

- во - вторых для инвестирования в капитальные затраты и ценные бумаги [4].

Большое влияние на финансовую устойчивость предприятия оказывают средства, дополнительно мобилизуемые на рынке ссудных капиталов. Чем больше денежных средств может привлечь предприятие, тем выше его финансовые возможности; однако возрастает и финансовый риск - способно ли будет предприятие своевременно расплачиваться со своими кредиторами. И здесь большую роль призваны играть резервы как одна из форм финансовой гарантии платежеспособности хозяйствующего субъекта.

Изучение финансовой устойчивости позволяет оценить возможности организации обеспечивать бесперебойный процесс финансово - хозяйственной деятельности и степень покрытия средств, вложенных в активы собственными источниками.

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. Напротив, в результате спада объемов производства и продаж происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Следовательно, устойчивое финансовое состояние не является счастливым случаем, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности предприятия.

Устойчивое финансовое положение, в свою очередь, оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности должна быть направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективное его использование.

Определение границ финансовой устойчивости предприятия относится к числу наиболее важных экономических проблем в условиях перехода к рынку, ибо непосредственная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для расширения производства, а избыточная – будет препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами и резервами. Следовательно, финансовая устойчивость должна характеризоваться таким состоянием финансовых ресурсов, которое соответствует требованиям рынка и отвечает потребностям развития предприятия.

Финансовая устойчивость является главным компонентом общей устойчивости предприятия. Для оценки финансовой устойчивости предприятия необходим анализ его финансового состояния, которое выражается в образовании, распределении и использовании финансовых ресурсов. Этот «набор» предопределяет и логику анализа: последовательное, поэтапное рассмотрение всех процессов, связанных с наличием финансовых ресурсов, их формированием, распределением и использованием.

Организация и управление финансовой устойчивостью являются важнейшим аспектом работы финансово - экономической службы предприятия и включает целый ряд организационных мероприятий, охватывающих планирование, оперативное управление, а также создание гибкой организационной структуры управления всего предприятия и его подразделений.

Таким образом, финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой финансово - экономической деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Если предприятие финансово устойчиво, то оно имеет преимущество перед другими предприятиями того же профиля и привлечений инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Наконец, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, так как выплачивает своевременно налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату – рабочим и служащим, дивиденды – акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним.

Оценка финансовой устойчивости является не только частью анализа финансового состояния, но и выясняет вопросы имущественного положения предприятия, ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности и рентабельности. Кроме того, анализ финансовой устойчивости вскрывает имеющиеся недостатки и позволяет наметить пути их устранения.

Организация прогнозирования финансовой устойчивости необходима прежде всего для того, чтобы увязать источники поступления и направления использования собственных денежных средств.

В настоящее время важно не только проанализировать финансовое состояние предприятия, но и спрогнозировать финансовую устойчивость, а также разработать мероприятия по улучшению финансового состояния.

В практике анализа финансовых прогнозов требуется наиболее ранняя диагностика или прогнозирование возможности банкротства организации. Анализ прогнозов позволяет на более раннем этапе предвидеть перспективы, своевременно корректировать бизнес - планы и принимать решения, влияющие на тактические и стратегические задачи развития.

Для прогнозирования вероятности банкротства организации используется ряд коэффициентов, характеризующих анализ банкротства. Коэффициенты названы по именам их авторов: Z - счет Альтмана, Коэффициент Чессера, Вероятность банкротства по Биверу. Каждый из указанных показателей был наиболее актуален именно в момент его создания с характерной ему экономической обстановкой. Поэтому результат каждого коэффициента нельзя принимать безоглядно. Кроме того, даже комплексный результат коэффициентов не всегда отражает реальную ситуацию: для некоторых вполне успешных предприятий указанные коэффициенты могут показать высокую вероятность банкротства.

Наиболее распространенными в практике прогнозирования возможного банкротства являются предложенные американским профессором Э.Альтманом Z - модели. Однако следует обратить внимание, что полученные на основе Z - модели Альтмана выводы нельзя признать безоговорочно достоверными ввиду ограничений на использования данного показателя в условиях российской экономики. Недостаток их заключается в том, что их по существу, можно рассматривать лишь в отношении крупных компаний.

Разработанные на Западе модели прогнозирования банкротства соответствуют условиям развитой экономики, поэтому необходимо либо адаптировать их к российским условиям, либо разрабатывать свои адекватные этим условиям прогнозные модели.

Предпосылкой банкротства может быть неудовлетворительная структура баланса или такое состояние имущества и обязательств должника, при котором за счет имущества не может быть обеспечено своевременное выполнение обязательств перед кредиторами в связи с недостаточной степенью ликвидности имущества должника. При этом общая стоимость имущества может быть равна общей сумме обязательств должника или превышать ее.

Информационной базой финансового анализа являются данные бухгалтерского учета и отчетности, изучение которых позволяет оценить финансовое положение организации, изменения, происходящие в ее активах и пассивах, убедиться в наличии прибылей и убытков, выявить перспективы развития.

#### **Примечание:**

1. Андрианов В.Д. Экономический и инвестиционный потенциал инфраструктурных отраслей экономики России // Маркетинг, 2010 №11
2. Дорошенко Ю.А. Экономический потенциал территории. - СПб.: Химия, 2014.
3. Борзенкова А.С. Оценка экономического потенциала предприятия и повышение эффективности его использования. - Белгород, 2013.
4. Банковское дело / Под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кровелицкой. - СПб.: Питер. 2012. - 384 с.

© А.В.Белозерская, Е.А. Адаменко

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

## ОПТИМИЗАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ С ПОМОЩЬЮ ЗАДАЧИ ЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

При невозможности заимствования средств задачу оптимизации портфеля ценных бумаг можно представить как задачу линейного программирования. Данный алгоритм представлен на рисунке 1.



Рисунок 1. Алгоритм вычисления удельных весов портфеля

Задачу можно представить в качестве задачи линейного программирования, если определить коэффициенты бета и максимизировать доходность портфеля. Величина бета представляет зависимость между доходностью актива и доходностью рыночного портфеля. Причем рыночный портфель определяется как совокупность всех активов, принадлежащих инвестору.

В первую очередь необходимо сформировать целевую функцию. В данной задаче ей будет являться ожидаемая доходность портфеля ( $r_p$ ):

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

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

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

$i=1, n$  — количество активов.

Для формирования первого ограничения необходимо в первую очередь определить бета каждого актива ( $\beta_i$ ):

$$\beta_i = \frac{cov_{ij}}{\sigma_j^2},$$

где  $cov_{ij}$  — ковариация актива и рыночного портфеля;

$\sigma_j^2$  — дисперсия рыночного портфеля.

Ограничениями в данной задаче являются:

1) Бета портфеля не должна превышать некоторое заданное значение ( $k$ ), которое в основном определяется относительно бета рыночного портфеля в зависимости от уровня риска:

$$\beta_p = \sum_{i=1}^n \beta_i x_i \leq k,$$

где  $\beta_p$  — бета портфеля;

$\beta_i$  — бета  $i$ -го актива;

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

$i=1, n$  — количество активов.

2) Сумма удельных весов портфеля должна быть равна единице:

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

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

$i=1, n$  — количество активов.

3) Удельный вес каждой бумаги должен быть больше нуля и меньше единицы:

$$0 \leq x_i \leq 1,$$

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

$i=1, n$  — количество активов.

Решая данную задачу одним из методов решения задачи линейного программирования, вычисляются удельные веса активов в портфеле ценных бумаг и ожидаемая доходность портфеля.

#### 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.181 - 183.

© Беляева А.А., 2017

УДК 658.152

**Борисихина Д. А.**, студентка 3 курса ф - та Управления

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г.Краснодар

**Бунтовский С. Ю.**, кандидат экономических наук

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г.Краснодар

### ВАЖНОСТЬ И РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Само слово «инвестиция», как и множество других слов, происходит из латинского языка, и является производным от «invest», что означает «вкладывать». По словам Алексея М. М, вложить – это дело не хитрое, и много ума здесь не нужно. Самое главное



– умение получать прибыль из своих вложений. Нужно понимать куда, когда, как и каким образом вложить деньги, чтоб они в ближайшем будущем не только окупились, но и принесли хорошую прибыль [1].

Понятия «инвестиции» как экономическое явления в отечественной научной среде появился сравнительно недавно. В литературе второй половины 20 века их определили, как долгосрочные вложения капитала для дальнейшего развития предприятия.

Привлечение внешних и внутренних инвесторов и создание благоприятного инвестиционного климата, являются важнейшими приоритетами экономической политики государства в сложных кризисных условиях и зачастую являются определяющими развитие новых отраслей. Большой вклад в понимание термина инвестиции внесли отечественные экономисты Диденко О.В., Скобелева И.П., Рыбалко Н.В. Экономическая оценка инвестиций разрабатывалась такими учеными как, Ткаченко И.Ю., Семенов В.П., Харченко А.Н [2].

Разработка и принятие инвестиционных решений связаны с использованием различных методов их оценки. Для инвестора необходимо на основе многокритериальности выбора решить какое вложение наиболее привлекательно для него в каждом отдельном случае из множества альтернативных вариантов. В отечественной и зарубежной практике используется целый ряд методов, которые могут служить основой для принятия инвестиционных решений, они учитывают разные показатели и в зависимости от того, что на данный момент является приоритетным для инвестора и определяют его решение.

В современной экономике существует два схожих, но в тоже время различных понятия – «инвестирование» и «финансирование». В чем же между ними разница? Как уже было сказано выше, инвестирование предполагает получение прибыли от деятельности предприятия (объекта) в которые вкладываются деньги. Финансирование же не ставит перед собой таких задач [3].

По статистике авторитетного журнала Форбс, около 60 % богатейших людей мира заработали свой основной капитал благодаря успешному и умелому инвестированию. Генри Форд говорил: «Старики советуют нам быть экономнее и собирать деньги. Я до 40 лет не сэкономил и цента, и все свои деньги вкладывал в развитие собственного дела». Инвестиции – это одна из возможностей получения прибыли, и многие успешные предприниматели осознают, что удачное вложение 10.000 долларов сегодня, может принести миллионы уже через год. Пожалуй, самой успешной и удачной инвестицией можно назвать вложение 30.000 долларов Вячеславом Миралашвили в социальную сеть «Вконтакте». Он получил 60 % акций ВК, и уже через несколько лет стал самым молодым долларовым миллиардером в России.

Говоря о значении удачных инвестиций их можно привести множество. К примеру, кто связал свою судьбу с гуру инвестиционного рынка Уорреном Баффетом, не просчитались. В 1962 году за три года до того, как Баффет возглавил Berkshire Hathaway, акция компании стоила 7,56 доллара США. Сейчас цена одной бумаги - 112 тысяч долларов. Это означает, что тот, кто в 1962 году купил всего лишь девять акций, затратив на это жалкие 70 долларов, сейчас долларовый миллионер. Так же можно вспомнить Google, с августа 2004 года цена акции, которая тогда составляла 85 долларов, выросла шестикратно, достигнув 485 долларов, а на пиковых позициях выражалась более чем в 700 долларах [5].

Подводя итог следует отметить что, предприятия постоянно сталкиваются с необходимостью инвестиций, т.е. с вложением средств в различные программы и отдельные мероприятия с целью организации новых, поддержания и развития действующих производств (производственных мощностей), технической подготовки производства, получения прибыли и других конечных результатов. При принятии решения о инвестиционной деятельности обязательно необходимо учитывать риски, а документом, в котором с экономической точностью должна быть доказана теорема о том, что вложенные инвестором средства будут возвращены с прибылью, является бизнес - план инвестиционного проекта [6].

#### **Список использованной литературы:**

1. Алексеева М. М. Планирование деятельности организаций : учеб. - метод. пособие / М. М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 266 с.
2. Анискин Ю. П. Внутрифирменное планирование : учеб. пособие / Ю. П. Анискин. – М.: МГИЭТ., 2013. – 94 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 2015. – 275 с.
4. Бунтовский С.Ю. Развитие стратегического менеджмента в современных условиях хозяйствования / Бунтовский С.Ю. // Современная наука: опыт, проблема и перспективы развития. [Электронный ресурс] / Материалы международной научно - практической конференции / под общ. Ред. Д.А.Ефремова . – Нефтекамск: НИЦ «Наука и образование», 2015
5. Бунтовский С. Ю. Способы мотивации персонала при неблагоприятных условиях на примере компании google / С. Ю. Бунтовский, Т. А. Папикян, Ю.А. Овчинникова // Молодой ученый: Вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам XXIII Международной научно - практической конференции «Молодой ученый: Вызовы и перспективы». – № 21(23). – М., Изд. «Интернаука», 2016.
6. Бунтовский С.Ю. Анализ уровня инвестиционной привлекательности Краснодарского края / Бунтовский С.Ю. Бондаренко А.И., Кудинова А.И. // Международный журнал гуманитарных и естественных наук № 1 2016. - С. 155 - 157
7. Мовсисян К.А. Инвестиционное обеспечение инноваций в России / Мовсисян К.А., Бунтовский С.Ю. // Сборник статей Международной (заочной) научно - практической конференции «Актуальные вопросы современной науки». Краснодар 27 ноября 2016, Научно - издательский центр «Диктум», 2016. – С. 31 - 37

© Борисихина Д.А, Бунтовский С.Ю, 2017

**УДК 331.56**

**Д.К. Бражкина**

Студентка КемГСХИ

Г. Кемерово, Российская Федерация

### **ОБЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ**

Одна из основных целей макроэкономической политики государства, достижение высокого уровня занятости, так как проблема безработицы является актуальной на сегодняшний день. Показатель безработицы является одним из главных показателей для

определения общего состояния экономики, для оценки ее эффективности. Безработицей является наличие в стране людей, составляющих часть экономически активного населения, которые способны и желают трудиться по найму, но не могут найти работу[5, с. 72].

Перед людьми, занимающимися социальной работой безработица ставит нелегкие задачи. Ведь она встречается и оказывает мощное и разрушительное влияние на людей, на экономическом, социальном и психологическом уровнях.

Это влияет не только на материальное состояние семьи, но и теряется самоуважение людей, возникают различной степени сложности заболевания на нервной почве и появляется ощущение безнадежности в завтрашнем дне. Человек теряет смысл дальнейшей борьбы за жизнь. Он просто начинает существовать. В каждой стране складывается свой естественный уровень безработицы, обусловленный ее географическими размерами, системой коммуникаций, темпами развития экономики и т.п. Уровень безработицы - одна из самых главных характеристик, описывающая экономику страны или региона.

Рассмотрим экономическую активность населения в возрасте 15 - 72 лет на примере Сибирского Федерального округа с 2014 - 2016 год в % .

Таблица 1 - Экономическая активность населения в возрасте 15 - 72 лет на примере Сибирского Федерального округа с 2014 - 2016 год, в % .

Сибирский Федеральный округ		Год			Отклонения 2014от 2012гг.
		2014	2015	2016	
1.	Республика Алтай	11,6	11,5	10,4	- 1,2
2.	Республика Бурятия	7,9	8,0	8,4	0,5
3.	Республика Тыва	18,4	19,3	19,1	0,7
4.	Республика Хакасия	7,9	6,0	6,2	- 1,7
5.	Алтайский край	6,2	8,3	7,2	1
6.	Красноярский край	5,5	5,7	5,0	- 0,5
7.	Забайкальский край	10,6	10,5	10,0	- 0,6
8.	Иркутская область	7,8	8,3	8,8	1
9.	Кемеровская область	7,1	6,0	6,2	- 0,9
10.	Новосибирская область	5,6	5,9	5,1	- 0,5
11.	Омская область	6,9	8,8	6,7	- 0,2
12.	Томская область	8,4	7,6	7,6	- 0,8

По показателям 2014 - 2016 гг. наибольший уровень безработицы наблюдается в Республиках Тыва, Алтай и в Забайкальском крае. А что касается Кемеровской области, то показатели безработицы в 2016 г. по сравнению с 2014 г. снизился на 0,9 % . Существуют региональные программы занятости исходящие из общероссийской концепции регулирования рынка труда. В России одной из таких программ является Центр занятости - это учреждение, осуществляющее посредничество между рабочими и предпринимателями при совершении сделки купли - продажи рабочей силы и регистрацию безработных. Законодательство предполагает необходимость вынуждено незанятого гражданина заявить об этом. Затем его регистрируют как лицо, ищущее работу. И с этого момента государство обязуется в течение определенного срока предоставить ему подходящую работу. Если по

истечении этого срока предложений о подходящей работе нет, то он приобретает статус безработного и начинает получать государственное пособие.

Государственная служба занятости является структурой специальных государственных органов, призванных обеспечить решение вопросов занятости населения, регулировать спрос и предложение на рабочую силу, помогать неработающим гражданам в устройстве на работу, организации их профессиональной подготовки [1, с. 226]. В России 2016г. был назван годом борьбы с безработицей.

Одним из видов структуризации рынка труда является его разделение по демографическим и профессиональным признакам. Так, различают

- рынок труда молодежи. Для него характерны высокая мобильность, низкий уровень квалификации, а также достаточно высокий уровень безработицы;
- рынок труда лиц предпенсионного возраста и пенсионеров. Для него характерны невысокая производительность труда, низкая экономическая активность, отсутствие или ограничение возможностей для переобучения;
- рынок труда женщин. Его особенностью являются возможные продолжительные перерывы в работе, связанные с рождением и воспитанием детей, снижение по этой же причине профессиональных способностей.

Ситуация, сложившаяся на российском рынке труда молодежи в последние годы, является достаточно напряженной и характеризуется ухудшением [1, с. 230]. Борьба за выживание российских предприятий приводит к ужесточению условий вступления молодежи на рынок труда. Между тем возможности молодых людей ограничиваются в силу их более низкой конкурентоспособности по сравнению с другими категориями населения. Резкое увеличение числа работающих пенсионеров для экономики страны не является позитивом. Это опытные специалисты, но производительность их труда не так уж высока в силу их возраста. С ним приходят бездействие и неприятие новых технологий, особенно Интернета. Но в силу опыта, пенсионеры занимают начальственные рабочие места. К сожалению, в России рыночные механизмы регулирования этих вопросов, т.е. достойная пенсия, прежде всего, мягко говоря, развиты слабо.

Последствиями безработицы являются:

- Снижение доходов;
- Потеря квалификации;
- Экономические последствия;
- Ухудшение динамики роста интереса населения к труду.

Борьба с безработицей — это комплекс мер по снижению уровня безработицы [6, с. 151]. Методы борьбы с безработицей определяются властями Российской Федерации.

Меры борьбы с безработицей в России:

- Выделение средств личностям Российской Федерации на трудоустройство специально оборудованные рабочие места инвалидов;

- Рост трудового законодательства в области миграции.

Государственные мероприятия по борьбе с безработицей в 2017 году:

- стажировка;
- переподготовка;
- профессиональное обучение;
- общественные и временные работы;
- переезд в другую местность с целью временного трудоустройства.

Экономика России замедляется, а мировой тренд показывает рост числа незанятых. В России в 2017 году планируется безработица на уровне 4,4 % .

### Список литературы

1. Бабкина, З. В., Макарова И.К. Занятость, предпринимательство и профессиональная подготовка в условиях рынка труда – М., 2012 г. 226 - 230 с.
2. Безработица РФ [Электронный ресурс] : Режим доступа: <http://www.semestr.ru/ks523?object=4&razdel=2>, свободный. Загл. с экрана.
3. В.И. Ведяпин, Общая экономическая теория – Москва, 2016.
4. Кейс Дж. Общая теория занятости, процента и денег – Москва, 2017.
5. Никифорова А.А. Рынок труда: занятость и безработица – Москва, 2017.
6. Сакс Д.Д., Ларрен Б. Макроэкономика, глобальный подход 151 - 162 с.
7. [Электронный ресурс] : <http://person-agency.ru/statistic.html>, Уровень безработицы в РФ.

© Д.К. Бражкина, 2017

УДК33

**Братишка М. А.**

студентка 4 –го курса

СТИ НИТУ МИСиС им. А.А. Угарова

г. Старый Оскол, Российская Федерация

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

В связи с развитием частного предпринимательства в современной России значительно возрастает необходимость достижения критериев достоверности, полноты, своевременности и понятности учетно - аналитической информации. Такая информация является базисом в сферах управления, контроля и анализа финансово - хозяйственной деятельности организаций. В статье изучены предлагаемые отечественными учеными учетные классификации финансовых результатов функционирования экономических субъектов. [1, с.13]

Определение суммы начисленных платежей по налогу на прибыль, а также налоговых санкций отражаются по дебету счета 99 «Прибыли и убытки». На наш взгляд, для аналитического учета к данному счету необходимо открыть субсчет 99 / 6 «Платежи по налогу на прибыль, прочим налогам за счет чистой прибыли и налоговым санкциям». [2, с.40]

Организации, в доходах которых 70 % и более приходится на сельскохозяйственную продукцию, имеют право перейти на единый сельскохозяйственный налог. Начисление данного налога должно отражаться, на наш взгляд, на выше обозначенном субсчете. Результатом деятельности сельскохозяйственных организаций по итогам календарного года является чистая (нераспределенная) прибыль или чистый (непокрытый) убыток. Именно нераспределенная прибыль текущего и прошлых лет формируют прибыль, направленную на выплату доходов учредителям (участникам) организации,

финансирование производственного развития, приобретение (создание) нового имущества. [3, с.60]

Суммы чистой и нераспределенной прибыли, как указывалось выше, относятся на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)», т.е. присоединяются к ранее учтенным суммам нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) заключительными оборотами в конце года.

Суммы нераспределенной прибыли до 2000 г. направлялись на формирование фондов накопления, потребления, социальной сферы. С переходом на новый план счетов образование данных фондов не предусмотрено, а расходы, ранее производимые за счет этих фондов, подлежат отнесению на себестоимость продукции (работ, услуг) или непосредственно на счет 91 «Прочие доходы и расходы».

В связи с этим возникла проблема отражения расходов по начислению дивидендов, премий, пособий, связанных с социальными потребностями и нуждами. Одной из проблем является создание резервного капитала акционерных обществ, занимающихся производством сельскохозяйственной продукции.

Он должен составлять не менее 15 % от суммы уставного капитала, а ежегодные отчисления в резервный капитал необходимо производить в размере не менее 5 % от суммы чистой прибыли.

Проблема списания непокрытых убытков в настоящее время актуальна. По нашему мнению, ликвидация (покрытие) убытков должна производиться за счет следующих источников:

- нераспределенной прибыли прошлых лет, за исключением учтенной в качестве источника покрытия капитальных вложений (производится вычитанием из ранее учтенных сумм нераспределенной прибыли суммы непокрытого убытка отчетного года);
- сумм резервного капитала;
- добавочного капитала;
- доведения величины уставного капитала до величины чистых активов организации; - целевых взносов учредителей.

Аналитический учет нераспределенной прибыли должен быть организован таким образом, чтобы обеспечить формирование информации по направлениям использования средств, причем в аналитическом учете средства нераспределенной прибыли, использованные в качестве финансового обеспечения производственного развития организации и иных аналогичных мероприятий, могут разделяться.

При этом необходимо учитывать, что средства нераспределенной прибыли, направляемые на финансовое обеспечение производственного развития сельскохозяйственной организации (приобретение нового имущества), безвозвратно не расходуются, а представляют собой ни что иное, как источник финансирования капитальных вложений на приобретение нового имущества.

Практика построения счета 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» должна обеспечивать получение организацией следующей информации: чистая прибыль организации за отчетный период; суммы, направленные из чистой прибыли на выплату дивидендов и на пополнение резервного капитала, на формирование специальных фондов и т.д. Таким образом, предлагаемые направления совершенствования учета позволят повысить аналитичность и точность учета финансовых результатов.

### Список используемой литературы:

1. Палий В.Ф. Новое в бухгалтерском учете финансовых результатов [Текст] / В.Ф. Палий // Бухгалтерский учет. – 2004. № 4. С. 13.
2. Сидорова Л. Доходы предприятий: их содержание, значимость и методики бухгалтерского учета [Текст] / Л. Сидорова // Бухгалтерский учет и анализ. – 2005. №5. С. 40
3. Потемкина Т.И. Организация документооборота в бухгалтерии [Текст] / Т.И. Потемкина // Бухгалтерский учет. – 2004. № 24. С. 60.

© М.А. Братишка, 2017

УДК 331

Р.С. Булатов, ФГБОУ ВО УГНТУ, Г. Уфа, Российская Федерация

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА

**Аннотация.** В статье исследованы вопросы охраны труда на предприятиях, проведен анализ мероприятий для повышения качества охраны труда. Приведено экономическое обоснование внедрения системы управления охраны труда на предприятиях.

**Ключевые слова:** охрана труда, экономика, стимулирование, безопасность, экономические показатели.

В технико - экономических показателях производительности труда на предприятиях важную роль играет состояние охраны труда, которое является одним из основных факторов в повышении эффективности производства. Охрана труда – это комплекс мероприятий, направленных на соблюдение безопасности, обеспечение сохранности здоровья сотрудников, уменьшение травматизма на производстве, сокращение количества профзаболеваний, улучшение производительности труда, результатом чего является существенный экономический и социальный эффект. [4, стр.4]

Экономическая эффективность комплекса мероприятий, направленных на улучшение условий труда обеспечивается путем повышения работоспособности сотрудника, сокращения текучести кадров, вызванной недовольством сотрудников условиями труда, сокращения травматизма на производстве и снижения профзаболеваний. Обеспечение улучшения условий труда с помощью осуществления комплекса мероприятий по результатам анализа аттестации рабочих мест дает возможность увеличить рост производительности труда и сократить потери, связанные с неблагоприятными условиями труда. [4, стр.69]

С учетом многообразия оборудования на предприятии, за каждым типом оборудования закрепляется работник, несущий ответственность за безопасность во время эксплуатации: грузоподъемные машины, электрооборудование, газовое оборудование, др. В случае имеющегося на предприятии неспецифического стандартного оборудования, ответственность за его безопасность берет на себя мастер участка или аналогичное по должности лицо. Такая ответственность за безопасность эксплуатации оборудования – нештатная обязанность функционального назначения, иными словами, элементы функциональной структуры, находящиеся наиболее близко к непосредственным опасностям производства. Такие нештатные сотрудники несут ответственность за узкие (отдельные) функции, полностью решать задачи безопасности они не могут.



Исходя из вышесказанного, становится ясно, что предприятие нуждается в таких органах управления, которым руководство доверило бы функции по управлению безопасностью (исключением является принятие решения по финансовому обеспечению). Данные органы должны проводить мероприятия для обеспечения охраны труда (начиная от планирования, заканчивая анализом результатов мероприятия). В зависимости от количества рабочих мест на предприятии, к таким органам могут быть отнесены: инженер по охране труда (штатный или по совместительству), отдел охраны труда. [3, стр.8 - 9]

Вопросы по экономическому стимулированию повышения качества условия труда имеют давнюю историю. Во времена плановой экономики меры по стимулированию были составной частью социалистического соревнования между предприятиями. На тот момент существовало премирование работы, где показатели производственного труда были самыми низкими. В современных условиях рыночной экономики способы экономического стимулирования должны основываться исходя из закономерностей рыночных механизмов хозяйствования. основополагающим принципом в стимулировании должно быть положение, что действительными будут считаться те приемы, которые касаются экономического интереса самого предпринимателя, при этом, дающие ему экономическую выгоду. В простом изложении: результаты, оцененные в стоимостном выражении, должны превышать осуществляемые затраты. Сегодня привлечь внимание работодателя к вопросам создания безопасности на производстве можно путем использования средств с Фонда социального страхования для предупредительных мер и дифференциации страховых тарифов по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве. [2, стр.6]

Одно из условий при управлении охраной труда – оценка эффективности проводимых мероприятий. Она должна осуществляться для обоснования планируемых мероприятий, выбора оптимальных проектов, анализа результатов деятельности компании, стимулирования сотрудников формировать и внедрять различные мероприятия по безопасности труда. Эффективность мероприятий характеризуется несколькими показателями: экономическими, социально - экономическими, социальными и инженерно - техническими. [2, стр.3]

Экономическая эффективность мероприятий по вопросам обеспечения охраны труда оценивается по следующим показателям: рост рентабельности и прибыли предприятия, рост производительности труда, уменьшение текучести кадров, сокращение себестоимости товара, сокращение материального ущерба от несчастных случаев, экономия от сокращения количества брака, условный годовой экономический эффект. Показатели применяют в комплексе, таким образом оценивая эффективность мероприятия.

Экономия по фонду оплаты труда достигается за счет повышения производительности труда (сокращение численности сотрудников).

Экономии вследствие уменьшения материального ущерба при профзаболеваниях и травматизме каждое предприятие учитывает на основании отчетных данных за определенный период по сокращению дней по нетрудоспособности сотрудников.

При увеличении выпуска товаров происходит экономия на условно - постоянных расходах. В случаях, когда мероприятия по обеспечению охраны труда дали положительный эффект на объемах производства (то есть ее увеличение), годовая экономия по себестоимости произойдет на условно - постоянных расходах. [5, стр.5]

При планировании комплекса мероприятий на длительный период (больше года), экономическое обоснование происходит с учетом таких факторов как:

- возможные изменения в состоянии производственной среды, связанного с ростом производства, введением в эксплуатацию новой техники и технологий, освоением новой продукции;



- рост требований к состоянию производственной среды;
- повышения производительности и оплаты труда;
- изменение стоимости строительно - монтажных работ и оборудования.

**Заключение.** Проведя анализ экономического обоснования эффективности внедрения мероприятий по охране труда, можно сделать вывод, что существует множество критериев для их оценки. Необходимо заметить, что оценить эффективность возможно только после непосредственного их внедрения на предприятии. До этого момента можно лишь прогнозировать насколько они будут экономически выгодны для предприятия.

#### **Список использованной литературы**

1. Кодекс законов о труде Российской Федерации с изменениями и дополнениями. – М., 2017.
2. Сердюк В.С., Бакико Е.В. Экономика безопасности труда: Учеб. пособие., 2011. – 160 с.
3. Трефилов, В.А. Т66 Управление безопасностью на производстве (охрана труда): учеб. пособие / В.А. Трефилов, Н.Л. Вишневская, О.В. Лонский, А.Д. Овсянкин. – Пермь: Изд - во Перм. гос. техн. ун - та, 2009. – 94 с.
4. Федорова Е.А., Елькин А.Б. Организационно - экономическое обоснование НТР. Экономическое обоснование мероприятий по повышению безопасности производственных процессов и улучшению условий труда: учеб. пособие / Е. А. Федорова, А.Б. Елькин; Нижегород.гос.техн ун - т. Нижний Новгород, 2011. – 98с.
5. Яшин С.Н. Использование системы показателей затрат в экономике безопасности труда. // Безопасность и охрана труда – 2008. – №1 - 16

© Р.С. Булатов

**УДК 331**

**Р.С. Булатов**  
ФГБОУ ВО УГНТУ  
Г. Уфа, Российская Федерация

### **ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ**

**Аннотация.** В статье проанализированы риски заболеваний работников нефтяной промышленности. Обоснована необходимость создания комплексной системы управления охраны труда (СУОТ) на предприятиях нефтяной отрасли.

**Ключевые слова:** охрана труда, нефтяное производство, факторы производственной среды, условия труда.

Тенденция развития в современной нефтяной отрасли характеризуется автоматизацией, а также механизацией участков технологического процесса, что в комплексе с вредными производственными факторами значительно повышает нагрузку на функционирование тех или иных органов и систем, по большей части на сердечнососудистую систему и центральную нервную систему. На работника в процессе труда воздействуют различные факторы производственной среды, в комплексе эти факторы и определяют состояние

условий труда производства. Эти факторы разделяются на эргономичные, технические, психофизиологические, санитарно - гигиенические, социально - бытовые, организационные, экономические и природно - климатические. Условия труда определяются сочетанием факторов, которые и влияют на состояние здоровья работников предприятия.

Опасный производственный фактор – это фактор, воздействие которого приводит либо к травме, либо другому неожиданному ухудшению здоровья работника. Под вредным производственным фактором понимается такой фактор, воздействие которого на работающего в определенных условиях приводит к снижению работоспособности или профзаболеванию. [4]

Ниже представим классификацию производственных факторов.

Физические факторы: острые кромки, движущиеся машины и механизмы, повышенный уровень вредных аэрозолей, газов, высокое расположение рабочего места от уровня земли (пола), повышенная или пониженная температура, ионизация воздуха, отсутствие (недостаток) естественного света, подвижность, влажность, повышенная контрастность пульсация светового потока и другие.

Биологические факторы: патогенные микроорганизмы (вирусы, бактерии, спирохеты, грибы, др.) и макроорганизмы (животные и растения).

Химические факторы: вещества (токсические) различного агрегатного состояния (бензол, дихлорэтан, ацетон, толуол, и иные растворители), ацетилен, углекислый газ, метан и иные газы, многие другие химические вещества.

Психофизиологические факторы: физические перегрузки (статические и динамические) и нервно - психические (умственное перенапряжение, монотонность труда, эмоциональные перегрузки).

В процессе исследования неблагоприятных производственных факторов на нефтяных предприятиях в качестве основных были выделены следующие факторы: повышенное нервно - эмоциональное напряжение, повышенный уровень шума, вредные химические вещества в воздухе рабочей зоны, которые значительно превышают допустимую концентрацию на рабочем месте. [6, стр.1]

Комплекс целенаправленных мероприятий по выявлению и профилактике профессиональных заболеваний, по улучшению качества медицинского обслуживания работников, заблаговременное выявление работников с начальными признаками заболевания, и соответственно, их лечение и реабилитация дадут возможность достигнуть значительных положительных результатов по улучшению состояния работников нефтяной отрасли. [7, стр.462]

В статье 209 Трудового кодекса РФ под охраной труда понимается система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя санитарно - гигиенические, правовые, организационно - технические, социально - экономические, реабилитационные, лечебно - профилактические и другие мероприятия. [8, стр.20]

Основные задачи охраны труда:

1) определение вредных или опасных производственных факторов, их нормирование, а также обозначение уровня опасности их возникновения;

- 2) создание технических мероприятий, а также средств для защиты от вредных и опасных производственных факторов;
- 3) создание организационных мероприятий для обеспечения безопасности труда и управление охраной труда на предприятии;
- 4) подготовка персонала, технических средств защиты к действиям в условиях появления опасностей [5, стр.6]

Для того, чтобы организовать работу по охране труда необходимо определение исполнителей различных мероприятий, выполнение разработки необходимых регулирующих документов.

В соответствии с ГОСТ 12.0.007 - 2009 распределяются лица по подразделениям, которые несут обязанность и ответственность по охране труда. Документально оформляются эти распределения, обязанности и полномочия ответственных лиц могут в должностных инструкциях, трудовых договорах, приказах или в инструкциях по охране труда.

Системе управления охраны труда руководитель предприятия обеспечивает систему информирования работников о режиме труда и отдыха, соблюдение дисциплины труда, об условиях и охране труда на рабочих местах исполнителей в соответствии с требованиями ГОСТ 12.0.230 - 2007, пункт 4.6. Должна так же обеспечиваться доступность информации и ознакомления работников с изданными приказами и распоряжениями под роспись с размещением документов в доступном месте. Следует так же организовать поступление нормативных документов и периодики в области охраны труда.

Предприятию необходимо вести документацию, а также записи, которые по мнению его руководства нужны для эффективного планирования, существования и контроля за процессом обеспечения охраны труда.

Как показывает опыт ведущих отечественных компаний, наиболее эффективный способ достижения выполнения требований безопасности труда – создание единой системы управления безопасностью, которая является составной частью общей системы менеджмента компании. Данная система устанавливает общие организационные и методические правила, соблюдение которых обеспечивает безопасность деятельности предприятия.

В целях создания целостной информационной структуры, обеспечивающей реальное отображение состояния надежности единой системы управления безопасностью, возможна разработка системы мониторинга, диагностики и управления охраной труда и производственной безопасности.

Для оценки экономической и социальной эффективности мероприятий с целью совершенствования СУОТ необходимо обратиться к показателям предприятия по травматизму, производительности труда и иным.

**Заключение.** Проанализировав вышесказанное, можно прийти к выводу, что создание комплексной системы управления труда необходимо каждому предприятию нефтяной отрасли. Внедрение данного комплекса существенно снизит показатели профзаболеваемости работников предприятий, повысит производительность труда, что в свою очередь повысит экономическую и социальную эффективность предприятия.

### Список использованной литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации 2017г. // Официальный портал ТК РФ <http://www.trudkod.ru/>
2. ГОСТ 12.0.230 - 2007 ССБТ. Системы управления охраной труда. Общие требования // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии от 10.07.2007 г. № 169 - ст введен в действие с 01.07.2009 г.
3. ГОСТ Р 12.0.007 - 2009 Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Система управления охраной труда в организации. Общие требования по разработке, применению, оценке и совершенствованию // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии от 21.04.2009 г. № 138 - ст введен в действие с 01.07.2010 г.
4. ГОСТ 12.0.002 - 2014 Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Термины и определения // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии от 19.10.2015 г. № 1570 - ст введен в действие с 01.06.2016 г.
5. Воронкова Л.Б. Охрана труда в нефтехимической промышленности: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / Л.Б. Воронкова, Е.Н.Тароева. – 2 - е изд.,стер. – М.:Издательский центр «Академия»,2012. – 2008с.
6. М.М. Соколова Снижение рисков профессиональных заболеваний у работников нефтехимического комплекса: проблемы и опыт предприятий РТ // Научный журнал Вестник Казанского технологического университета: том 16, № 22. 2013. – с.301 - 305.
7. Молодой учёный // Международный научный журнал: №16. Казань, Изд. ООО Молодой ученый, 2017
8. Молодой учёный // Международный научный журнал: №10.4 Спецвыпуск. Казань, ООО Молодой ученый, 2015
9. Соловьянов, А.А. Попутный нефтяной газ. Технологии добычи, стратегии использования: Учебное пособие / Соловьянов А.А., Тетельмин В.В., Язев В.А. – Долгопрудный: Издательский Дом «Интеллект», 2013 – 208 с: ил.

© Р.С. Булатов

УДК 336

**Е.С. Буркова**

магистрант, НГУЭУ

г. Новосибирск, Российская Федерация

### ВНУТРЕННИЙ АУДИТ В КРЕДИТНО - ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

В нашей стране вопросам внутреннего контроля в кредитных организациях уделяется серьезное внимание. Основное требование, предъявляемое к внутреннему контролю, - системность, характеризующая всеобъемлющий характер его проведения на организационном и функциональном уровнях. «Система внутреннего контроля призвана сократить банковские риски и обеспечить для руководства Банка, акционеров и клиентов поток надежной информации о деятельности Банка. Ведущая цель внутреннего контроля - защита интересов инвесторов и клиентов Банка путем контроля за соблюдением

сотрудниками Банка законодательства, нормативных актов и стандартов профессиональной деятельности, урегулирования конфликтов интересов, обеспечения надлежащего уровня надежности, соответствующего характеру и масштабам проводимых банком операций и минимизации рисков банковской деятельности» [5].

Высокая степень общественной значимости, большая роль в реализации государственной экономической политики кредитно - финансовой деятельности обуславливают особенное внимание к внутреннему аудиту в организациях данной сферы.

Внутренний аудит является независимым финансовым контролем. Отличительными чертами аудита, характеризующими особенности его содержания и проведения, являются:

— выражение мнения аудитора, которое определяется избранным им уровнем существенности, как итог аудита;

— оценка достоверности, то есть обоснованности, а не законности бухгалтерской, то есть финансовой отчетности аудируемого лица [2].

Существующие в настоящее время риски экономической неопределенности, валютной нестабильности и жесткой конкуренции банковских организаций требуют использования субъектами кредитно - финансового рынка максимально полной и достоверной информации. Внутренний аудит, который подразумевает независимую оценку все деятельности кредитной организации, своей целью несет формирование полной уверенности у владельцев кредитной организации в эффективности управления и контроля.

На каждом этапе аудита всегда проводятся установленные и обязательные мероприятия и процедуры [1].

Первый этап включает планирование на очередной финансовый год, т.е. выбор объектов контроля, тем аудита и подготовка программ проверок. Выбор тем и объектов аудита осуществляется в соответствии со стратегическим планом работы. Этот этап очень важен, т. к. грамотное планирование на очередной финансовый год обеспечивает эффективность и результативность аудита.

Второй этап включает сбор информации и данных, необходимых для осуществления аудиторской деятельности. Также на этом этапе проходит составление документов по результатам проверок, заключения, выводы и рекомендации.

Третий этап включает подготовку и утверждение отчета о результатах. Отчеты проходят проверку в законодательных органах власти. Выводы и рекомендации по результатам аудита направляются организациям, прошедшим проверку [2].

При разработке методик аудита первоначально разрабатываются критерии и показатели эффективности. Критерий - признак, на основе которого проводится оценка и характеристика объекта. Эффективность всегда должна определяться как качественно, так и количественно, т.к. всегда есть риск, что оценка станет субъективной.

Важно отметить, что в настоящее время внутренний аудит кредитных организаций крайне важен для сокращения финансовых рисков и повышения эффективности бизнеса, но также необходимо полное соблюдение операций действующему законодательству. Что касается законодательства, по - прежнему актуальна потребность в совершенствовании законодательного обеспечения требований к качеству информации и ответственности за предоставление недостоверной отчетности.

Оценка эффективности системы внутреннего контроля должна строиться не только исходя из количества выявленных нарушений, но и, принимая во внимание дальнейшие

действия банка, его реакции, которые должны быть направлены на комплексный анализ причин, повлекших возникновение ненормальной ситуации, и адекватности принятых мер, ориентированных на исключение предпосылок к возникновению аналогичных проблем в дальнейшем [5].

В реализации успешного функционирования системы внутреннего контроля существенную роль играет его информационное обеспечение.

Банк, как сложная общественно - экономическая система, для своего управления требует самой широкой информационной базы и от того, как организован сбор, накопление, систематизация, обработка и распределение информации в целях обеспечения процесса принятия решений, в значительной мере зависит результативность внутреннего контроля, а также эффективность управления в целом. Объем и содержание информационной базы, используемой для целей внутреннего контроля, и современный уровень информационных технологий, применяемых в кредитной организации, предопределяют возможность сделать однозначный вывод о необходимости оснащения системы внутреннего контроля автоматизированными инструментами мониторинга деятельности банка [4].

В результате рассмотрения фактического состояния систем внутреннего контроля в некоторых российских банках сделан вывод о том, что оно может быть самым разнообразным, в зависимости от объемов и характера выполняемых операций, отношения владельцев и менеджмента банка к данной проблеме а также от уровня компетентности руководителя и сотрудников службы внутреннего контроля.

Для повышения качества управления банком можно рекомендовать на уровне всей банковской системы банкам разработать собственные контрольные нормативные (пограничные) показатели деятельности по основным рискам и определить перечень наиболее опасных, по мнению собственников банка нарушений со стороны сотрудников, особенно руководителей (опасных событий). При достижении фактических показателей банка пограничных значений, либо при выявлении опасных событий руководителю СВК вменить в обязанность незамедлительно информировать об этом Совет директоров. Это даст возможность собственникам банка максимально оперативно реагировать на возникающие проблемы и своевременно заняться оздоровлением собственного бизнеса.

#### **Список использованной литературы:**

1. Булыга Р. П., Мельник М. В. Аудит бизнеса. Практика и проблемы развития: монография / под ред. Р. П. Булыги. - М., 2013.
2. Новосельцев А.А. Функции внутреннего контроля и внутреннего аудита на предприятии // Социально - экономические явления и процессы. – 2013. - №4. – С.121 - 125.
3. Перова К.А. Методологические аспекты внутреннего аудита на предприятии // Бизнес в законе. Экономико - юридический журнал. – 2013. - №5. – С.244 - 246.
4. Адыкаева Е.Н. Теория бухгалтерского учета. – Новосибирск.: НГАСУ (Сибстрин), 2012. – С.11 - 12.
5. Система внутреннего контроля в кредитной организации. Внутренний аудит банка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://knowledge.allbest.ru/bank/2c0b65635b3ad69a5d43a88521216c26\\_0.html](http://knowledge.allbest.ru/bank/2c0b65635b3ad69a5d43a88521216c26_0.html) (дата обращения 25.01.2017).

© Е.С. Буркова, 2017

## О ФАКТОРАХ СЕЗОННОГО ВЛИЯНИЯ НА ПРОДАЖИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сезонность бизнеса представляет собой явление, которое в той или иной степени, присутствует во всех отраслях и направлениях современного бизнеса. При планировании на будущие периоды основного показателя «выручки» следует учитывать коэффициент сезонности, соответствующий данному периоду. Говоря о сезонности можно выделить несколько ее видов: дневная, недельная, месячная.

Существует достаточно большое количество факторов, оказывающих влияние на уровень покупок потребителей. Среди наиболее значимых можно назвать следующие: конъюнктура рынка, уровень конкуренции, сезонность (время года), ассортимент товаров торговой организации, изменения в законодательстве, цена на товар, навыки продажи персонала, маркетинговая активность предприятия, праздничные даты и выходные дни.

Цикл сезонности составляет один год, и все статистические расчеты ведутся для этого временного промежутка. Анализ сезонности рассмотрен на примере ООО «Юнайтэд Трейдинг» магазин «Colins» в г. Росто - на - Дону. Для обобщения аналитических выводов использовались фактические данные продаж в магазине одежды «Colins», на основании которых представлен коэффициент сезонности в таблице 1.

Таблица 1 – Коэффициент сезонности покупок  
в магазине одежды «Colins»

Месяц	2015г.	2016г.
Январь	0,58	0,74
Февраль	0,75	0,77
Март	0,88	0,94
Апрель	0,73	0,72
Май	0,75	0,69
Июнь	0,84	0,76
Июль	1,00	0,99
Август	1,49	1,42
Сентябрь	1,36	1,27
Октябрь	1,02	1,08
Ноябрь	1,27	1,27
Декабрь	1,33	1,36

График сезонности представлена на рисунке 1.

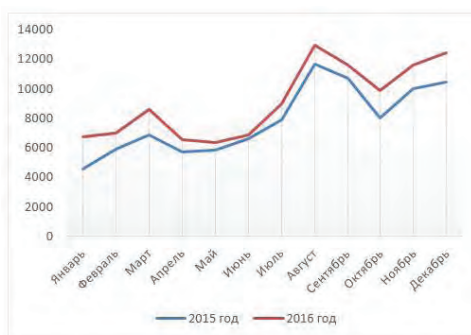


Рисунок 1 – Объем продаж магазина одежды «Colins»

Согласно представленным коэффициентам, представленным в таблице 1 и на рисунке 1, пики спроса на одежду в магазине «Colins» приходятся на март, август, сентябрь, ноябрь и декабрь. Спад спроса характерен для месяцев весеннего периода.

Рассмотрим факторы, влияющие на сезонность покупок модной одежды. Ассортимент товаров магазине «Colins» представлен различными линиями одежды для женщин, мужчин. В ассортименте отсутствует одежда для детей.

На конкурентном рынке модной молодежной одежды осуществляют свою деятельность достаточно большое количество фирменных магазинов: Zara, New Yorker, Massimo Dutti, Mango, Reserved, O'STIN, Pull & Bear, INCITY и H&M. Персонал данных магазинов проходит этапы строгого отбора и соответствует стандартам указанных компаний. Ценовая политика фирменных магазинов находится на одном уровне и направлена на одну целевую аудиторию. Изучив целевые аудитории магазинов модной одежды выявлены общие признаки: активные, стильные, молодые, целеустремленные люди со средним доходом, проживающие в черте города Ростова - на - Дону [1].

Исследователи отмечают, что наличие большого количества лояльных по отношению к торговому предприятию и платежеспособных клиентов может обеспечить ему ряд существенных преимуществ, как в кратко, так и в долгосрочной перспективе [2]. Политика продвижения магазина «Colins» направлена на формирование лояльности потребителей при помощи инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций, в том числе основными являются рекламные мероприятия и промо - акций.

Наибольшее влияние на сезонность продаж фирменного магазина «Colins» влияют конъюнктурные факторы, связанные с маркетинговой политикой конкурентов, время года, праздничные дни и собственные маркетинговые стимулирующие мероприятия.

#### Список использованной литературы:

1 Малинина Ольга Юрьевна Бенчмаркинг - практический инструментарий выявления ключевых факторов успеха // Статистика и экономика. 2016. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-prakticheskiy-instrumentariy-vyyavleniya-klyuchevykh-faktorov-uspeha> (дата обращения: 18.05.2017).



2 Краснова Е.С., Горностаева Ж.В. Разработка программ лояльности потребителей // В сборнике: НАУКА И БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ сборник статей международной научно - практической конференции. 2016. С. 119 - 123.

© А.А. Бутова, 2017

УДК 336

**Василенко И.Н.**

студент 3 курса

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

**Миронова Д.Д.**

канд. экон. наук, доцент

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

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ**

Аннотация: В статье рассмотрены основные проблемы потребительского кредитования в РФ и перспективы его дальнейшего развития. Проведен анализ динамики объемов выдачи потребительских кредитов.

Ключевые слова: потребительский кредит, размер кредита, кредитная история.

Развитие потребительского кредитования представляет собой инструмент образования спроса в экономике и значимый фактор социально - экономического развития государства, что выражается в повышении уровня жизни населения, развитии банковской сферы, создании условий для роста национального ВВП. В экономике Российской Федерации кредитование населения оказывает поддержку полному удовлетворению потребностей физических лиц, а также создает новые потребности, содействующие активизации общественного производства товаров и услуг. При эффективном потребительском кредитовании рационально совмещаются и предусматриваются интересы всех участников кредитных отношений – государства, банков и заемщиков [1].

В соответствии с федеральным законом от 21.12.2013 N 353 - ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О потребительском кредите (займе)" потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее - договор потребительского кредита (займа), в том числе с лимитом кредитования [2].

Одним из наиболее выгодных источников банковского бизнеса является потребительское кредитование, а также представляет собой самый быстрый и удобный вид

получения денежных средств для населения. Отличительная особенность потребительского кредитования заключается в отсутствии какого - либо обеспечения. Сегодня в банке можно взять кредит наличными деньгами, оформить экспресс - кредит в торговой точке в оплату дорогостоящей вещи и третий вариант - оформить кредитную карту.

Возрастающая конкуренция за клиента заставила банки обернуться лицом даже к клиентам с отрицательной кредитной историей и другими недостатками. В настоящий момент большая часть банков предлагают при получении отказа по кредиту на стандартных условиях получить кредит на меньшую сумму и по более высокой ставке. Банки наконец - то прекращают запрашивать справки о размере заработной платы с места работы у клиентов, соглашаясь заменить ее выпиской со счета.

Тем не менее, будущее развитие потребительского кредитования в России в нынешних экономических условиях может столкнуться с целым рядом проблем. Исходя из этого, можно выделить основные проблемы потребительского кредитования населения:

- высокий уровень ставок по потребительским кредитам;
- распространение экспресс - кредитования: при данном виде кредитования к заемщикам выдвигаются минимальные требования, быстрота оформления кредита позволяют даже неблагонадежным клиентам оформлять банковские ссуды;
- увеличение недобросовестной конкуренции, т.е. банки, предлагающие кредиты населению на более выгодных условиях, теряют потенциальных клиентов из - за недобросовестных конкурентов, предоставляющих необъективную рекламную информацию, в которой не раскрывается реальная стоимость кредитного продукта;
- рост доли невозврата кредитов;
- неудовлетворительный уровень качества совокупного кредитного портфеля банков, вызванный ростом доли просроченной задолженности за последние годы;
- проблема оценки реальных возможностей поручителей.

Главной проблемой потребительского кредитования, которая решается в настоящее время, является большой процент невозврата кредитов. Минимизация рисков при выдаче кредитов для банковского сектора на данный момент считается приоритетной задачей. Каждый банк решает эту проблему по - своему: одни банки разрабатывают наименее рискованные залоговые кредиты, другие в качестве обязательного условия выставляют поручительство физического лица, третьи – работают с надежными клиентами, которые имеют высокий стабильный доход.

Кроме указанных проблем, существует целый ряд объективных факторов, препятствующих развитию потребительского кредитования в России, а именно:

- сравнительно высокий уровень стоимости разработки и внедрения новых видов услуг;
- недостаточное количество квалифицированных работников, способных эффективно взаимодействовать с клиентами - физическими лицами, и неэффективная система распределения полномочий между ними в процессе кредитования;
- недостаточно развитая рыночная инфраструктура филиалов и представительств и низкий уровень качества предлагаемых кредитных продуктов;
- невысокий уровень доходов большей части населения не позволяет банкам активно применять полноценные депозитные стратегии для физических лиц, в результате чего банки не имеют возможности реализовывать собственный кредитный потенциал на рынке розничного кредитования.

Обобщение проблем, существующих в сфере потребительского кредитования, позволяет перейти к возможным путям их решения, а именно:

- создание эффективной инфраструктуры бюро кредитных историй, а также улучшение методического обеспечения оценки кредитоспособности заемщиков;

- сокращение доли кредитных средств в наличной форме, что будет способствовать уменьшению издержек обращения и усилению контроля за целевым использованием кредита;

- установление плавающих ставок по кредитам, размер которых будет регулярно пересматриваться;

- внедрение высокопрофессиональных юридических служб, способных эффективно оценивать все правовые аспекты взаимодействия банков с клиентами и в случае необходимости реализовывать права банка в судебном порядке;

- активное использование инструментов маркетинга.

В 2017 г. Россию ждет ужесточение рынка потребительского кредитования. Такой прогноз эксперты озвучили на форуме Объединенного кредитного бюро "Розничное кредитование: только для своих или с улицы вход разрешен?" Генеральный директор Объединенного Кредитного Бюро Даниэль Зеленский рассказал о тенденциях развития кредитования в 2017 году. "Возможно, на рынок выйдут новые технологии привлечения клиентов "с улицы", но таких клиентов в традиционном понимании будет становиться все меньше. Появятся новые финансовые и кредитные продукты: так, например, рефинансирование будет дальше набирать популярность. Скорее всего, появятся новые, интересные небанковские сервисы, которые позволяют не только повысить лояльность текущих клиентов, но и привлечь новых", - заявил он [3].

В феврале 2017 года средний размер потребкредита в стране составил 132,6 тыс. руб., увеличившись по сравнению с концом 2016 года на 9,8 % или на 11,8 тыс. руб. (в декабре 2016 г. – 120,8 тыс. руб.) (Рисунок 1) [4].



Рисунок 1. Динамика среднего размера потребительского кредита с 01.03.2016 г. по 01.03.2017 г. (в руб.)

При этом упомянутый рост компенсировал многомесячное падение данного показателя: с мая 2016 года по декабрь 2016 года средний размер потребительского кредита непрерывно снижался, а его сокращение составило 8,2 % или 10,0 тыс. руб.

В свою очередь, нужно отметить, что по сравнению с началом 2016 года, в январе - феврале 2017 года количество выданных кредитов выросло на 21,9 % и достигло 1,97 млн. ед. (в январе - феврале 2016 года – 1,62 млн. ед.), а сумма выданных кредитов увеличилась на 23,6 % (или на 45,4 млрд. руб.).

В начале 2017 года самая высокая динамика среднего размера потребительского кредита (среди 40 регионов - лидеров по объемам данного вида розничного кредитования) зарегистрирована в Пензенской (+38,5 %), Белгородской (+30,5 %), Самарской (+28,6 %), Иркутской (+25,1 %) и Омской (+24,3 %) областях. (Таблица 3).

Следует отметить, что самая низкая динамика роста данного показателя наблюдается в Мурманской области ( - 24,6 % ), Удмуртской Республике ( - 13,9 % ), Архангельской области ( - 9,7 % ), Пермском крае ( - 8,9 % ), Кировской области ( - 7,4 % ) и в Ростовской области (6,7) (Таблица 4).

Таблица 3 – высокая динамика роста потребительского кредита в регионах РФ в декабре 2016 - феврале 2017 года [4].

	По регионам	Декабрь 2016, в рублях	Февраль 2017, в рублях	Изменение, в %
1	Пензенская область	96 712	133 951	38,5 %
2	Белгородская область	73 677	96 141	30,5 %
3	Самарская область	116 753	150 110	28,6 %
4	Иркутская область	94 208	117 821	25,1 %
5	Омская область	96 689	120 182	24,3 %

Таблица 4 – низкая динамика роста потребительского кредита в регионах РФ в декабре 2016 - феврале 2017 года [4].

	По регионам	Декабрь 2016, в рублях	Февраль 2017, в рублях	Изменение, в %
1	Кировская область	91 714	84 963	- 7,4 %
2	Пермский край	123 402	112 435	- 8,9 %
3	Архангельская область	74 420	67 225	- 9,7 %
4	Удмуртская Республика	114 297	98 359	- 13,9 %
5	Мурманская область	125 932	92 694	- 26,4 %
6	Ростовская область	120 913	129 032	6,7 %

Значительное увеличение количества выданных потребительских кредитов в начале 2017 года свидетельствует о том, что «докризисный» аппетит к риску у банков систематически возобновляется. Невзирая на имеющиеся риски, потребительское кредитование остается одним из наиболее выгодных направлений банковской деятельности. Поэтому, даже с учетом общего улучшения процедуры управления кредитными рисками, банки находят возможности для наращивания выдачи потребительских кредитов и увеличения их размеров, однако делать это становится все сложнее, так как зарплатных клиентов остается все меньше в связи с нестабильной ситуацией их реальных доходов. Ближайшее время

покажет, насколько долгосрочным окажется тренд по увеличению активности банков в секторе потребительского кредитования.

Таким образом, имеется возможность сделать вывод о том, что в сегодняшний день время в Российской Федерации сохраняются довольно высокие темпы роста потребительского кредитования. Активная работа отечественных банков как кредиторов сектора домохозяйств оказывает содействие удовлетворению потребностей физических лиц, увеличению платежеспособного спроса и жизненного уровня населения. Проблемы, существующие в сфере потребительского кредитования, требуют немедленного решения с помощью мер, которые осуществляются как на макроуровне, так и на уровне отдельной банковской единицы.

### **Список используемой литературы**

1. 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. Т. 11. № 20. С. 56 - 65.

2. Федеральный закон от 21.12.2013 №353 - ФЗ «О потребительском кредите (займе)» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_155986/ea6f7bb32cdb797dc30aca18be2a215cd0211ad2/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155986/ea6f7bb32cdb797dc30aca18be2a215cd0211ad2/) (дата обращения: 01.04.2017).

3. Сетевое издание Информационный портал «Волга Ньюс» URL: <http://volga.news/article/426997.html> (дата обращения: 02.04.2017).

4. Национальное бюро кредитных историй (АО «НБКИ») НБКИ: в начале 2017 года средний размер потребительского кредита вырос на 10 % до 132,6 тыс. рублей URL: <https://www.nbki.ru/company/news/?id=20781> (дата обращения: 02.05.2017).

© Василенко И.Н., Миронова Д.Д.

**УДК 338.46, 659**

**А.К. Вафина**

магистр 2 курса экономического факультета  
Набережночелнинский институт ФГАОУ ВПО  
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»  
Научный руководитель: **Р.Р. Аегдинова**  
к.п.н., доцент кафедры «Производственный менеджмент»  
Набережночелнинский институт ФГАОУ ВПО  
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»  
Г. Набережные Челны, Республика Татарстан

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГАЗЕТА «ВЕЧЕРНИЕ ЧЕЛНЫ»**

#### **Аннотация**

В статье дана общая характеристика ООО «Газета «Вечерние Челны». Предложена схема для обеспечения дальнейшего устойчивого развития газеты и повышении эффективности деятельности.

## Ключевые слова

Печатные массмедиа, рекламные печатные издания, эффективность деятельности газеты

ООО «Газета «Вечерние Челны» зарегистрирована в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой коммуникации. Издается с 7 ноября 1996 года. Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ16 - 00478 [1].

Основными видами деятельности являются:

1. Издательская деятельность.
2. Рекламная деятельность.
3. Деятельность в области фотографии.
4. Прочие издательские, редакционные и информационные работы и услуги.

Основное направление деятельности - по - прежнему остается производство еженедельной газеты, тираж составляет 50 000 экземпляров, бесплатное распространение.

Наиболее распространенные новости, освещаемые в газете:

1. Криминал;
2. Чрезвычайные происшествия;
3. Новости культуры;
4. Власть;
5. Закон;
6. ЖКХ;
7. Спорт;
8. Образование;
9. Здравоохранение;

Проведем рейтинг содержания новостей в ООО газета «Вечерние Челны» за 2015 и 2016 гг.

Таблица 1

Рейтинг содержания новостей в ООО газета «Вечерние Челны»

№ п / п	Содержание новостей	ООО Газета «Вечерние Челны»		
		Доля новостей ( % )		рейтинг
		2015 г.	2016 г.	
1)	Криминал	10,5	8,8	3 - 4
2)	Чрезвычайные происшествия	4,6	4,2	7
3)	Новости культуры	3,6	3	9
4)	Власть	17	20,7	1
5)	Закон	6,4	4,4	5 - 6
6)	ЖКХ	4,3	5,9	5 - 6
7)	Социальная сфера	2,7	5,4	8
8)	Спорт	1,9	2,3	10
9)	Образование	13,3	12,3	2
10)	Здравоохранение	11	8,5	3 - 4

Анализ рейтинга показал, что в них преобладают информация деятельности органов государственной власти, органов местного самоуправления.

В группе лидеров новостного контента находятся новости образования, здравоохранения. Проблемы ЖКХ и благоустройства освещаются в весенние месяцы, что связано с проведением субботников, уборкой снега. Наименьший интерес проявляется к новостям спорта.

Газета заключает договоры с полиграфическими предприятиями для печати данных изданий. При выборе предприятий - поставщиков услуг (продукции) предпочтение отдается предприятиям, которые могут предоставить полный спектр полиграфических услуг, включающий в себя не только изготовление чёрно - белой, но и полноцветной продукции любой сложности офсетным способом печати на современном оборудовании.

В газете представлены следующие форма подачи рекламы:

1) Модульная реклама. Как правило, полоса делится стандартным образом на доли: 1 / 2, 1 / 4, 1 / 8, 1 / 16, 1 / 32, 1 / 64 и т.д.

2) Рубричная реклама. Блоки рубричной рекламы разделены по следующим направлениям: авто, туризм, дневник дачника, хочу учиться, стиль жизни, спортивный интерес, здоровье, правила денег, среда обитания.

3) Текстовая реклама.

Рекламу в газете можно разместить:

- 1) - на внутренних полосах;
- 2) - на первой и последней полосах;
- 3) - вверху полосы ("Чердак");
- 4) - внизу полосы ("Подвал").

К основным конкурентам ООО «Газета «Вечерние Челны» на рынке изданий в г. Набережные Челны можно отнести:

- 1) Газета «Единство».
- 2) Газета «Капитал».
- 3) Газета «Челнинские известия».

В таблице 2 представлена схема повышение эффективности деятельности организации.

Таблица 2

### Повышение эффективности деятельности ООО Газета «Вечерние Челны»



Таким образом, мы дали общую характеристику ООО «Газета «Вечерние Челны», предложили схему эффективности деятельности газеты.

### **Список использованной литературы**

1. URL: <http://v-chelny.ru/page/o-gazete-i-redakcii/> (дата обращения: 19.05.2017г).

© Аетдинова Р.Р., Вафина А.К., 2017

**УДК: 336.232.2**

**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

**И.В.Вахитова**

Студентка 4 курса экономического факультета

Уфимский государственный нефтяной технический университет

г. Уфа, Российская Федерация

## **ПРОБЛЕМА ВЗИМАНИЯ НАЛОГОВ И СБОРОВ В РФ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

Аннотация. В данной статье рассмотрен один из важных вопросов налогового контроля - проблема взимания налогов с физических лиц. Проведён анализ проблем и пути решения, и перспективы организации налогового контроля.

Ключевые слова: налогоплательщик, проблемы взимания, причины неуплаты.

В современных условиях, немаловажным вопросом для рассмотрения его на государственном уровне, является вопрос об уклонении от уплаты налогов. Стоит спросить, почему так происходит? Почему у налогоплательщика нет никакого желания вносить плату в государственную казну? Государство же в свою очередь утверждает, что налоговые ставки в Российской Федерации не превышают среднеевропейских.

В большинстве случаев, многие с этим не согласятся. И это верно. Стоит отметить, что в России неблагоприятная ситуация для всех тех, кто хочет открыть собственный бизнес. А кому же хочется создавать предприятие, большая часть прибыли которой, а это где - то 80 % , будет уходить на уплату налогов. И, конечно же, никто не хочет отдавать деньги, которые итак заработаны с большим трудом. Да, есть категория, так называемых чистых плательщиков. Это могут быть ИП без сотрудников, или же те, кто не уплачивает налоги, но при этом может быть не привлеченным к ответственности. Например, строительным компаниям было бы очень проблематично осуществлять свою деятельность, не составляя при этом прозрачную отчетность.



С другой стороны, налоговые ставки не так уж и велики: НДС 18 %, НДС 13 %, Налог на прибыль 20 %. Но, к сожалению, так кажется только на первый взгляд. Если все это выразить в цифровой форме, выходит не совсем радостная картина.

Например, мы инвесторы, которые хотят вложить свои средства в производство чего-либо. Что же мы получим от реализации одного изделия?

Вот как это можно выразить по-простому:

— мы покупаем сырье и комплектующие за 1000 руб.

— тратим на оплату труда 1000 руб.

— продаем готовое изделие за 3000 руб.

В итоге прибыль 1000 рублей, то есть рентабельность 50 %, что очень даже хорошо.

Теперь считаем налоги.

- чтобы выдать рабочим 1000 руб., мы должны заплатить за них 13 % НДС, 30 % взносы в различные фонды.

Отдаем государству 43 % - 430 руб. НДС и взносы.

Налог на добавленную стоимость составит:

3000 - 118 %

X - 18 %

X=458 руб.

Отдаем государству еще 458 руб. за НДС.

После уплаты этих налогов у нас осталась прибыль:

3000 (продажи) – 2000 (сырье и зарплата) – 888 (НДС и налоги на зарплату) = 112.

С этой прибыли мы платим налог 20 %.  $112 * 20 \% = 22$  рубля налог на прибыль.

Итого вместо прибыли в 1000 руб. у нас остается 90 руб.

После совершенных действий в голове у инвесторов, да даже у самого простого рабочего возникает вопрос, почему же он должен отдавать государству свои честно заработанные деньги (если при этом не было нарушено законодательство).

Нам так же известны такие налоги, как транспортный, земельный, налог на имущество. Возьмем транспортный налог. Каков принцип действия: чем больше лошадиных сил, тем больше ставка. Мы считаем, что это вполне справедливо. Давайте разберемся ближе с этой ситуацией. Налогоплательщик приобрел джип объемом двигателя 4,2 литра и мощностью свыше 300 с лишним лошадиных сил. Это уже влияет на повышение ставки. Не стоит забывать так же и о том, что такие крупные автомобили нужно заправлять качественным бензином в разы больше, чем обычную. Им нужен особый техосмотр, запчасти и т.д. Тогда как же поступить, чтобы не платить огромную сумму налога. Все очень просто. Оформляете машину на пенсионера, желателен участник каких-либо военных действий, делаете неограниченную страховку и все. Все ваши документы в порядке, ездите спокойно.

Но суть проблемы не в этом. Даже очень обеспеченные люди ищут пути, чтобы не платить налоги. Почему так происходит? Ответ на поверхности. Мы отдаем, чтобы получить в ответ. Так же и с транспортным налогом. Мы его уплачиваем, чтобы ездить по хорошим дорогам. Однако, ситуация, в свою очередь, складывается неблагоприятно.[2]

Часто, на форумах, мы видим обсуждения вопроса, касающегося прогрессивной ставки налогообложения. Мол, как и в каких случаях, она могла бы функционировать. Мы так же рассмотрим этот вопрос на примере. Допустим, у налогоплательщика имеется дорогостоящая иномарка, но он на ней практически не ездит, так как часто находится в разъездах. Или же она просто стоит в сервисе. Зачем ему платить деньги за простой автомобиля?

А у другого гражданина обычная малолитражка, на которой он ездит каждый день, и, тем самым, добивает итак уже развороченные дороги. Вот и не справедливость в том, что один платит огромную сумму за простой, а второй маленькую сумму, но за постоянное использование. Было бы целесообразно убрать транспортный налог, увеличить проценты на топливо и тогда бы люди больше пользовались общественным транспортом, при этом меньше загрязняя атмосферу. Это было бы честно, т.к. большие машины используют больше бензина, а значит уходит больше денег чем у малолитражек, заправки которых хватает на долгие поездки. Мы платим транспортный налог, чтобы улучшать дороги, но как машина будет их разрушать, если на ней не ездить.

Интересно, государство задумывается о том, почему складывается такая картина? Почему граждане не хотят платить налоги, почему даже не у самого последнего человека на предприятии официальная заработанная плата 20000, из - за чего нераспределенная прибыль списывается на покупку различного оборудования, из - за чего все это? Да потому что в России закон писан не для всех.

Если существуют 2 организации, выпускающих похожую продукцию, то одна организация обязательно уплачивает налоги, а вторая этого не делает, то именно предприятие правонарушитель будет процветать, пока это предприятие будет пробивать себе дорогу на крупный рынок. Также для многих остается загадкой ответ на вопрос: куда же идут налоговые поступления. Для многих этот вопрос относится к одним их самых проблематичных – стоит открыть любой форум и настроение народа видно их первых предложений. Многие обеспокоены проблемой целесообразности уплаты налогов. Зачем платить налоги, если не видно результата этой уплаты? Зачем платить налоги, когда внутренняя политика государства все равно не меняется? И наконец, зачем платить налоги, если значительная часть от них уходит на коррумпированную составляющую? Приводится масса ярких примеров. Естественно, существуют такие структуры, как полиция, скорая медицинская помощь, пожарные, МЧС, чья помощь крайне необходима населению. Но у налогоплательщиков возникает масса вопросов, например: «Где дороги, финансируемые от транспортного налога, где бесплатная медицина, финансируемая за счет налогоплательщиков, да и на практике, чаще всего, становящаяся платной?» Эти и многие другие вопросы волнуют большую часть населения. Они объясняют это тем, что не видят ни результатов, ни отчетов, ровным счетом ничего, что должно говорить о рациональном использовании средств.

С другой стороны, значительная часть налоговых поступлений идет на поддержание обороноспособности страны, что немало важно в данной экономической и политической ситуации в стране. К сожалению, логика российских граждан устроена так, что легче думать о том, что все плохо, средств на восстановление жизнеспособности страны нет, чем вложить какой - то свой вклад в общее дело. [1]

К сожалению, осмотрительность и недоверчивость граждан и заставляет их не уплачивать налоги, потому что лучше положить честно заработанные деньги к себе в карман, а не к другому человеку. В России, в сравнении с другими странами, достаточно небольшие налоговые ставки. Российскому гражданину было бы очень непривычно жить, например, в Швейцарии, так как там местные жители почти все свои деньги отдают государству и не жалеют, потому что они видят, на что идут их денежные средства. Что же видим мы в России? Ремонт дорог в снегопад, блокирование соц.сетей, подозрительные затраты на Олимпиаду, Космодром Восточный, футбольный стадион в Санкт - Петербурге и многое другое.

Стоит затронуть вопрос и о пенсиях. Сейчас, большинство пенсионеров живут, можно сказать, на чае с хлебом. Неужели они трудились всю свою жизнь ради того, чтобы

выживать? Никто не отменял коммунальных услуг, вероятности получить травму или просто простудиться. С такими ценами не всегда остается и на жизнь. Воспитание послевоенных людей не позволяет им жаловаться, вот они и живут радуясь тому, чего по сути нет. Но это их поколение. А что будет с нашим, мы что, будем получать маленькую пенсию и радоваться этому? Вряд ли.

Вот и снова поднимается вопрос о неуплате налога. Легче положить свои средства в банк, под проценты, чтобы знать, что в будущем нас ждут хоть какие то личные деньги. Можно долго говорить об этом, но все таки не стоит терять надежду на лучшее будущее.

В заключение хотелось бы сказать, что граждане не чувствуют должной отдачи от государства, поэтому не хотят платить налоги. Также организациям не хочется перечислять в бюджет часть своих денежных средств, поэтому возникает скрывание доходов, черная заработная плата в конвертах и так далее. Для решения этой проблемы необходимо воодушевить население и показать, куда же идут их деньги, развивать медицину, социальные стороны жизни и многое другое.

#### **Список литературы:**

1. Дементьев И. В. Налоговые правонарушения и налогово - правовая ответственность: Учебное пособие - М.: РАП, 2014. - 336 с.
2. Максимова 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.
3. Сасов К. А. Налоговое правосудие в решениях Конституционного Суда Российской Федерации: Монография - М.: Норма, 2013. - 256 с.
4. Смолина О. С. Арбитражный процесс: доказывание и доказательства по делам об оспаривании результатов налоговых проверок: Монография - М.: Норма, 2015. - 176 с.

© И.В.Вахитова, 2017

**УДК: 336.232.2**

**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

**И.В.Вахитова**

Студентка 4 курса экономического факультета

Уфимский государственный нефтяной технический университет

г. Уфа, Российская Федерация

### **ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ РФ**

Аннотация. В данной статье рассмотрен вопрос влияния фискальной политики на существующую экономику государства. Проведен анализ проблем, инструментов, влияющих на его решение.

Ключевые слова: фискальная политика, инструмент, поступления.

С самого появления государства как такового, оно ставило перед собой задачу сохранения стабильности и дальнейшего развития экономики в целом. В наше время существует множество инструментов, с помощью которых государство может влиять на экономику. К одним из таких инструментов экономисты чаще всего относят бюджетно - налоговую политику.

Налоги, которые взимаются с физических и юридических лиц перераспределяются через государственный бюджет, а так же составляют костяк экономической силы государства. Поэтому государством уделяется большое внимание к поступающим в бюджет налогам, а так же влияние фискальной политики на современную жизнь общества.

Фискальная политика представляет собой постоянное, грубое и зачастую не своевременное вмешательство государства в экономические процессы и явления, чтобы регулировать их протекание. Её механизм - это совокупность мероприятий в сфере налогообложения, которые направлены на формирование доходной части государственного бюджета, повышение эффективности функционирования всей национальной экономики, обеспечение экономического роста, занятости населения и стабильности денежного обращения. Фискальная политика чаще всего действует на экономику посредством изменения налогов и государственных расходов. [3]

Налоги и государственные расходы являются основными инструментами фискальной политики. Чаще всего происходит так, что данная политика воздействует на стабильность экономики государства сколько не благотворно, а даже болезнетворно.

Всем нам известно, что государственные расходы большей частью состоят из поступающих налогов, являющимися основным источником пополнения бюджета. Это означает, что фискальная политика манипулирует государственным бюджетом.[3].

Чаще всего государство проводит фискальную политику не осознавая ее существенного влияния, а так же проблем, вытекающих далее.

Осуществление фискальной политики является важным вопросом для рассмотрения на государственных собраниях. Так как государство на данный момент переживает не лучшие времена, важно то, как будет осуществляться бюджетно - налоговая политика, ведь от нее зависит судьба каждого гражданина, живущего в нашей стране и судьба всей страны в целом.

Что же представляет собой фискальная политика?

Основными целями данной политики являются:

обеспечение: 1) стабильного экономического роста; 2) полной занятости ресурсов (важное внимание уделяется на решение проблемы циклической безработицы); 3) стабильного уровня цен (решение проблемы инфляции).

Фискальную политику проводит правительство. Её инструменты имеют свойство воздействовать не только на совокупный спрос, но и на совокупное предложение.

Инструментами фискальной политики выступают расходы и доходы государственного бюджета, государственные закупки, трансферты и налоги .

Государственные закупки– это приобретение на бюджетные средства товаров, услуг и работ для удовлетворения государственных нужд. Государственные закупки товаров и услуг включают в себя приобретение медикаментов, страхование автомобилей, ремонт помещений, строительство госучреждений и т.п. Гос. закупки охватывают все сферы жизни, где государство выступает покупателем. Стоит упомянуть, что существует система

гос. закупок, которая регламентируется законодательством. Это связано с тем, чтобы не происходило произвола со стороны властей, а так же не было коррупции. Набор четких правил проведения государственных закупок позволяет сделать прозрачным расходование средств налогоплательщиков на удовлетворение государственных нужд. [1].

Трансфертные платежи представляют собой компенсацию населению, юридическим лицам, а также иным предприятиям негосударственной формы собственности. Осуществляются они для поддержки указанных субъектов хозяйствования при неблагоприятных экономических факторах в государстве. В основе лежит перераспределение ресурсов из бюджета в пользу крайне нуждающихся лиц. Трансфертные платежи представляют собой субсидии предприятиям различных форм собственности, российским товаропроизводителям и выплату процентов по государственным займам

Налог - обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, принудительно взимаемый органами государственной власти различных уровней с организаций и физических лиц в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований. Фискальную политику называют бюджетно - налоговой, так как гос.закупки и трансферты являются расходами государства, а налоги основным источников пополнения бюджета. Изменение величины государственных закупок товаров и услуг в краткосрочный период влияет на совокупный спрос, а изменение величины налогов и трансфертов (субсидий) – и на совокупный спрос, и на совокупное предложение. Различие влияния разных инструментов фискальной политики лишь в том, что гос.закупки влияют на величину национального дохода и оказывают прямое воздействие на величину совокупных расходов(рост гос.закупок увеличивает совокупный спрос, а их сокращение - уменьшает). Стоит отметить, что в соответствии с кейнсианской моделью, они обладают наиболее мультипликативным эффектом. Налоги и трансферты это всего лишь способ перераспределения совокупного дохода, а их воздействие на совокупный спрос косвенное - через изменение потребительских и инвестиционных расходов.

Существуют критерии эффективности использования этих инструментов:

1. Величина дефицита бюджета и скорость нарастания государственного долга;
2. Доля бюджетного дефицита, покрываемого за счет монетизации;
3. Уровень развитости налогового администрирования;
4. Уровень выполнения бюджетных обязательств правительства;
5. Объем финансовых ресурсов, используемых на покрытие государственного долга.

Важно знать, что критериями выступают результаты проведенной политики: достигнут ли экономический рост, повержена ли инфляция, решена ли проблема занятости и т.д. Для нашей страны заметным показателем может служить величина просроченной задолженности по оплате труда бюджетников, пенсиям, социальным пособиям, по оплате государственного заказа.

Фискальная политика как способ финансового регулирования экономики осуществляет свою деятельность с помощью мощных рычагов налогообложения и государственных расходов. Поэтому проводят 2 вида фискальной политики: дискреционная и встроенных стабилизаторов (автоматическая). [5]

Рассмотрим основные поступления в федеральный бюджет.

Доходы бюджета за 2015 г. составили 13,659 трлн. руб., что на 407,9 млрд. руб. (3,1 %) больше, чем предусматривал прогноз. Расходы бюджета по кассовому исполнению составили 15,62 трлн. руб., дефицит — 1,961 трлн. руб. Объем ВВП по итогам 2015 г. составил 80,804 трлн. руб., что на 3,7 % ниже показателя 2014 г.

Дефицит федерального бюджета по состоянию на 1 ноября 2016 г. составил 1,581 трлн. руб., сообщается в оперативном отчете об исполнении федерального бюджета на сайте Федерального Казначейства РФ. Доходы бюджета составили 10,441 трлн. руб., расходы - 12,021 трлн. руб.

Расходы бюджета увеличиваются на 304 млрд. руб. - до 16,403 трлн. руб. (19,8 % ВВП), доходы - сокращаются на 370 млрд. руб., до 13,369 трлн. руб. (16,1 % ВВП).

Если сравнивать показатели, то мы видим, что наша страна находится в не очень благоприятном состоянии. Мало того, несмотря на сжатие доходов, расходы не только не сокращаются, но и растут.

Основными направлениями налоговой политики Российской Федерации на 2016 г. и на плановый период 2017 и 2018 гг. в течение очередного трехлетнего периода предусмотрено установление Правительством Российской Федерации моратория на увеличение налоговой нагрузки, что должно обеспечить стабильность налоговой системы и повысить ее привлекательность для инвесторов. Это приведет к увеличению налоговой нагрузки предприятий нефтегазового комплекса в 2016 г. и росту доходов федерального бюджета от вывозных таможенных пошлин на нефть сырую и товары, выработанные из нефти, на сумму порядка 197 млрд. руб., а также росту поступления НДС на газ и газовый конденсат от налогоплательщиков, являющихся собственниками Единой системы газоснабжения, на сумму порядка 100 млрд. руб.

В конце нужно сказать, что налоговые доходы являются основным источником доходов консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации. Налоговые доходы, в основном, состоят из поступлений за счет налога на прибыль организаций и налога на доходы физических лиц, удельный вес которых в доходах консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации составляет более 50 %.

В России фискальная политика была превращена в средство реализации денежно - кредитной политики по оздоровлению экономического состояния государства. Однако, главной задачей для нашей страны является создание, формирование, воплощение в жизнь продуманной политики, а именно бюджетно - налоговой. Она же, в свою очередь, должна удовлетворять потребностям национальной экономики, быть направленной на развитие производства, отвечать интересам государства и населения, что позволит нашей стране занять достойное место в ряду других стран с высокими экономическими показателями.

### **Список литературы:**

1. Волков, О.И. Экономика предприятия [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по экон. специальностям и направлениям / О. И. Волков, В. К. Склярченко. – М.: ИНФРА - М, 2013. – С. 263.
2. Агапова Т.А. учебник 10 - е перераб. и доп. М.: Московский финансово - промышленный университет «Сингерия», 2013. – С. 560
3. Баканов М.И., Теория экономического анализа: учебник. –3 - е изд., перераб. – М.: Финансы и статистика, 2012. – С. 320
4. Журавлева, Г. П. Экономическая теория. Макроэкономика - 1, 2. Экономика трансформаций // Человек и труд. – 2014. №3 – С. 109.

5. 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.

6. Налоговый контроль как способ пресечения налоговых преступлений., Жданова А.В., Минеева В.М. Сборник «Наука сегодня: теория и практика».2015.

© И.В.Вахитова, 2017

УДК 338.487

**К.Р. Гимадиева**

Магистрант 2 г.о. географического факультета  
Башкирский государственный университет  
Г. Уфа,

Российская Федерация

**Научный руководитель:**

**Сафиуллин Р.Г.**

Д.г.н., профессор кафедры «Экономическая география»,  
Башкирский государственный университет  
Г. Уфа,

Российская Федерация

## ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Современная мировая туристская индустрия является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей мировой экономики. Международный туризм занимает важнейшее место среди экспортных отраслей в большинстве туристических стран мира, что отмечается исследователями [2,3,4,5].

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) опубликовала прогноз развития туризма до 2020 года. Предполагается, что на первом месте в мире по посещаемости будет Китай, а наиболее динамично развивающейся туристской страной - Турция. По доходам международный туризм занимает высокие позиции, ЮНВТО прогнозирует до 2 трлн. долларов до 2020 г.

По данным ЮНВТО в первом десятилетии двадцать первого века количество международных туристов на планете возросло втрое по сравнению с десятилетием ранее. В 2010 году число международных туристов достигло 1 млрд. чел. в год. По прогнозам ЮНВТО к 2020 году число международных туристов превысит 1 млрд. 600 млн. человек в год (табл. 1).

Таблица 1 Прогноз прибытия международных туристов в мире и по регионам в 1995 - 2020 годах (млн. чел) согласно ЮНВТО [1].

Регион	Годы			
	1995	2000	2010	2020
Европа	335	390	527	717



Тихий океан	80	116	231	438
Америка	111	134	195	285
Африка	20	27	46	75
Средний Восток	14	19	37	69
Южная Азия	4	6	11	19
Всего	564	692	1047	1602

\*по данным источника [www.http // unwto.org](http://unwto.org)

Предполагается неравномерное развитие туризма по регионам. высокие темпы прироста ожидаются в странах Тихого океана и Азии, в Америке и Европе они будут ниже среднемировых. Доля этих двух регионов по прибытию гостей упадет с 79,1 % в 1995 г. до 62,6 % в 2020 г. Также ожидается и увеличение роста доходов от туризма - с 399 млн. долл. США в 1995 г до 2 триллионов долл. США в 2020 г., или в 5 раз. Одновременно ожидается рост затрат туриста на одну поездку - с 707 долл. США в 1995 г до 1248 долл. США в 2020 г, или в 1,8 раза.

Соотношение между межрегиональными и внутрирегиональными путешествиями к 2020 году может составить до 24 % к 76 % . При этом ожидается, что туристы следующим образом распределятся по регионам: первое место будет занимать Европа - 717 млн. туристов, 2 место - Тихоокеанский регион / Восточная Азия - 397 млн. туристов, третье - Америка - 282 млн. туристов, а за ней, в порядке убывания, Африка, Ближний Восток и Южная Азия. Предполагается, что к 2020 году Россия займет девятое место в мире по количеству туристских посещений.

### Список использованной литературы

1. Прогноз прибытия международных туристов в мире и по регионам в 1995 - 2020 годах [Электронный ресурс]. – URL: [www.http // unwto.org](http://unwto.org) / (дата обращения: 03.05.2017).
2. Сафиуллин Р.Г. , Закиров И.В. Экономическая и социальная география России и стран Ближнего Зарубежья. Учебное пособие. / Р. Г. Сафиуллин, И. В. Закиров ; М - во образования Рос. Федерации, Башкир. гос. ун - т. - Уфа, 2003.
3. Сафиуллин Р.Г., Сафиуллина Р.М. Эффективное региональное развитие: виды, факторы, тренды / Сафиуллин Р.Г., Сафиуллина Р.М. В сборнике: Устойчивое развитие: Проблемы, концепции, модели Материалы международного симпозиума, посвященного 20 - летию КБНЦ РАН. 2013. С. 271 - 274.
4. Сафиуллин Р.Г., Сафиуллина Р.М. Эффективность территориального развития России: теория, реальность, проблемы. В сборнике: Инновационные технологии управления социально - экономическим развитием регионов России Материалы VII Всероссийской научно - практической конференции с международным участием. В 2 - х частях . 2015. С. 37 - 47.
5. Салимгареев Н.Г., Сафиуллин Р.Г. Критерии оценки пространственного развития региона. / Н.Г. Салимгареев, Р.Г. Сафиуллин. Регионология. 2009. № 3. С. 19 - 27.

© К.Р. Гимадиева



## **РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В ИТАЛИЮ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ**

Италия занимает 6 место в мире по степени развития гастрономического туризма. Итальянская кухня давно уже перешла свои национальные границы, превратившись в одну из международных. В Италии 20 областей, и каждая из них обладает уникальными кулинарными традициями. Ежегодно в начале сентября в Милане проходит "неделя высокой ломбардской кухни". Италия словно создана для винно - гастрономического туризма. В конце октября в Италии проходит праздник молодого вина. Если говорить об итальянской гастрономической карте, то в первую очередь на ней выделяется Тоскана - настоящий рай для гурмана. Долина Кьянти - важнейший винодельческий район Италии. Также высоко ценится и оливковое масло из Кьянти.

Предлагаемые туры в эту страну создаются на туристическом рынке России с учетом всех категорий туристов, что позволяет заинтересовать потребителей «эконом» продукта и гостей, приобретающих пакет «VIP» сервиса. Наличие гарантированных номеров в базовых и «экссклюзивных» отелях позволяет предлагать большой выбор туристических пакетов в течение всего сезона. Парк современных транспортных средств обеспечивает транспортное обслуживание на курортах на высоком уровне. С гостями работают русскоговорящие гиды, все экскурсии проводятся лицензированными гидами, имеющими допуск к работе в экскурсионной программе.

Уникальной возможностью попробовать настоящую итальянскую кухню, научиться готовить основные блюда на мастер - классах от итальянских шеф - поваров являются кулинарно - гастрономические туры. В своей работе мы предлагаем путешествие с уникальной программой, включающей 4 кулинарных мастер - класса (в т.ч., Первой Академии Трюфеля), 5 дегустаций, 6 древних итальянских городов; основными локациями же данного тура станут города провинции Умбрия. Проведение тура займёт 6 дней.

Умбрию недаром называют «зелёным сердцем» Италии, единственной областью Италии, не имеющей выхода к морю, что вполне компенсируется наличием рядом чистейших горных озёр. Тут же, в Умбрии, находится ещё одна знаменитая итальянская водная достопримечательность, - Мраморный водопад, считающийся одним из самых больших в Европе.

Окружённость региона сплошь и рядом зелёными пастбищами, оливковыми рощами и лесами определяет статус этого региона как одного из самых экологически чистых. Столица области Перуджа известна своими этрусскими и средневековыми ценностями, в

числе которых легендарный Дворец Приоров с фресками уроженца Умбрии, великого ренессансного художника Перуджино.

И, конечно, именно в Умбрии (г. Терни) появилась традиция празднования дня Святого Валентина. Все началось с того, что, будучи местным епископом, будущий Святой Валентин удачно благословил одну пару, за которой потянулись и другие. Сегодня в Терни каждый февраль проходит Фестиваль влюбленных. Многие пары также приезжают сюда поклониться мощам святого.

### Список использованной литературы

1. Прогноз прибытия международных туристов в мире и по регионам в 1995 - 2020 годах [Электронный ресурс]. – URL: [www.http // unwto.org /](http://unwto.org/) (дата обращения: 03.05.2017).

2. Сафиуллин Р.Г., Закиров И.В. Экономическая и социальная география России и стран Ближнего Зарубежья. Учебное пособие. / Р. Г. Сафиуллин, И. В. Закиров ; М - во образования Рос. Федерации, Башкир. гос. ун - т. - Уфа, 2003.

3. Сафиуллин Р.Г., Сафиуллина Р.М. Эффективное региональное развитие: виды, факторы, тренды / Сафиуллин Р.Г., Сафиуллина Р.М. В сборнике: Устойчивое развитие: Проблемы, концепции, модели Материалы международного симпозиума, посвященного 20 - летию КБНЦ РАН. 2013. С. 271 - 274.

4. Сафиуллин Р.Г., Сафиуллина Р.М. Эффективность территориального развития России: теория, реальность, проблемы. В сборнике: Инновационные технологии управления социально - экономическим развитием регионов России Материалы VII Всероссийской научно - практической конференции с международным участием. В 2 - х частях . 2015. С. 37 - 47.

5. Салимгареев Н.Г., Сафиуллин Р.Г. Критерии оценки пространственного развития региона. / Н.Г. Салимгареев, Р.Г. Сафиуллин. Регионология. 2009. № 3. С. 19 - 27.

© К.Р. Гимадиева

УДК 33

Ю.А. Гиренко

НГУЭУ

г. Новосибирск, Российская Федерация

### АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

*Ключевые слова:* аудит эффективности, бюджет, бюджетная система, результативность, реформа, коррупция,

**Аннотация:** Борьба с коррупцией в РФ осуществляется на протяжении всей истории и в последние годы вышла на новый уровень. Новым эффективным инструментом антикоррупционной политики государства призван стать аудит эффективности. В статье анализируется его роль в борьбе с коррупцией на государственном уровне.

Целью аудита эффективности является выявление отклонений от стандартов законности, эффективности, результативности и экономичности управления бюджетными ресурсами

для того, чтобы иметь своевременно исправить отклонения, или привлечь лиц, принимающих решения, к ответственности, компенсировать нанесенный ущерб, или предпринять меры для предотвращения аналогичных нарушений в перспективе.

Аудит эффективности позволяет противодействовать распространению коррупции, а также увеличивает степень информированности о борьбе с коррупцией. Кроме того, данный вид аудита позволяет препятствовать появлению коррупции. В связи с этим реализация стратегии борьбы с коррупцией в РФ не может обойтись без внедрения аудита эффективности как действенного инструмента борьбы с коррупцией и неэффективным управлением бюджетными средствами.

Анализ ряда положений основных нормативных правовых актов: Бюджетного кодекса [1], 4 - ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации», Указа Президента РФ от 13.03.2012 г. № 297 «О Национальной стратегии противодействия коррупции» [3], Методических рекомендаций по оценке коррупционных рисков при использовании бюджетных ассигнований, контролю эффективности реализации программ по противодействию коррупции и других нормативно правовых документов свидетельствует о том, что в настоящий момент на законодательном уровне отсутствует определение таких терминов, как «аудит эффективности», «финансовый аудит».

Кроме того, отсутствуют нормативно - правовые документы, определяющие порядок, методы определения Счетной палатой Российской Федерации эффективности и целесообразности бюджетных расходов, а также совершенно не освещены вопросы, связанные с противодействием коррупции в бюджетной сфере.

Целью аудита эффективности является качественное совершенствование всего процесса управления федеральными ресурсами благодаря представлению достоверной и полной информации об эффективности работы организаций. Также аудит эффективности измеряет результативность и экономическую эффективность расходов госбюджета. В процессе аудита эффективности проверке подлежит фактический результат. Самой реализации или процессу принятия решений уделяется минимум внимания. Предметом такого аудита могут выступать госпрограммы либо деятельность проверяемого субъекта по применению бюджетных средств для выполнения обозначенных функций.

Аудит эффективности расходов — это своеобразная форма финансового контроля. Она помогает установить эффективность расходования бюджетных средств на достижение поставленных целей.

При проверке осуществляется контрольное изучение деятельности проверяемого субъекта. Аналитическая функция заключается в установлении причинно - следственных связей деятельности и итогов. Синтетическая функция предполагает формирование рекомендаций по улучшению эффективности деятельности. Примечательно, что по итогам аудита эффективности использования средств не применяются меры принуждения. Все сформулированные предложения носят исключительно рекомендательный характер. Необходимость в данном виде аудита обусловлена в потребности поиска и разработки более результативных по расходам управленческих форм.

Для снижения коррумпированности государственных органов в России необходимо укреплять систему государственного финансового контроля на всех уровнях. Хорошо организованные системы внутреннего контроля способствуют снижению рисков возникновения коррупции и мошенничества в органах власти, в подведомственных госорганах учреждениям.

«Всеобщее понимание, что основная часть теневой экономики есть зло, разрушающее устои нашего общества, наносящее невосполнимые потери россиянам, – это основное условие коренного перелома в борьбе с теневой экономикой. Ужесточение наказания

экономических преступников, усиление правоохранительных органов, рост российской экономики – все в комплексе приведет к положительным результатам, что позволит снизить объем теневой экономики в России» [5].

Таким образом, введение новых систем финансового контроля и аудита эффективности должно стать препятствием для распространения коррупции в бюджетной сфере, повысить информированность общества о мерах по противодействию взяточничеству. Аудит эффективности призван решить задачу не только выявления фактов коррупции, но также и предупреждать их. В связи с этим при разработке стратегии борьбы с коррупцией в РФ большое значение имеют повсеместное внедрение аудита эффективности как инструмента борьбы со взяточничеством и неэффективным управлением. Перечисленное будет возможным при совершенствовании нормативного регулирования аудита эффективности, исключения противоречивости между нормативно - правовыми актами и методическими основами его проведения на всех уровнях государственного управления.

### **Список использованной литературы**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145 - ФЗ (ред. от 28.03.2017)
2. Федеральный закон «О противодействии коррупции» от 25.12.2008 № 273 - ФЗ (ред. от 03.04.2017)
3. Указ Президента РФ «О Национальной стратегии противодействия коррупции и Национальном плане противодействия коррупции на 2010 - 2011 годы» от 13.04.2010 N 460 (ред. от 13.03.2012)
4. Указ Президента РФ «О Национальном плане противодействия коррупции на 2016 - 2017 годы» от 1 апреля 2016 г. № 147 Лебедева А.В. Негативные стороны отдельных норм федерального Закона «о противодействии коррупции» // Вестник ВУиТ. 2010. №72.
5. Дмитриева Е.Н. Оценка теневого сектора экономики. В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ сборник материалов XIV - й международной научно - практической конференции. НИЦ «АПРОБАЦИЯ». 2017. С. 55 - 57.

© Ю.А. Гиренко, 2017

**УДК 336**

**А.Н. Гладкова**

Магистр, 2 курс

ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения

Императора Александра I»

Г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА**

В настоящее время высок интерес предприятий и фирм к вопросам управления финансами, где финансовый анализ, являясь одним из видов экономического анализа, занимает важное место. Успешно обосновывать и реализовывать на практике мероприятия по эффективному управлению финансовой деятельностью хозяйствующего субъекта

можно только через реализацию современных методик экономического анализа финансового состояния предприятия.

Финансовое состояние предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность предприятия финансировать свою деятельность на фиксированный момент времени. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, их образованием, распределением, эффектами, используемыми одной стороной, а также взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами [1].

Финансовое состояние предприятия оценивается, прежде всего, его *финансовой устойчивостью* и *платежеспособностью*. Обеспеченность запасов источниками их формирования выражает сущность финансовой устойчивости, в то время как платежеспособность выступает ее внешним проявлением. Платежеспособность отражает способность предприятия платить по своим обязательствам и долгам в конкретный период времени.

Финансовое состояние может быть *абсолютно устойчивым*, *нормально устойчивым*, *неустойчивым* и *кризисным*. Для того чтобы предприятие было финансово устойчиво, оно должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение так, чтобы постоянно обеспечить превышение доходов над расходами. Устойчивое финансовое положение положительно влияет на объемы основной деятельности, поэтому финансовая деятельность должна быть направлена на обеспечение систематического поступления и расходования финансовых ресурсов.

Значительная роль в достижении устойчивого финансового положения принадлежит анализу.

Комплексная оценка финансового состояния организации позволяет решать многие значимые задачи:

1. Определить истинное финансовое состояние предприятия.
2. Выявить причины достигнутого состояния и полученных результатов.
3. Спрогнозировать главные тенденции изменения финансового состояния.
4. Разработать мероприятия, направленные на более результативное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния.

Различают *внутренний* и *внешний* анализ финансового положения.

*Внутренний анализ* реализуется для нужд управления предприятием. Его цель - обеспечить систематическое поступление денежных средств и разместить собственные и заемные средства так, чтобы создать условия для разумного функционирования предприятия.

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

Основными источниками информации для анализа финансового состояния предприятия служат отчетный бухгалтерский баланс (форма №1), отчет о прибылях и убытках (форма №2), отчет о движении капитала (форма №3).

Результаты анализа финансового состояния предприятия позволяют выявить «узкие» места, требующие особого внимания, и разобрать мероприятия по их ликвидации.

Анализ ФСП основывается главным образом на относительных показателях, так как абсолютные показатели баланса в условиях инфляции очень трудно привести в сопоставимый вид.

Основной целью финансового анализа является получение значимых показателей, дающих объективную картину финансового состояния:

- изменения в структуре активов и пассивов;
- динамика расчетов с дебиторами и кредиторами;
- величина прибыли и убытков, уровень рентабельности активов, собственного капитала и продаж и т. д.

Существует множество методик анализа финансового состояния предприятия. Большинство из них повторяют и дополняют друг друга, они могут быть использованы комплексно или раздельно в зависимости от конкретных целей и задач анализа, информационной базы, имеющейся в распоряжении аналитика.

В настоящее время широкое распространение получили методики: Шеремета А.Д., Ковалева В.В., Сайфулина Р.С., Савицкой Г.В и др. Каждая из методик содержит 3 основополагающих раздела: общая оценка финансового состояния, анализ деятельности и оценка банкротства.

Можно выделить основные методы финансового анализа: горизонтальный анализ, вертикальный анализ, трендовый, анализ относительных показателей (коэффициентов), сравнительный, факторный анализ.

В российской и зарубежной учебной литературе выделяют четыре основные группы показателей анализа финансового состояния организации [2]. К ним относятся:

1. Показатели ликвидности. В зарубежной учебной литературе — liquidity ratios.
2. Показатели финансовой устойчивости. В зарубежной литературе — financial leverage (финансовый рычаг) или leverage ratios (показатели рычага).
3. Показатели рентабельности. В зарубежной практике данная группа показателей называется profitability ratios.
4. Показатели оборачиваемости — efficiency ratios (показатели эффективности).

Существенных различий в направлениях анализа финансового состояния в российской и зарубежной практике не наблюдается. Перейдем к рассмотрению показателей, которые входят в оговоренные группы показателей.

Ликвидность – легкость реализации, продажи, превращения материальных или иных ценностей в денежные средства для покрытия текущих финансовых обязательств [3].

Существенным отличием российских подходов к анализу ликвидности и платежеспособности от зарубежных подходов является наличие нормативных значений практически для каждого из показателей, причем эти значения у различных авторов несколько отличаются, но в целом *коэффициент абсолютной ликвидности должен быть больше 0,2, коэффициент быстрой ликвидности - больше 0,7, а коэффициент текущей ликвидности - больше 2*. В зарубежной литературе нормативы для данных коэффициентов отсутствуют.

Также отличием российских подходов к оценке ликвидности и платежеспособности является методика анализа ликвидности баланса, основанная на абсолютных показателях [4]. Она предполагает сравнение четырех групп активов с четырьмя группами пассивов.

Совокупная величина активов по степени ликвидности разделяется таким образом: наиболее ликвидные активы А1, быстрореализуемые активы А2, медленно реализуемые активы А3, трудно реализуемые активы.

Пассивы группируются по степени срочности их оплаты на следующие группы: наиболее срочные обязательства П1, краткосрочные пассивы П2, долгосрочные пассивы П3, постоянные пассивы.

Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняются следующие соотношения:  $A1 \geq П1$ ;  $A2 \geq П2$ ;  $A3 \geq П3$ ;  $A4 \leq П4$ .

Следующим отличием российских подходов является методика анализа финансовой устойчивости по абсолютным показателям. Она предполагает расчет трех абсолютных показателей финансовой устойчивости.

Наличие собственных оборотных средств:  $СОС = СК - ВА + ДО$ ;

Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат:  $СД = СОС + ДО + ЦФП$ ;

Основные источники формирования запасов и затрат:  $ОИ = СД + КЗС$ ,

Для определения типа финансовой устойчивости данные абсолютные показатели сравнивают с величиной запасов (З):

1. Абсолютная устойчивость:  $СОС \geq З$ ,  $СД \geq З$ ,  $ОИ \geq З$ .
2. Нормальная устойчивость:  $СОС < З$ ,  $СД \geq З$ ,  $ОИ \geq З$ .
3. Неустойчивое финансовое состояние:  $СОС < З$ ,  $СД < З$ ,  $ОИ \geq З$ .
4. Кризисное финансовое состояние:  $СОС < З$ ,  $СД < З$ ,  $ОИ < З$ .

Результаты рассмотренной методики оценки финансовой устойчивости часто противоречат результатам анализа по относительным коэффициентам.

**Рентабельность** – относительный показатель экономической эффективности, который отражает степень эффективности применения материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, ее формирующим [5].

В российской литературе выделяют большее количество показателей, нежели в зарубежной. Общими показателями рентабельности для российской и зарубежной практики являются: *рентабельность продаж / активов / собственного капитала / инвестиций* (чистых активов).

Оборачиваемость, или эффективность, определяются коэффициентом оборачиваемости и периодом одного оборота. По данному направлению анализа финансового состояния практически нет существенных различий между российскими и зарубежными подходами.

**Коэффициенты оборачиваемости** – группа коэффициентов, показывающая интенсивность использования активов или обязательств. К ним относятся:

- коэффициент оборачиваемости активов / текущих активов / собственного капитала / инвестированного капитала / заемного капитала / дебиторской задолженности / кредиторской задолженности / запасов;
- фондоотдача;
- оборачиваемость денежных средств.

В заключении можно подчеркнуть, что анализ финансового состояния – обязательная составляющая финансового менеджмента любой компании. В данной статье были рассмотрены основные методы анализа состояния предприятия. Каждое предприятие

самостоятельно вправе решить, какими методами анализа ему удобнее пользоваться. Главное понимать, что четкое знание закономерностей и взаимосвязей позволяет проводить качественную диагностику компании и строить эффективное управление на основании минимума показателей.

#### **Список использованной литературы:**

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В.Савицкая: Минск: ООО «Новое знание», 2012 . – 707с.
2. Греченюк А.В. Сравнительный анализ российских и зарубежных подходов к анализу финансового состояния организации. Аудит и финансовый анализ №1. / А.В.Греченюк, 2015. – 25с.
3. Конспект лекций «Экономика недвижимости» [Электронный ресурс] / Д.А.Шевчук, 2009 г. // Режим доступа: [http:// www.e - reading.club](http://www.e-reading.club).
4. Анализ финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] // Режим доступа [http:// afdanalyse.ru /](http://afdanalyse.ru/) .
- 5.Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Режим доступа: [ru.wikipedia.org /](http://ru.wikipedia.org/) .

© А.Н. Гладкова, 2017

**УДК 339**

**Н.Н. Гладунец**

магистрант 2 курса факультета магистратуры  
и подготовки кадров высшей квалификации

Орловский государственный университет экономики и торговли

**Научный руководитель Лебедева О.А.**

к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и торговое дело»

Орловский государственный университет экономики и торговли

Г. Орел, Российская Федерация

### **ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ КАК ОБЪЕКТА ЛОГИСТИЗАЦИИ**

Развитие сферы торговли в России в целом и в рамках отдельных регионов зависит от ряда факторов. Появление новых видов и форм торговой деятельности, развитие ритейла, малого и среднего предпринимательства, оптимизация предпринимательских усилий существующих торговых предприятий – все это происходит под влиянием внешних и внутренних переменных. Формирование современных форматов торговли происходит под воздействием общих тенденций развития экономики, науки и техники, культуры, социальных показателей, смены вкусов и требований целевых групп потребителей.

Специфика торговой деятельности сопряжена с пересечением интересов партнерских структур (поставщиков, транспортных компаний, финансовых учреждений) и клиентурных рынков именно в сфере торговли. Торговля находится на стыке между производителями и



потребителями. С одной стороны, торговые организации должны позаботиться о бесперебойном снабжении качественными товарами в необходимом количестве самих себя, т.е. наладить стабильные хозяйственные отношения с производителями товаров и решить вопросы доставки (транспортировки) их до магазинов. С другой стороны, предприятия сферы торговли должны обеспечить высокий уровень удовлетворенности покупателей, добиться их лояльности.

Основной задачей торговли является удовлетворение потребностей населения в качественных товарах, обеспечение высокого качества и культуры торгового обслуживания с применением современных форм торговой деятельности и методов продажи товаров, обеспечение гарантий прав и законных интересов граждан в процессе торгового обслуживания.

Коммерческая деятельность торговых структур имеет ряд характерных особенностей:

- ассортимент товаров формируется в зависимости от характера спроса на обслуживаемой территории и особенностей обслуживаемого контингента (сегментов потребителей);

- организационно и торгово - технологически торговые предприятия достаточно автономны и самостоятельны в процессе реализации товаров;

- торговые структуры максимально приближены к потребителям (действует принцип рационального размещения торговых предприятий в рамках города, села и др. объединения), что позволяет быстро реагировать на изменения рыночной ситуации;

- наряду с реализацией товаров предприятия оказывают большой объем дополнительных услуг с целью привлечения покупателей и др.

Важнейшими функциями торговли являются:

- реализация товаров, услуг;

- доведение товаров до потребителей. Выполняя данную функцию, торговля организует пространственное перемещение товаров от производителей к потребителям, осуществляя при этом ряд операций по продолжению процесса производства в сфере обращения (например, транспортировку, хранение);

- поддержание баланса между предложением и спросом с одновременным активным воздействием на производство в части объема и ассортимента выпускаемой продукции;

- сокращение издержек обращения в сфере потребления (загрat покупателей на приобретение товаров) путем совершенствования технологии продаж, расширения информационных услуг и т.д.

- функции, обусловленные концепцией маркетинга: разработка товара, рыночные исследования, организация распределения, определение цены, создание служб сервиса и др.

Таким образом, многие бизнес - процессы торговых предприятий входят в разряд логистических, в частности:

- формирование хозяйственных связей с поставщиками товаров и услуг (анализ условий сотрудничества, оценка параметров поставок, своевременный отказ от услуг предприятий поставщиков, поиск новых источников поступления товаров);

- определение объемов и направлений материального потока, рационализация товародвижения;

- прогнозирование потребностей в перевозках с выбором вида транспорта;

- развитие, размещение и организация складского хозяйства;

- управление товарными запасами и т.д.

Причем логистические процессы и операции организуются на предприятиях торговли по - разному. Крупные торговые сети формируют логистические подразделения, которые укомплектованы квалифицированными кадрами, оснащены необходимой техникой, программным обеспечением, располагают необходимым числом транспортных средств. Как правило, данные подразделения удачно встроены в организационную структуру предприятия, тесно взаимодействуют с другими отделами, имеют возможность быстро и эффективно решать возникающие вопросы.

Средние торговые предприятия в зависимости от вида реализуемых товаров, налаженных хозяйственных связей могут использовать либо собственные логистические структуры, либо перепоручать выполнение отдельных логистических операций партнерам. Например, розничная торговля часто обращается за помощью к оптовому звену при транспортировке товаров.

Малые формы предпринимательской деятельности сталкиваются с рядом проблем по организации логистических операций. Содержание собственного транспортного средства зачастую является невыгодным, влечет значительные расходы. Обеспечение товарного предложения значительной широты и насыщенности требует наличия налаженных контактов с разными производственными и торгово - посредническими структурами. Также могут возникнуть проблемы с учетом товарно - материальных ценностей, обеспечением текущего, рабочего и страхового запаса товаров. Поэтому предприятия малого и среднего предпринимательства часто обращаются за помощью к специализированным партнерским структурам, т.е. прибегают к логистическому аутсорсингу.

Маркетинг - логистическое обеспечение для каждого отдельного предприятия зависит от специфики и состояния развития рынков сбыта, особенностей и перспектив развития спроса, финансовых и других ресурсов, условий внешней и внутренней среды [6].

При формировании логистической системы следует также учитывать территориальную определенность деятельности торгового предприятия. Понятно, что магазин – стационарное сооружение, но хозяйственные связи могут распространяться на значительные по размеру и удаленности территории. Перемещение товарно - материальных ценностей зачастую осуществляется как внутри страны (региона), так и за их пределами.

Сложность и многообразие партнерских отношений предприятий торговли с производителями товаров, посредническими структурами, логистическими центрами, транспортными организациями, финансовыми учреждениями, маркетинговыми центрами и пр. определяет важность определения логистической территории предпринимательской структуры.

Под логистической территорией следует понимать сложную логистическую систему, состоящую из элементов - звеньев, взаимосвязанных экономическими потоками (материальными, финансовыми, информационными и др.), в рамках конкретной пространственно - ограниченной территории, задачи которой определены внутренними и внешними целями этой системы [1].

Выполняемые функции и место торговли в цепочке перемещения товарно - материальных ценностей от производителя до потребителя, определяют особую значимость, что и определяет актуальность формирования рациональной системы логистики и оптимизацию всего комплекса логистических процессов.

### Список литературы:

1. Кузменко Ю.Г. Логистика торгового обслуживания: инновационные пространственно - территориальные аспекты / Ю.Г. Кузменко, И.Ю. Окольниковникова, И.П. Савельева, Е.Д. Конькова // Вестник Южно - Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент, 2016. - Т. 10. - № 3. - С. 162 - 174.
2. Макарова Т.Н. Тенденции развития сферы услуг и перспективы формирования кластеров / Т.Н. Макарова, Е.Е. Семенова // Инновационный Вестник Регион, 2015. - № 2. - С. 59 - 63.
3. Скворцова Н.А. Виды и формы торговой деятельности в Российской Федерации / Н.А. Скворцова, Т.Н. Макарова // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, 2016. - № 2. - С. 315 - 320.
4. Соболева Ю.П. Особенности организации логистической деятельности отечественных предприятий / Ю.П. Соболева, Т.Н. Макарова // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, 2016. - № 3. - С. 351 - 357.
5. Сотникова Е.А. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг / Е.А. Сотникова, О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова // Вестник ОрелГИЭТ, 2016. - № 3 (37). - С. 33 - 39.
6. Тришкина Н.И. Направления маркетинг - логистического обеспечения торговых посреднических предприятий / Тришкина Н.И. // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки, 2015. - № 5. - С. 2 - 9.

© Н.Н. Гладунец, 2017

**УДК 339.35**

**Н.И. Горелова**

студент 4 курса Института экономики

Поволжский государственный университет сервиса

г. Тольятти, Российская Федерация

**Научный руководитель: Е.В. Романеева**

к.э.н., доцент кафедры «Экономика,

организация и коммерческая деятельность»

Поволжский государственный университет сервиса

г. Тольятти, Российская Федерация

## **МЕТОДИКА АНАЛИЗА КАЧЕСТВА И ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ШВЕЙНО - ТРИКОТАЖНЫХ ТОВАРОВ НА ТОРГОВО - ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

Особенностью торгово - производственного предприятия является осуществление контроля качества и на производстве при выпуске готовых изделий, и экспертиза качества поступивших изделий на торговом предприятии.

При производстве товаров контроль качества готовых изделий осуществляется следующим образом: изделия необходимо поместить в помещение с комнатной

температурой и влажностью на 48 часов, затем по истечении этого времени эксперт проводит осмотр в помещении с естественным или люминесцентным освещением, проверка при недостаточном освещении или под прямыми солнечными лучами не допускается. Осмотр изделия осуществляется на ровном светлом столе с гладкой поверхностью, при этом размер стола должен позволять разложить на нем изделие целиком. Проверка изделия осуществляется в разложенном виде, без растягивания полотна [1, с.8].

Общий осмотр трикотажного изделия включает в себя внешний осмотр и измерение отдельных деталей по отношению к конструктивным линиям, конкретным для каждого отдельного вида изделия. На этапе внешнего осмотра определяют наличие дефектов в полотне, влияющих на внешний вид и потребительские свойства изделия, например, долговечность или гигроскопичность. На трикотажных изделиях определяют направление и наличие перекоса петельных рядов и столбиков для определения возможности и направления усадки или растяжения изделия в процессе эксплуатации. При легком натяжении полотна в поперечном направлении осуществляют проверку захвата петель при включении в процессе вязания полотна.

Внешний осмотр включает в себя проверку следующих аспектов:

1. Качество пошива
2. Симметричность парных деталей, вытачек и рельефов правой и левой сторон изделия, изменяя расстояния их расположения от края изделия, от его середины, от низа изделия, от угла соединения плечевого шва и горловины, от точки соединения боковых швов и пройм
3. Соответствие по размерам и форме парных товаров, совмещая и измеряя правильность подбора по оттенку, рисунку, плотности вязания трикотажного полотна, раскладывая изделия таким образом, чтобы соединительный шов находился в середине осматриваемой части изделия.

Экспертиза качества швейно - трикотажных товаров на торговом предприятии проводится в следующем порядке:

1. Проверяется наличие сопроводительных документов
2. Устанавливается принадлежность партии к предъявленным документам
3. Устанавливаются условия складирования и хранения товара, состояние упаковки и маркировки товаров
4. Уточняется ассортимент, количество товаров, рассортировка по моделям, артикулам и др.

Если на поставленные изделия есть образец (эталон), то они должны полностью ему соответствовать. Товарный вид товаров не должен иметь лас, отпечатков швов и пятен от неправильной влажно - тепловой обработки. Парные и комплектные изделия должны соответствовать по размеру, рисунку, оттенку и т.д. Также изделия обязательно должны иметь ленту или ярлык с рекомендациями по уходу за изделием: стирке, чистке, режиме глажения.

На следующем этапе определяется качество товаров органолептическим методом. С помощью органолептического метода проверяют внешний вид, посадку изделия, наличие дефектов внешнего вида, исполнение отдельных деталей и частей. Внешний вид и посадку определяют на манекенах или фигурах типового телосложения.

В процессе экспертизы проводится непосредственный осмотр швейно - трикотажных товаров. Осмотр должен проходить в хорошо освещенном помещении на горизонтальной поверхности, в идеале – на разбраковочном столе. Для осмотра товаров с застежками и бортами для проверки посадки используются манекены.

Для осуществления линейных измерений, размеров дефектов, частоты стежков и общего внешнего вида изделия используются измерительные линейки, рулетки, треугольные линейки, мягкие метры, лупы и транспортеры. Все изделия подвергаются сплошному контролю, т.е. осматриваются последовательно каждое в отдельности. Если изделие подвергается сравнению с представленным образцом (эталоном), то оно должно полностью соответствовать ему по всем органолептическим и измерительным показателям. В случае отсутствия образца эксперт определяет влияние дефектов на качественные характеристики товара, руководствуясь нормативной документацией на данный вид изделия [1, с.171 - 182].

Качество верхних и бельевых трикотажных товаров определяется по дефектам внешнего вида на лицевой стороне изделия, разложенного на столе свободно без растяжения. Проверка проводится, начиная с передней стороны изделия, слева направо, сверху вниз. Если изделие имеет застежку, то осмотр проводится сначала в застегнутом, потом в расстегнутом виде.

Качество готовых трикотажных товаров в первую очередь зависит от качества используемого сырья, процесса вязания трикотажного полотна, раскройно - пошивных операций. В результате несоблюдения необходимых условий при осуществлении этих процессов могут возникнуть дефекты раскроя и пошива товаров, такие как:

- Несовпадение начала и конца плоского шва
- Перекос шва
- Пробивка петель у шва
- Косая прошивка карманов, манжет, воротников и т.д.
- Размеролинейные отклонения: разная ширина и длина рукавов, разная длина концов воротника, несимметричное расположение вытачек и т.д. [2, с.129 - 130].

Если на открытых участках внешней стороны изделия обнаружено несколько дефектов, процент потери качества устанавливается по наибольшему дефекту. При наличии больше 2 дефектов процент снижения качества увеличивается на 10 - 30 % в зависимости от размера дефекта, его характера и влияния на качество. Дефекты на изнаночной стороне изделия, подкладках и чехлах, на закрытых участках учитываются, если снижают эксплуатационные и другие потребительские свойства товаров.

#### **Список использованной литературы:**

1. ГОСТ Р 54393 - 2011. Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения [Текст] - Введ. 2013 - 01 - 01. - М., 2014. - 16 с.
2. Дзахмишева, И.Ш. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров [Текст] : учебное пособие / И. Ш. Дзахмишева, С. И. Балаева, М. В. Блиева, Р. М. Алагирова / Под общ. ред. проф. И. Ш. Дзахмишевой. - 3 - е изд. - М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2012. - 346 с.
3. Иващенко, Н. С. Товарная политика текстильного предприятия [Текст] : учебник / Н.С. Иващенко - М.: НИЦ ИНФРА - М, МГУДТ, 2015. - 287 с.

© Н.И. Горелова, 2016

## АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО ПАРФЮМЕРНО - КОСМЕТИЧЕСКОГО РЫНКА

### *Аннотация*

*В данной статье рассмотрены основные тенденции в развитии российского парфюмерно - косметического рынка.*

### *Ключевые слова*

*Косметика, тенденции, цена, качество, потребитель.*

По данным проведенных исследований парфюмерно - косметического рынка в 2014 году Россия занимала около 3 % от мирового оборота средств с объемом продаж порядка 14 млрд долларов. Отечественный рынок косметических средств сегодня является четвертым по размеру в Европе. В отрасли преобладает импорт, на который приходится примерно 70 % продукции.

В начале 2015 года косметический рынок отреагировал на девальвацию рубля, произошедшую в ноябре - декабре 2014 года, повышением цены на 20 - 30 % . По данным «Коммерсантъ», среднестатистическая россиянка тратит на косметику столько же, сколько итальянка, несмотря на то, что имеет в среднем в четыре раза меньший доход, при этом количество потребителей в РФ по сравнению с Италией в два с половиной раза больше.

По мнению экспертов, спрос на товары массового потребления увеличивается. Потребители, которые раньше могли себе позволить покупку туши за 1500 - 2000 руб., на данный момент ищут товар, который несильно уступает по качеству, но за 500 - 700 рублей, и, как правило, удовлетворяют свою потребность.

Санкции не коснулись непосредственно косметического сектора, и в Россию стали приходить новые бренды, ориентированные на покупателя среднего возраста, учитывающего такие составляющие, как инновации и научные подходы в косметической продукции. Особый интерес к российскому рынку проявляют европейские и американские марки профессиональной косметики.

В то же время из - за девальвации рубля косметика «люкс» из новых коллекций в 2015 году подорожала на 30 - 40 % . Но, не смотря на это, люксовые бренды предлагают потребителю новинки. Они привлекают покупателя новыми гибридными продуктами: тональный крем плюс корректор, тушь плюс средство - премакияж для ресниц и т.д.

Россиянки все чаще стали предпочитать заказывать косметику через интернет. Исследование Nielsen Global Survey of E - Commerce, компания занимающаяся маркетинговыми исследованиями онлайн - торговли, в конце 2014 года показало, что среди товаров, которые россияне наиболее склонны приобретать онлайн, косметические средства

занимают достойную позицию (их планируют покупать 26 % россиян), уступая билетам на мероприятия (39 %), авиабилетам (38 %) , одежде и обуви (38 %) и электронике (35 %).

Доля интернет - продаж в общем объеме рынка косметики составляет около 4 % . На сегмент «Косметика» приходится 4 - 5 % рынка электронной торговли России. В период с 2013 по 2015 год наблюдается устойчивый рост интереса интернет - аудитории России к косметике, выражающийся в увеличении количества тематических поисковых запросов в Yandex и Google, которое составило 25 % .

Рассмотрим основные тенденции развития российского парфюмерно - косметического рынка. Положительными тенденциями являются:

1. Косметические продукты, предназначенные для борьбы со старением кожи, становятся ключевыми на рынке. Такие продукты, как правило, содержат растительные компоненты и биокомплексы и становятся все более узкоспециализированными.

2. Сближение косметики с высокими технологиями. Достижения химической индустрии и передовые решения в сфере медицины и информационных технологий стали основой эффективного развития косметологии.

3. Использование концепции натуральности косметических средств в продвижении своей продукции. Современные потребители хотят сохранить связь с природой через окружающие их предметы или просто готовы поверить в то, что такая связь существует. Поэтому «натуральность», «природность» — важнейшие требования потребителей к современной косметике.

4. Развитие сегмента косметики «два в одном» и «три в одном». Ведущие производители выпускают декоративную косметику, которая не только содержит в себе декоративные свойства, но и ухаживает за ней, насыщая витаминами и антиоксидантами, и защищает от ультрафиолетовых лучей.

Также присутствуют и отрицательные тенденции в парфюмерно - косметическом рынке. К таковым относятся:

1. Фальсификация парфюмерно - косметических изделий. По информации Ростехрегулирования, на российских предприятиях - производителях около 70 % товаров не соответствует требованиям национальных стандартов. Роспотребнадзор установил, что до 40 % реализуемых в стране товаров относятся к фальсифицированным, в том числе и контрафактным.

2. В связи с нестабильной экономической ситуацией происходит постоянный рост цен на парфюмерно - косметические изделия. В начале 2015 г. цена на косметические средства увеличилась на 20 - 30 % .

3. Реализация через интернет некачественных товаров. В связи с тем, что при заказе товаров потребители не могут оценить его «вживую», недобросовестные онлайн - продавцы пользуются этим и могут доставить товар ненадлежащего качества.

В этих неоднозначных условиях потребители чаще всего отдадут предпочтение сетевым парфюмерно - косметическим магазинам таким как, «Летуль», «Рив Гош», «Магнит - Косметику».

Рассмотрев основные тенденции парфюмерно - косметического рынка и его структуру можно сделать выводы:

1. Направление косметики и косметологии пока остается в России одной из отраслей, которая без затруднений переносит нестабильные финансово - экономические условия в течение последнего года.

2. Динамика роста российского парфюмерно - косметического рынка снижается, однако он по - прежнему остается одним из перспективных в мире.

3. По аналогии с развитием мирового рынка, российский потребитель в скором времени станет в первую очередь ориентироваться на декларируемые производителями свойства и качество бренда. Данная тенденция уже наблюдается в крупных городах и будет распространяться в регионах.

4. Рост рынка парфюмерно - косметических товаров, прежде всего, будет определяться состоянием уровня жизни населения: при его повышении можно будет ожидать увеличения потребления товаров не первой необходимости, к которым относится косметика.

5. Во многом рынок продолжит развиваться через рост продаж новой для РФ косметики (в первую очередь азиатских марок), которая будет предлагаться преимущественно через интернет.

#### **Список использованной литературы:**

1. Продукция парфюмерно - косметическая. Информация для потребителя. Общие требования [Текст]: ГОСТ 32117–2013. – Введ. 2014 - 01 - 01. - М.: Госстандарт России: Изд - во стандартов, 2013.

2. Управление ассортиментом товаров [Текст]: Учебное пособие / Н.Р. Куликова, Т.А. Трыкова, Н.С. Борзунова. - М.: Альфа - М: НИЦ ИНФРА - М, 2014. - 240 с.

3. <https://adindex.ru/>

© Е. А. Горчакова

**УДК 336.**

**Е.В. Гришина**

студентка факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК

факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

### **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ФИНАНСИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РФ**

Система здравоохранения является самым важным звеном в социально - экономической политики государства. В 21 веке в России сложилась трудная ситуация в системе здравоохранения.

Одна из самых важных отраслей страны переживает период реформирования нескольких законопроектов, касающихся предоставления платных и бесплатных медицинских услуг населению.

На сегодняшний день, согласно статье 41 Конституции Российской Федерации медицинская помощь является бесплатной для всего населения. Именно с этим



положением становится актуальной проблема определения источников и размеров финансирования расходов системы здравоохранения. Эти расходы предназначены не только для поддержания жизнедеятельности этой сферы, но и для ее развития. Недостаток средств бюджетов публично - правовых образований приводит к значительному росту частных расходов на здравоохранение, а в плохих условиях приводит к росту теневой экономики в этом секторе.

Перед системами всех стран мира стоят сложные проблемы по этой теме. Многие страны, включая Россию вынуждены бороться с проблемами системы здравоохранения. Именно такой кризис каждой страны глубоко проникает в демографическую, социально - экономическую, культурную процессы и являться их общим следствием.

В структуре расходов федерального бюджета на 2014г и прогнозные 2015 - 2016гг.доля затрат на сферу здравоохранения составляет в среднем – 3,1 % . Причем цифру этих расходов в сравнении с 2011 - 2013гг. планируется сократить. В этом случае, расходы на здравоохранение в ВВП снизятся, это видно в таблице 1.

Таблица 1 –Динамика доли расходов бюджета на здравоохранение в ВВП в России, %

год	Величина расходов на здравоохранение в ВВП ( % )
2011 год	3,7
2012 год	3,5
2013 год	3,3

Таблица 2 - Расходы государства на здравоохранение по источникам в 2013 - 2017 гг.млрд.руб.

Показатель	2013г	2014г	2015г	2016г	2017г
Расходы, всего	2440,9				
% % к ВВП	3,6				
в том числе:					
Федеральный бюджет	502	480,8	406,4	408,7	395,9
Консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации	1435,1				
Бюджеты фондов обязательного медицинского страхования, всего	1040,3	1240,1	1453,7	1707,9	1799,1
Взносы на ОМС неработающего населения	385,7	478,3	640,7	640,7	668,3
Взносы на ОМС работающего населения	687,4	733,2	789,1	1041,80	1129,70

Эта проблема следствие сложной экономической ситуации в стране, сложившейся в результате входа в состав России новых территорий Крыма. Процедура присоединения потребует новые расходы, которые не учитывались в проекте бюджета. Не смотря на все недостатки этой системы, для государства эта тема остается в числе приоритетных. Это связано с тем, что развитие любой страны плотно связано с уровнем и качеством предоставляемых медицинских услуг.

Однако, можно отметить, что расходы нашей страны на сферу здравоохранения, по сравнению с другими государствами катастрофически малы. Наша страна тратит намного меньше средств на данную сферу, чем страны «Большой семерки»: США, Франция, Великобритания, Канада, Япония – от 7,1 % до 7,9 % ВВП. Россия отстает даже от развивающихся стран: В Венгрии, Польше, Болгарии и Эстонии государство расходует от 4,2 % до 4,9 % ВВП. России даже не удалось увеличить расходы на финансирование здравоохранения до минимальных стандартов Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) – 5,5 - 6 % ВВП. Именно поэтому Россия занимает 70 - е место по в мире по финансированию здравоохранения, по эффективности здравоохранения на 130 – м , по оценке ВОЗ. Для того, чтобы исправить эту ситуацию нужен ряд мер, включающий разработку концепции долгосрочного развития отечественного здравоохранения и полноценной правовой базы., в т.ч Закона о « О Государственных гарантиях оказания медицинских услуг», создание единой системы стандартов оказания медицинских услуг и лекарственной помощи.

Совершенно все системы здравоохранения в зависимости от источника финансирования можно разделить следующим образом:

1.Социально - страховые	Германия, Франция, Япония,Россия
2.государственные	Великобритания
3.рыночные	США

Сфера здравоохранения РФ относится к первому типу. Она базируется на трех источниках финансирования. К ним относятся средства федерального и регионального бюджетов и фонда ФОМС, которые можно объединить в два типа - бюджетный и страховой.

Нужно отметить, что даже США с их развитой системой частного медицинского страхования и платной медициной государственные расходы на реализацию целевых программ, в соответствии с которыми оказывается медицинская помощь бедным и пожилым гражданам , превышают частные расходы. Однако в России с структуре расходов на здравоохранение существенное значение имеет бюджет ФОМС. В ближайшие годы он будет расти. Так, доходы ФОМС выросли с 1млн руб. в 2013 до 1,2млн руб. в 2014г. Такое увеличение произошло из - за пересмотра тарифа страхового взноса с 3,1 до 5,1 % .

В планах с 2014 по 2017г. будет рост абсолютных и относительных показателей заработной платы. В 2017 г. предполагается повысить заработную плату работникам медицины.

Самой важной задачей для всех стран в сфере здравоохранения является достижение равного доступа к полному спектру медицинских услуг для каждого индивида. Дорогостоящие виды медицинских услуг могут значительно увеличить эффективность обследования и лечения по сравнению с традиционными методами, а в некоторых случаях они просто незаменимы.

В апреле текущего года была утверждена редакция федеральной программы «Развитие здравоохранения» до 2020г. Финансирование на эту сферу планируется в объеме 26620,8млрд.руб.: 2451,2 млрд.руб из ФБ, 11079,4 млрд.руб - из региональных бюджетов и 13090,2 млрд.руб – из средств ФОМС РФ.

Разработчики этой программы планируют снижение смертности в объеме с 13 на 1000 человек до 11,4 в 2020 г. Снижение потребления алкоголя на душу з год – с 12,5л эталона до 10л. Число курильщиков – с 37,1 до 26,0 % . Продолжительность жизни должна увеличиться с 71,4 в 2014 г. до 74,3 г. в 2020г.

Также в программе прописано, что к 2020 г. средняя заработная плата врачей будет вдвое превышать среднюю по региону, а зарплата среднего и младшего медицинского персонала сравняется со средней.

### **Список использованной литературы:**

1. Захарян А.В. ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ / Мелик М.Д., Захарян А.В. // В сборнике: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 210 - 212.

2. Захарян А.В. ПОСОБИЯ ПО ВРЕМЕННОЙ НЕТРУДОСПОСОБНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ / Мелик М.Д., Захарян А.В. // В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 81 - 85.

3. Захарян А.В. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ РФ И ЕГО РОЛЬ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ / Козырева А.С., Захарян А.В. // В сборнике: НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 120 - 122.

4. Захарян А.В.ПРОБЛЕМЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ / Екимова Я.Я., Захарян А.В., Неводова И.А. // Новая наука: От идеи к результату. 2016. № 12 - 1. С. 101 - 103.

5. Захарян А.В.ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА В РФ И КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ / Мостовая Е.В., Захарян А.В. // В сборнике: Современные концепции развития науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 56 - 59.

6. Захарян А.В. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ В РФ / Голубева А.В., Захарян А.В. // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 69 - 71.

7. Захарян А.В. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ / Прищеп А.В., Захарян А.В., Храмченко А.А. // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 11 - 1. С. 161 - 164.

8. Захарян А.В. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ / Газарян Н.Г., Захарян А.В. // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 4 - 1. С. 74 - 76.

9. Захарян А.В. СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ В ФОНД СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ РФ: НАДЕЖДЫ И СЛОЖНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ / Захарян А.В. // В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ Сборник

УДК 338.2

**А.В. Гурова**

студент 3 курса архитектурно - строительного института

**Е.В. Кузнецова**

доцент, кандидат технических наук

ИНБ УГНТУ

Г. Уфа, Российская Федерация

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ**

В условиях экономического кризиса все большее значение приобретает строительство объектов, которые обладают свойством экономии ресурсов или используют альтернативные источники энергии, которые попадают под общий термин «экодома». Кроме того, существуют отдельные объекты, строительство которых позволяет обеспечивать энергетическими ресурсами небольшие населенные пункты, а также целые города, которые находятся на удалении от основных энергетических магистралей. Строительство данных объектов дает определенный стимул для развития подобных территорий в части производства, ведения бизнеса и создания современной социальной инфраструктуры и может способствовать высокоэффективному освоению территорий нашей страны. Важно подчеркнуть, что территория нашей страны с ее возможностями позволяет использовать ветрогенераторы, солнечные батареи, геотермальные источники, биоэнергию, энергию приливов и волн, то есть практически все виды энергии, которые разработаны и используются в развитых странах.

Несмотря на экологичность подобных объектов, а также имеющийся зарубежный опыт, в Российской Федерации использование альтернативных источников энергии в настоящее время широкого распространения не получило. С одной стороны данная ситуация обусловлена достаточно высокой стоимостью проектирования и строительства данных объектов, а с другой большим различием субъектов Российской Федерации в обладании теми или иными природными возможностями. В третьих ситуация обусловлена отсутствием специальных госпрограмм по финансированию строительства, а также способствующих производству отечественных комплектующих в промышленных масштабах.

Рассмотрим специфику и экономические показатели, использования альтернативных источников энергии.

1. Солнечных батареи. В настоящее время самые простые модели с самым низким уровнем вырабатываемой энергии, стоят порядка двадцати тысяч рублей, а солнечные батареи, предназначенные для освещения, использования бытовых приборов, ЖК телевизора, ноутбука, зарядных устройств, телефонов, чайника и прочих потребляющих приборов средней мощности уже четыреста тысяч. Это значит, что окупаемость таких моделей в промышленных

масштабах будет исчисляться десятилетиями. Одним из доказательств данного предположения является строительство энергетического моста в Крым вместо того, чтобы использовать солнечную энергию, которой на полуострове по разным оценкам от 1200 до 1400 кВт. ч в год на 1 м<sup>2</sup>. Важно отметить, что вопрос использования альтернативных источников энергии в Крыму рассматривался достаточно широко [1].

2. Большим числом исследователей вопроса целесообразности строительства и использования объектов подобного типа делается акцент на использование энергии ветра при помощи ветрогенераторов, в частности по размещению их на территории Краснодарского края и Республики Адыгея, а также на территории Республики Башкирия, в которых имеется необходимое количество ветровой энергии ветра [2]. Так, по данным сайта Energy Wind на территории Башкирии, а именно в Уфе среднегодовая скорость ветра на высоте 10 м составляет 2,2 м / с, в Акьяре – 3,3 м / с, Аксаково – 3,1 м / с; в Краснодарском крае максимальное среднегодовое значение наблюдается в Анапе – 4,3 м / с, Новороссийске – 4,1 м / с, Темрюке – 4,1 м / с, в Сочи – 3,9 м / с. В республике Адыгея наибольшие среднегодовые значения отмечены в Майкопе – 2,6 м / с и Дондуковской – 2,7 м / с. Рекомендуемые установки для данных регионов от 2 до 5 кВт [3].

Важно отметить, что рассмотрение вопроса встречается у авторов многих исследований, которые полагают, что использование энергии ветра целесообразно в тех регионах, в которых ощущается нехватка электроэнергии и которые обладают определенным потенциалом и стабильным запасом соответствующей энергии [4]. Ветряки имеют смысл устанавливать в регионах со среднегодовой скоростью ветра 5м / с и выше или, если в данном конкретном месте особые условия - возвышенность, большой водоем.

3. Менее всего в научной литературе рассматривается вопрос использования геотермальных источников, так как это обусловлено их локальным расположением. Данные источники сосредоточены на Северном Кавказе, Камчатке, Чукотке, Сахалине, в районе о. Байкал и Республике Крым. Однако, в целях экономического благополучия регионов необходимо использовать и их на тех территориях, где это возможно [5].

В настоящее время в Российской Федерации в отдельных регионах создаются программы в данном направлении, но на наш взгляд, они плохо освещены в СМИ. Кроме того, существует проблема привлечения инвестиций в данную сферу. В данном контексте подразумевается активное участие исполнительной и муниципальной власти региона с соответствующим определением степени ответственности. При этом подход должен быть различным, а в некоторых случаях проекты могут предполагать использование одновременно 2 и более видов альтернативной энергии в зависимости от возможностей территории [7].

Так, например, на полуострове Крым могут быть использованы энергия ветра (площади полуострова, на которых можно строить составляют порядка 2300 км<sup>2</sup>, что достаточно для создания соответствующих объектов общей мощностью около 10 000 МВт.), энергия солнца (достаточно активно используется в Симферопольском районе, но в других районах практически не задействована) и геотермальная энергия (в настоящее время существует порядка 11 скважин) одновременно, а также биоэнергия. Следует отметить, что по расчетам экспертов, потенциал использования биоэнергии весьма высок. Под биоэнергией следует понимать совокупность целого спектра альтернативных источников энергии. Это древесина, торф, продукты жизнедеятельности сельскохозяйственных животных, отходы переработки сельскохозяйственных культур.

Данная энергия применима в энергетике, транспорте, химии и т.д.

Более того, текущая ситуация с традиционными источниками энергии заставляет всерьез задуматься о будущем. В настоящее время мы уже бурим арктический шельф в поисках

«черного» золота, хотя это сопряжено с колоссальными инвестициями, что неизбежно приведет к росту тарифов на энергоносители [8]. В связи с этим вопрос использования альтернативных источников энергии – это вопрос уже сегодняшнего дня, который необходимо решать уже сейчас, не дожидаясь завтрашнего дня, когда традиционные источники энергии будут исчерпаны.

#### **Список использованной литературы:**

1. Анфимов И.А., Веисов Э.И., Бахталиев А.С. Оценка перспектив развития электроэнергетики Республики Крым и города Севастополя // Сборник: организационно - экономический механизм управления опережающим развитием регионов, - 2016. С.250 - 254.
2. Беляев Ю.М., Попов Р.А. Строительство объектов возобновляемых источников энергии: экономика и организация // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2013. - №4 (131). С.254 - 258.
3. Energy Wind // Режим доступа: <http://energywind.ru/recomendacii/karta-rossii>
4. Кузнецова Е.В., Пуганова П.А. Экономическая целесообразность использования ветровой энергии // Наука, образование, инновации. – 2016. С.14 - 16.
5. Энергия ветра // Режим доступа: <http://www.vetrogenerator.ru/soveti.html>
6. Китаев С.В., Смородова О.В., Усеев Н.Ф. Об энергетике России // Проблемы сбора, подготовки и транспорта нефти и нефтепродуктов. – 2016. №4(106). С.241 - 249.
7. Байков И.Р., Смородов Е.А., Смородова О.В. Оптимизация размещений энергетических объектов по критерию минимальных потерь энергии // Известия высших учебных заведений. Проблемы энергетики. – 1999. С. 27 - 30.
8. Смородов О.В., Китаев С.В., Павлова А.Д. Усиление тепловой защиты зданий // Нефтегазовое дело. – 2016. Т.14. №4. С.185 - 189.

© А. В. Гурова, 2017

**УДК 336.7**

**Е.В. Гусева, М.В. Казьмина, А.А. Новова**  
Студентки 3 курса Финансового факультета  
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Г. Москва, Российская Федерация  
**Научный руководитель: О. В. Помаскина**

К.э.н., доцент кафедры управления рисками, страхования и ценных бумаг  
РЭУ им. Г.В. Плеханова  
Г. Москва, Российская Федерация

### **ОСОБЕННОСТИ БИРЖЕВОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ**

Фондовый рынок является особенно значимым и важным для экономики современных развитых стран, это сложноорганизованная система, один из главных механизмов по обеспечению эффективного функционирования экономики. Вследствие этого, в современных условиях огромное значение уделяется функционированию организаторов биржевой торговли – фондовым биржам.

Рассмотрим развитие биржевой торговли в России в историческом аспекте. В Европе биржевой рынок развивается с 16 века: Антверпенская биржа (1531 г.), Лондонская биржа (1549 г.), Амстердамская биржа (1602 г.). В США фондовый рынок начал развиваться с 1752 года, а российский биржевой рынок начал свое формирование значительно позднее, лишь в 1703 году при Петре I в Санкт - Петербурге. Создание Московской биржи произошло во времена правления Екатерины II. Заметное развитие было в 30 - 40 - е года XIX столетия, возникли биржи в торговых центрах России, и уже в начале XX века их количество достигло уже 115. Российские биржи отличались от западных более низким уровнем организации торгов и отсутствием жесткой нормативно - правовой базы.

В 90 – е годы прошлого века был биржевой бум, в 1992 году функционировало около 100 бирж, большая часть из которых позже прекратили свое существование. В это время формировалась законодательная основа биржевой торговли, в 1996 году принят Федеральный закон «О рынке ценных бумаг». Таким образом, можно сделать вывод, что современные фондовые рынки развитых стран были сформированы в течение длительного исторического периода времени, однако в России этот период был краткосрочный и скачкообразный. Однако, в начале XXI века в России наблюдались позитивные сдвиги - появились новые виды ценных бумаг, новые технологии торговли.

Далее проанализируем современное состояние и проблемы организации биржевой торговли в России. В настоящее время в Российской Федерации существует 7 бирж [2], однако торги ценными бумагами ведутся на трех:

- ПАО «Московская биржа»;
- ПАО «Санкт - Петербургская биржа»;
- АО «Санкт - Петербургская валютная биржа».

Наиболее крупной фондовой биржей Российской Федерации является Московская биржа. Она возникла в декабре 2011г. в результате слияния Российской торговой системы (РТС) и Московской межбанковской валютной биржи (ММВБ). Московская биржа предоставляет диверсифицированную линейку продуктов, биржевой фондовый рынок является полностью электронным и высокотехнологичным. Поэтому в современных условиях наиболее перспективным направлением брокерской деятельности является предоставление онлайн брокерских услуг [4, с. 559].

Российский фондовый рынок на данный момент можно отнести к развивающимся. Поэтому существуют много нерешенных проблем и вопросов, связанных с улучшением его функционирования.

Наблюдается тенденция преобладания на российском рынке в качестве «голубых фишек» акций газовых, нефтяных и энергетических компаний. Такая низкая отраслевая диверсификация является существенным недостатком российского рынка акций: почти 70 % капитализации рынка акций приходится на электроэнергетику, нефтегазовую промышленность, металлургию. Существует высокая концентрация на уровне отдельных компаний: ОАО «Сбербанк России» и ОАО «Газпром», составляющие около половины оборота [5, с. 305].

Несмотря на принятие ряда законов по регулированию биржевого рынка, рассмотрены не все проблемы российского рынка. Закон «О рынке ценных бумаг» 1996 года № 39 - ФЗ [1], является основным законом, которым регулируется данная сфера, но он не охватывает все аспекты развивающегося фондового рынка. Следует также отметить, что до сих пор



недостаточно разработана законодательная база для срочного рынка. В сентябре 2013 года Банк России получил полномочия Федеральной службы по финансовым рынкам по контролю, регулированию и надзору в сфере финансовых рынков. Передача полномочий по регулированию российского фондового рынка Банку России должна привести к улучшению качества контроля и надзора за участниками рынка.

На рынке ценных бумаг России отсутствует корреляция между ростом индексов и ростом ВВП. Негативной особенностью отечественного фондового рынка является отсутствие связи с реальным сектором экономики. Также для российского фондового рынка свойственны высокая волатильность и низкая ликвидность.

Недостаточное развитие коллективного инвестирования на рынке ценных бумаг в России также является его проблемой. Причиной этого является не столько отсутствие средств у потенциальных инвесторов, сколько отсутствие стимулов для участия в инвестиционной деятельности. Связано это как с проблемами, изложенными выше, так и с недостаточным уровнем финансовой грамотности, необходимого для биржевой торговли, у населения.

К отрицательным чертам относится также низкая правовая культура, превышение спекуляции над инвестициями и злоупотребление инсайдерской информацией.

Но, несмотря на вышеперечисленные проблемы и недостатки российского рынка ценных бумаг, на данный момент он показывает довольно хорошую динамику развития.

В 2015 году аналитики прогнозировали негативное развитие событий на российском рынке акций. Прогнозы были обусловлены следующими факторами: ослабление российского рубля; снижение объемов российского производства; падение цен на нефть; массовые санкции со стороны США и европейских стран; сокращение рабочих мест и, соответственно, снижение доходов населения.

Несмотря на все вышеперечисленное, ситуация на российском фондовом рынке развивалась по благоприятному сценарию, рост акций превысил 20 %. Такие результаты легко объяснимы: в конце 2014 года на рынке российских акций был зафиксирован массовый обвал цен. Стоимость акций достигла минимальных отметок конца 1990 - х - начала 2000 - х, что сделало их привлекательными для инвесторов и спекулянтов. В 2015 году экономическая ситуация в России относительно стабилизировалась.

В 2016 г. российский фондовый рынок показал активный рост, оказавшись близко к своему историческому максимуму. Несмотря на санкции, которые вводят ограничения на доступ банков и нефтяных компаний к западному финансированию, индекс ММВБ к концу 2016 года не раз обновил свои абсолютные максимумы и преодолел такую "психологическую" отметку, как 2200 пунктов (рис.1), а индекс РТС возвратился к уровням двухлетней давности (рис.2).

Акции многих эмитентов, таких как Роснефть, Сбербанк, Аэрофлот, Новатэк, Башнефть, также обновили свои исторические максимумы. Восстановление в большинстве своем было связано с положительными, благоприятными внешними факторами. Цены на нефть, являющуюся главным товаром российского экспорта, набрали около 50 % по сравнению с 2015 годом. Неудивительно, что российский рынок отреагировал на это ростом. Российский фондовый рынок к концу 2016 года оказался в достаточно оптимистичном состоянии в результате довольно позитивного сочетания ряда факторов и обстоятельств, наиболее значимым из которых стало значительное увеличение цен на нефть. Кроме того,



продажа государственного пакета акций компании «Роснефть» иностранным инвесторам предоставила возможность решить бюджетные проблемы.



Рис. 1. Динамика индекса ММВБ в 2015 - 2017 гг. [3]

Перспективы российского фондового рынка в 2017 году оцениваются позитивно. Ориентир многих аналитиков и экспертов на конец текущего года составляет 2500 - 2800 пунктов ММВБ. Однако существуют риски, которые могут оказать влияние на рынок, в первую очередь, глобальные риски, связанные с Китаем (отток капитала и давление на юань), процесс Brexit и выборы в Европе. Следует также учитывать возможность снижения цены на нефть. Сильное падение цен не наблюдалось в первой половине 2017 года, но может быть во второй половине года.



Рис. 2. Динамика индекса РТС в 2015 - 2017 гг. [3]

В заключение следует выделить основные катализаторы роста российского рынка акций в современных условиях:

- 1) Понижение ключевой ставки Банком России до 9,25 % .
- 2) Недооцененность рынка: потенциал роста у многих ликвидных акций.

3) Дивидендный фактор: 2016 г. коэффициент дивидендных выплат по индексу MSCI Russia повысился до 41 % и имеет потенциал для увеличения в 2017 - 2018 гг.

4) Финансовые результаты российских компаний: в ближайшие 12 месяцев, согласно прогнозу Bloomberg, прибыль на акцию по компаниям, входящим в индекс ММББ, может увеличиться на 34 %.

В результате отток капитала из России замедлился, дивиденды и дивидендная доходность привлекают спекулянтов и некоторых инвесторов.

#### **Список использованной литературы:**

1. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39 - ФЗ // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10148/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10148/)

2. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс] – URL: [http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv\\_secur/](http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_secur/)

3. Информационный портал InvestFunds [Электронный ресурс] – URL: <http://investfunds.ru>

4. Помаскина О.В. Брокерские услуги на рынке ценных бумаг. - Научное обозрение. - 2014. - № 9 - 2. - С. 559 - 561.

5. Кадиленко А. Н. «Голубые фишки» России и мира // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013.

© Е.В. Гусева, М.В. Казьмина, А.А. Новова, 2017

**УДК 2964**

**Давыдова А.Н.**

Студентка 3 курса РГЭУ(РИНХ), г.Ростов - на - Дону, Россия

**Зубова Е.С.**

Студентка 3 курса РГЭУ(РИНХ), г.Ростов - на - Дону, Россия

### **АНАЛИЗ РАЗЛИЧНЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ДОХОДАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Стоит заметить, что в современной экономической литературе все основные функции управления и управленческого учета в целом полностью применимы и к учету доходов, и к контролю за их формированием и к управлению ими. Таким образом, планирование доходов играет важнейшую роль в составлении плана реализации и продаж на предприятии на следующие периоды. Сопоставление запланированных величин доходов с фактическими показателями помогает в принятии обоснованных управленческих решений. Структуризация предприятия выделяет территориальные сегменты получения доходов предприятий, а также центры ответственности по определенным видам доходов. Стимулирование и мотивация сотрудников также играет большую роль в управлении доходами на предприятии.

Вместе с тем, руководство предприятия интересуют доходы именно с позиции управления, принятия стратегических решений. Поэтому, в этом случае, простого бухгалтерского отражения выручки от реализации продукции и понесенных расходов недостаточно. Поэтому актуальной становится задача определения принципов и подходов к управлению доходами предприятия с позиций стратегического управления.

В условиях рынка основу для качественных изменений всей системы управления предприятием, в том числе формирования и использования доходов, может создать лишь его направленность на стратегическую перспективу. Управление доходами предприятия, прежде всего, должно базироваться на основных положениях теории стратегического управления. Появление этой теории связано с 1971 г., когда в Питтсбурге (США) была проведена первая расширенная международная конференция по вопросам стратегического управления, а также определены его основные положения и направления развития [2, с. 26]. Применение этой теории к управлению доходами позволит учитывать взаимосвязь и взаимовлияние внешнего и внутреннего среды при определении и реализации целей долгосрочной хозяйственной деятельности предприятия. Согласно этой теории, в процессе управления долгосрочным развитием предприятия должны быть задействованы не только рабочие наивысшего звена, но и менеджеры среднего звена, а также специалисты (экономисты, финансисты, маркетологи и др.). Иначе говоря, стратегическое мышление и соответствующая ему деятельность становится обязательным атрибутом каждого менеджера и специалиста предприятия. Исходя из основных принципов, рассмотренных основателями теории стратегического управления [1, с.3], следует учитывать ее основные положения при управлении доходами предприятия.

Наиболее распространенными подходами к управлению доходами предприятия являются подходы с позиции максимизации их объема или уровня.

Но сам по себе показатель объема (или уровня) доходов не характеризует конечную эффективность хозяйственной деятельности предприятия, а определяет лишь определенные условия, при которых эта эффективность может быть достигнута. Так, из - за любого высокого фактического объема или уровня дохода предприятия его текущие затраты могут быть еще большими, что приведет к формированию отрицательного показателя прибыли. Поэтому максимизация доходов как главная цель стратегического управления ими не может определяться как критерий высокой эффективности этого управления. Управление доходами с позиции обеспечения покрытия всех текущих расходов, связанных с хозяйственной деятельностью предприятия, и максимизация суммы его прибыли тоже подлежит критике, потому что максимизация прибыли, как цель управления доходами предприятия, может не совпадать с общими стратегическими целями его развития. Так, если предприятие планирует выход на новые рынки, то в этом случае следует забыть о максимальных размерах прибыли, поскольку эти разно ориентированные цели не могут стыковаться на реальном рынке. Управление доходами с позиции обеспечения роста его рыночной стоимости является слишком широким, из - за того, что рост рыночной стоимости торгового предприятия обеспечивается не только объемом или уровнем его доходов, но и другими результатами его хозяйственной деятельности.

Систематизация основных целей разработки стратегий предприятий, определение приоритетности экономических целей позволили трактовать основную цель управления доходами предприятий как обеспечения необходимого их размера на каждом этапе

формирования. При этом под необходимым понимается такой их размер, который позволяет осуществлять текущие расчеты предприятия, сохраняя стабильный уровень платежеспособности, и, в остаточном итоге, получить чистую прибыль в размере, что соответствует общим целям развития предприятия. То есть, в процессе стратегического управления доходами цель получения прибыли является наиболее глубокой по воздействию на обеспечение эффективного развития предприятия. Однако, основным ориентиром в управлении, по нашему мнению, должна быть не максимальная прибыль, а обеспечение достижения целевого размера. Лишь в этом случае процесс управления формированием и распределением доходов предприятия всегда будет согласован с общими стратегическими целями развития.

### **Список использованной литературы**

1.. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. — 2 - е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарики, 1998. — 296 с.

3. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт : Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2001. – 832 с.

4. Рулинская А.Г. Экономическая оценка текущей статистики потребительских цен (на материалах Брянской области) // Актуальные вопросы современной экономической науки Сборник докладов XX - й Международной научной конференции. Ответственный редактор А.В. Горбенко. Липецк, 2015.

© Давыдова А.Н., Зуброва Е.С. 2017

**УДК 2964**

**Давыдова А.Н.**

Студентка 3 курса РГЭУ(РИНХ),  
г.Ростов - на - Дону, Россия

**Зуброва Е.С.**

Студентка 3 курса РГЭУ(РИНХ),  
г.Ростов - на - Дону, Россия

### **ПРОБЛЕМА УТЕЧКИ МОЗГОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Человеческий потенциал – один из самых дорогостоящих ресурсов в современном обществе. Вкладывая сегодня именно в интеллект, в недалеком будущем мы сможем «пожать плоды» неограниченных человеческих возможностей. Вся история построена на решениях принятых лидерами, которые приводили к незначительным изменениям в пределах одной страны, государственным переворотам, а порой и к разрушительным войнам. Но если рационально и своевременно использовать труды «национальных умов», это может привести к процветанию и благополучию целой страны.

Но, зачастую, государство обращает недостаточное внимание на проблему потери «собственных гениев», т.е. людей, идеи которых не нашли развития своих идей в родном государстве, или же наоборот, отдает предпочтение зарубежным талантам.

«Утечка умов», (от англ. brain drain) — процесс массовой эмиграции, при которой из страны или региона уезжают специалисты, учёные и квалифицированные рабочие по политическим, экономическим, религиозным или иным причинам. При этом странам, из которых происходит утечка специалистов, наносится весьма значительный экономический, культурный, а иногда и политический ущерб, и напротив, страны, принимающие и обеспечивающие специалистов - эмигрантов, приобретают огромный и дешевый интеллектуальный капитал.

Не так давно, в Российской Федерации внедрена "Государственная программа по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом". Программа предусматривает меры по приёму переселяющихся людей, возмещение затрат на переезд и выплату единовременного пособия на обустройство (подъёмные), многие ВУЗы России предоставили бюджетные места пострадавшим от военных действий на Украине.

По программе прибыли в РФ в 2014 и 2015 году более чем 100 тыс. человек ежегодно. Более 98 % переселенцев граждане СНГ. Основными странами - источниками в 2015 году являются Украина, Казахстан, Узбекистан. Из так называемых стран дальнего зарубежья лидируют страны Балтии, ФРГ и Израиль. Почти 41 % прибывших соотечественников имеют высшее либо неоконченное высшее образование, 43 % – среднее специальное образование, 73 % переселенцев трудоспособного возраста и 23 % – это дети.

Данные по общей международной миграции Российской Федерации в 2015 году, приведены в таблице 1.

**Таблица 1. Международная миграция Российской Федерации в 2015 году**

	Городская и сельская местность		
	Число прибывших	Число выбывших	Миграционный прирост
Всего по всем странам	598 617	353 233	245 384

Проанализировав данные, видно, что «число прибывших» значительно превышает «число выбывших», но это поверхностная информация, исходя из которой, не следует строить иллюзий, относительно того, что Россия на достаточном уровне поддерживает как собственный, так и прибывший научный потенциал.

Правительству Российской Федерации, следует внедрять больше государственных программ по поддержке молодых специалистов, обращать достаточное внимание на возможные идеи реформ, предоставляемые независимыми учеными, и возможно скоро мы увидим научный прорыв, совершенный российскими учеными в собственной стране.

### Список литературы

1. Единая межведомственная информационно - статистическая система, официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: [http:// fedstat.ru/](http://fedstat.ru/)
2. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.gks.ru/](http://www.gks.ru/)

УДК 336

**Даниленко А. А.**  
студент бакалавриата  
ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет"  
г.Екатеринбург,  
Российская Федерация

### КРИПТОВАЛЮТЫ: НОВЫЙ ВИД ДЕНЕГ ИЛИ ДЕНЕЖНОГО СУРРОГАТА?

Процесс эволюции денег характеризуется как специфическими особенностями каждого этапа, так и недостатками в системе денежного обращения, проявившимися в процессе развития товарно - денежных отношений [3]. С развитием общества люди от использования товаров в качестве денег, дошли до использования виртуальных платежных инструментов. Современный этап эволюции денег характеризуется минимизацией наличного оборота, повышением скорости, ликвидности и эффективности расчетов. Все это обеспечивается, прежде всего, электронными деньгами [4,5,6,9]. К их числу можно отнести и криптовалюты.

Криптовалюта – это цифровая (виртуальная) валюты, вид цифровой валюты эмиссия и учет которой основаны на асимметричном шифровании и применении различных криптографических методов защиты. Впервые такой термин как «криптовалюта» появился после появления платёжной системы «Биткойн», которая разработана в 2009 году под псевдонимом Сатоши Накамото или группой людей.

Сегодня среди экономистов идет дискуссия о природе и целесообразности использования криптовалют [1,2,8]. И, прежде всего, как правильно рассматривать виртуальные деньги, как новый этап эволюции денег или как новый вариант денежного суррогата. Особенности виртуальных денег и их экономическая природа раскрывается в специфике выполнения ими функций денег.

Таблица 1 - Характеристика специфики выполнения криптовалютными некоторыми функциями денег.

Функции	Характеристика функции	Криптовалюта
1. Средство обращения	Выступают в качестве всеобщего средства оплаты товаров и услуг	Выступают в качестве средства оплаты товаров и услуг, но масштабы использования ограничены
2. Мера стоимости	Выступают в качестве всеобщего средства соизмерения стоимости	Участвуют в соизмерении товаров и услуг, но круг товаров ограничен.

3.Средство накопления	Выступают в качестве средства сохранения стоимости или отражают стоимостную оценку активов.	Способны сохранять стоимость, но очень спекулятивный актив.
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------

Виртуальные деньги, как и все неполноценные деньги, не обладающие значительной собственной стоимостью, используются непосредственно в процессе обмена на товары. И именно это определяет их ценность. В западной Европе в обращении криптовалюта используется как деньги, на нее можно купить дом, предметы быта, некоторые компании принимают биткойны даже без подключения с интернетом на флэш - накопителях. Допустимо на практике, что криптовалюты рассматриваются и как способ формирования сбережений.

Однако сложность реализации функции средства накопления состоит как в высокой волатильности [7] криптовалюты, так и в ограниченности ее предложения. Последнее прежде всего связано с тем, что криптовалюты рассматриваются как фидуциарные деньги, то есть деньги основанные на доверии. Если предполагаемые интересанты перестанут ими пользоваться, то обвал курса криптовалюты неизбежен как крах финансовой пирамиды и они останутся лишь в качестве зашифрованной информации.

Все это объясняет причину дискуссий по поводу реализации криптовалютами функции денег. Систематизированная информация, раскрывающая отличительные особенности криптовалют показана в табл.2.

Таблица 2 - Достоинства и недостатки криптовалют.

Особенности	Плюсы	Минусы
Децентрализованная эмиссия	Валюта не контролируется одним институтом (центральным банком, другим лицом)	Нет гарантий в долгосрочном использовании
Нет регулятора	Распределение функций и полномочий между равноправными участниками	Нет центра принятия решений в случае непредвиденных ситуаций
Частный характер эмиссии	Эмиссия происходит в зависимости от количества участников	Нет ответственного за принятие решений
Отсутствие обеспечения	Не зависит от экономического или политического влияния	Нет возмещения в случае отказа пользователей
Сомнительная репутация	Используют только те, кто заинтересован	Не подкреплена законодательными и нормативными актами
Ограниченность эмиссии	Не позволяет произвольно расширять запас биткойнов	Предел стимулирования спроса
Подверженность инфляционным	Инфляционное воздействие минимально. Невозможно	Может получить дефляцию, что не будет

колебаниям	увеличить количество единиц, нет никакого экономического или политического влияния	способствовать росту спроса
Безопасность расчетов	Платежи совершаются без привязки к личным данным	Недостаточная безопасность. Информация зафиксирована в сжатой форме

Все неполноценные деньги, прежде всего, векселя и банкноты, в разные периоды времени относились либо к цивилизованному средству расчетов, либо варианту денежного суррогата. Соответственно, качество неполноценных денег зависит от лиц, реализующих их обращение. Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что криптовалюты имеют основания рассматриваться в виде перспективного инструмента расчетов, но и риск стать «ничем», являясь фидуциарными деньгами, достаточно велик.

#### Список литературы:

1. Бутенко Е.Д. Биткойн. Состояние и перспективы развития криптовалюты // Финансы и кредит. 2014. №23. – С. 44 - 47.
2. Вахрушев Д.С., Железов О.В. Криптовалюта как феномен современной информационной экономики: проблемы теоретического осмысления // Интернет - журнал «Науковедение». 2014. №5. –С. 2 - 7.
3. Казак А.Ю., Прокофьева Е.Н. История финансово - кредитных отношений в России. Екатеринбург: Изд. УрГЭУ, 2016. – С. 86.
4. Коробейникова О.М. Трансформации функций денег в условиях развития национальной и локальной платежных систем // Финансы и кредит. 2015. № 20.– С.14 – 18.
5. Марамыгин М.С., Прокофьева Е.Н., Маркова А.А. Сущность электронных денег, преимущества и недостатки. Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2016. №1. – С.60 - 65.
6. Татьянников В.А., Тюшняков А.В. Мобильный банк: тенденции и технологии развития // Известия Уральского государственного экономического университета. 2015. № 6. – С.56 - 60.
7. Татьянников В.А. Диагностика и методы снижения инвестиционных рисков // Бизнес, Менеджмент, Право. 2014. № 2. – С.32 - 39.
8. Трубникова Е.И. Криптовалюты: инструмент теневых схем или денежная система свободного общества // Вестник Самарского государственного университета. 2014. № 6. – С. 151 - 157.
9. Prokofyev A.V., Tatyannikov V.A., Prokofyeva Ye.N. Nominee and Escrow Accounts in Cashless Transactions // Известия Уральского государственного экономического университета. 2017. № 2(70). –С. 38 - 50.

© А.А. Даниленко, 2017



## ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НЕЙПРОМАРКЕТИНГА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Цвет является источником информации и оказывает значительное влияние на человеческие отношения и эмоции. «Через визуальный канал индивид получает информацию о цветах окружающих его предметов и поверхностей. Она оказывает сильное влияние на психику человека на подсознательном уровне» [3, с. 71]. Когда глаза смотрят на цвет, они передают информацию в гипоталамус, который, в свою очередь, посылает сигналы в гипофиз, эндокринную систему, а затем в щитовидные железы. Щитовидная железа отвечает за выброс гормонов, которые вызывают колебания настроения и эмоций, и, как следствие, поведения. Исследование QuickSprout показывает, что 90 % всех оценок продукта имеют отношение именно к цвету [6].

Психология цвета - это наука о том, как цвет влияет на поведение человека. Цветовая психология – довольно сложная область, являющаяся ветвью более широкой области поведенческой психологии. Во многом успешность продукта или услуги зависит от того, какой цвет используется, т.е. он является критичным фактором приобретения. «Люди составляют свое мнение в течение 90 секунд после их начального взаимодействия с людьми или продуктами. Около 62 - 90 % оценки основано только на цветах» [4].

Для работы с цветом крайне важно понимать, как он работает в действительности. Выделяют три основные характеристики цвета: яркость, насыщенность и цветовой тон. Цвет, на самом деле, это не что иное, как отраженный свет от поверхности предмета. «Ощущения цвета возникают в мозге: когда свет, отраженный от предмета, попадает в глаза, наш мозг воспринимает его как тот или иной свет» [1, с.5]. Следовательно, часть света, попадая на предмет, поглощается, в то время как другая – отражается воспринимаемым нами цветом. Когда все цвета отражаются, возникает белый цвет, когда поглощаются – черный. Считается, что человек различает до 10 миллионов оттенков цветов. К основным цветам относятся: красный, зеленый и синий (Red, Green, Blue – RGB). При смешивании этих цветов возникают желтый, пурпурный и голубой, являющиеся дополнительными. Используемая аббревиатура для дополнительных цветов – СМΥК (Cyan, Magenta, Yellow, black). Сочетания этих цветов воспринимаются человеком как гармоничные.

Тремя основными характеристиками цвета являются:

1) цветовой тон – указывает на различия оттенков красного, синего, желтого (оттенки спектральных цветов);

2) насыщенность – указывает на степень бледности (блеклости) цвета;

3) яркость – указывает насколько цвет темный или светлый (желтый – самый яркий среди хроматических цветов, белый – среди ахроматических).

В таблице 1 представлены категории цвета и вызываемые ими эффекты в восприятии людей.

Таблица 1

Эффект цвета		
№	Цвета	Эффект
1	Теплые (красный, оранжевый, желтый) и холодные (синий, зелено - синий, сине - фиолетовый)	Теплые цвета дают ощущения тепла, холодные – прохлады. Красный и оранжевый вызывают ощущение быстрого течения времени. Холодные цвета позволяют сконцентрироваться и сосредоточиться
2	Легкие и тяжелые	Яркость цвета может придать объекту легкость или, наоборот, тяжесть. Так, черный кажется тяжелее в 1,87 раза [1, с. 15]
3	Приближающие и отдаляющие	Тёплые, яркие и светлые кажутся близкими и более выступающими, темные и мутные – меньшими и более отдаленными
4	Расширяющие и сужающие	Белый цвет зрительно увеличивает предмет, в то время как черный - уменьшает
5	Мягкие и твердые	Мягкий - оттенок с высокой яркостью и бледный, так как придает ощущение легкости; твердость вызывают цвета с низкой яркостью
6	Кричащие и скромные	Цвета, характеризующиеся высокой насыщенностью с контрастным сочетанием, вызывают ощущение гиперактивности, т.е. являются кричащими; цвета с низкой насыщенностью и оттенки серого вызывают эффект скромности
7	Стимулирующие и транквилизирующие	Возбуждают цвета теплые и с высокой насыщенностью, успокаивают – холодные и с низкой насыщенностью
8	Сильные и слабые	Сильные – яркие и насыщенные цвета, слабые – ненасыщенные, с высокой яркостью и тусклые

Несмотря на то, что насыщенные цвета кажутся приятнее, они зачастую вызывают ассоциации со страхом. Темные цвета, придающие ощущение власти, вызывают чувства агрессии и враждебности. Уровень стресса и напряжения увеличивается от красного и желто - зеленого цветов, вызывая желание покинуть помещение. Так, по результатам одного из проведенных исследований, выяснилось, что «в голубом помещении люди больше покупали, быстрее принимали решения и имели более твердое намерение покупать товар или рассматривать товар, чем в красном магазине» [2, с. 141]. Ученые объяснили это тем, что красный цвет вызывал напряжение и отрицательные эмоции, а также физическое возбуждение, в то время как голубой – противоположное состояние.

Важно понимать, что реакция на цвет обусловлена субъективным восприятием, зависящим от возраста, пола и контекста. Женщины считают яркие цвета более возбуждающими и доминирующими, нежели мужчины. На мужчин эффективнее воздействует скидка, напечатанная красным цветом при условии отсутствия большого

внимания с его стороны к изучению предложения, в то время как на женщин эта уловка практически не имела влияния. Роль контекста обусловлена тем, что в аэропорту красный цвет вызовет тревогу у пассажиров, а в кинотеатре создаст ощущение праздничности и теплоты. Покупатели, как правило, ставят визуальную привлекательность и цвет (93 % ) выше других факторов выбора, таких как звук (1 % ) и фактура (6 % ). 85 % покупателей в первую очередь ориентировались на привлекательность цвета. «Цвет повышает узнаваемость бренда на 80 % . Доверие покупателя напрямую зависит от узнаваемости бренда» [5]. Логично заключить, что узнаваемость цвета влияет на узнаваемость бренда. Ярким примером может служить компания Tiffany и ее самая «желанная» коробочка бирюзового цвета (Tiffany’s blue – голубой цвет Тиффани). Важно отметить, что психоэмоциональная нагрузка цвета воспринимается по - разному в зависимости от региона проживания и страны. Представленные характеристики ниже типичны для североамериканских жителей, жителей большей части Европы и России (таблица 2).

Таблица 2

Психоэмоциональная нагрузка цвета		
№	Цвет	Значение
1	Красный	Положительная сила, возбуждающий, энергичный. Придает бодрость, смелость, решительность, силу, лидерство, учащает биение сердца, часто используется в продажах. Слова: страстный, динамичный, горячий. Запах: иланг - иланг, можжевельник
2	Оранжевый	Энергичность, активность, веселье, повышает аппетит, привлекает внимание и поднимает настроение, содержит призыв к действию. В интерьере создает комфортную и уютную атмосферу. Слова: общительность, активность, призыв к действию. Запах: апельсин, мята, грейпфрут
3	Желтый	Активность физическая и мозговая, благородство, теплота и юмор, ребячество (цвет детей). Вызывает эффект опрятности и мягкости от светло - желтого цвета, спокойствия и взрослости от матового, привлекает внимание к витрине. Слова: жизнерадостность, общительность, сообразительность. Запах: лимон, цитронелла
4	Зеленый	Успокаивает, дает ощущение мира, расслабляет тело и разум. Дает ощущение единения с миром, спокойствие и мягкость. Подходит идеально для зон отдыха. Слова: мир, спокойствие, гармония. Запах: ромашка, бергамот
5	Синий	Рациональное мышление, спокойствие, тишина, самообладание, интеллектуальность, хладнокровие и чувствительность, выносливость и терпеливость. В интерьере помогает сконцентрироваться и расслабиться. Слова: надежность, спокойствие, самообладание. Запах: розмарин, лаванда, шалфей
6	Фиолетовый	Символизирует изящество, элегантность и пышность. За счет смешения теплого и холодного цвета вызывает сложное эмоциональное состояние, повышает жизненные силы. Успокаивает, используется для анти - возрастных продуктов. Слова: воображение, интуиция, восприимчивость. Запах: ладан, сандал, палисандр

7	Розовый	Доброта, счастье, женственность, забота и воодушевление, запах цветов. Стабилизирует эмоциональный фон и снижает уровень агрессивности. Слова: молодость, добросердечность, романтичность. Запах: герань, роза
8	Коричневый	Ощущение стабильности, надежности, уюта, комфорта и теплоты, классики и высокого положения (темный), спокойствия и естественности (светлый). В интерьере хорошо использовать как базовый цвет и в местах сбора семьи, в рабочей зоне стимулирует к проявлению хладнокровия и выдержки. Слова: спокойствие, самообладание, стабильность
9	Серый	Являясь смещением белого и черного не выделяется, поглощает другие цвета, вселяет спокойствие, помогает подстраиваться под чужое настроение, подавляет индивидуальность, дает осторожность, скромность и умеренность. Слова: баланс, умеренность, компромисс
10	Белый	Символизирует начало нового, чистоту и истину, вселяет чувство справедливости, высоких идеалов, серьезность, практичность и функциональность, имеет свойство все стирать и начинать с начала. Слова: начало, чистота, перфекционизм
11	Черный	Имеет отрицательное значение ввиду того, что поглощает все остальные цвета. Тем не менее, вселяет ощущение укрытия, защиты, противоречивости, городской атмосферы, чувство собственного достоинства и силы, отождествляется с творчеством и лидерством. Товары категории люкс. Слова: современность, сила, самостоятельность

Кроме психологической составляющей восприятия, цвет обладает уникальной способностью привлекать «своего» потребителя и менять поведение покупателя (таблица 3).

Таблица 3

Цвет и тип потребителя			
№	Цвет	Тип потребителя	Локация
1	Оранжевый	Импульсивные покупатели	Распродажи
2	Черный		Фастфуд
3	Голубой		Торговые центры
4	Синий	Экономные покупатели	Банки
5	Бирюзовый		Большие магазины
6	Розовый		
7	Белый	Традиционные покупатели	Магазины одежды
8	Нежно - розовый		

Поскольку цвет и свет связаны и неразрывны друг от друга, стоит акцентировать внимание на силу воздействия света. Свет не только создает желаемое настроение, он также влияет на поведение покупателей, ощущение течения времени и продажи. Так, красные лампы утяжеляют и делают более массивными предметы и замедляют ход времени, в то время как голубой свет ламп ускоряет время и облегчает предметы. «Чем ярче свет, тем выше интерес продажи» [2, с. 140]. Возвращаясь к примеру о теплом и холодном цветовом

оформлении магазинов, представляется любопытным тот факт, что эффективнее всего яркое освещение в голубом магазине или тусклое в оранжевом. Тусклость освещения способствует спокойствию, медленному перемещению по магазину и требует большее время на изучение товара. Кроме того, там, где целевая аудитория молодежь – свет должен быть ярким, а для взрослой аудитории – более приглушенным [2].

Таким образом, цвет играет важную роль в конструировании эмоций, вследствие глубокого воздействия на отделы мозга, отвечающие за формирование чувств. Разумное использование цветов может способствовать не только дифференциации продуктов и компаний от конкурентов, но и влиянию на настроения и чувства - положительно или отрицательно - и, следовательно, отношению к определенным продуктам и услугам. Учитывая, что настроения и чувства людей неустойчивы и что цвета играют роль в формировании отношения, важно, чтобы менеджеры и лица принимающие решения понимали значимость цветов в маркетинге.

#### **Список использованной литературы:**

1. Главные правила сочетания цветов / сост. С. Бояринова. – М.: Астрель: АСТ: Полиграфиздат, 2011.
2. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
3. Рувенный И. Я., Аввакумов А. А. Управление лояльностью потребителей: учебное пособие. - Уфа: УГАТУ. 2015.
4. Satyendra S. (2006) «Impact of color on marketing», Management Decision, Vol. 44 Issue: 6, pp.783 - 789.
5. How do colors affect purchases? [Электронный ресурс] // kissmetrics.com: информационно - аналитический портал. URL: <https://blog.kissmetrics.com/color-psychology/> (дата обращения: 25.04.2017).
6. How to Use the Psychology of Color to Increase Website Conversions [Электронный ресурс] // kissmetrics.com: информационно - аналитический портал. URL: <https://blog.kissmetrics.com/psychology-of-color-and-conversions/> (дата обращения: 25.04.2017).

© К. В. Данилова

**УДК 657.6**

**В.Б. Дасени, Студент**

Факультет корпоративной экономики и предпринимательства  
Новосибирский государственный университет экономики и управления  
г. Новосибирск, Российская Федерация

### **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

#### **АННОТАЦИЯ**

*В данной статье исследование направлено на изучении некоторых аспектов реализации концепции развития аудиторской деятельности в Российской Федерации. Подробно рассматриваются проблемы, существующие в аудиторской профессии в России на*

*сегодняшний день и мешающие дальнейшему развитию. Также формулируются конкретные цели и задачи для решения проблем и приводятся примеры мероприятий, которые следовало бы провести в рамках реализации концепции развития аудита.*

**Ключевые слова:** Аудит, законодательство, контроль, концепция развития аудиторской профессии, проблемы, услуги.

Концепция развития аудиторской деятельности в Российской Федерации до 2022 года призвана оценить состояние института аудита на современном этапе, выявить существующие проблемы, определить направления долгосрочного развития аудиторской деятельности, реализовать потенциал института аудита как важнейшего элемента финансовой системы России. Осуществление концепции неизбежно будет сопровождаться внесением поправок в нынешнее законодательство об аудиторской деятельности или изданием новых нормативно - правовых актов.

Разработка концепции не означает, что отрасль не эволюционировала: к 2016 году были созданы система подготовки квалифицированных кадров, система внешнего контроля качества, условия, обеспечивающие открытость осуществления аудиторских услуг, а также приведен в соответствие с международными требованиями институт аудита. На 1 января 2016 года насчитывалось 4,4 тыс. аудиторских организаций и 21,5 тыс. аудиторов (из них 0,7 тыс. – индивидуальные аудиторы). Основной массив аудиторов и аудиторских организаций сосредоточен в Центральном, Приволжском и Северо - Западном федеральных округах. Данный факт можно объяснить наличием спроса на аудиторские услуги в этих регионах Российской Федерации со стороны среднего и крупного бизнеса. Согласно статистическим данным, более 80 % аудиторских организаций осуществляют деятельность свыше 5 лет. Здесь же следует отметить и тот факт, что около 90 % аудиторских организаций относятся к субъектам малого и среднего предпринимательства [2].

Если рассматривать аудиторскую деятельность с точки зрения финансовых показателей, то в 2015 году аудиторские организации и индивидуальные аудиторы оказали услуг на общую сумму 56,1 млрд. руб. Причем за период с 2011 по 2015 годы ежегодно наблюдался рост объема оказываемых ими услуг от 0,5 до 4,7 % в год. Структура указанных услуг такова, что 49,2 % приходится на услуги по проведению аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций, 4 % – на сопутствующие аудиту услуги, 46,8 % – на прочие связанные с аудиторской деятельностью услуги [1].

На сегодняшний день существуют следующие основные институты аудиторской профессии и аудиторского рынка:

- Министерство финансов РФ;
- Федеральное казначейство;
- Саморегулируемые организации аудиторов (СРО);
- Единая аттестационная комиссия;
- Совет по аудиторской деятельности и его Рабочий орган.

Важно отметить, что в отрасли накопилось немало проблем за последние годы развития. Необходимость решения существующих проблем всегда была одной из движущих сил прогресса, так как после нахождения оптимального решения наступает качественно новый

этап развития в той или иной деятельности, усложняется и дифференцируется структура социально - экономических отношений в обществе.

На протяжении последних лет сохраняется низкая востребованность аудиторских услуг. Это зачастую связано с отсутствием у собственников компаний и инвесторов понимания и представления о том, какие преимущества дает проведение аудита. Безусловно, виноваты и сами аудиторские сообщества, которые, не распространяя информацию о сущности и преимуществах аудиторских услуг, способствуют формированию взглядов на аудит как на обременение.

Нельзя не упомянуть о несовершенстве и нестабильности действующего законодательства и о тенденции к излишней формализации правил аудиторской деятельности, противоречащих международной практике регулирования, где многие решения аудитор принимает самостоятельно на основе своего профессионального суждения. Ряд институциональных проблем, связанных с низкой активностью участия аудиторов и аудиторских организаций в деятельности СРО, нацеленностью СРО на решение, главным образом, узких корпоративных вопросов и задач, не имеющих общественного значения, недостаточность финансовой базы СРО, неоправданная конкуренция между СРО аудиторов, только еще более ухудшают обстановку в аудиторской профессии [1].

Еще одной серьезной проблемой российского аудита является невысокий уровень квалификации у большинства аудиторов в связи с тем, что зачастую процедура повышения квалификации носит формальный характер. Система профессиональной аттестации аудиторов не ориентирована на достижение претендентами на получение квалификационного аттестата аудитора необходимого уровня компетентности, позволяющего на практике демонстрировать способность к выполнению стоящих перед профессией задач. Данное обстоятельство в совокупности с нестабильной экономической обстановкой в стране, высокой текучестью и нехваткой кадров влечет падение престижа аудиторской профессии в последние несколько лет [3].

Наконец, низкий уровень интеграции российского аудита с международным. В данной проблеме можно отметить практически полное отсутствие сотрудничества российского аудиторского сообщества с профессиональными институтами аудиторов стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и СНГ.

Все вышеперечисленные проблемы диктуют необходимость дальнейшего развития аудиторской деятельности в РФ, связанного с формированием и поддержанием доверия бизнес - сообщества и в целом социума к результатам оказания аудиторских услуг. Для этого необходимо решение следующих наиболее важных задач:

- повышение качества аудиторских услуг;
- повышение конкурентоспособности;
- повышение престижа профессии аудитора.

В рамках реализации задач требуется осуществить ряд мер:

- совершенствование основ функционирования рынка аудиторских услуг;
- модернизация системы регулирования аудиторской деятельности;
- развитие институтов аудиторской профессии;
- совершенствование системы профессиональной аттестации и периодического повышения квалификации;

- развитие системы мониторинга и надзора в аудиторской деятельности, обеспечение мер ответственности;
- повышение уровня вовлеченности российской аудиторской профессии в международную деятельность.

Любые изменения, касающиеся института аудита, должны воплощаться в жизнь планомерно с учетом как потребностей и готовности к изменениям делового сообщества и государства, так и возможностей, потребностей и готовности к реформам непосредственно аудиторской профессии.

Концепцию планируется реализовывать в два этапа. Первый этап будет проводиться с 2017 по 2019 годы. На этом этапе планируется проведение наиболее первоочередных мероприятий, организация борьбы с недобросовестным поведением на аудиторском рынке, разработка модели саморегулирования и модели квалификационного экзамена, борьба с формализмом, повышение активности в разработке международных стандартов аудита.

Второй этап должен проводиться в период с 2020 по 2021 годы. На этом этапе планируется закрепление и развитие мер первого этапа, завершение приведения инфраструктуры рынка аудиторских услуг в соответствие с международной практикой, оптимизация российского законодательства об аудиторской деятельности с аналогичными международными документами, разработка и принятие новой редакции Федерального закона «Об аудиторской деятельности» [1].

#### **Список использованных источников:**

1 Проект концепции дальнейшего развития аудиторской деятельности в Российской Федерации от 19 декабря 2015 года // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: [http://minfin.ru/common/upload/library/2016/06/main/proj\\_conser\\_ot\\_230616.pdf](http://minfin.ru/common/upload/library/2016/06/main/proj_conser_ot_230616.pdf) (дата обращения: 06.05.2017).

2 Черемисина Светлана Васильевна Развитие аудита в России // Проблемы учета и финансов. 2014. №4 (16). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-audita-v-rossii> (дата обращения: 06.05.2017).

3 Шеремет А.Д. Некоторые проблемы развития аудита в России // Аудит. – 2014. – №9. – С. 24 - 27.

© В.Б. Дасени, 2017

**УДК332.1**

**А.К.Дзюбинская**, студент магистратуры  
Кубанского Государственного университета  
г.Краснодар, Российская Федерация

#### **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)**

Аннотация. В статье проводится анализ инновационного развития Краснодарского края, анализируется инвестиционная привлекательность региона. На основании исследования



предложены мероприятия по совершенствованию инновационного развития данного региона.

Ключевые слова: экономика, инновационное развитие, инвестиции, Краснодарский край, конкурентоспособность.

Тенденции современного развития свидетельствуют о том, что инновации становятся главным условием для развития общества и страны в целом. Экономика современных промышленно развитых стран все больше основывается на знаниях и опыте людей, которые материализуются в виде новых технологий. Приоритетное развитие российской экономики – переход с сырьевой направленности на инновационную. Любые полезные ископаемые ограничены, а развитие технологий – процесс бесконечный.

Многие страны, такие как США, Израиль, Индия и Япония получают почти 40 % своих доходов от инновационной деятельности. Большинство инновационных разработок относятся к сферам инновационной деятельности, связи, транспорта, здравоохранения и экологии.

Краснодарский край занимает центральное место в Южном Федеральном округе, что обусловлено высокими показателями развития по отношению к остальным регионам округа. Для перехода на более эффективную модель экономического роста необходимо стимулирование развития науки и инноваций, а также повышение конкурентоспособности выпускаемых товаров за счет коммерческого использования инновационных технологий.

Для успешного перехода на инновационный путь развития в регионе был принят закон «О государственной поддержке инновационной деятельности в Краснодарском крае», а также разработана краевая целевая программа «Развитие инновационной деятельности в Краснодарском крае». Главными отраслями, обладающими инновационным потенциалом, являются: промышленность; строительство; топливно - энергетический комплекс; агропромышленный комплекс; транспорт и связь; курортно - рекреационный и туристический комплекс; жилищно - коммунальное хозяйство; научно - образовательный комплекс; здравоохранение [5].

В свою очередь, в Краснодарском крае выделяют следующие направления инновационного развития: агропромышленного комплекса; курортно - рекреационного комплекса; морского транспортного комплекса; обрабатывающей промышленности (за исключением пищевой); сектора информационно - коммуникационных технологий.

В 2016 году доля организаций в крае, принимающих активное участие в инновационной деятельности, значительно ниже, чем в целом по России – 4 % и 9,7 % соответственно.

Значительный вес в Краснодарском крае имеет научно - технический и образовательный потенциал, который состоит из:

1) 135 научно - исследовательских и конструкторских организаций, 35 высших учебных заведений, 85 филиалов и вузов, более 45 научнотехнических подразделений на промышленных предприятиях;

2) 127 государственных и негосударственных средних профессиональных образовательных учреждений, более 15 образовательных учреждений подготовки и переподготовки кадров;

3) ряд информационных центров, центр трансферта технологий, организаций, оказывающих консалтинговые услуги [4].

Необходимо отметить, что научный потенциал зачастую нерационально используется. Важной проблемой является отсутствие эффективной связи между наукой и производством, которая смогла бы обеспечить коммерческое применение научно - технических разработок для создания на их основе конкурентоспособной продукции. Для составления стратегии развития региональных инновационных систем необходимо проанализировать текущее состояние инновационной деятельности.

Оценку инновационного уровня развития края производят следующим образом:

1. Анализируются основные показатели инновационной деятельности за определенный период (3 - 5 лет);

2. Выявляются факторы, которые сдерживают рост инновационной активности;

3. Выявляются возможные «точки роста» для инновационного развития края.

Затраты на технологические инновации увеличиваются с каждым годом, что обусловлено переходом края на инновационный путь развития, а также стимулированием и поддержкой инновационной деятельности со стороны государства. Наибольшие затраты организаций Краснодарского края в 2014 году направлены на приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями, а в 2016 году – на исследование и разработку новых продуктов, услуг и методов их производства. Также необходимо отметить, что в 2016 году затраты на приобретение машин и оборудования снизились почти в 1,5 раза. Из этого можно сделать вывод, что большинство организаций в крае уже провели модернизацию своего производства.

Во многих странах правительства инвестируют огромные суммы в научные исследования и инновационную деятельность. В Российской Федерации есть множество конкурентоспособных инновационных разработок, однако благоприятная среда для их внедрения до сих пор не сформирована. Вследствие этого множество ученых либо уезжают в другие страны, которые могут предложить им наиболее комфортные условия, либо работают в пределах страны, но на зарубежные компании.

К сожалению, существуют факторы, сдерживающие инновационные процессы. Например, многие субъекты экономической деятельности в Краснодарском крае не воспринимают инновационную работу как обыденный процесс. Кроме того, включение субъекта в инновационную деятельность требует материальных вложений при условии неопределенности экономической выгоды от использования инноваций.

Можно выделить следующие проблемы и сдерживающие факторы развития инновационных процессов в крае:

- отсутствие системы внутренней кооперации, которая могла бы обеспечивать переход экономики на замкнутый цикл производства с применением инновационных разработок;

- неэффективная инновационная деятельность и высокий уровень риска в проектах, связанный с дефицитом квалифицированных управленческих кадров в сфере инновационного бизнеса;

- отсутствие механизмов связи между участниками, выполняющими НИОКР и организациями, выступающими в роли заказчика;

- низкая доля крупных предприятий, вовлеченных в инновационные процессы в регионах, которые могли бы стать базой для развития импортозамещения;

- слабо развитая инновационная инфраструктура в профильных для регионах сферах;

- низкий уровень взаимодействия существующих звеньев инновационной системы; использование устаревших приемов и методов планирования работ и расходов, малоэффективное использование материальных людских ресурсов в условиях существования трудностей стратегического и оперативного управления финансами [3].

Также важно отметить, что многие предприятия недооценивают роль инноваций, и в связи с этим не считают целесообразным инвестировать денежные средства в развитие данных процессов. По мнению многих производителей, затраты в сфере инноваций могут не окупиться, а производимые инновационные товары и услуги не найдут своих потребителей.

В настоящее время, в Краснодарском крае слабо выражена тенденция роста инновационной деятельности, наибольший прогресс отмечается в субъектах, обладающих развитым промышленным потенциалом. Это свидетельствует о том, что субъекты инновационной деятельности нуждаются в индустриализации, на базе которой будет проходить переход экономики на инновационный путь.

Для повышения конкурентоспособности края необходимо развитие региональной инновационной системы. В Краснодарском крае наблюдается положительная динамика развития данной системы, о чем свидетельствует рост организаций, принимающих участие в инновационной деятельности. Финансирование инноваций за счет средств федерального бюджета увеличивается, но все же большая часть инновационных работ осуществляется за счет собственных средств организаций.

Обладая уникальным транспортно - транзитным потенциалом, богатыми промышленными ресурсами для промышленного развития, а также благоприятными для отдыха и сельского хозяйства природно - климатическими условиями, Краснодарский край использует свой потенциал не в полном объеме. На долю края приходится 6,2 % внутреннего регионального продукта, 6,1 % всех основных фондов страны, 8,7 % инвестиций в основной капитал, 7,4 % внешнеторгового оборота.

Важно помнить, что неотъемлемой частью инновационного процесса являются инвестиции. Для любого инвестора важную роль играет стабильность и динамичность развития региона. Краснодарский край удовлетворяет данным требованиям, а местная власть, в свою очередь, старается обеспечивать инвесторам содействие в продвижении инвестиционных проектов.

К условиям, выгодным для инвестиционного климата края, относятся:

- понятное законодательство;
- льготная система налогообложения;
- высококачественная антимонопольная среда;
- честная конкуренция;
- эффективная система борьбы с коррупцией;
- благоприятные условия для развития малого бизнеса
- государственные гарантии края;
- политическая стабильность края, отсутствие межнациональных конфликтов;
- работа комиссии по государственно - частному партнерству;
- привлекательные рынки сбыта;
- политика межрегионального и международного сотрудничества.

Помимо этого, в Краснодарском крае создана так называемая «горячая линия», которая занимается улучшением инвестиционного климата и ведет учет обращения инвесторов, функционирует комиссия по государственно - частному партнерству, а также консультативный совет по иностранным инвестициям при Главе губернатора Краснодарского края.

Для финансирования инновационных работ прибегают не только к инвестированию, но и к кредитованию. Для кредитования инновационной деятельности создаются венчурные фонды. В рамках государственно - частного партнерства созданы региональные венчурные фонды сроком на 7 лет. Формат – закрытый паевой инвестиционный фонд. Структура фондов: 25 % средства федерального бюджета, 25 % средства бюджета региона и 50 % вложения частных инвесторов.

Согласно инвестиционной стратегии Краснодарского края, спланированной до 2025 года, одним из важнейших приоритетов является развитие и поддержка инновационной деятельности. Согласно проекту, развитие инновационной среды Краснодарского края должно опираться на следующие инструменты развития:

- содействие созданию эффективной инновационной инфраструктуры;
- кластерообразование;
- создание механизма использования наработок фундаментальных исследований в целях кардинального изменения технологического уровня производства;
- применение механизмов государственного частного партнерства.

К основным направлениям научной деятельности края относят:

1. Биомедицина и биотехнологии на основе геной инженерии и молекулярной биологии.
2. Информационные и телекоммуникационные технологии и системы: микроэлектроника; прикладное и общесистемное программирование; моделирование виртуальной реальности; информационные системы в области образования, культуры, медицины, науки, экологии, управления и безопасности; дистанционные методы геологоразведки.
3. Создание новых материалов, позволяющих снизить потребности в традиционных материалах из природного сырья; использование материалов с заранее заданными характеристиками.
4. Системы машин и производственные технологии: автоматизированные системы испытания, измерения, контроля; лазерные, плазменные, электронные, мембранные и ионные технологии; безотходные и безвредные технологии переработки сырья.
5. Энергосберегающие технологии и альтернативные источники энергии: нетрадиционные энергоресурсы; новые поколения генераторов энергии; эффективные методы и системы контроля за расходом и потерями энергии.
6. Новейшие методы диагностики и лечения заболеваний человека.
7. Современная геодинамика, геофизика, сейсмичность региона [2].

Краснодарский край – это регион с высоким уровнем социальноэкономического развития, обладающий высокой инвестиционной привлекательностью. Ключевым приоритетом социально - экономического развития необходимо сделать инвестиционную активность на его территории. В связи с этим требуется устойчивая система поддержки инновационной деятельности и на государственном и на региональном уровнях.

### Список использованной литературы

1. Административно - управленческий портал. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru> 3.
2. Ли, А.С. Региональная инновационная система как эффективный механизм управления инновационными процессами территорий / А.С. Ли // – Ростов, Ростовский государственный экономический университет РИНХ. – июнь 2016 г. №2 (46), С. 30 - 32
3. Климова Н.В., Ларина Н.В. Механизм формирования и развития инвестиционной привлекательности промышленных предприятий Краснодарского края // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 102. С. 1244 - 1259.
4. Концепция инновационного развития края до 2025 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.investkuban.ru>
5. Концепция развития инновационной деятельности на территории Краснодарского края. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innovation.gov.ru>
6. Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

© А.К.Дзюбинская, 2017

**УДК 338.012**

**С.И. Дмитриева,**

К.э.н., доцент

Московский технологический университет, МИРЭА

г. Москва, Российская Федерация

### **ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СВОЙСТВА НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК**

Своеобразие функциональных процессуально - вещественных и воспроизводственно - технологических свойств предопределяет ряд особенностей, которыми отличаются научные исследования и разработки, а также соответствующее наукоемкое производство товаров и услуг. С народнохозяйственной точки зрения область научных исследований и разработок имеет сложное строение, включающее различные составные части и реализующие различные функции.

Следуя народнохозяйственному воспроизводственному подходу к исследованию свойств осуществления научных исследований и разработок, можно выделить следующие функции, присущие этой сфере народного хозяйства: утилитарная, социальная, экономическая, информационная, технологическая, экологическая.

Важными представляются также культурологические, управленческие и интеллектуальные факторы, аспекты и атрибуты научных исследований и разработок, как специфической формы стимулирования народнохозяйственного и информационного оборота ресурсов, материально - вещественной и информационной продукции, создаваемой в сфере научных исследований и разработок.

Анализ показывает, что перечисленные функции и факторы неразрывно связаны между собой, имеют взаимопересекающийся и взаимопроникающий характер. Как следствие, их структуризация по указанным признакам в известной степени является достаточно условной, однако полезной для решения многих задач анализа и синтеза решений в области наукоемкого производства. Вместе с тем они отличаются своими специфическими свойствами и за этими функциями стоят реальные взаимосвязанные факторы общественного и экономического развития, определяемые функционированием сферы научных исследований и разработок.

Утилитарная функция, реализуемая сферой научных исследований и разработок, по - видимому, является базисной, первичной функцией этой сферы, предназначенной с древних времен для удовлетворения первичных потребностей человечества в процессе его взаимодействия с окружающей средой и внутренними конкурентными процессами выживания в борьбе за ресурсы и благоприятные условия воспроизводства населения и соответствующего ресурсного обеспечения.

Заметим также, что утилитарная функция сохраняет также свое значение во многих развивающихся странах, а также в тех странах, которые отличаются существенной дифференциацией в наукоемкости различных отраслей и регионов и их возможностей восприятия передовых наукоемких технологий.

Социальная функция сферы научных исследований и разработок во многом является определяющей при выборе тех или иных направлений развития общества и соответствующих общественных отношений, народного хозяйства и его отраслей, страны в целом и отдельных регионов. С другой стороны содержание указанной социальной функции формируется на основе общественного выбора и воздействия общества и системы государственного управления на содержание и темпы развития сферы научных исследований и разработок.

С позиций воспроизводственного подхода к народнохозяйственной политике экономическая функция сферы научных исследований и разработок имеет особое значение, задавая определенные приоритеты и требования к различным направлениям социально - экономического развития. Содержание экономической функции основывается на выявлении приоритетных базисных направлений и соответствующих уровней наукоемкости развития наукоемкого производства в народном хозяйстве в целом, отдельных отраслях производственной и непроизводственной сферы, различных регионах и т.д.

Реализация экономической функции в сфере научных исследований и разработок заключается в сохранении и генерации специфического уникального фонда нематериальных и материализованных знаний, а также овеществленных специфических наукоемких продуктов, машин, оборудования и технологий. Их отличительной чертой является реализация различных уровней новизны и уникальности, позволяющая рационально распределять непосредственные и опосредованные в реальном производстве результаты научных исследований и разработок в народном хозяйстве в целом, в отдельных секторах и отраслях, отдельных территориальных секторах и регионах.

Сложность осуществляемых работ определяет значимость системы управления в сфере исследований и разработок для эффективного формирования научно - технического

потенциала и во многом определяет темпы и уровень научно - технического прогресса в российской экономике.

Структурные элементы и методы реализации функций существенно различаются по странам в зависимости от типа экономики, масштабов и уровня развития научно - технической сферы, места и роли государственного регулирования процессами научно - технического прогресса.

Методы и формы реализации этих функций соответствуют условиям функционально обусловленной структуры управления развитой постиндустриальной наукоёмкой экономики.

### **Список использованной литературы**

1. Бортник И. 10 лет развития малого инновационного предпринимательства в России // Инновации. № 1. 2004.
2. Дежина И.Г. Развитие инновационной деятельности в сфере высоких технологий // Инновации. – 2002. – №4 – с.20.
3. Янсен Ф. Эпоха инноваций – Пер. с англ. – М.: ИНФРА - М, 2014.  
© С.И. Дмитриева, 2017

**УДК 2964**

**Донченко Е. А.**  
СПбГЭУ

Г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

### **ПРИНЦИПЫ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИСПАНИИ**

Аудит в Испании – это проверка достоверности отчетности компаний. Основная задача аудита – предоставление решения профессионального аудитора о том, отражают ли различные бухгалтерские документы реальную и законную деятельность по проведению финансовых операций компании. Аудит, как элемент внешнего контроля, прогнозирует [2], анализирует [9] деятельность компаний для обеспечения устойчивого развития [1,3,8].

Закон об аудиторской деятельности (La Ley de Auditoría de Cuentas, сокращенно «LAC») дает определение деятельности аудита.

Сам «LAC» расширяет предыдущий общий контент, говоря, что «[5.] аудит годовой отчетности заключается в проверке и выражении мнения о достоверности отчетности в отношении имущества аудируемого лица, его финансового состояния и финансовых результатов[8]» (Статья 1.3).

Институт учета и аудита (El Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas ICAC),<sup>2</sup> «во введении к стандартам аудита, формулирует основную цель и уточняет, что выражать мнение в виде доклада, в котором сформулировано техническое заключение о достоверности финансовой отчетности нужно в соответствии с принципами и общепринятыми стандартами бухгалтерского учета и аудита».

<sup>2</sup>BOICAC (Boletín oficial del Instituto de Contabilidad y Auditoría y Cuentas), n.o 4.

Во всех приведенных выше формулировках есть общие элементы. При анализе имеющихся определений из разных официальных документов можно выразить общие черты и принципы, характерные для испанского аудита:

1. Это деятельность осуществляется квалифицированным и независимым лицом; то есть с академической квалификацией, профессиональным опытом и компетентностью и независимостью, без какого - либо интереса, имеющего влияние на объективность (природоохранная деятельность [11,12], экономическая интеграция [13,15], вопросы безопасности [14]).

2. На всех стадиях проведения аудита аудитор обязан использовать только те методы проверок и контроля, которые регламентированы в нормативных документах (анализ [9], инвентаризация [4] и другие).

3. Основная часть аудита - проверка счетов, которые должны выражать достоверную информацию о финансовом положении и результатах деятельности. Аудитор приходит к выводам об обоснованности бухгалтерской информации, на основе которых выражает профессиональное мнение. Мнение по различным аспектам определяется принципами существенности.

4. Аудит должен быть проведен в соответствии с принципами и общепринятыми стандартами бухгалтерского учета. В Испании эти принципы содержатся в Коммерческом кодексе, Законе об аудиторской деятельности, в Генеральном плане бухгалтерского учета и нормах МСФО.

5. Аудиторская проверка направлена на выпуск отчета, который имеет последствия для третьих сторон.

Более того, испанские нормативные документы также регламентируют не только технические, но и этические аспекты аудита. В целом, развитие аудита в Испании базируется на исторических научных трудах таких ученых, как Кун [7] и Монтгомери [6], которые в свою очередь большое внимание уделяли и применяемой терминологии [10]. Все компании в Испании связаны Кодексом этики, одобренным Институтом учета и аудита счетов (ICAC). В Кодексе этики излагаются принципы и ожидания, регулирующие поведение отдельных лиц и организаций при проведении аудита. В нем описываются минимальные требования и поведенческие ожидания, а не конкретные действия.

Этический кодекс применяется как к юридическим, так и к физическим лицам, которые выполняют услуги аудита.

1. Принцип честности, соблюдение которого гарантирует доверие и, следовательно, обеспечивает основу для уверенности в суждении аудитора.

В соответствии с данным принципом, аудитору следует: выполнять свою работу честно, с усердием и ответственностью, соблюдать закон и раскрывать информацию в соответствии с законом и профессией, не следует сознательно быть участником какой - либо противоправной деятельности или заниматься деятельностью, которая дискредитирует профессию аудитора или организации, уважать и вносить вклад в законные и этические цели.

2. Принцип объективности. Аудиторы должны проявлять наивысший уровень профессиональной объективности в сборе, оценке и передаче информации о рассматриваемой деятельности или процессе. Необходимо проводить взвешенную оценку всех соответствующих обстоятельств и не подвергаться чрезмерному влиянию своих



собственных интересов или интересов других лиц в процессе формирования решений. Нормы поведения в соответствии с данным принципом сформулированы в Кодексе следующим образом: аудитор не должен принимать участие в каких - либо мероприятиях или отношениях, которые могут нанести ущерб или считаться нарушением их объективной оценки. Это участие включает такие действия или отношения, которые могут противоречить или способствовать интересам организации. Не принимать такие решения, которые могут нанести вред или считаться нарушением профессионального суждения аудитора, раскрывать все известные факты, которые, если они не будут обнаружены, могут исказить представление отчетности о рассматриваемых видах деятельности.

3. Принцип конфиденциальности. Аудиторы должны уважать ценность и владение информацией, которую они получают, и не раскрывать ее без соответствующих полномочий, если на это нет юридического или профессионального обязательства. Правила поведения: следует проявлять осмотрительность в использовании и защите информации, полученной в ходе аудита. Не использовать информацию для личной выгоды или любым способом, который противоречил бы закону.

4. Принцип компетенции. Аудиторы применяют знания, навыки и опыт, необходимые для выполнения услуг аудита. Правила поведения:

4.1. Аудиторы должны участвовать только в тех операциях, для которых они обладают необходимыми знаниями, навыками и опытом.

4.2. Должны осуществлять аудиторскую деятельность в соответствии с Международными стандартами профессиональной практики аудита.

4.3 Постоянно повышать свою квалификацию, эффективность и качество предоставляемых услуг.

### **Список использованной 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., 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.

4. Конопляник Т.М. Порядок проведения инвентаризации // БиНО: Бюджетные учреждения. 2001. №3. С. 34 - 45.

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., Развитие аудита с позиции теории Куна // В мире научных открытий. 2012. № 3 . С. 101 - 112.

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. Виды экологического аудита // В сборнике: Бухгалтерский учет, анализ и аудит: история, современность и перспективы развития. Материалы X междунар. науч. конф. студ., преп. Н.А. Каморджанова (отв. ред.). 2015. С.160 - 162.

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., Деятельность Российской Федерации по укреплению региональной безопасности в Азиатско - Тихоокеанском регионе / Проблемы современной экономики. 2011. № 3. С. 67 - 69.

15. Перспективные тренды развития науки: экономика. // Скотников Д.А., Ярмоленко В.А., Безденежных Т.И., Буренникова Н.В., Конопляник Т.М., Богданова О.Ю., Богославцева Л.В., Вик С.В., Карепина О.И., Кизиль Е.В., Смольникова Ю.Ю., Петренко Р.П.В., Николаенко А.В., Прокопец Н.Н. Одесса, 2016.

© Е. А. Донченко, 2017

**УДК 331.08**

**Н.А. Дорохина**

Магистрантка РСОНОУ, 3 год обучения  
г. Москва

## **ПЕРИОДИЧЕСКАЯ АТТЕСТАЦИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

Любой компании периодически необходимо оценивать свой персонал. Регулярная системная оценка – положительно сказывается на мотивации сотрудников, их профессиональном развитии и росте. Не секрет, что успех в современном бизнесе в большей мере зависит от степени профессиональной пригодности работников, составляющих персонал организации.[1,стр 45 - 49]

Актуальность этой проблемы существенно возрастает в социально - экономической ситуации, когда основной целью любой компании является процесс развития и удержание высоких уровней. Поскольку источником и механизмом развития являются люди, то успешное решение данной задачи не возможно без постоянной оценки профессиональной пригодности как персонала организации в целом, так и отдельных ее работников. [4,5]

Наиболее распространенная форма оценки деятельности персонала это периодическая аттестация. Практически термин «аттестация» употребляется, замещая понятие «оценка персонала». Она регламентируется действующим законодательством, имеет определенные

юридические аспекты, связанные с кадровыми увольнениями и перемещениями. [2, стр. 67 - 71]

Аттестация - это процедура формализованной оценки соответствия деятельности конкретного работника принятому стандарту выполнения работы на данном рабочем месте в конкретной должности. [6,стр, 34 - 39]

Аттестация позволяет:

- определить внутренние стандарты организации, критерии оценок и деятельности;
- провести правильную диагностику персонала;
- определить ценность сотрудников и их профессионализм, способность повышения ответственности и исполнительской дисциплины;
- выявить глобальные проблемы в нехватке кадров в организации;
- самостоятельно принимать решения связанные с обучением, освобождением, продвижением по карьерной лестнице;
- развить самостоятельность и готовность к проявлению инициативы.

На основании действующих нормативных актов выделяются следующие этапы проведения процедуры: подготовка, проведение и принятие решения аттестационной комиссией.

Наиболее оптимальным вариантом аттестации персонала для ресторана можно считать, комплексный подход к процедуре, Инны Андреишиной – известного профессионала с огромным опытом работы в ресторанном бизнесе, руководителя компании Good Idea Prof Horeca Consulting. [3,стр. 57 - 61]

Она предлагает внедрять комплексную аттестацию, которая включает в себя следующие шаги:

1. Объявляется дата аттестации.
2. Создается комиссия по аттестации.
3. Распечатываются вопросы по теории выполнения стандартов.
4. Распечатываются варианты практических заданий.
5. Собираются все данные оценок, проводимых шесть месяцев: контрольный лист наблюдения (КЛН), план продаж, план по обучению.
6. Оценивается выполнение личного плана развития.
7. Проводится опрос - оценка сотрудников (можно анонимно).
8. Поднимаются все данные по достижениям и «проколам» (депремированиям).
9. Проводится аттестация: 1 день — теория, 1 день — практика, 1 день — подведение итогов.
10. Объявляют о результатах аттестации и решение об изменениях в программе мотивации и карьерном росте.
11. Вступают в силу изменения в программе мотивации конкретного сотрудника.
12. Происходят изменения в должностях.
13. Разрабатывается план обучения, по результатам аттестации.

Также для проведения аттестации:

- составляют списки подлежащих аттестации работников и график её проведения;
- подготавливают необходимые документы для работы аттестационной комиссии;
- утверждают подготовленный перечень вопросов для аттестационных тестов;

Перечень примерных позиций определения уровня знаний официантов / барменов:

- знание сервиса на практике;
- знание меню и винной карты;
- знание последовательности подачи блюд и напитков;
- знание правил разливания напитков;

- знание столовой посуды, приборов;
- наличие иностранных языков;
- определение уровня внимания;
- умение переключаться;
- знание коммуникации;
- знание обязанностей;
- знание психологических аспектов общения в коллективе и с гостями;
- умение разрешать конфликтные ситуации;
- умение работать с системой R - keeper;
- знание расчета с потребителями;
- знание работы службы Room serves;
- знание обслуживания банкетов.

Оценка персонала является необходимой процедурой в работе любой организации. Так как ее проводят с целью определения степени соответствия личных качеств работника, количественных и качественных результатов его трудовой деятельности к требованиям предъявляемым конкретной компанией.

### **Список использованной литературы**

1. Дейнека А.В., Жуков Б.М. Современные тенденции в управлении персоналом. Учебное пособие. Издательство: Академия Естествознания. 2009. Интернет - ресурс: <http://www.monographies.ru>
2. Жилкова Ю.В. Организация ресторанного бизнеса: Учебное пособие / Ю.В.Жилкова, З.В. Макаренко, Л.А. Насырова, В.И. Шариков. – СПб.: Троицкий мост, 2014.
3. Журнал «Рестораторъ». Статья «Аттестация сотрудников в ресторанах: подробная процедура, примеры проверочных тестов и их анализ». 10.12.2015. Интернет - ресурс: <https://www.chefs.by>
4. Захарова Т.И. Оценка персонала: учебно - практическое пособие / Т.И. Захарова, Д.Е. Стюрина. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2011.
5. Экономика и социология труда [Текст]: учебник / ред. А.Я. Кибанов. – Москва: Инфра - М, 2010.
6. Петрова Ю.А. 10 критериев оценки персонала / Ю.А. Петрова, Е.Б. Спиридонова. – Ростов н / Д: Феникс, 2013.

© Н.А.Дорохина , 2017

### **УДК 334**

**Н. И. Евдокимова**, студент 1 курса магистратуры, Набережночелнинский институт Казанского федерального университета, г. Набережные Челны РФ

### **ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

В настоящее время в экономике ряда развитых и развивающихся стран широкое распространение получила особая форма взаимодействия государства и бизнеса – государственно - частное партнерство (ГЧП).

По формулировке, предложенной Е. А. Дыниным, государственно - частное партнерство — это объединение материальных и нематериальных ресурсов общества (государства или местного самоуправления) и частного сектора на долговременной и взаимовыгодной основе для создания общественных благ (благоустройство и развитие территорий, развитие инженерной и социальной инфраструктуры) или оказания общественных услуг (в области образования, здравоохранения, социальной защиты и т. д.) [3, с. 111].

В теории и практике сложилось множество разнообразных моделей, форм, типов и конкретных вариантов реализации партнерских отношений между государством и частным бизнесом. Обычно выделяют следующие формы государственно - частного партнерства:

- концессия (или концессионное соглашение);
- особые экономические зоны (ОЭЗ);
- инвестиционный фонд РФ;
- аренда или лизинг;
- соглашение о разделе продукции;
- государственный контракт;
- совместное предприятие;
- другие формы государственно - частного партнёрства [1, с.28 - 33].

Каждая форма ГЧП уникальна и имеет ряд отличий от других по содержанию, способу использования, условию применения и другим аспектам.

В таблице 1 сравниваются формы взаимодействия государства и частного партнера с позиции предмета договора или контракта между государственным органом и частным бизнесом и формы собственности на имеющееся или создаваемое имущество.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика основных форм ГЧП

№	Форма государственно - частного партнерства	Предмет контракта между государством и частным бизнесом	Форма собственности на имущество
1	Государственные контракты	Софинансирование + строительство + эксплуатация.	Государственная
2	Концессия	Софинансирование + проектирование + строительство (расширение, реконструкция, техническое перевооружение, модернизация) + эксплуатация.	Государственная
3	Аренда	Эксплуатация + техническое перевооружение или модернизация.	Государственная
4	Совместные предприятия	Софинансирование акционерного капитала + строительство + эксплуатация.	Частная / государственная
5	Соглашение о разделе продукции	Строительство + эксплуатация.	Частная / государственная

6	Контракты, содержащие в себе различные виды работ и отношений собственности	Софинансирование. Софинансирование + строительство. Софинансирование + строительство + эксплуатация.	Частная / государственная
---	-----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------

Варнавский В.Г. отмечает также некоторые основные отличия концессии от таких форм государственно - частного партнёрства, как совместные предприятия и государственные контракты:

- концессии, в отличие от контрактных, арендных и иных отношений носят долгосрочный характер, что позволяет обеим сторонам осуществлять стратегическое планирование своей деятельности;

- в концессиях государственный сектор обладает наиболее полной свободой в принятии административно - хозяйственных и управленческих решений, что отличает их от совместных предприятий [2].

Формы государственно - частного партнерства отличаются друг от друга по сроку действия или реализации.

Таблица 5 – Сравнительная характеристика срока действия форм ГЧП [4]

Форма государственно - частного партнерства	Срок деятельности форм государственно - частного партнерства
Инвестиционный фонд	Максимальный срок действия договора инвестиционного товарищества – 15 лет
Концессия	Минимальный и максимальный сроки концессионного соглашения не установлены, определяются непосредственно соглашением. Продление концессионного соглашения возможно максимум на 5 лет.
Совместное предприятие	Срок не ограничен.
Государственный контракт	На срок действия государственного контракта / договора. Если контракт заключается на срок более чем три года и цена контракта составляет более чем сто миллионов рублей, контракт должен включать в себя график исполнения контракта.
Соглашение о разделе продукции	Минимальный срок – три года.

Таким образом, сравнительный анализ основных форм государственной - частного партнёрства позволяет сделать вывод о том, что каждая форма государственно - частного партнерства уникальна и имеет ряд отличий от других по содержанию, способу использования, условию применения, цели и результатам, срокам и другим правовым и экономическим аспектам.

### Список использованной литературы:

1. Государственно - частное партнёрство: Механизмы реализации / А. А. Алпанов, А.В. Пушкин, Р. М. Джапаридзе. – М.: Альпина Паблишерз, 2014. – 196 с.
2. Варнавский В. Государственно - частное партнерство в России: проблемы становления // Отечественные записки. – 2004. – № 6. – с. 33
3. Дынин Е. А. Риски бизнеса в частно - государственном партнерстве // Общество и экономика. – 2007. – № 5–6. – с. 111.
4. Сравнительная характеристика правового регулирования возможных форм государственно - частного партнерства. URL: <http://social-med.ru/economy/sravnenie-form-gchp/> (дата обращения 07.05.2017).

© Н. И. Евдокимова, 2017

УДК33

Епифанцева А.С, Русакова А.А., 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].

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

Регионы	Картофель					Расг. 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	1014	1014	1014	1014	1015	229	233	233	226	221	7272	7577	7776	7676	
Северо-Западный ФО	82	84	84	85	86	1313	1212	1212	1212	1212	271	276	277	276	268	6868	7071	7171	7170	
Южный ФО	98	99	99	100	100	1515	1515	1515	1515	1515	233	237	236	234	229	6565	6767	6868	6969	6767
Северо-Кавказский ФО	106	109	111	112	115	1213	1313	1313	1313	1313	226	237	237	241	241	4747	5151	5353	5454	5454
Приволжский ФО	119	123	123	123	125	1415	1515	1515	1515	1515	284	283	281	277	272	6060	6262	6464	6363	6262
Уральский ФО	108	109	108	105	102	1313	1313	1314	1313	1313	2021	211	213	211	205	6363	6666	6767	6767	6565
Сибирский ФО	135	132	132	133	132	1212	1212	1212	1212	1212	265	264	262	259	255	6464	6767	6868	6767	6565
Дальневосточный ФО	123	125	125	128	125	1313	1313	1212	1212	1212	191	192	196	193	191	7171	7474	7676	7575	7474
Крымский ФО				115	112				1212	1212				183	163				5252	4848

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
Центральный ФО	970	1010	1010	101	102	4444	4444	4444	4444	4343	6363	6464	6868	6666	6363	117	117	117	119	110
Северо-Западный ФО	89	92	92	92	92	3839	3838	3838	3838	3838	6161	6363	6666	6565	6161	103	103	102	101	99
Южный ФО	142	145	145	146	148	4243	4343	4343	4342	4242	7979	8080	8181	8178	7878	123	123	122	122	121
Северо-Кавказский ФО	158	166	169	170	171	4545	4444	4343	4343	4343	5454	5458	5861	6060	6060	128	128	126	127	126
Приволжский ФО	99	104	105	107	108	3738	3838	3838	3636	3636	5454	5656	6061	6157	5757	115	115	114	116	115
Уральский ФО	91	94	92	90	90	3838	4040	4038	3737	3737	6464	6565	6767	6764	6464	126	126	124	122	120
Сибирский ФО	101	101	102	102	102	3535	3535	3434	3434	3434	4646	4648	4848	4646	4646	129	129	127	125	123
Дальневосточный ФО	109	109	110	112	110	3637	3737	3737	3737	3737	6262	6464	6666	6665	6565	115	115	117	117	116
Крымский ФО				139	131				3736	3636				6164	6464				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).

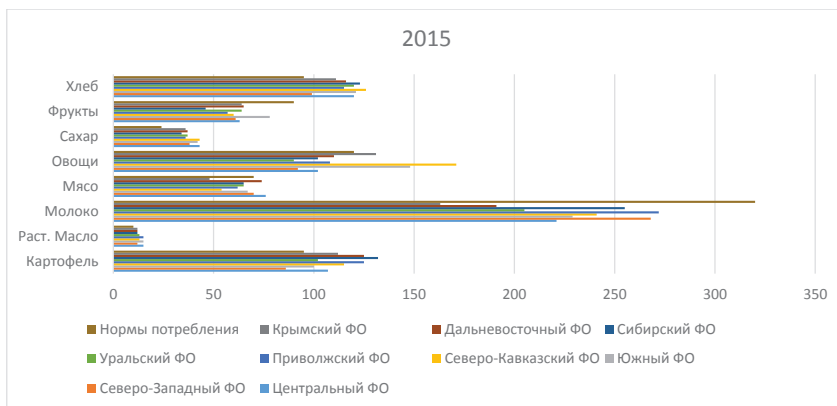


Рисунок 2. Потребление основных продуктов питания в РФ за 2015 г., кг / год

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 мясopодуктов, 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 мясopодуктов 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 (Кфп):

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

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	Фрукты	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
<b>РФ</b>	<b>1,13</b>	<b>1,23</b>	<b>0,75</b>	<b>0,98</b>	<b>0,82</b>	<b>1,54</b>	<b>0,63</b>	<b>1,19</b>
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
<b>РФ</b>	<b>1,14</b>	<b>1,25</b>	<b>0,75</b>	<b>1,02</b>	<b>0,84</b>	<b>1,54</b>	<b>0,64</b>	<b>1,19</b>
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
<b>РФ</b>	<b>1,14</b>	<b>1,25</b>	<b>0,75</b>	<b>1,03</b>	<b>0,84</b>	<b>1,54</b>	<b>0,67</b>	<b>1,18</b>
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
<b>РФ</b>	<b>1,14</b>	<b>1,25</b>	<b>0,74</b>	<b>1,02</b>	<b>0,85</b>	<b>1,54</b>	<b>0,67</b>	<b>1,18</b>
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
<b>РФ</b>	<b>1,15</b>	<b>1,23</b>	<b>0,72</b>	<b>1,01</b>	<b>0,85</b>	<b>1,5</b>	<b>0,64</b>	<b>1,18</b>

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. Храмова 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. Храмова Т.Г., Храмова 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](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.А., Дьяченко О.А.

УДК331.1

**А.Б. Еремина**

магистрант 1 курса

УрГУПС

г. Екатеринбург, Российская Федерация

### **ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ПРИЧИНЫ И МЕТОДЫ ДИАГНОСТИКИ**

Современный работник подвержен множеству стрессов, некоторые из которых имеют перманентный характер. Хронический стресс, ведущий к истощению эмоциональной энергии и личностных ресурсов работника, приводит к профессиональному выгоранию. Выгорание возникает вследствие накопления и сохранения негативных эмоций, от которых человек не может освободиться, что ведет к полному «сгоранию» работника. [4]

Анализ сравнения выгорания у представителей разных профессиональных групп показывает, что выгорание обуславливается не отдельным фактором профессии, а целым ее комплексом. Поэтому можно предположить, что те спорные вопросы и проблемы, которые возникают при анализе влияния отдельных независимых факторов, могут быть отражением совокупного влияния профессии, ее социального статуса, престижа в обществе и других характеристик.

Актуальность исследования обусловлена тем, что синдрому выгорания (как и другим расстройствам, связанным с профессиональной деятельностью), в первую очередь подвержены представители профессий, связанных с непосредственной работой с людьми и / или высокой ответственностью за других (особенно если речь идет о жизни, здоровье и безопасности). [4]

Впервые термин («burnout» – сгорание, выгорание), предложил Г. Дж. Фрейденбергер 1974 г. в связи с анализом требований, предъявляемых к социальным профессиям, основное содержание которых составляет межличностное взаимодействие. Согласно Фрейденбергеру, эмоциональное выгорание является результатом истощения энергии у профессионалов в сфере социальной помощи, когда они чувствуют себя перегруженными проблемами других людей. [1]

Отечественные и зарубежные ученые, исследующие выгорание, приводят разные определения этого понятия.

Приведем одно из более точных: профессиональное выгорание – это синдром, развивающийся на фоне хронического стресса и, ведущий к истощению эмоционально-энергетических и личностных ресурсов сотрудника.

Синдром профессионального выгорания развивается постепенно. Он проходит три стадии (Маслач, 1982) – «три лестничных пролета в глубины профессиональной непригодности».

Можно выделить три аспекта профессионального выгорания.

Первый – снижение самооценки. «Сгоревшие» работники чувствуют беспомощность и апатию.

Второй – одиночество. Люди не в состоянии установить нормальный контакт с клиентами.

Третий – эмоциональное истощение, соматизация. Усталость, апатия и депрессия, приводят к серьезным физическим недомоганиям. [2].

Специалисты выделили группы, которым профессиональное выгорание грозит в первую очередь:

- 1) людям, которые ошиблись в выборе профессии или вынуждены заниматься нелюбимым делом в силу разных причин;
- 2) сотрудникам, испытывающим серьезный внутренний конфликт, связан с балансом между домашними обязанностями и профессиональной сферой;
- 3) личности, вынужденные отстаивать свое соответствие деятельности в рабочем коллективе.

Очень часто целые организации при ошибках руководящего состава подвергаются выгоранию.

Своеобразным показателем профессионального выгорания организации могут быть следующие проявления:

1. Высокая текучесть кадров.
2. Невыносимые условия труда молодых сотрудников.
3. Частые перекуры, чаепития при сниженной мотивации труда.

Факторы, провоцирующие эмоциональное выгорание делят на внешние (объективные) и внутренние (субъективные).

Внешние факторы в свою очередь делятся на ролевые (ролевой конфликт, ролевая неопределенность и ролевая перегруженность) и организационные (время, затрачиваемое на работу; дестабилизирующая организация деятельности). [2]

Внутренние факторы можно классифицировать по двум следующим группам: личностные (особенности характера, темперамента) и профессиональные (связанные с характером профессиональной деятельности).

Стрессы, возникающие на предприятии, можно разделить на три вида:

1. Рабочий стресс, который возникает из-за причин, связанных с работой, условиями работы и места работы.
2. Профессиональный стресс – из-за причин, связанных с видом деятельности.
3. Организационный стресс – влияние на сотрудника особенностей организации, в которой он работает, ее организационной культуры и межличностных отношений. [1]

Модель управления профессиональным выгоранием работников может состоять из следующих этапов. На этапе диагностики предлагается использовать методический

комплекс, включающий следующие методы и формы психологической работы. Методы диагностики выгорания:

– метод наблюдения – для диагностики состояния психологического благополучия работников, выявления индивидуально - психологических, социально - психологических и организационных факторов выгорания, присущих профессиональной деятельности;

– метод беседы – для диагностики эмоционального состояния сотрудников, их отношения к субъектам их деятельности и коллегам, к работе в целом, а также для определения индивидуальных факторов выгорания;

– метод экспертных оценок, метод анализа документации – для изучения объективного состояния социально - психологических и организационных характеристик профессиональной деятельности;

– психодиагностические методики, направленные на выявление уровня выгорания, диагностику индивидуально - психологических, социально - психологических и организационных факторов выгорания. [3]

На этапе анализа результатов исследования используется экспертно - аналитический метод. Результаты исследования могут быть обобщены в виде комплексной информационной карты профессионального «выгорания», которая создается на двух уровнях: организации и работника. Ее заполнение позволит подготовить информационную базу для разработки программ профилактики и коррекции профессионального «выгорания». [5]

Таким образом, можно сделать вывод, что для поддержания эффективности организации, в том числе системы управления персоналом, необходимо учитывать социальную составляющую эффективности – персонал. Являясь ключевым ресурсом большинства организаций, персонал и его состояние способно влиять на достижение целевых ориентиров организации, поэтому любые негативные факторы как внешней, так и внутренней среды, в том числе профессиональное выгорание, способны снизить его производительность. Для снижения риска возникновения негативных последствий современному управленцу рекомендуется производить профилактику профессионального выгорания, которая не приносит многочисленных затрат, но при этом позволяет не потерять накопленный потенциал и даже зачастую приумножить его.

#### **Список использованной литературы:**

1. Водопьянова Н.Е. Синдром «психического выгорания» в коммуникативных профессиях // Психология здоровья / Под ред. Г.С. Никифорова. – СПб.: Изд – во СПбГУ, 2013. – с. 443 – 463.

2. Долгова В.И., Гольева Г.Ю. Эмоциональная устойчивость личности: Монография – М.: Издательство «Перо», 2014. – 173 с.

3. Мишкина Е. А. Профилактика синдрома эмоционального выгорания в профессиональной деятельности сотрудников предприятия // Научно - методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 10. – С. 96–100. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/95063.htm> (дата обращения 28.04.17)

4. Дмитриева М.А. Профессиональное долголетие // Психологические основы профессиональной деятельности: хрестоматия / Под ред. В.А. Бодрова. – М.: Логос, 2013. – С. 416 - 422.



**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

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДЕНЕЖНЫХ ОСТАТКОВ, СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ, ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ И КРАТКОСРОЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ОРГАНИЗАЦИИ**

Платежеспособность характеризует возможность и готовность организации своевременно и в полном объеме выполнять свои финансовые обязательства [4, с.495]. В условиях действующей рыночной экономики точная и своевременная оценка платежеспособности компании является одним из важнейших критериев успешного функционирования как отдельных организаций, так и экономики страны в целом. Это, в свою очередь, говорит о важности анализа денежных остатков организации как самой ликвидной части оборотных активов предприятия [2, 3].

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 М - score. Для организаций, сознательно искажающих свою отчетность, М - 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 М - score с включением организаций с отрицательными показателями и совокупность организаций по М - 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. 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.

Вопрос управления денежными остатками организаций является актуальным, что обусловлено большим количеством организаций, у которых возникают денежные остатки. При проведении анализа были выявлены факторы, влияющие на величину денежных остатков организаций. После чего было сделано предположение о наличии взаимосвязи между денежными остатками и сбалансированностью денежных потоков, инвестиционной активностью, а также краткосрочными обязательствами компании.

В рамках проверки выдвинутой гипотезы для исследования зависимости по каждой из трех совокупностей обеих отраслей (как в разрезе групп организаций, так и по совокупности в целом) были рассчитаны показатели нормированных денежных средств, нормированной сбалансированности денежных потоков по текущей деятельности, нормированной инвестиционной активности, нормированных краткосрочных обязательств и нормированного кассового разрыва. Затем все рассчитанные показатели были логарифмированы, после чего была рассчитана корреляция между ними.

Таким образом, выдвигая гипотеза подтвердилась. По результатам проведенных расчетов в каждой подгруппе трех совокупностей обеих отраслей было выявлено наличие преимущественно тесной прямой связи между исследуемыми показателями. При этом наиболее высокая связь наблюдается среди организаций, входящих в третью совокупность.

В ходе проведения исследования было выявлено, что взаимосвязь между денежными остатками и сбалансированностью денежных потоков, инвестиционной активностью, а также краткосрочными обязательствами выше у организаций, не манипулирующих отчетностью и с неотрицательными показателями валовой и чистой прибыли, собственного капитала и сальдо денежных потоков от текущих операций.

### **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. 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. Мазурина, Т.Ю., Скамай, Л.Г., Гроссу, В.С. Финансы организаций: Учебник. – М.: ИНФРА - М, 2015. – 528с.

© В.В. Ерыгина, 2017

**А.Д. Ефремова**, аспирант кафедры экономики предприятия  
ФГБОУ ВО НГПУ им. К. Минина, г. Нижний Новгород, Россия  
**А.О. Егорова**, к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия  
ФГБОУ ВО НГПУ им. К. Минина, г. Нижний Новгород, Россия

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Конкурентоспособность товаров означает их способность отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке. Конкурентоспособность определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами а, с другой стороны, ценами, устанавливаемыми продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность оказывают серьёзное влияние мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке, колебания спроса [1]. В свою очередь качество продукции является необходимым свойством, которое влияет на формирование конкурентоспособности, это проявляется, как правило, в увеличении объёмов реализации производимой продукции, и получение максимальной прибыли предприятием [2].

Участники рынка, в рамках конкурентной борьбы, зачастую заходят за рамки закона, в таких случаях споры разрешаются при помощи государства в судах, и / или при участии надзирающего органа антимонопольного комитета.

Для того чтобы определить характеристики конкурентоспособности продукции необходимо разделить её на группы (по отраслям), так как продукт наиболее конкурентоспособен внутри своей отрасли (рисунок 1).

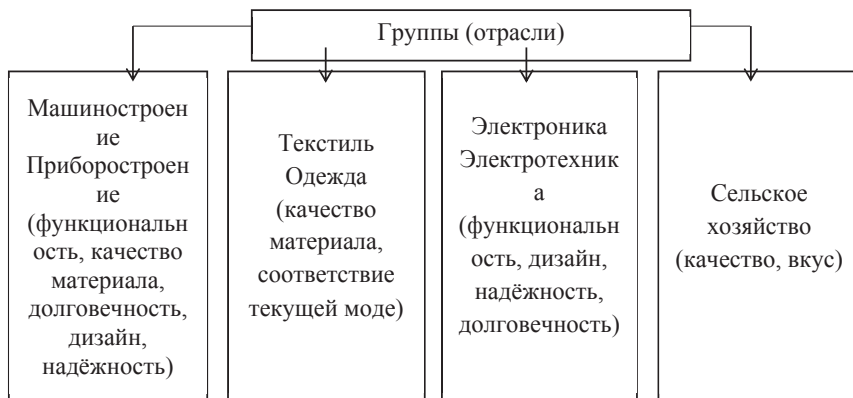


Рисунок 1 - Характеристики конкурентоспособности продукции по отраслям

Исследования показывают, что наиболее конкурентоспособен тот продукт, который удовлетворяет всем условиям своих характеристик внутри своей отрасли, и при этом имеет наиболее приемлемую цену.

Также кроме качества продукции для конкурентоспособности товара предприятия, одним из главных факторов будет являться цена. Установление цены на продукцию

формируется под влиянием спроса и предложения. Спрос на товар всегда конкретен, так как направлен на покупку определённого вида продукции. Объем спроса характеризуется следующими факторами, такими как, реклама, потребительские вкусы, число покупателей, доход [4].

По закону спроса, чем ниже цена – тем больше величина спроса, а если выше цена, следовательно, меньше спрос. Вероятно, что предприятиям наиболее выгодно установить приемлемые цены на товар, тем самым увеличив на него спрос, а это неизбежно приведёт к его конкурентоспособности.

Немаловажным фактором факторов, оказывающим влияние на конкурентоспособность продукции, оказывает реклама [3]. Она повышает спрос на продукцию, привлекает внимание покупателей, увеличивает количество продаж. Однако необходимо заметить, что в некоторых случаях, расходы на рекламу возрастают и снижают ожидаемую прибыль предприятия.

Таким образом, продукция предприятия, которая произведена из самого высокого качества, в хороших условиях, с наиболее приемлемой ценой будет обладать сильным конкурентным преимуществом перед продукцией конкурентов.

#### **Список использованной литературы:**

1. Андрияшина Н.С., Царева И.А. Современные подходы к определению содержания категории «новый продукт» // В сборнике: Социальные и технические сервисы: проблемы и пути развития сборник статей по материалам II Всероссийской научно - практической конференции. Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина. 2015. С. 327 - 330.

2. Егорова А.О., Кузнецов В.П. Тенденции и направления развития экспортных рынков российского машиностроения в 2008 - 2012 гг. // В сборнике: Современные тенденции в науке и образовании Сборник научных трудов по материалам Международной научно - практической конференции: В 6 частях. ООО "Ар - Консалт". 2014. С. 99 - 103.

3. Егорова А.О. Актуальные проблемы развития обрабатывающей промышленности нижегородской области // Экономика и предпринимательство. 2014. № 9 (50). С. 360 - 365.

4. Романовская Е.В., Севрюкова А.А. Анализ содержания и сущности понятия «высокотехнологичный продукт» // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 803 - 807.

© А.Д. Ефремова, А.О. Егорова, 2017

**УДК 338**

**V.V. Zhelezovskaya**

The student of 2<sup>nd</sup> master course of faculty of international finance  
Financial University under the Government of the Russian Federation  
Moscow, Russian Federation

#### **MACROECONOMIC REGULATION OF AVIATION INDUSTRY IN COUNTRIES WITH DIFFERENT CONCENTRATION OF TERRITORIAL PRODUCTION**

The development of the world aerospace and defense industry is proceeding at a rapid pace, which is due, inter alia, to the demand for products of the industry from the military - industrial complex of countries. In many countries, the costs of the defense complex are quite large. Each

country is trying to build up its military power, and therefore invests a large number of funds in this industry. The basic statistics for percentage of military expenditures of central government expenditure for the period of 2011 - 2015 years are represented in Table 1 (ten main countries) [6].

Table 1

Military expenditure ( % of central government expenditure) in 2011 - 2015

<b>Country Name</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Azerbaijan</b>	25,27	21,00	21,70	20,61	22,63
<b>Lebanon</b>	15,43	14,90	15,47	18,19	19,59
<b>Mali</b>	10,14	9,98	8,77	11,73	19,22
<b>Singapore</b>	25,01	25,10	24,55	23,35	19,20
<b>Armenia</b>	17,08	16,77	n/d	16,44	16,90
<b>Kyrgyz Republic</b>	15,63	13,99	14,95	16,07	16,07
<b>Russian Federation</b>	14,70	15,25	15,66	15,54	15,86
<b>Angola</b>	12,21	13,80	15,79	16,80	14,92
<b>Israel</b>	15,57	14,93	15,19	15,67	14,61
<b>United States</b>	17,97	17,57	16,53	15,29	14,52

However, the aerospace and defense industry today occupies one of the leading position among the production branches of the economy not only due to high demand for products of the industry from the governments of states.

According to a survey compiled by Deloitte for 2017, the global aerospace and defense (A&D) sector is likely to experience stronger growth in 2017, following multiple years of positive, but a subdued rate of growth. Deloitte forecasts the sector revenues will likely grow by about 2,0 percent in 2017 and the global commercial aerospace sub - sector will likely experience a 0,3 percent increase in revenues in 2017. This growth is due, first of all, to the demand for products of the new generation, which is created in order to meet the growing passenger traffic. Total global demand for new aircraft production over the next 20 years is estimated to be 35,155 aircraft (excluding regional jets). [3, p. 4].

It is forecasted that 1,456 commercial aircraft will be produced in 2017, which is a 7,1 percent increase over the estimated 2016 production, and a 22,5 percent increase in annual production compared to five years ago. Factors driving the slowdown in production in 2016 are changing to new aircraft models and some troubles connected with supply chain related issues. In five years, the sector is expected to produce 1,550 aircraft, a 14,0 percent increase from 2016.

Consolidation in the segment of manufacturers producing components of aerostructures, electronics, interior, etc., is likely to last for several years, as the company focused its efforts on achieving the required volume of investments in people and equipment.

In 2017, growth is also expected to be driven by the newly elected US administration's increased focus on strengthening the nation's military. President - elect Donald Trump recently spoke about

increasing defense budgets to increase the ships and aircraft fleet and eliminating sequester, which is likely to result in higher defense spending [3, p. 6].

To operate in such a large - scale industry, enterprises either have to choose as their activities a rather narrow direction in the production of certain products of the industry or have a large and developed network of their own enterprises. In this regard, the introduction of a concept of the territorial concentration of production seems to be rather smart.

It is necessary to determine what is meant by the term «countries with different concentration of territorial production».

The territorial concentration of production is a cluster, concentrating it on a limited space. Benefits of this concentration consist in reducing the cost of production, increasing its profitability, the possibility of early implementation of scientific and technological achievements [2, p. 88].

In general, in the last two or three decades in the advanced economies there is a process, the reverse of the concentration of production – deconcentration. To date, an increasing number of organizations are shifting to the marginal zones of industrial - urban agglomerations, and then to small and medium - sized cities. These processes are explained, first of all, by increasing the share of medium and small firms in the market for the provision of various services. Another factor of deconcentration is scientific and technological progress, which allowed to create a developed infrastructure of information technologies.

In the case of small and medium - sized enterprises and the corresponding highly competitive industries, everything is fairly transparent. However, the aerospace and defense industry can hardly be called a competitive industry due to the rather high barriers to entry into the industry.

In this context, the territorial concentration of production is understood not simply as its location within a single country. Taking into account current realities, processes of economic globalization, and also taking into account the scale of the countries taken as an example, the territorial concentration of production is a way of locating branches, affiliated enterprises of one company, as well as its main suppliers and counterparties that operate within a single chain of production cycle.

To understand the application of the term territorial concentration of production in each region, countries were selected which are the largest in the aircraft manufacturing industry (USA, Europe, Russia).

In Table 2 are represented main types of territorial concentration of production. The 2<sup>nd</sup> table was created by the author.

Table 2

Types of Territorial concentration of production

Type	Explanation
Centralized	One enterprise / One country carries out the whole chain of the aircraft production cycle
Decentralized by region	The Corporation, whose branches and subsidiaries are located in different countries (EU)
Co-operative	Group of companies, holding, association of several enterprises and organizations (USA, Russia)

One of the oldest representative offices that play a role in regulating the aerospace and defense industry in the United States is the Aerospace Industries Association (AIA), founded in 1919. It is

the most authoritative and influential trade association representing the U.S. aerospace and defense industry. AIA's strong advocacy is essential to protecting the interests of the industry [5].

As for the Europe, their Aibus is regulated by the laws of the Netherlands (in particular Book 2 of the Dutch Civil Code) and by its Articles of Association (the "Articles of Association"). The Company is subject to various legal provisions of the Dutch Financial Supervision Act (*Wet op het financieel toezicht*) (the "WFT") and in France, Germany and Spain, the Company is subject to certain laws and regulations in these three jurisdictions.

As the Aerospace Industries Association, in Europe exists similar association –The Aerospace and Defense Industries Association, which:

1. Represents the European industry in the International Coordinating Council of Aerospace Industries Associations (ICCAIA), which has an observer status in the International Civil Aviation Organisation.

2. Foster responsible and ethical business behaviour worldwide

3. Spearheaded the development of the Simplified Technical English (STE) standard and international specification for technical publications, S1000D, that are widely used throughout the aerospace industry [6].

The functioning of the aerospace and defense industry in the Russian Federation is regulated by the special Federal Law of January 8, 1998, No. 10 - FZ "On State Regulation of Aviation Development". In accordance with this law, state regulation of aviation development is carried out through the system of economic and legal regulation, state support and protection of Russian developers, manufacturers, operators and owners of aviation equipment. In the Russian Federation, the activities of aviation enterprises fall under the scope of regulation of the Ministry of Industry and Trade, the Ministry of Economic Development, and the Ministry of Defense.

In Russia in 2017, expenses for the needs of national defense will be financed in the amount of 950 billion rubles. This figure is an open part of the budget for this article. Taking into account the closed articles, which constitute the bulk of defense spending, the industry will receive 2.84 trillion rubles. Also, spending on national security and law enforcement is increasing - in 2017, security agencies will receive 1.97 trillion rubles in 2017. Thus, the total figure for security spending is planned at 4.81 trillion rubles [1].

The activities of all aviation enterprises in Russia are subject to, among other things, Federal Law of December 29, 2012 No. 275 - FZ "On the state defense order".

This Federal Law establishes the legal basis for state regulation of relations related to the formation, location, implementation of the state defense order and state control (supervision) in the sphere of the state defense order, determines the basic principles and methods of state regulation of prices for goods, work, services (hereinafter also - products) under the state defense order.

The draft basic indicators of the defense order are formed by the Ministry of Economics of the Russian Federation, it is coordinated with the RF Ministry of Finance and customers and submitted to the Government of the Russian Federation. The Ministry of Economics of the Russian Federation analyzes proposals for the draft defense order, implements their balance linkage with the draft federal budget, resource capabilities of the country's economy, forms a draft defense order and introduces it after the State Duma passed a law on the federal budget to the Government of the Russian Federation.

### References:

1. Федеральный закон от 19.12.2016 N 415 - ФЗ «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов».
2. Географическая картина мира. В 2 кн. Кн. I : Общая характеристика мира / В.П. Максакровский. – 4 - е изд., испр. – М.: Дрофа. – 2008. – С.88.
3. 2017 Global aerospace and defense sector outlook Growth prospects remain upbeat – Deloitte.
4. Aerospace & Defense Industries: Securing European Prosperity – official report of The Aerospace and Defense Industries Association of Europe.
5. Official site of Aerospace Industries Association – <http://www.aia-aerospace.org/standards/>
6. Official site of The World Bank IBRD, IDA – <http://data.worldbank.org/indicator/MS.MIL.XPND.ZS>
7. The Bloomberg Terminal.

© V.V. Zhelezovskaya, 2017

УДК 338.48

**В.А. Жорова**

студентка 1 курса финансово - экономического факультета  
Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского

**Научный руководитель: О.Н. Зайцева**

к.н.э., старший преподаватель кафедры экономики и управления  
Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского  
Г. Брянск, Российская Федерация

## ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

**Аннотация:** Туризм является одной из перспективных и быстроразвивающихся сфер деятельности, он обладает огромной значимостью для экономики не только России, но и множества других стран. Поэтому для развития этой сферы необходимо применять инновации. Данная статья как раз таки и посвящена инновационным процессам в туристической сфере. В ней анализируются инновации и возможность их применения в туризме, а также примеры уже существующих и применяющихся инновационных технологий.

**Ключевые слова:** туризм, инновационные технологии, предпринимательство, новые идеи, технологии, компьютерная техника, туристический рынок, нововведения, научно - технические сферы, туристические услуги.

Туризм является немаловажной частью мировой экономики. Множества стран выделяют данную сферу как основную статью дохода и при этом приносящую хорошую прибыль. Так в некоторых странах внушающая часть ВВП страны зависит от туристического потока. Как для исследователей, так и для множества официальных документов туризм является не



только весьма прибыльной, но и быстро развивающейся отраслью. Из года в год все больше людей путешествуют в свободное время с желанием увидеть мир. И для этого существует немало разнообразных программ, чтобы осуществить такое желание.

Весьма непростоим периодом для туризма стал 2016 год. Очень серьезным испытанием для турбизнеса стало закрытие Египта и Турции, данные страны являлись наиболее популярным направлением отдыха за последнее время. Несмотря на данные проблемы, именно это дало толчок на развитие внутреннего туризма. Данный факт подтверждается анализом туристического рынка, который провели специалисты и выяснили, что отдыхающих на родине стало на 18 % больше.[3] Это значит, что доходы от внутреннего туризма растут. Но в международном сравнении туризм в России не приносит постоянных высоких доходов, а это значит, что для привлечения необходимо развивать инновационные технологии. Так как для ведущих специалистов в области экономики, наиболее прибыльными отраслями и предприятиями являются те, которые специализируются на производстве высокотехнологичных товаров, таковыми являются компьютерная техника, системы коммуникаций и средства связи. Освоение и применение новых технологий, не существовавших и никогда не применявшихся ранее, является одним их значительных факторов устойчивости экономического роста для развитых стран мира.

Наиболее ярким примером применения инновационных технологий на производстве является предпринимательская деятельность. В основе данной деятельности в сфере туризма являются нововведения в области продукции или туристических услуг, позволяющие не только удовлетворить желания и потребности туристов, но и организовать новый рынок услуг. В основе лежит процесс создания чего - то нового, в ходе которого реализуется дальнейшая ориентация на инновации и поиск новых технологий. [1 с. 15 - 19]

Если с точки зрения инновационной среды рассматривать российский опыт развития предпринимательства и туризма, то стоит отметить развитие данной среды на предприятиях малого бизнеса и промышленности. Основными разработчиками нововведений являются научно - технические сферы Российской Федерации. Но приводя статистику данной сферы, стоит выделить невысокую активность российских предприятий с точки зрения инновационной деятельности, так как в странах Европы данный показатель развития составляет 53 % , а в США – 33 % , в то время как в России они составляют всего лишь 10 % . В РФ система внедрения инновационных процессов и технологий еще только набирает обороты, в то время, как в странах Америки и Европы уже приносит большой доход.[3]

К основным элементам, способствующим росту инновационного развития в туризме, следует отнести наличие высококвалифицированных кадров, которые повысят престиж и качество фирмы, так же информационное обеспечение, включающее в себя сведения о федеральном и региональном законодательстве, наличие спроса и условиях рынка сбыта продукции. Не менее важной частью инновационных технологий в предпринимательстве является создание центров менеджмента и маркетинга, с целью обучения и подготовки кадров в инновационной сфере деятельности. А наиболее важной - формирование основ инновационной деятельности у граждан при помощи высшего образования. [4]

В туризме существует ряд проектов, которые имеют инновационное значение в области предпринимательства. Так, например, были созданы летательные аппараты, создающие комфортные и уникально эксплуатационные условия проведения экскурсий в

труднодоступные и малоосвоенные места. Рассматривая зарубежный опыт применения инноваций в данной сфере обслуживания, следует отметить, что в гостиницах Греции номера оснащены современной системой обслуживания. При входе в номер звучит голос, который называет посетителя по имени и предоставляет весь спектр предоставляемых услуг.

Множество туроператоров предлагают свои услуги рынку именно через турагентство, ведь привлечение посредников влечет за собой выгоду и не отвлекает денежные средства от основного бизнеса. В отличие от туроператоров, у посредников более высокая эффективность в предоставлении широкой доступности туристических услуг и доведения их до потребителя. Но нередко крупные туроператоры сами организывают сбытовую сеть из принадлежащих им турагентств. Данная стратегия представляет освоение совершенно новых целевых рынков, которые имеют перспективы дальнейшего роста и развития.[2]

На сегодняшний день в инновационной деятельности туристический бизнес опирается на фундамент накопленных знаний. Приступать к созданию новых направлений и воплощению новых идей туризма следует лишь только после изучения и познания методов и форм, как настоящего, так и прошлого.

#### **Список использованной литературы:**

1. Дудь А.П. Инновации в туризме / А.П. Дудь // Научный вестник МГИИТ. – 2011. – №4. – с. 15 - 19.
2. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. – 3 - е изд. испр. и допол. – М.: Издательский центр «Академия». – 208 с.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
4. Тихомирова И.И. Инновационная деятельность в сфере туризма: сущность и специфика – 2015 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/102EVN215.pdf>.

© В.А. Жорова, 2017

**УДК 338.001.36**

**М.С. Заворина**

студентка 3 курса НГУЭУ

г. Новосибирск, Российская Федерация

### **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ABC - АНАЛИЗА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЛИКВИДНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

В статье рассматриваются особенности применение ABC - анализа, основанного на ранжировании по количеству, для увеличения объемов продаж, необходимых для повышения ликвидности организации.

*Ключевые слова:* ликвидность, платежеспособность, ABC - анализ.

На современном этапе развития экономики вопрос анализа ликвидности организации является очень актуальным. Организации, для того чтобы выжить на рынке, должны проявлять инициативу, предприимчивость и бережливость с тем, чтобы повысить эффективность производства. В противном случае они могут оказаться на грани банкротства. От ликвидности организации зависит во многом успех деятельности организации. Поэтому анализу показателей ликвидности уделяется много внимания [7, 8, 9].

Ликвидность – это показатель, который дает возможность различным стейкхолдерам, таким как кредиторы и владельцы собственного капитала, провести анализ финансового состояния организации на предмет возможности погашения в определенный срок долговых обязательств либо напрямую денежными средствами, либо за счет реализации оборотных активов [13, с.345].

Анализ ликвидности показывает, по каким конкретным направлениям надо вести работу по ее улучшению, дает возможность выявить наиболее важные аспекты и наиболее слабые позиции в финансовом состоянии организаций и разработать мероприятия по их ликвидации [1, 11].

Одной из причин нехватки ликвидности является невыполнение плана по реализации продукции, вследствие роста конкуренции на рынке. Также частой причиной снижения ликвидности является не совсем рациональное использование оборотного капитала: вложение в сверхплановые запасы и на прочие цели, которые временно не имеют источников финансирования [4, с.70 - 75].

Следовательно, обеспечение уровня качества соответствующего требованиям, предъявляемым покупателями на данном рынке, является одним из важных и обязательных условий конкурентоспособности продукции товаропроизводителя. Необходимо производить исследования, выявлять, какие из показателей качества продукции не устраивают потребителей, и совершенствовать именно эти показатели качества.

Повышение конкурентоспособности продукции будет способствовать росту объемов реализации продукции. Также для увеличения объемов реализации необходимо разрабатывать планы продаж и совершенствовать стимулирующие и мотивирующие факторы для менеджеров по продажам [2, 6, 14].

ABC – анализ это метод, который позволяет изучить ассортимент услуг связи, определить их рейтинг с наибольшей экономической значимостью для организации. В основе данного анализа лежит принцип Парето, а именно:

- 20 % ассортимента, входящего в группу А (это в самом лучшем случае, а то и 15, 10 и 5 %), приносят 50 % оборота и 80 % прибыли;
- 50 % ассортимента, входящего в группу В, приносят 40 % оборота и 30 % прибыли;
- 30 % ассортимента (группа С; в ее состав может входить и до 65 % ассортимента) приносят 10 % оборота и формируют убыток, сокращающий прибыль.

Проведем ABC - анализ организаций ПАО «МГТС» и ПАО «Ростелеком».

Цель анализа – оптимизация ассортимента услуг связи.

В ходе анализа изучались несколько крупных ассортиментных групп услуг связи, производимых организациями. Были рассмотрены данные выручки по каждому виду услуг связи за четыре квартала 2016 года организации ПАО «МГТС» и организации ПАО «Ростелеком».

При анализе ассортимента услуг связи выделяются группы А, В, С, соответствующие определенным ассортиментным позициям, которые позволяют довести долю покрытия затрат на производство услуг связи и доходов от их реализации соответственно до 80, 90 и 100 % .

АВС–анализ основан на делении изучаемой совокупности на группы по удельному весу того или иного признака. В нашем случае деление на группы производится в зависимости от доли, которую занимают услуги связи в общем объеме выручки от реализации услуг связи, при этом следует рассчитать эту долю с нарастающим итогом [3, с.214].

В группу А войдут услуги связи, сумма долей с нарастающим итогом которых, составляет первые 80 % от общей суммы выручки от реализации сервисных услуг, в группу В – от 80 % до 95 % , в группу С – оставшаяся часть, сумма долей с нарастающим итогом которых, составляет от 95 % до 100 % . Учитывая это, весь ассортимент услуг связи организации торговли можно разделить на группы по степени важности:

- группа А – очень важные услуги связи, которые всегда должны присутствовать в ассортименте. Так как в качестве параметра в анализе использовалась выручка от реализации услуг связи, то в данную группу входят лидеры продаж;

- группа В – услуги связи средней степени важности;

- группа С – наименее важные услуги связи, это претенденты на исключение из ассортимента [5, с.320 - 322].

Анализ услуг связи для ПАО «МГТС» (табл. 1).

Таблица 1 – АВС - анализ услуг связи ПАО «МГТС»

Наименование услуги связи	Выручка от реализации услуг связи за 2016 год, тыс. р.	Доля в выручке от реализации услуг связи, %	Доля в выручке от реализации услуг связи нарастающим итогом, %	Группа
Услуги связи всего	27 512 533	100		
Услуги фиксированной связи	19 201 011	69,79	69,79	А
Широкополосный доступ в интернет	4 704 541	17,10	86,89	В
Услуги передачи данных	2 672 548	9,71	96,60	С
Услуги телевидения	489 958	1,78	98,38	С
Прочие услуги связи	444 475	1,61	100	С

Подсчитав количество наименований услуг связи, рассчитаем их долю в группе: А – 20 %, В – 20 %, С – 60 %. Таким образом 20 % ассортимента услуг связи, входящего в группу А, приносит организации торговли 69,79 % выручки от реализации сервисных услуг, это наибольший доход по сравнению с остальными сервисными услугами. В группу В вошло 20 % ассортимента услуг связи, на который приходится 17,10 % выручки от реализации услуг связи. Услуги связи, входящие в данную группу, способствуют среднему вкладу в доход организации розничной торговли. Выручка от них относительно постоянная, то есть услуги связи реализуются стабильно. В группу С вошли все остальные услуги связи, их вклад в выручке не превышает 9,71 %. Руководству организации торговли ПАО «МГТС» необходимо проанализировать целесообразность производства услуг связи данной группы и принять решения о сокращении их ассортимента для того, чтобы избежать дополнительных затрат и освободить торговые площади для более востребованных услуг связи [12].

Анализ услуг связи для ПАО «Ростелеком» (табл.2).

Таблица 2 – ABC - анализ услуг связи ПАО «Ростелеком»

Наименование услуги связи	Выручка от реализации услуг связи за 2016 год, млн. р.	Доля в выручке от реализации услуг связи, %	Доля в выручке от реализации услуг связи нарастающим итогом, %	Группа
Услуги связи всего	289 341	100		
Широкополосный доступ в интернет	63 880	22,08	22,08	А
Услуги телевидения	19 368	6,69	28,77	А
Фиксированная телефония	99 105	34,25	63,02	А
Оптовые услуги	79 021	27,31	90,33	В
Дополнительные и облачные услуги	13 468	4,65	94,98	В
Прочие телекоммуникационные услуги	14 499	5,01	100	С

Подсчитав количество наименований услуг связи, рассчитаем их долю в группе: А – 50 %, В – 33,33 %, С – 16,67 %. Таким образом 50 % ассортимента услуг связи, входящего в группу А, приносит организации торговли 63,02 % выручки от реализации сервисных услуг, это наибольший доход по сравнению с остальными сервисными услугами. В группу В вошло 33,33 % ассортимента услуг связи, на который приходится 31,96 % выручки от реализации услуг связи. Услуги связи, входящие в данную группу, способствуют среднему

вкладу в доход организации розничной торговли. Выручка от них относительно постоянная, то есть услуги связи реализуются стабильно. В группу С вошли все остальные услуги связи, их вклад в выручке не превышает 5,01 % . Руководству организации торговли ПАО «Ростелеком» необходимо проанализировать целесообразность производства услуг связи данной группы и принять решения о сокращении их ассортимента для того, чтобы избежать дополнительных затрат и освободить торговые площади для более востребованных услуг связи [10].

Таким образом, указанные мероприятия позволят повысить конкурентоспособность продукции организаций, повысить объемы продаж, что будет способствовать снижению запасов и росту прибыли. Что в свою очередь будет способствовать улучшению финансового состояния организации и повышению ликвидности в частности.

### Список литературы:

1 Анкудинов А.Б. Концептуальные основы формирования стейкхолдерской модели организации корпоративных финансов и возможности эмпирического тестирования ее эффективности: научное издание // Вестн. КГФЭИ. – 2011. – N 3. – с.70 - 76, 97

2 Бабалыкова И.А., Панкратова Е.В., Ручинская Ю.С. Баланс как денежный измеритель состояния имущества организации, его ликвидность и источники образования // Формирование экономического потенциала субъектов хозяйственной деятельности. – Издательство «Магарин Олег Григорьевич». – 2016. – с.39 - 45

3 Бородина Е.И. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / под. ред. О.В. Ефимовой и М.В. Мельник. – 4 - е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Омега - Л», 2009. – 451 с.

4 Бородина Ю.Б., Савельева М.Ю., Уланова Н.К. Корпоративные финансы: слайд - конспект: в 2 ч. / под общ. ред. М. А. Алексеева; Новосиб. гос.ун - т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – Ч.2. – 150 с.

5 Вахрушина Н.С. Анализ финансовой отчетности / М.А. Вахрушина, Н.С. Пласкова и др. М.: Вузовский учебник, 2011. – 431 с.

6 Глазунов М.И. Ликвидность и платежеспособность предприятия // Рос. пред. - во. – М.: Креат. экономика. – 2009. – №6 - 2. – с.79 - 83

7 Заворина М.С. Анализ ликвидности с точки зрения контура интересов кредиторов // В МИРЕ НАУКИ И ИННОВАЦИЙ сборник статей международной научно - практической конференции: в 8 частях. 2016. с. 199 - 206

8 Заворина М.С. Пути повышения ликвидности и финансовой устойчивости организации // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаём будущее сборник статей IX Международной научно - практической конференции: в 3 ч.. 2017. с. 75 - 80

9 Заворина М.С. Различные подходы к определению ликвидности в организации // ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУКИ В РОССИИ И МИРЕ сборник статей международной научно - практической конференции: в 7 частях. 2016. с. 172 - 178

10 О компании ПАО «Ростелеком» // Режим доступа: <http://www.rostelecom.ru/>

11 Оценка финансового здоровья предприятия - Диагностика и прогнозирование банкротства // Режим доступа: <http://www.finabalance.ru>

12 Публичное акционерное общество «Московская городская телефонная сеть» // Режим доступа: <http://mgts.ru/>

13 Теплова Т.В. Корпоративные финансы: учебник для бакалавров / М.: Издательство Юрайт, 2014. – 655 с. – Серия: Бакалавр. Углубленный курс.

14 Шакиров А.Р. Использование данных бухгалтерского баланса для принятия управленческих решений: научное издание // Экономическое развитие страны: различные аспекты вопроса. – М., 2013. – с.147 - 152

© М.С. Заворина, 2017

UDC 338

**L.E.Zernova**

Ph. D., associate Professor  
RGU by the name of A. N. Kosygin  
Moscow, Russian Federation

**O.J.Mavriashina**

CJSC "Capital Re"  
Moscow, Russian Federation

## THE CONCEPT OF A COMPANY'S CREDITWORTHINESS

In Russian literature the most common becomes a definition of creditworthiness (the ability of a person to fully and timely pay its debt obligations), which makes it indistinguishable from other concepts of "solvency"[1, p.177].

Some authors are determined creditworthiness as a rating by the bank to the borrower from the point of view of the possibility and advisability of granting him a loan, which determines the probability of timely repayment of loans and payment of percents on them in the future. In 1993 Sevruk V. T. in his work "Credit risk analysis" clarifies this position: "Solvency is the ability to timely and fully meet its payment obligations arising from trade, credit and other operations of monetary character; the creditworthiness - the prerequisites for the loan, the ability to return it (that is a narrower concept than solvency)". Modern researchers, in particular, Lavrushin O. I., show the differences in terms of creditworthiness and solvency. "The creditworthiness of borrower unlike its solvency does not fix the defaults in the intervening period or on any date, and predicts its solvency in the near future".

So, we have considered the authors who understand the creditworthiness of the borrower as a purely financial characteristics, and, therefore, believes that the creditworthiness of the borrower can be assessed solely or principally with the methods of analysis of financial statements "[2, p.174].

Another group of authors considers a somewhat broader concept of creditworthiness. Many Russian and foreign authors interpret the solvency as the ability and ready to return the requested loan in accordance with the terms of the loan agreement. This is the most common definition, which can be found in most textbooks on the subjects of "Banking", "Money, credit, banks", etc.

As can be seen from the results of the analysis in determining creditworthiness, the scientists as opposed to foreign, particularly American researchers, in most cases do not take into account the legal ability of the borrower, or its ability to bear the legal responsibility on the loan agreement. In this aspect, one of the determining factors is the legal ability of the borrower. So, it can be concluded that many works have not formed a common understanding of creditworthiness. All the researchers demonstrate the idea of creditworthiness as a set of characteristics of the enterprise - the potential borrower, designed to assess the probability of repayment of the loan. However, the combination of the main essential aspects and characteristics reflected in the concept of creditworthiness, represented by different groups of authors, varies considerably. In the result of the analysis, we have identified a group of opinions from the point of view of practical credit analysis, which reduces the creditworthiness of the borrower for purely financial indicators, which seems not quite right. First of all, not resolved the question of how solvency in this sense fits into the overall system of financial indicators. In this case, the concept of creditworthiness, in our view, completely identified with the concept of solvency and loses its meaning as an independent economic category, requiring further analysis and evaluation.

Thus, under the identification of the two concepts creditworthiness boils down to the solvency calculated on certain dates in the future according to the forecasts of payments and future balances. In practice, such kind of calculations is rarely used because of sufficiently complex forecasting calculations, which give results of questionable reliability. In theoretical works like the interpretation of creditworthiness is not well developed, and often under credit rating refers general analysis of the financial condition of the company. In turn, the analysis of creditworthiness is necessary to accord attention to the factors that affect solvency, as in the case of their negative impact on the solvency, they will directly reduce the level of creditworthiness of the borrower "[3, p.40].

Prerequisites for the reduction of a company's creditworthiness are the results of interplay of many factors, both external and internal nature. The internal factors include: the deficit of working capital as a result of inefficient production and commercial activities or inefficient investment policy; attraction of borrowed funds in the company on unfavorable terms, which leads to increased costs, reduced profitability of economic activity and capacity for self - financing; low level of equipment, technology and organization of production; reducing the efficiency of utilization of production resources of the enterprise, its production capacity, resulting in high cost, losses, "eating away" its own capital; establishment of excess balances of unfinished production, inventories, finished products, in connection with which is a slowdown in the turnover of capital and formed its deficit; low profit margin due to the low level of organization of marketing activities, the lack of studying the markets, undeveloped pricing policy; borrowings in the company's turnover on unfavorable terms, which leads to increased costs, reduced profitability of economic activity and capacity for self - financing.

#### **References:**

1. Zernova L.E, Titarenko K.A. The methodological approaches to definition of creditworthiness of enterprise. Proceedings of the international scientific - practical conference "Actual directions of fundamental and applied research". NIC "Akademicheskyy". - 2017. pp. 176 - 179.
2. Zernova L. E., Guseva D. S. EVALUATION OF CREDIT CUSTOMERS OF A COMMERCIAL BANK AS A FACTOR IN REDUCING CREDIT RISK. .



In the book: Youth and the XXI century in 2016. Proceedings of the VI International youth scientific conference: in 4 volumes. 2016. pp.. 173 - 176.

3. Zemova L. E., Guseva D. S. THE PROCEDURE OF ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF CUSTOMERS AS AN INTEGRAL PART OF THE BANK'S CREDIT POLICY. Collection of articles of International scientific - practical conference: NEW INFORMATION TECHNOLOGIES IN SCIENCE. 2016. pp.. 39 - 42.

© L.E.Zernova, O.J.Mavriashina

**УДК 334.02**

**Зуева Е.Е.**, ассистент  
**Нежельченко А.Ю.**, студент 3 курса  
**Добрунов Д.Р.**, студент 1 курса  
ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ  
г. Белгород Российская Федерация

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ ПТИЦЕВОДСТВА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Птицеводство отличается быстрыми темпами воспроизводства поголовья, наименьшими затратами материальных средств и живого труда на единицу произведенной продукции. Птица быстро приспосабливается к промышленным условиям содержания, что ведет к высокой продуктивности, интенсивному росту.

Благодаря системным мерам государственной поддержки в отрасли птицеводства созданы благоприятные условия для привлечения инвесторов. В Белгородской области создано динамично развивающееся, высокотехнологичное, конкурентоспособное сельскохозяйственное производство. Приоритетность в развитии сельского хозяйства в Белгородской области отдается крупным коллективным хозяйствам, их объединениям и комплексам [5, С.120]. Аграрный сектор региона – важнейший стабилизирующий фактор социальной устойчивости сельских территорий, основанного на «экономии от масштаба», с более мелкими и гибкими типами производств, где эффект (синергия) достигается за счет совмещения разных видов деятельности [4, С.94].

Отрасль птицеводства является одной из наиболее эффективных отраслей агропромышленного комплекса, обеспечивает наибольшую отдачу продукции на единицу затраченных материально - технических ресурсов. Кроме того, она характеризуется отсутствием сезонности производства, что обеспечивает равномерное поступление доходов и использование трудовых ресурсов, а также бесперебойное снабжение населения продукцией.

Изучение и обобщение информации о производства мяса в Белгородской области показало, что современное производство характеризуется динамичным развитием, освоением интенсивных технологий, постоянным повышением продуктивности животных, что обеспечивает стабильное увеличение производства. Так, особое место в региональном

производстве принадлежит мясу птицы, которое занимает второе место или 48,3 % от общего объема производства (рис.1).

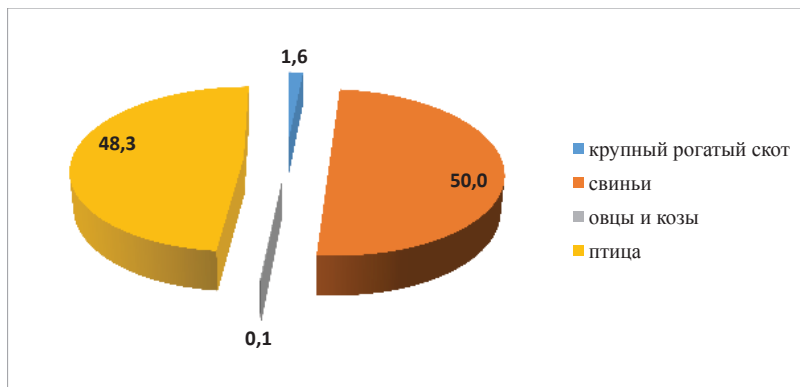


Рис. 1. Место отрасли птицеводства на рынке мяса Белгородской области (произведено продукции за 2015г., %)

В целом к 2015 году поголовье птицы в хозяйствах всех категорий выросло до 52982,2 тыс. гол., что на 11 % больше, чем в 2011 году (рис.2).

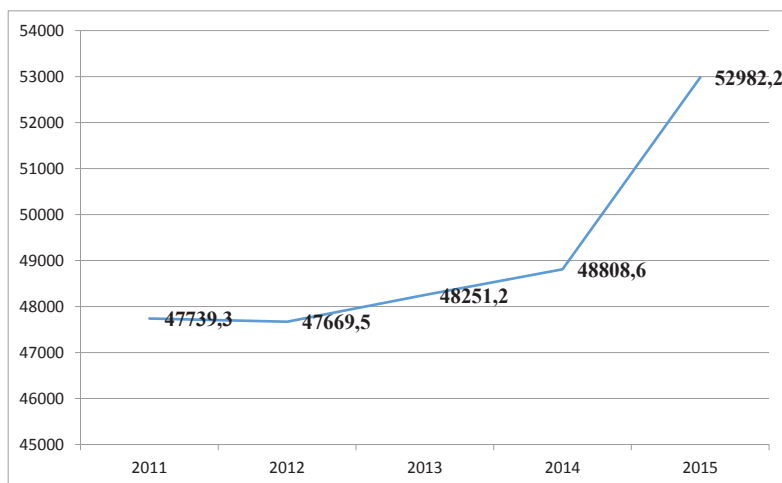


Рис. 2 Поголовье птицы в хозяйствах всех категорий, тыс. Гол

В течение 2011 - 2015 гг. поступательное развитие птицеводства осуществлялось не только за счет строительства новых технологичных товарных предприятий и реконструкции действующих товарных комплексов при одновременном сокращении мелкотоварных и личных подсобных хозяйств, что не совсем позитивно, так как они вносят существенный вклад в обеспечение населения продовольственными товарами,

способствуют повышению занятости на селе, стимулируют развитие сельских территорий [7, С.216]. Благодаря развитию проектного управления на территории Белгородской области, использование которого предполагает координированное выполнение взаимосвязанных действий для достижения определенных целей в условиях ресурсных ограничений (3, С.342) заметно наблюдается повышение эффективности реализуемых на территории Белгородской области проектов, направленных на развитие сельского хозяйства и сельских территорий. Особая роль принадлежит и управленческим кадрам, от уровня компетенции которого зависит дальнейшее поступательное развитие не только отрасли птицеводства, но и сельского хозяйства в целом (2, С.286).

На протяжении исследуемого периода производство мяса птицы неуклонно растет и в 2015 году его рост по сравнению с 2011 годом составил 17,2 % или на 89,7 тыс. т (табл. 1).

Таблица 1– Производство основных видов продукции животноводства в Белгородской области за 2011 - 2015 гг., тыс. т

Показатели	Годы					Отклонение	
	2011	2012	2013	2014	2015	+, -	%
Скот и птица на убой (в убойном весе), тыс. т	874,4	1021,4	1170,6	1194,5	1265,1	390,7	151,4
из него:							
крупный рогатый скот	24,1	20,6	21,2	20,6	20,1	- 4,0	83,4
свиньи	327,7	461,3	593,5	605,6	632,2	305,0	192,9
овцы и козы	0,7	0,82	0,95	1,13	1,23	0,53	175,7
птица	521,5	538,3	554,7	566,9	611,2	89,7	117,2
<b>в % к общему объему</b>	<b>59,64</b>	<b>52,70</b>	<b>47,39</b>	<b>47,46</b>	<b>48,3</b>	<b>- 11,9</b>	<b>-</b>

Несмотря на рост производства мяса птицы, роль его на рынке мяса за последние годы отходит на второй план. Если в 2011 году в общем объеме производства мяса 59,6 % принадлежало мясу птицы, то в 2015 году 48,3 %.

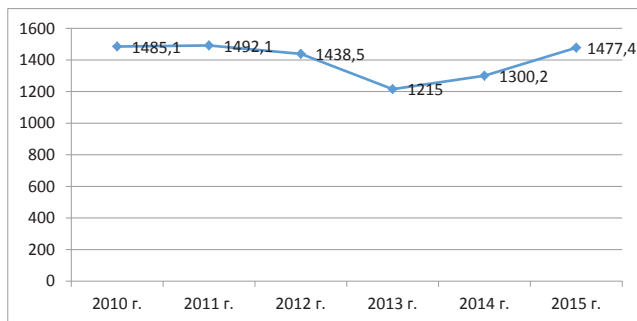


Рис.3. Производство яиц в Белгородской области за период 2010 - 2015 гг., млн. шт.

Основные производители мяса птицы, работающие на территории Белгородской области: ЗАО «Приосколье», которое в 2014 году произвело 445 тыс. тонн, или почти 58 % , от общего объема мяса птицы, произведенного в области; ООО «Белгранкорм» – 184 тыс. тонн, или 24 % от общего объема; ЗАО «Белая птица» – 125 тыс. тонн, или 16,2 % от общего производства. В основном это крупные агрохолдинги, создание которых, путем объединения капитала в настоящее время актуально и позволяет эффективно развиваться сельскому хозяйству региона [1, С.73]. Опыт формирования и функционирования агрохолдингов в АПК Белгородской области подтверждает, что в агрохолдингах экономический уровень использования ресурсов на всех стадиях производства, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции неуклонно выше [6, С.490], чем, если бы каждое предприятие функционировало по отдельности. Особое внимание в агрохолдингах Белгородской области уделяется не только повышению квалификации управленческих кадров, повышению уровня их знаний в области техники и технологии [2, С.286], но нравственными принципами, по которым живет компания, ее общей культурой и духовным миром [9, С.604]. На современном этапе руководство агрохолдингов значительное внимание уделяет и развитию социальной инфраструктуры, которая является одним из системообразующих факторов формирования кадров сельскохозяйственного производства и во многом определяет условия развития и динамику демографической ситуации, профессиональной ориентации и подготовки, распределения, движения и закрепления работников [8, С.167].

В области помимо мяса кур предприятием ООО «Белгранкорм» производится мясо утки – 2,3 тыс. тонн, а ЗАО «Агрофирма «Герцевская» – мясо индейки – в объеме 2,5 тыс. тонн.

Задача государственного регулирования развития птицеводства состоит в том, чтобы при нарушении равновесия на рынке помогать отрасли его восстанавливать. Меры господдержки позволяют одновременно решать несколько системных задач, то есть инвестирование бюджетных средств в отрасль птицеводства должно обеспечить мультипликативный эффект во всем народнохозяйственном комплексе. Помимо птицеводства они стимулируют совершенствование агротехники, увеличение производства ветеринарных препаратов, кормов.

Государственное регулирование развития птицеводства в Белгородской области осуществляется в соответствии со Стратегией социально - экономического развития Белгородской области на период до 2025 года, с Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы, с Государственной программой Белгородской области "Развитие сельского хозяйства и рыбоводства в Белгородской области на 2014 - 2020 годы".

Обеспечение развития птицеводства в Белгородской области возложено на Департамент агропромышленного комплекса области. Департамент агропромышленного комплекса Белгородской области – государственный орган исполнительной власти, в ведении которого находятся вопросы развития сельскохозяйственного производства области. Основной задачей Департамента является реализация Государственной программы, а также разработка, внедрение и сопровождение областных отраслевых программ и проектов. Департамент осуществляет координацию деятельности агропромышленных формирований области всех форм собственности и ведомственной подчиненности. При осуществлении своей деятельности Департамент взаимодействует с органами исполнительной власти области, предприятиями (организациями) всех форм собственности, занимающимися производством, заготовкой, переработкой сельскохозяйственной продукции и обслуживанием сельскохозяйственного производства.

На современном этапе на территории Белгородской области предусмотрен комплекс мер по государственному регулированию развития птицеводства, с использованием принципов проектного управления, которые предполагают координированное выполнение взаимосвязанных действий для достижения определенных целей в условиях ресурсных ограничений [3, С.342]. Основными направлениями среди них являются:

1. Развитие систем страхования и кредитования подотрасли животноводства.
2. Сохранение и улучшение эпизоотического и ветеринарно - санитарного благополучия на территории области.
3. Субсидирование процентных ставок по инвестиционным кредитам и лизинговым операциям, привлекаемым для реализации программ реконструкции и строительства птицеводческих мощностей, предприятий по убою и мясопереработке, кормовой промышленности.
4. Повышение качества и товарности производимого мяса птицы.
5. Увеличение объема и качества поставляемых кормов.
6. Реализация инновационных ресурсосберегающих технологий и научных разработок, содействие подготовке кадров для отрасли.

Однако, дальнейшее повышение конкурентоспособности птицеводства, а также повышение их технико - технологического уровня возможно за счет системного подхода к решению следующих задач:

1. Защита отечественного рынка мяса от импортной продукции становится важным направлением функционирования рынка мяса птицы. Она реализуется через комплекс мер, центральное место среди которых должна занимать гибкая политики дотирования и субсидирования производителей продукции птицеводства, удовлетворяющая требованиям ВТО. Также в числе мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности на рынке мяса птицы представляются целесообразным введение института лицензирования импортёров, а также складов и хладокомбинатов с налаживанием надежной системы мониторинга запасов мяса на них.

2. Ввиду высокого риска заболевания птиц эпизоотическими заболеваниями, дефицита и нестабильности кормовой базы отрасли представляется необходимым законодательное закрепление обязательного страхования животных с применением полноценного инструмента его государственной поддержки и в нашей стране. Из федерального бюджета должно компенсироваться не менее 50 % страховых платежей товаропроизводителей.

3. Меры государственного регулирования должны отвечать интересам отечественных производителей, переработчиков и потребителей мяса птиц. Основная задача государственного управления состоит в том, чтобы обеспечить оптимальную пропорциональность развития внутреннего рынка продукции птицеводства, посредством совершенствование экономических отношений в сфере производства, переработки и реализации продукции птицеводства и формирования рынка оптовой торговли продукции птицеводства.

#### **Список использованной литературы:**

1. Гончаренко О. В. Влияние ресурсного потенциала региона на результаты деятельности интегрированных структур / О. В. Гончаренко, Ю. И. Здоровец // Материалы IX Международной научно - практической конференции «Проблемы экономики, организации и управления в России и мире». – Прага: Изд - во: World Press s.r.o., Чешская республика. – 2015. – С. 70 - 73.

2. Добрунова А.И. Проблемы подготовки управленческих кадров для АПК Белгородской области / А.И. Добрунова // Материалы XVI международной научно -

практической конференции «Инновационные пути развития АПК на современном этапе». Белгород: Изд - во БелГСХА им. В.Я Горина – С.286.

3. Добрунова А.И. Современные подходы в управлении развитием сельских территорий / А.И. Добрунова, А.А. Сидоренко // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 12 (ч.2). С.341 - 343.

4. Дорофеев А.Ф. Кластерный подход к развитию сельских территорий // А.Ф. Дорофеев, А.И. Добрунова // Весник ОрелГАУ. – 2015. – № 2. – С.94 - 100.

5. Здоровец Ю. И. Характеристика сельскохозяйственных организаций Белгородской области как субъекта предпринимательства / Ю. И. Здоровец, И. Н. Кретова // Материалы V Международной научно - практической конференции «Проблемы экономики, организации и управления в России и мире». – Прага: Изд - во: World Press s.r.o., Чешская республика. – 2014. – С. 120 - 123.

6. Зуева Е.Е. Агропромышленная интеграция в Белгородской области / Е.Е. Зуева // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XIII международной научно - практической конференции (13 ноября 2015 года). / Отв. редактор Уварина Н.В. – Прага, Чешская Республика: Изд - во WORLD PRESS s.r.o., 2015. – С.490 - 492.

7. Худобина Г.И. Управление формированием и развитием кадрового потенциала в АПК Белгородской области / Г.И. Худобина // Материалы IV Международной научно - практической конференции «Проблемы экономики, организации и управления в России и мире». – Прага: Изд - во: World Press s.r.o., Чешская республика. – 2014. – С. 164 - 170.

8. Нежелченко Е. Оценка эффективности производственно - хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Белгородской области / Е.В. Нежелченко, А.И. Добрунова, Н.Ю. Яковенко // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – №4 (48). Режим доступа: <http://eee-region.ru/article/4815/>

© А.Ю. Нежелченко, Е.Е. Зуева, 2017

УДК 336.7

**Д.Д. Миронова**

к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

**А.В. Иванова**

студент 3 курса факультета экономики, сервиса и предпринимательства

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

Г. Шахты, Российская Федерация

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РФ

**Аннотация:** в данной статье проведен сравнительный анализ деятельности коммерческих банков РФ и предложены меры по её улучшению.

**Ключевые слова:** Кредитный портфель, коммерческий банк, риски, прибыль

Целью данной работы является анализ динамики деятельности коммерческих банков РФ. Для ее достижения нужно провести сравнительный анализ деятельности банков, которые являются лидерами рынка банковских услуг в РФ.

В данной экономической ситуации в РФ наблюдается активная реализация регулирующей функции Центрального Банка РФ, оптимизация численности кредитных организаций и требований по выполнению банковских нормативов.[1] При этом количество коммерческих банков в Российской Федерации заметно снижается, такие выводы можно сделать, если посмотреть на количество банков в свете последних изменений в законодательстве по размеру уставного фонда.

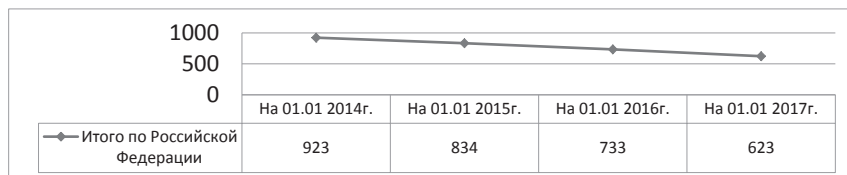


Рисунок 1 - Количество действующих банков в РФ  
(составлен автором статьи по данным [3])

Количество банков на 01.01.2017 года составило 623, то есть за прошедший 2016 год сократилось на 110 учреждений. А начиная с 2014 г. сократилось уже на 300 банков. Количество банковских учреждений на 01.02.2017 года составило 619, соответственно только за январь 2017 года их количество сократилось еще на 4 банка.

Одним из основных видов деятельности коммерческого банка является кредитование. Большую сумму дохода банки получают именно от кредитных операций, но при условии, если кредитная политика банка является рациональной. Эффективность кредитной политики банка зависит, прежде всего, от качества формируемого кредитного портфеля. Основной причиной банкротства любого коммерческого банка является низкое качество кредитного портфеля.

Кредитный портфель – это результат деятельности банка по предоставлению кредитов, который включает совокупность всех выданных банком кредитов за определенный период времени. Однако если это не просто список кредитов, а их совокупность, структурированная по определенным критериям, существенным для кредитов, то кредитный портфель становится характеристикой качества выданных кредитов и вообще всей кредитной деятельности банка.

Так же банковская деятельность неразрывно связана с различного рода рисками, которые возникают в процессе взаимодействия внешней среды с банком. Риски делятся на операционные, рыночные, кредитные и другие. Кредитный риск представляет наибольшую угрозу жизнедеятельности кредитных организаций, так как имеет место вероятность невозврата выданных банком кредитов. Наряду со всеми выше перечисленными рисками, кредитные организации несут значительные расходы, связанные с предоставлением пластиковых карт своим клиентам, обслуживание банкоматов тоже дорого обходится[2].

Исходя из таблицы 1, мы видим, что Сбербанк России обладает наибольшим размером кредитного портфеля и занимает первое место в рейтинге, несмотря на это объем его кредитного портфеля в 2016 году снизился на 622 млрд. рублей по сравнению с 2015 годом. ВТБ Банк Москвы занимает вторую строку в рейтинге. Также наблюдаем снижение объема кредитных портфелей у дочерних банков крупнейших европейских банковских групп —

Юникредит, Райффайзенбанка и Росбанка. Значительно нарастили объемы кредитования Московский кредитный банк, банк «Россия» и банки группы ВТБ.

Таблица 1 Банки с максимальным размером кредитного портфеля  
(составлен автором статьи по данным [3])

№ п/п	Наименование банка	Размер кредитного портфеля на 01.01.2017г., млн. рублей	Размер кредитного портфеля на 01.01.2016г., млн. рублей	Изменение, млн. рублей
1	Сбербанк России	14 765 795	15 387 813	- 622 018
2	ВТБ Банк Москвы	4 933 814	4 350 525	583 288
3	Газпромбанк	3 543 628	3 432 584	111 043
4	ВТБ 24	1 827 159	1 618 754	208 404
5	ФК Открытие	1 811 519	2 199 412	- 387 892
6	Россельхозбанк	1 730 384	1 700 957	29 426
7	Альфа - Банк	1 446 430	1 487 225	- 40 795
8	Московский Кредитный Банк	1 084 566	815 458	269 108
9	Промсвязьбанк	727 202	744 673	- 17 471
10	ЮниКредит Банк	692 713	856 785	- 164 071

Резкое замедление темпов роста объемов резервов Центробанк объясняет улучшением качества кредитных портфелей. Несмотря на это в течение всего 2016 года в обанкротившихся банках Центробанк и АСВ регулярно находили серьезные искажения предоставляемой финансовой отчетности. Это может косвенно свидетельствовать о том, что еще далеко не все банки объективно оценили риски по активным операциям, и прежде всего — риски по предоставленным кредитам.

В связи с этим выделяется группа успешных банков, активно наращивающих прибыль, и банков проблемных, убытки от деятельности которых продолжают расти. А основная часть прибыли банковской системы России по - прежнему формируется Сбербанком.

Из таблицы 2 видно, что Сбербанк, Альфа - банк, ВТБ 24 и БМ - банк за 2016 год заметно снизили объемы просрочки. Рост объема просрочки наблюдается в Газпромбанке, банке Юникредит и ФК «Открытие». Можно отметить, что БМ - банк, Московский областной банк, Фондсервисбанк, НБ «Траст» и «Российский капитал» проходят процедуру финансового оздоровления.

Таблица 2 Банки с максимальным размером просроченной ссудной задолженности  
в кредитном портфеле млн.руб. (составлен автором статьи по данным [3])

№ п/п	Наименование банка	Размер просрочки на 01.01.2017г., млн. рублей	Размер просрочки на 01.01.2016г., млн. рублей	Изменение, млн. рублей
1	Сбербанк России	392 227	537 385	- 145 158
2	БМ - Банк (бывш. Банк Москвы)	248 585	378 151	- 129 565



3	Россельхозбанк	197 075	197 838	- 763
4	Альфа - Банк	142 265	158 670	- 16 405
5	ВТБ Банк Москвы	140 249	130 676	9 572
6	ВТБ 24	123 657	138 119	- 14 462
7	ФК Открытие	119 526	75 870	43 656
8	Московский Областной Банк	104 778	94 437	10 340
9	Национальный Банк «Траст»	87 518	84 962	2 556
10	Промсвязьбанк	76 199	71 396	4 803

Отметим, что большинство банков занимающих лидирующие места в рейтинге по размеру прибыли, что видно из таблицы 3, показали гораздо лучший финансовый результат, чем в прошлом году. Банки стараются расширить спектр услуг, предоставляемых банком, чтобы максимально удовлетворить потребности своих клиентов в банковских услугах.[4] Обращает на себя внимание увеличение в 2,2 раза прибыли Сбербанка, наращивание прибыли банками группы ВТБ, Газпромбанком, Юникредит банком, Росбанком и Тинькофф банком. Фондсервисбанк проходит процедуру финансового оздоровления.

Таблица 3 Самые прибыльные банки (составлен автором статьи по данным [3])

№ п/ п	Наименование банка	Чистая прибыль на 01.01.2017г., млн. рублей	Финансовый результат на 01.01.2016г., млн. рублей	Изменение, млн. рублей
1	Сбербанк России	516 987	236 256	280 731
2	Газпромбанк	109 658	- 34 365	144 050
3	ВТБ Банк Москвы	70 006	48 580	21 425
4	ВТБ 24	43 126	461	42 664
5	Райффайзенбанк	23 933	20 139	3 794
6	Национальный Клиринговый Центр	20 658	22 776	- 2 118
7	ЮниКредит Банк	16 655	6 003	10 651
8	Совкомбанк	16 649	11 112	5 536
9	ФК Открытие	14 150	2 282	11 867
10	Бинбанк	12 901	4 546	8 354

Таким образом, из проведенного анализа можно сделать выводы о том, что в целом в банковском секторе РФ в 2016 году наблюдалась лишь неустойчивая стабилизация основных показателей его работы, что хорошо видно из приведенных данных. Рано говорить о значимом росте объемов банковского бизнеса даже с учетом эффекта заметного укрепления рубля.

Объем суммарной прибыли в 2016 году в сравнении с 2015 годом возрос почти в 5 раз — с 192 до 930 млрд. рублей. Но некоторые банки устойчиво работают с убытком, благодаря процедуре оздоровления. Исходя из данных выводов, необходимо применить меры по

улучшению качества кредитного портфеля, такие как ведение менее агрессивной политики со стороны банков, по возможности снижение штрафов по просроченной задолженности, также можно установить лимиты на осуществление отдельных кредитных операций.

Объемы розничного кредитования медленно растут уже полгода подряд. Однако корпоративное кредитование стагнирует. В качестве положительного явления можно отметить значительное снижение доли просроченной ссудной задолженности в кредитных портфелях. Надежды на медленное, но стабильное улучшение ситуации в финансовом секторе банкиры возлагают уже на новый, 2017 - й, год.

### **Список используемой литературы**

1. Черкесова Э.Ю., Гайдатова В.В. Повышение конкурентоспособности предприятия розничной торговли // Научно - методический электронный журнал Концепт. Т. 17. С. 191.
2. Буряков Г.А. Проблемы применения пластиковых карт в России и возможные пути их решения (статья), 2015.
3. Официальный сайт Банка России - <http://www.cbr.ru>
4. Вилисова М. Л. Современные тенденции развития банковского сектора Российской Федерации: отзыв лицензий и прогнозирование риска банкротства // Приоритетные направления развития науки и образования : материалы V Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 12 июня 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]

© А.В.Иванова, Д.Д. Миронова 2017

**УДК 331.08**

**Е.А. Иванова**

Набережночелнинский институт КФУ

г. Набережные Челны, Республика Татарстан, Российская Федерация

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ**

Все чаще в практике управления персоналом можно столкнуться с проблемой реализации стратегии управления человеческими ресурсами. В первую очередь это связано с тенденцией выражать стратегии абстрактно, что является ошибочным, наиболее правильным будет представление их в форме программ с четко поставленными целями и инструментами реализации. Однако, даже применяя данный подход к разработке стратегии, воплощение ее все же может быть затруднено. Во много это связано с несоответствием между восприятием своей деятельности кадровым подразделением и тем, как это воспринимается работниками, между восприятием роли кадровой службы высшим руководством и тем, какую роль она фактически играет [7, с.29].

Линдой Греттон (Lynda Gratton) — профессором Лондонской школы экономики, всемирно известным специалистом в области кадровых аспектов стратегии в книге «Стратегическое управление человеческими ресурсами: корпоративная риторика и

человеческая реальность», выпущенной издательством Оксфордского университета в 1999 - м году указаны следующие факторы, формирующие эти несоответствия [4, с.192]:

- тенденция у работников в различных организациях принимать только те инициативы, которые они воспринимают как подходящие для себя;
- тенденция у давно работающих сотрудников поддерживать свой статус - кво;
- сложные или неоднозначные инициативы, которые могут быть трудны для понимания работниками или по - разному интерпретироваться, особенно в крупных организациях;
- трудности при внедрении необычных инициатив;
- враждебное отношение к инициативам сотрудников, если последние не согласуются с установками организации, например, сокращение штатов при культуре «пожизненного найма»;
- инициатива воспринимается как угроза;
- несоответствие между корпоративной стратегией и организационными ценностями;
- уровень доверия к высшему руководству;
- восприятие справедливости инициативы;
- способность текущих процессов способствовать внедрению инициативы;
- бюрократическая культура, которая ведет к инерции [3, с201].

Каждый из вышеперечисленных факторов, может служить барьером к успешной реализации стратегий УЧР. Другие препятствия, возникающие при формировании стратегии в области ЧР, приведены ниже:

- непонимание стратегических потребностей бизнеса, что ведет к восприятию стратегий УЧР как нерелевантных и даже контрпродуктивных;
- неадекватная оценка факторов внешнего окружения и культурных факторов, что влияет на содержание стратегий;
- разработка плохо продуманных и неуместных инициатив, возможно, под воздействием модных тенденций или в результате плохо проведенного анализа «наилучшей практики», которая не соответствует требованиям конкретной организации;
- выбор инициативы без рассмотрения ее влияния на другие области практики ЧР или без попыток реализации целостного подхода;
- недооценка практических трудностей принятия инициатив всеми заинтересованными лицами и внедрения их в повседневную организационную практику;
- неспособность убедить высшее руководство активно поддерживать инициативу;
- неспособность добиться чувства собственности у линейных менеджеров;
- неспособность добиться понимания и принятия идей сотрудниками;
- игнорирование потребности во вспомогательных процессах, поддерживающих инициативу (например, управление эффективностью, поддерживающее оплату по результатам труда);
- непризнание того, что инициатива потребует новых усилий в плане приверженности или навыков со стороны линейных менеджеров, которые, возможно, будут играть решающую роль в ее реализации (например, умение ставить цели, обеспечивать обратную связь и помогать в подготовке и реализации планов личного развития и процесса управления эффективностью);
- необеспечение ресурсами (финансовыми, человеческими, временными), необходимыми для реализации инициативы; это включает человеческие ресурсы для

обеспечения поддержки линейных менеджеров, проведения тренинговых программ, налаживания коммуникаций и усиления вовлеченности сотрудников;

- неудачи в оценке и мониторинге реализации стратегии и в обеспечении быстрых корректирующих действий, если ситуация развивается не по плану[2, с. 101].

Чтобы преодолеть вышеперечисленные барьеры, необходимо выполнить следующие пошаговые действия:

1. Провести анализ, а именно начальный анализ потребностей и корпоративной культуры организации, внутренних и внешних факторов окружающей среды. Для этого можно использовать SWOT - анализ сильных и слабых сторон организации наряду с возможностями и угрозами внешнего окружения или PEST - анализ (политические, экономические, социальные, технологические условия, в которых существует организация).

2. Сформулировать стратегию; формулирование должно обосновывать стратегию и определять ее цели, затраты и выгоды.

3. Добиться поддержки; особое внимание нужно уделить получению поддержки высшего руководства (для которого можно подготовить деловую ситуацию), линейных менеджеров, сотрудников в целом и членов профсоюзов. Этот процесс включает разъяснение и обоснование намерений, а также вовлеченность заинтересованных сторон в процесс формулирования стратегических планов[5, с. 321].

4. Оценить барьеры; оценка потенциальных барьеров необходима, особенно барьеров в виде безразличного отношения, враждебности (сопротивления изменениям) и нехватки ресурсов. До тех пор пока предложенная инициатива не получит достаточно сильной внешней поддержки (было бы наивным ожидать, что поддержка будет единодушной) и гарантии обеспеченности ее необходимыми ресурсами (финансовыми, человеческими, временными и ресурсами вспомогательных процессов), лучше не приступать к поспешной реализации.

5. Подготовить план действий, в котором должны быть прописаны необходимые шаги, ответственные за выполнение и сроки. Желательно составить план проекта с указанием этапов реализации программы, необходимых для каждого этапа ресурсов, и обозначить сроки завершения каждого этапа и всего проекта в целом. План действий также должен содержать информацию по проведению необходимых консультаций, об участии сотрудников, схемах коммуникации и тренинговых программах, которые могут потребоваться. В плане нужно дополнительно указать, каким образом будет проходить мониторинг процесса и что является критериями измерения успеха в выполнении поставленных целей[5, с. 322].

6. Организовать управление проектом; этот процесс должен проводиться согласно плану действий или плану проекта, включать мониторинг и решать проблемы по мере возникновения.

7. Провести последующие действия и оценку, поскольку не следует воспринимать все как должное. Необходимо проводить долгосрочную оценку результатов инициативы. Последующие оценочные действия могут проводиться методом интервью, обсуждения в группах и, желательно, установочных опросов. Оценка должна указывать на способ действий в форме изменений и дополнений к изначальному предложению, предусматривать вспомогательные процессы, дополнительную поддержку линейным менеджерам, усиленные коммуникации и обучение или привлечение большего количества ресурсов[5, с. 323].

Остановимся наиболее подробно на 1 пункте приведенных рекомендаций, анализе внешней и внутренней среды организации.

PEST (или STEP) анализ позволяет определить влияние макросреды на деятельность организации. Название метода является аббревиатурой (political, economic, social, technological) слов, составляющих объект анализа – политические, экономические, социальные и технологические факторы внешней среды (табл. 1). PEST - анализ широко применяется в маркетинге для прогнозирования будущего компании [6, с. 121].

Таблица 1

Элементы PEST - анализа

<b>Политические факторы</b>	<b>Экономические факторы</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Политическая стабильность;</li> <li>• Изменение законодательства;</li> <li>• Государственное регулирование экономики;</li> <li>• Налоговая политика государства.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Уровень инфляции;</li> <li>• Курс валют;</li> <li>• Ставка рефинансирования;</li> <li>• Уровень ВВП;</li> <li>• Иностраннные инвестиции;</li> <li>• Стоимость энергоресурсов.</li> </ul>
<b>Социальные факторы</b>	<b>Технологические факторы</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демографические факторы;</li> <li>• Уровень жизни;</li> <li>• Отношение к труду и отдыху;</li> <li>• Миграция;</li> <li>• Квалификационная структура.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развитие НИОКР;</li> <li>• Новые патенты;</li> <li>• Новые продукты;</li> <li>• Автоматизация;</li> <li>• Информатизация.</li> </ul>

Таким образом, факторы, ухудшающие положение организации могут неблагоприятно влиять и на систему управления персоналом. При формировании стратегии управления персоналом необходимо в первую очередь учитывать риски внешней среды предприятия. Однако, подобные исследования не могут осуществляться без одновременного анализа внутренней среды организации, ее сильных и слабых сторон [6, с. 123].

Люди в организации являются основным фактором внутренней среды, который больше остальных нуждается в регулярном мониторинге. В конечном итоге цели, задачи, технологии – результат деятельности персонала, от него в большей мере зависит возможность реализации стратегии на уровне организации. Для обеспечения непрерывного анализа состояния ЧР в организации используется методика COPS (culture, organization, people, system). Она позволяет оценить четыре основных фактора, влияющих на эффективность управления персоналом (табл. 2).

Таблица 2

Структура COPS - анализа

<b>Культура</b>	<b>Организация</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Цели и ценности;</li> <li>• Стиль руководства;</li> <li>• Сплоченность коллектива;</li> <li>• Преданность компании;</li> <li>• Участие в управлении;</li> <li>• Стремление к качеству.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Соответствие структуры целям организации;</li> <li>• Гибкость, адаптивность оргструктуры;</li> <li>• Распределение функций и ответственности между сотрудниками;</li> <li>• Организационные правила и процедуры;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стремление к совершенствованию организационной структуры.</li> </ul>
<b>Люди</b>	<b>Системы</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Знания, навыки, квалификация сотрудников;</li> <li>• Понимание целей и задач;</li> <li>• Клиентоориентированность;</li> <li>• Развитие потенциала сотрудников;</li> <li>• Поощрение, обратная связь;</li> <li>• Знание стандартов выполнения работы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обеспечение системами УЧР (подбора, отбора, продвижения, планирования, управления, информации и контроля) эффективной работы персонала;</li> <li>• Согласование систем УЧР с другими системами предприятия;</li> <li>• Прозрачная система поощрений за эффективную работу;</li> <li>• Оценка и совершенствование систем УЧР.</li> </ul>

Для сопоставления факторов внешней и внутренней среды, влияющих на стратегическое управление, существует метод SWOT - анализа.

SWOT - анализ представляет собой анализ организации по четырем критериям, два из которых относятся к внутренней среде (сильные и слабые стороны), и два – к внешней (возможности и угрозы). Анализ включает в себя построение матрицы из четырех квадратов, включающих указанные критерии (табл. 3)[7, с.99].

Таблица 3

### SWOT - анализ

Внешняя среда	Внутренняя среда
<p><b>Возможности:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Наличие лучшей стратегии в области персонала и кадровой политики по сравнению с конкурентами;</li> <li>2) Выгодное местонахождение организации;</li> <li>3) Возможность привлечения большего числа кандидатов на вакантные должности;</li> <li>4) Высокий уровень производительности труда по сравнению с конкурентами;</li> <li>5) Высокое качество продукции (услуг) за счет использования квалифицированной рабочей силы;</li> <li>6) Благоприятный имидж организации у покупателей;</li> <li>7) Приятные в общении, доброзелательные сотрудники и др.</li> </ol>	<p><b>Сильные стороны:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Развитая система управления персоналом;</li> <li>2) Высокий уровень компетентности руководителей;</li> <li>3) Высокий уровень квалификации специалистов;</li> <li>4) Наличие инновационного потенциала у персонала;</li> <li>5) Достаточные финансовые ресурсы, выделяемые для службы управления персоналом;</li> <li>6) Высокий уровень удовлетворенности трудом у работников;</li> <li>7) Развитая система мотивирования персонала к трудовой деятельности;</li> <li>8) Наличие системы социальной защиты;</li> <li>9) Хорошие условия труда;</li> <li>10) Преимущества в уровне оплаты труда по сравнению с конкурентами и др.</li> </ol>
<p><b>Угрозы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Неблагоприятная социально-экономическая политика в стране;</li> <li>2) Неблагоприятные демографические изменения;</li> <li>3) Ухудшение системы социального обеспечения в городе, районе;</li> <li>4) Слабые позиции в области кадровой политики по сравнению с конкурентами;</li> <li>5) Высвобождение рабочих мест из-за сокращения объема производства продукции, услуг и др.</li> </ol>	<p><b>Слабые стороны:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Отсутствие стратегических, установок, в области персонала;</li> <li>2) Недостаток управленческого таланта и глубины владения проблемами управления персоналом;</li> <li>3) Отсутствие необходимого уровня компетентности и квалификации;</li> <li>4) Слабое финансирование мероприятий по управлению персоналом;</li> <li>5) Наличие вакантных должностей;</li> <li>6) Устаревшие должностные инструкции и требования к работникам;</li> <li>7) Низкий уровень оплаты труда и отсутствие системы вознаграждений;</li> <li>8) Отставание от конкурентов в области социального обеспечения;</li> <li>9) Устаревшая система оценки результатов труда персонала;</li> <li>10) Отсутствие системы служебного продвижения</li> </ol>

После составления конкретного списка слабых и сильных сторон организации в области персонала, а также угроз и возможностей следует этап установления связей между ними (табл. 4). Для этого составляется матрица SWOT, предложенная Томпсоном и Стриклендом[7, с.120].

Таблица 4

Матрица Томпсона - Стрикленда

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Поле II	Поле I
Слабые стороны	Поле III	Поле IV

Слева выделяются два блока: сильные и слабые стороны, в которые соответственно вписываются все выявленные в ходе предварительного анализа стороны управления персоналом организации. В верхней части матрицы также выделены два блока, в которые вписаны возможности и угрозы в области управления персоналом, важные для конкретной организации. На пересечении этих блоков образуются четыре поля:

- Поле I - сильные стороны и угрозы;
- Поле II - сильные стороны и возможности;
- Поле III - слабые стороны и возможности;
- Поле IV - слабые стороны и угрозы.

Задача специалиста службы управления персоналом заключается в том, чтобы с помощью этих полей рассмотреть все возможные парные комбинации и выделить те из них, которые должны быть учтены при разработке стратегии управления персоналом[3, с.29].

В частности, для тех пар, которые были выбраны с поля II, следует разрабатывать стратегию по использованию сильных сторон управления персоналом организации для того, чтобы получить отдачу от возможностей, которые имеются во внешней среде. Для пар с поля I стратегия должна предполагать использование сильных сторон организации в области персонала для устранения угроз из внешней среды. Для тех пар, которые оказались на поле III, стратегия в области персонала должна быть построена так, чтобы за счет появившихся возможностей во внешней среде попытаться преодолеть имеющиеся в области персонала слабости. И для пар, находящихся в поле IV, стратегия управления персоналом должна быть такой, которая бы позволила организации избавиться от слабых сторон в области персонала и попытаться предотвратить нависшую над ней угрозу, исходящую из внешней среды [4, с.301].

Многими российскими консультантами модель SWOT - анализа воспринимается как классический инструмент стратегического управления[1, с 93].

#### Список использованной литературы:

- 1) Иванова Е.Ю. Государственная кадровая политика: сущность и актуальные проблемы / Е.Ю. Иванова // Социально - экономические явления и процессы. – 2011. – № 1. – С. 92–97.
- 2) Тараненко О. Н. Основы управления персоналом: учебное пособие / О.Н. Тарасенко. – СКФУ, 2015. – 129 с.



3) Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: ИНФРА - М, 2013. - 285 с.

4) Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. - М.: Юрайт, 2013. - 507 с.

5) Шестопал, Ю.Т. Стратегический менеджмент: учебник / Ю.Т. Шестопал, В.Д. Дорофеев. - М.: КноРус, 2013. - 320 с. -

6) Маслова, В.М. Управление персоналом: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / В.М.Маслова. - М.: Юрайт, 2011. - 488 с. -

7) Моргунов, Е.Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение: Учебник для бакалавров / Е.Б. Моргунов. - М.: Юрайт, 2011. - 561 с -

© Е. А. Иванова, 2017

**УДК 33**

**Е.Д. Илошова**

Студентка 3 курса

Новосибирского государственного университета  
экономики и управления «НИНХ»

Г. Новосибирск, Российская Федерация

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА В ЧАСТИ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

В России за последние десять лет страховой бизнес получил существенное развитие. Об этом свидетельствуют новые виды страхования, которые приобретают всю большую популярность среди потребителей. Высокие темпы развития этого рынка уже несколько лет привлекают внимание ученых - исследователей.

В работе были рассмотрены маркетинговые исследования на тему предпочтений по части страховых услуг таких авторов как : Д.К. Ендовицкова в исследовании «Высшее образование в России» [1] , а также И.Р. Винченко в работе «Знание. Понимание. Умение.» [4].

В ноябре - декабре 2016 г. нами было проведено собственное маркетинговое исследование потребительских предпочтений жителей г.Новосибирска по части страховых услуг, выборка составила 52человека. Для проведения исследования нами была разработана рабочая программа [2] и инструментарий исследования - анкета, разработанная в соответствии с предъявляемыми требованиями [3].

В данной статье мы рассмотрим данные , полученные в результате анализа описательной статистики .

Исследование основных страховые предпочтений горожанв части обязательного и добровольного страхования показали, что услугами добровольного страхования пользовались 29,4 % респондентов, обязательного - 37,3 % , а услугами как добровольного так и обязательного страхования - 31,4 % . Причем отсутствуют респонденты, не использовавшие услуги страхования не оказалось. Причем полученные данные свидетельствуют о том, что услуги обязательного страхования не слишком преобладают над услугами добровольного страхования, но несмотря на это, процент потребления услуг



обязательного страхования на 8 % превышает процент спроса на услуги добровольного страхования.

Более глубокое изучение услуг добровольного страхования для потребителей показало, что основными преимуществами добровольного страхования по мнению респондентов являются: упрощение процесса восстановления имущества (31,5 %), упрощение процесса восстановления имущества (25,8 %), возможность получить денежную услугу намного превышающую по стоимости страховой взнос (23,6 %), перекладывание ответственности за свое имущество на страховую компанию (19,1 %) (Рис.1).



Рисунок 1.Преимущества добровольного страхования

Исходя из приведенных данных видно, что все плюсы добровольного страхования практически в равной степени привлекают респондентов.

Основными недостатками добровольного страхования по мнению респондентов являются: большие суммы страховых взносов (27,8 %), возникновении ситуации когда вы так и не воспользуетесь страховыми выплатами при условии регулярного внесения страховых взносов (22,2 %), долговременность выплат в случае возникновения страховых случаев (16,7 %), низкий уровень обслуживания в страховой компании (11,1 %), маленькие суммы выплат (22,2 %). Результаты опроса представлены на Рис.2.

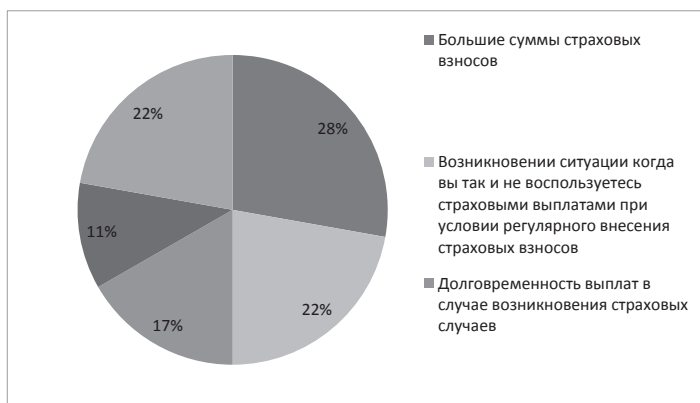


Рисунок 2. Недостатки добровольного страхования

Данные диаграммы показывают, что наиболее весомым, по мнению респондентов, недостатком добровольного страхования является большие суммы страховых взносов, а наименее значимым недостатком можно назвать низкий уровень обслуживания в страховой компании.

В целом оценка потребителями страховых услуг по 5 - бальной системе представлена на рис. 3.

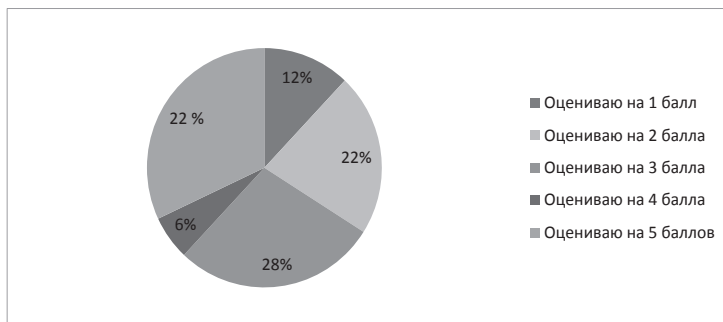


Рисунок 3. Оценка качества услуг по 5 - бальной шкале  
(где 1 – низкий уровень качества, а 5 - высокий)

Данные рис. 3 показывают, что больше половины потребителей в целом удовлетворены качеством оказываемых им страховых услуг: общую положительную оценку дали 56 % респондентов. Среди них половина респондентов (28 %) оценили страховые услуги на «отлично» и «хорошо», а другая половина – оценила предоставляемые услуги на 3 балла. Нельзя не заметить, что треть респондентов выставила неудовлетворительную оценку предоставляемым страховым услугам.

Нами выделены следующие три основных фактора влияющие на предпочтения горожан:

1. Социальный статус респондентов: от этого фактора напрямую зависит вид услуги добровольного страхования, которую предпочитает респондент.

2. Доход респондентов: от данного фактора зависит отношение к услугам добровольного страхования, а также оценка данных услуг.

3. Возраст респондента: от этого фактора также засисит выбор услуги добровольного страхования, так как в разном возрасте у людей разные мотивы действий и жизненные приоритеты.

Таким образом, исследование отразило неравномерный спрос на страховые услуги разной направленности. Причинами негативного отношения к отдельным услугам добровольного страхования являются: низкая осведомленность потребителей о спектре страховых услуг, а также об условиях предоставления отдельно взятых услуг и негативное отношение к страховым компаниям и страховым агентам в целом. Значительно влияния каких либо факторов на потребительские предпочтения выявлено также не было. При таком положении дел необходимо незамедлительно применять меры по расширению информирования клиентов о различных страховых услугах а также повышения потребительской лояльности к компании.

### **Список использованной литературы:**

1. Ендовицкова Д.К., Олейникова О.Д. Маркетинговый анализ потребительских предпочтений / Высшее образование в России. - 2008. №4 - С.58 - 53.
2. Воловская Н.М. Рабочая программа как необходимый стратегический документ маркетинговых исследований // Теория и практика общественного развития. - 2017. - №2 – С. 37 - 39
3. Воловская Н.М. Методология и методика социологического исследования: Учеб. Пособие / Н. М. Воловская; НГУЭУ. – Новосибирск: Изд - во НГУЭУ, 2011. – 192 с.
4. Винченко И.Р. , Балдина И.Р. Маркетинговое исследование рынка страховых услуг / Знание. Понимание. Умение. - 2014. №4 - С. 43 - 31.

© И.Д. Илюшова, 2016

**УДК 330.341.1**

**Э.С. Гайнанова**

Студент 3 курса Института Нефтегазового бизнеса

Уфимский государственный нефтяной технический университет

**Научный руководитель: Я.М. Клявлиня**

к.э.н., доцент кафедры

«Экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности»

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Г. Уфа, Российская Федерация

## **ПРИМЕНЕНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ МАЛОЭТАЖНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ**

Выбирая подходящий проект для будущего дома, застройщики в первую очередь ориентируются на скорость монтажных работ, ведь для современного человека любое промедление кажется серьезной проблемой – таковы реалии нашей стремительной жизни. Немаловажно и то, что все мы не желаем сталкиваться с неприятными моментами, которые могут быть вызваны сезонным изменением погоды, так как это негативно скажется на сроках сдачи объекта, да и желание поскорее обрести новое жилище заставляет ускоряться. Именно поэтому люди все чаще стали интересоваться новыми технологиями в строительстве частных домов.

Процесс строительства собственного жилища лучше всего доверить профессионалам, ведь в таком случае, длительность эксплуатации жилища будет повышена, а качество работы - высокое. Однако, для найма специализированной бригады следует потратить немало денег, поэтому если данная сторона вопроса является для вас довольно важной, то необходимо ознакомиться с технологией ТИСЭ.

ТИСЭ - эта аббревиатура более привычна для нас под названием «народная», также известная как «переставная опалубка», а полностью она звучит: Технология Индивидуального Строительства и Экология. Это изобретение полностью принадлежит нашим соотечественникам, что приятно вдвойне. Основным преимуществом такого

новаторского подхода является то, что построить дом можно своими руками, без помощи специалистов [1, с. 112].

Современное строительство частных домов, основанное на данном методе, характеризуется заливкой свайных или столбчатых фундаментов, зачастую доукомплектованных ростверком. Главным инструментом на данном этапе будет бур, который был специально разработан для ТИСЭ.

Стены таких домов собираются из пустотелых облегченных блоков, формирующихся непосредственно на стройплощадке при помощи модульной опалубки, которую нужно периодически перемещать. Вся суть метода строительства состоит в том, что вы фиксируете модули (формы) на том месте, где будет стена дома, и заливаете в них бетон. Когда раствор затвердеет, модули демонтируются и переносятся на новое место.

Несомненный плюс данной технологии: если вы все решитесь построить такое сооружение, то вас непременно порадует отсутствие так называемых мостиков холода, с которыми с переменным успехом борются современные застройщики. Также вам не нужна целая бригада строителей, потому что такого рода строительство не требует более 2 – 3 человек, включая хозяина дома, да и то лишь на отдельные процессы (перемещение опалубки, бурение грунта).

В данном случае вам не придется арендовать или покупать спецтехнику, что существенно снижает смету строительства. Более того, вы сможете самостоятельно выбирать состав наполнителя для стен таких домов и комбинировать материалы (как вариант – кирпич с бетоном) [2, с. 90].

Среди преимуществ использования данной технологии следует отметить:

- обустройство фундамента возможно практически на любом типе почвы;
- общая стоимость всех строительных работ доступная, а конструкция отличается прочностью;
- отсутствие необходимости в наличии электричества на объекте;
- отсутствие необходимости в наличии определенных навыков работы со специальными инструментами или материалами;
- возможность осуществления строительных работ даже при наличии небольших денег;
- возможность изменения сроков работы, прекращение стройки и ее планировка под свой режим;
- выполнение строительства с помощью своих сил;
- использование простейшего оборудования, которое отличается надежностью работы;
- отсутствие необходимости в покупке, хранении и транспортировке большого количества строительных материалов;
- возможность совмещения с другими технологиями строительства домов.

Среди недостатков применения данной технологии отмечают:

- необходимость вкладывания в строительство большого количества временных и физических усилий;
- наличие полостей в стенах дома, они требуют их заполнения с помощью монтажной пены;
- высокий уровень теплопотерь в доме, в процессе эксплуатации требует больших вложений на его отопление [3].

### Список использованной литературы:

1. Яковлев Р. Н. Новые методы строительства — технология "ТИСЭ". М., 2003. - С. 344.
2. Клявлиня Я.М. Экономическая эффективность применения новых материалов и технологий в малоэтажном строительстве / Я.М. Клявлиня // Экономика и управление: научно - практический журнал, №5, 2014. - С.89 - 92.
3. Технология ТИСЭ: особенности строительства. Строительство домов. URL: <http://strport.ru/stroitelstvo-domov/tehnologiya-tise-osobennosti-stroitelstva>  
© Э.С. Гайнанова, Я.М. Клявлиня, 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

### К ВОПРОСУ О ФИНАНСОВОЙ ДИАГНОСТИКЕ СОСТОЯНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В последнее время в экономической литературе широкое распространение получил термин «финансовая диагностика». Специалисты определяют диагностику финансового состояния предприятия как завершающий этап бухгалтерского учета за отчетный период. На основании бухгалтерского отчета происходит оценка достигнутых результатов и реализованных решений и разрабатывается прогноз развития предприятия и разработка финансовой стратегии предприятия, в рамках которой вырабатываются меры для ее реализации. «Успех формирования и реализации финансовой стратегии любой коммерческой организации во многом зависит от качества диагностики ее состояния и результатов финансового анализа»[1].

Финансовая диагностика тесно связана с анализом. Тем не менее, полностью отождествлять финансовый анализ и диагностику нельзя. Финансовая диагностика отвечает на более широкий спектр вопросов. Диагностика позволяет более точно сделать заключение о финансовом состоянии объекта диагностирования [3].

Необходимость проведения диагностики финансового состояния предприятия (своего либо конкурента) основывается на потребности самого предприятия в обладании полной картиной собственного положения на рынке, а также получения данных о своих конкурентах, которые могут оказать существенное влияние на его дальнейшее развитие.

Сущность финансовой диагностики состоит в определении и изучении финансовых показателей хозяйствующего субъекта с целью предотвращения возможных отклонений от рекомендуемых показателей и сбоев в деятельности организации [3].

Диагностика финансового состояния предприятия предусматривает:

— определение слабых мест финансового механизма предприятия с последующим их устранением;

— поиск ресурсных резервов, которые можно направить для улучшения финансового состояния предприятия, включая его платежеспособность.

При этом необходимо:

- изучать взаимосвязь между показателями производственной, коммерческой и финансовой деятельности;
- проводить оценку выполнения плана по поступлению финансовых ресурсов и их использованию с позиции улучшения финансового состояния предприятия;
- прогнозировать финансовые результаты, экономическую рентабельность;
- разрабатывать мероприятия, направленные на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия.

Главная цель диагностики - своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

«Основные задачи финансовой диагностики:

1. Качественное описание экономического содержания показателей, необходимых для характеристики сложных хозяйственных систем.
2. Построение симптоматических справочников, ориентированных на алгоритмы управления так называемых автоматизированных офисов.
3. Разрешение противоречий между необходимостью сокращения числа директивно устанавливаемых показателей, и, как следствие этого, ростом их агрегированности, а также потребностью иметь детальные показатели уровня и динамики.
4. Предупреждение о перерастании хозяйственных ситуаций в проблемные, а из последних - в конфликтные.
5. Своевременное выявление проблемных ситуаций и определение способов их преодоления»[2].

При проведении диагностического анализа особую актуальность приобретает разработка методических подходов, которые учитывали бы специфику деятельности предприятий.

Диагностика финансового состояния, генерируя достижения различных областей знания, позволяет делать достаточно точные заключения о финансовом положении предприятия, «траектории его развития» и наиболее эффективные управленческие решения, органично включает методы анализа, прогнозирования и планирования, создавая основу для принятия экономически обоснованных управленческих решений.

#### **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. Методические основы диагностики финансовых трудностей организации // Проблемы антикризисного управления и экономического регулирования (ПАУЭР - 2015). Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 274 - 278.

© А.С. Коваль, 2017

**Кожухова Е. С.**

Студент 1 курса магистратуры  
Кафедра экономики и управления АГПУ  
г. Армавир, РФ

**Адаменко Е. А.**

Научный руководитель – канд. экон. наук доцент АГПУ  
г. Армавир, РФ

## **ПРАВОВЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ БОРЬБЫ С МОШЕННИЧЕСТВОМ, СОВЕРШАЕМЫМ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

Современная экономическая ситуация в стране подвержена постоянному изменению, при котором нарушается и безопасность всей системы. В связи с этим и выросла и преступность в стране. Мошенничество, совершаемое в экономической сфере, в последнее время характеризуется негативной тенденцией. Изменение экономических отношений привело к тому, что наше общество в результате осуществляемых в Российской Федерации структурных реформ, перепределило структуру преступности.

Особенность современной борьбы с мошенничеством в России определяется не только ускоренным обновлением форм мошенничества, являющихся для нашей страны типичными на протяжении 30 - 80 - х гг. XX века, но и чрезвычайно быстрым ростом его зарегистрированного объема. Темп прироста зарегистрированного объема мошенничества в экономической сфере России в последние годы значительно опережал подобный среднемировой показатель.

В условиях современного развития экономики страны и обострением социально - экономической обстановки, исследование мошенничества, совершаемого в экономической сфере, является особенно актуальным.[3]

Экономическое мошенничество выросло не только в количественном, но и в качественном плане, в связи с этим повысился уровень организованности экономического мошенничества, представляющий сосуществование организованной и экономической преступности. Проникновение экономического мошенничества в законную экономику и финансовую систему России, привело к большому распространению преступлений, посягающих не только на частную, но и на государственную собственность. Стоит отметить тот факт, что экономические преступления часто совершаются официально зарегистрированными субъектами хозяйственной деятельности, кажущийся при этом нормальной правомерной целевой предпринимательской деятельностью, приводящий к общей криминализации экономики страны. С другой стороны, капитал, полученный в результате совершения экономического мошенничества, наступательно узакониться в хозяйственный оборот или с использованием транснациональных связей вывозится за рубеж.[1]

Экономическое мошенничество причиняет огромный экономический ущерб, приводящий к расшатыванию работы, как отдельных предприятий, так и в целом экономики страны. По экспертным оценкам, мошенничество, совершенное путем «финансовых пирамид», причинило ущерб пятой части населения России. Много раз

пытались взять под контроль криминальную ситуацию, но попытки постоянно проваливаются. Исходя из этого, следует утверждение о том, что у нас отсутствует, прежде всего, концептуальная политика борьбы с экономическим мошенничеством, а методы борьбы с этим преступлением являются давно устаревшими.[2]

В зависимости от характера функций, задач и компетенции субъектов предупредительной деятельности субъекты предупреждения экономического мошенничества делятся на:

- субъекты, специально созданные для осуществления предупреждения экономического мошенничества;
- субъекты, специально созданные для предупреждения преступлений;
- субъекты, осуществляющие профилактику экономического мошенничества, которые являются одной из основных возложенных на них задач и др.[4]

Для органов государственной власти основным субъектом предупреждения экономического мошенничества становятся органы внутренних дел. Чтобы повысился уровень эффективности профилактики экономического мошенничества органам внутренних дел необходимо вплотную взаимодействовать как с самими субъектами предпринимательской деятельности, так и с гражданами, которые являются потенциальными жертвами мошеннических посягательств. Органам внутренних дел необходимо сосредоточиться на взаимодействии с другими органами государственной власти.

Чтобы профилактика экономического мошенничества прошла успешно необходимо использовать следующие возможности государственных органов:

- Федеральная служба безопасности России;
- Прокуратура России Федеральная служба по финансовым рынкам (ФСФР);
- Федеральная налоговая служба России (ФНС России);
- Федеральная служба страхового надзора России (ФССН России);
- органы местного самоуправления и т.д.

Чтобы обеспечить эффективное предупреждение экономического мошенничества необходимо, прежде всего, базироваться на проведении в России социально - экономических и политических преобразований, оздоровлении экономической и политической жизни общества.

### **Список использованной литературы**

1. Верин, В. П. Преступления в сфере экономики : учеб. - практ. пособие / В. П. Верин. — 3 - е изд. — М.: Дело, 2003. — 192 с
2. Колесников, В. В. Экономическая преступность и рыночные реформы: политико - экономические аспекты / В. В. Колесников. — СПб. : Изд. - во СПб. ун - та экономики и финансов, 2000. — 172 с.
3. Норд, Д. Институты и институциональная экономика / Д. Норд. — М. : Дело, 2002. — 434 с.
4. Шаститко, А. Е. Новая институциональная экономическая теория / А. Е. Шаститко. — 4 - е изд. — М. : ТЕИС, 2010. — 823 с.

© Кожухова Е. С., 2017г.



## АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ Г. НОВОСИБИРСКА

Высокая социальная значимость городских пассажирских перевозок обуславливают необходимость разработки механизмов муниципального управления в этой сфере с учетом, как особенностей государственного и регионального регулирования, так и потребностям граждан [1,2,3].

Анализ отчетных документов за первый квартал 2016 года Департамента транспорта и дорожно-благоустроительного комплекса г. Новосибирска показал, что большее число пассажиров перевезено троллейбусом (около 17 миллионов человек, это 53 % от общего числа). На втором месте трамвай – около 7 миллионов человек. Меньше всего перевезено автобусами – чуть более 4 миллионов человек.

В мэрию города Новосибирска в 1 квартале 2016 года поступило 311 обращений по вопросам организации и безопасности дорожного движения, что на 51 % больше по сравнению с 1 кварталом 2015. По вопросам работы городского пассажирского транспорта - 50 обращений, что на 35 % меньше. В 1,7 раза увеличилось число обращений по вопросам маршрутов движения.

В ходе исследования нами было опрошено 64 пассажира и 25 водителей пассажирского транспорта. Был задан вопрос: «Как вы относитесь к безналичному расчету за проезд в городском транспорте?». 65 % опрошенных пассажиров относятся положительно, т.к. это удобно, экономично, позволяет контролировать доходы налоговыми органами, исключая теневой оборот наличных средств в общественном городском транспорте. При этом 80 % опрошенных водителей ответили отрицательно, что связывают с дороговизной установки и обслуживания терминалов.

Кроме того, нами был проведен опрос в форме интервью 5 сотрудников отдела пассажирских перевозок, стаж работы в транспортной сфере составил более 15 лет. На вопрос «Достаточно ли маршрутов оснащено безналичным видом оплаты?» все респонденты ответили, что оснащенных 80 - ти % маршрутов недостаточно. На вопрос: «Каким образом ведется анализ жалоб, поступающих от пассажиров?» все респонденты ответили, что реагируют на поступающие жалобы по факту обращения, конкретного учета не ведется. На вопрос о том, планируется ли оснастить электрическим табло все остановочные пункты, все респонденты ответили положительно. Комментируя вопрос об обеспечении безопасности движения, начальник отдела сообщил, что затруднен контроль над исключением деятельности на маршрутах перевозчиков, не имеющих лицензии. Оказываются неэффективными рейды по их выявлению. Через некоторое время они вновь продолжают деятельность, тем самым подвергая опасности жизнь пассажиров.

Внедренная система контроля на основе ГЛОНАСС позволяет отследить передвижения на маршруте легальных перевозчиков. Сравнивая количество ППП в Новосибирске и в

таких крупных городах, как Москва и Санкт–Петербург, можно отметить, что в нашем городе их на порядок больше (120 в Новосибирске против 20–25 в Москве и Санкт–Петербурге).

Проанализировав ответы интервью специалистов, можно сделать вывод, что не все маршруты, особенно пригородные, обеспечены возможностью безналичного расчета, не организован учет и анализ жалоб, отсутствует актуальная информация на остановочных пунктах, а также слишком большое количество перевозчиков, из–за чего осложнен контроль над законностью и безопасностью перевозок.

Таким образом, в ходе исследования нами выявлено неэффективное использование различных видов транспорта, отсутствие должного внимания анализу обращений граждан, увеличение количества обращений по вопросам организации и безопасности дорожного движения, а также слишком большое количество перевозчиков, осложнен контроль над законностью и безопасностью перевозок, недостаток терминалов безналичного расчета и сопротивление со стороны водителей их внедрению.

#### **Список использованной литературы:**

1. Федеральный закон от 08.11.2007 № 259–ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта» // Собрание законодательства РФ, 12.11.2007, № 46, ст. 5555.

2. Закон Новосибирской области от 07.06.2007 № 112–03 «Об организации транспортного обслуживания населения на территории Новосибирской области» // Бюллетень органов местного самоуправления Новосибирска, 16.03.2013, № 3. – С. 79–88.

3. Постановление мэрии г. Новосибирска от 18.02.2015 № 1178 «Об утверждении концепции развития общественного пассажирского транспорта и транспортной инфраструктуры в городе Новосибирске на 2015 – 2020 годы» // Бюллетень органов местного самоуправления Новосибирска, 19.02.2015, № 6. –С. 45–52.

© Т.С. Кондратюк, 2017

**УДК 346.548**

**Е.В.Коновалова**

студентка факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

## **МЕХАНИЗМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ПРОНИКНОВЕНИИ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ В РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ СТРАНЫ**

В ряде региональных хозяйствующих субъектов корпоративные финансовые отношения развиваются в сложных экономических условиях, это связано с тем, что на современном

этапе состояние многих отраслей хозяйства не всегда отвечает динамике развития корпоративных отношений[6].

Кризис в экономике ведет к нестабильности финансово - экономической системы не только России, но и региона, в основном это выражается в потери баланса деятельности органов власти, касающихся участников корпоративных отношений, также низким уровне корпоративной культуры и присутствие махинаций в корпоративном секторе и др.

Россия не должна допускать сильной зависимости экономики от импорта важнейших видов продукции, производство которых может быть организовано как в стране, так и на уровне региона, также необходимо развивать Российскую экономику с учетом внешнеэкономического сотрудничества, международной кооперации производства[5]. Вместе с тем необходимо отметить, что важнейшим требованием экономической безопасности, при проникновении корпоративных финансов в региональные экономические системы, является сохранение государственного контроля над стратегическими ресурсами и недопущение их вывоза в размерах, которые могут причинить ущерб национальным интересам России в целом, а также регионам.

Методики оценки инновационного потенциала выделяют количественный признак инновационной экономики - доля инновационных предприятий и инновационных продуктов в общем объеме производства, это связано с тем, что корпорации играют значительную роль в развитии инновационной экономики[2].

По данным исследователей - экспертов, в большинстве развитых стран доля затрат корпораций в общем объеме национальных НИОКР превышает 64 % , а вот Россия и ее регионы пока заметно отстают от многих других стран по этому показателю[1]. В первую очередь это связано с российскими предприятиями: незначительный потенциал для инновационной деятельности и освоения инноваций, недостаточно сильны связи с государственными научными организациями, таким образом, в связи с доступностью ресурсов для корпорации снижается их заинтересованность в инновационной деятельности. Это может привести к тому, что финансы корпораций в ближайшие годы станут не только важнейшим фактором экономического роста региона, но и объектом различных форм недобросовестной конкуренции.

Меры и механизмы экономической политики, которые разрабатываются и реализуются на федеральном и региональном уровнях, должны быть направлены на избежание внутренних и внешних угроз экономической безопасности экономических систем Российской Федерации. При этом сохранение государственного и регионального контроля над ресурсами, недопущение их вывоза в размерах, которые могут причинить ущерб региону, и в целом национальным интересам России, является важнейшим требованием экономической безопасности[6].

Для определения критериев и параметров, которые отвечают требованиям экономической безопасности необходимо учитывать следующие важнейшие элементы механизма обеспечения экономической безопасности России:

- Мониторинг и прогнозирование факторов;
- Способность экономики функционировать в режиме расширенного воспроизводства;
- Необходимо развивать экономику страны и ее региональные уровни с учетом внешнеэкономического сотрудничества, международной кооперации производства.

Без обеспечения экономической безопасности почти невозможно решить ни одну из задач, которые стоят перед регионом, как во внутриведомственном, так и во внутригосударственном плане, необходимо отметить, что внедрение механизма обеспечения экономической безопасности, на всех уровнях бюджетной системы страны, является весьма прибыльным[3].

Классический механизм структуры рынка услуг экономической безопасности для современных региональных условий, проводится сегментами, дифференцированными по основным видам услуг: охранным, объем заключаемых сделок, на котором составляет примерно 62 % стоимости контрактов по всем видам услуг. Ситуация в промышленности, производящей средства обеспечения безопасности, в настоящее время, относительно стабильна, несмотря на то что у крупных фирм объем производства растет всего на 1 - 2 % , а в мелких фирмах, производящих оригинальные системы экономической защиты и компоненты, – до 15 % [4].

Существует огромное количество законов и подзаконных актов, которые регулируют отдельные аспекты механизма экономической безопасности региона и страны в целом, также сформулированы меры по защите национальных интересов в области экономики, которые предусматривают реализацию механизмов по экономической безопасности региона при проникновении в них корпоративных финансов, в этом документе рассмотрены основные направления государственного стратегического развития по реализации механизма:

- контроль над экспортно - импортной деятельностью;
- борьба с противоправной экономической деятельностью;
- недопущение незаконного использования бюджетных средств и государственных ресурсов, их перехода в теневую экономику и др.

Реализация мер и механизма по устранению угроз экономической безопасности, в современных условиях хозяйствования, требуют системы контроля за их исполнением и при этом система контроля должна учитывать права и ответственность собственника[2].

Создаваемая система мониторинга экономической безопасности возможно только на основе использования механизма при оценке угроз всех инструментов регулирования, информации, нормативно - правовых документов, прогнозов и программ. Для этого необходимо скоординированное участие органов федеральной и региональной исполнительной власти на основе единого методического документа, имеющего статус правительственного решения.

#### **Список использованной литературы:**

1. Захарян А.В. «ШОКОВАЯ ТЕРАПИЯ» - РАДИКАЛЬНЫЙ МЕТОД СМЕНЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЖИМОВ / Захарян А.В., Степченко М.Е., Мостовая Е.В. // Экономика и предпринимательство.2016. №11 - 1(76 - 1). С. 730 - 732
2. Захарян А.В. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ / Гусарова А.В., Захарян А.В. // В сборнике: НАУЧНЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С.58 - 61.

3. Захарян А.В. К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В КОРПОРАЦИЯХ / Золотарев П.С., Захарян А.В., Неводова И.А. // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. №11 - 1.С.77 - 80

4. Захарян А.В. КОНСАЛТИНГ В РОССИИ: ПРИЧИНЫ ОТСТАВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ / Гребнева Т.В., Захарян А.В. // В сборнике: Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 126 - 128.

5. Захарян А.В. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ / Ключников Д.А., Бондаренко О.С., Захарян А.В. // В сборнике: ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ Сборник статей международной научно - практической конференции: в 2 частях. 2017. С.123 - 127.

6. Захарян А.В. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ КОРПОРАЦИИ / Петрова К.Д., Захарян А.В. // В сборнике: ТРАДИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 121 - 123.

© Захарян А.В., Коновалова Е.В., 2017

**УДК33**

**Кононенко С.С.**

Магистрант 2 - го курса  
Факультет технологии, экономики и дизайна  
Армавирский государственный  
педагогический университет  
г.Армавир, Российская Федерация

## **СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА**

Внутренний аудит является неотъемлемой частью финансово - хозяйственной политики и процедур любой организации. Внутренний аудит состоит из всех мер, принятых организацией с целью:

- защищать свои ресурсы от искажений, мошенничества и неэффективности;
- обеспечивать точность и надежность в области бухгалтерского учета и полученной операционной информации;
- обеспечивать соблюдение политики организации;
- оценивать уровень производительности во всех структурных подразделениях организации.

Внутренний аудит приносит положительные результаты в бизнес практике.

Ответственность в системе внутреннего аудита несет существенный характер. В каждой организации в области системы внутреннего аудита распределение обязанностей и ролей имеет весомое значение[1]. Роли изменяются в зависимости от

уровня ответственности и характера вовлеченности проверяющего. Руководящие органы устанавливают наличие целостности, этики, компетенции и положительной контрольной среды. Руководители и начальники отделов должны осуществлять надзор за внутренним аудитом в своих подразделениях. Менеджеры и руководящий персонал несут ответственность за выполнение политики и процедур аудита на уровне детализации в их конкретной установке. Каждый человек в рамках блока должен быть осведомлен о надлежащих процедурах внутреннего аудита, связанных с их конкретными обязанностями.

Ролью внутреннего аудита является изучение адекватности и эффективности внутреннего аудита организации и создание рекомендаций, где освещены пожелания по улучшению управления, которые необходимы данной организации. Проверяющие не несут ответственность за создание или поддержание системы внутреннего контроля, в то время, как внутренний аудит остается независимым и объективным. Тем не менее, эффективность внутреннего контроля усиливается через отзывы, рекомендации и совершенствования выполненных процедур, проводимых внутренним аудитом[2].

Рассмотрим элементы внутреннего аудита.

Система внутреннего аудита работает на разных уровнях эффективности. Эффективность принятия решений конкретной системы внутреннего аудита определяется в результате оценки по пяти основным компонентам:

- контрольная среда;
- оценка рисков;
- управление активами;
- информация и взаимосвязь;
- мониторинг.

Эффективный аудит обеспечивает уверенность в отношении достижения установленных целей.

Контрольная среда, в порядке, установленном администрацией организации, задает тон организации и влияет на развитие управленческих навыков своего персонала. Руководители каждого отдела, подраздела или деятельности организации - это, своего рода, локальная контрольная среда. Это основа для всех характеристик внутреннего аудита, обеспечивающих дисциплину и структуру. Факторы контрольной среды управления включают в себя:

- целостность и этические ценности;
- компетенция;
- руководящие навыки и стиль работы;
- ответственность и соответствие полномочиям;
- политика и процедуры.

Каждая организация сталкивается с разнообразными рисками из внешних и внутренних источников, что обязательно должно быть оценено. Оценка риска является способом выявления и анализа соответствующих рисков для достижения целей, образуя основу для определения того, как риски должны управлять. В то время, как экономика, нормативные и операционные условия будут продолжать меняться, необходимы механизмы для выявления и решения особых рисков, связанных с изменением[3].

Цели должны быть установлены до того, как администрация определит и примет необходимые меры для управления рисками. Операционные цели связаны с эффективностью и эффективными операциями, включающими производственные и финансовые цели, обеспечивающие предотвращение потери ресурсов. Цели внутреннего аудита относятся к подготовке достоверной финансовой отчетности, включающие предотвращение операций мошенничества финансовой отчетности. Соблюдение данных целей должны соответствовать законам и правилам, которые устанавливают минимальные стандарты поведения.

Управление активами является основой политики и процедур, которые помогают обеспечить директивы управления. Они помогают гарантировать необходимые меры, которые будут приняты для устранения рисков при достижении целей организации. Контрольная деятельность происходит в рамках всей организации на всех уровнях и во всех функциях. Они включают в себя целый ряд мероприятий, проверок, сверок, отзывы операционной деятельности, безопасности активов и разделение обязанностей.

Деятельность управления обычно включают два элемента: политику, устанавливающую, что должно быть сделано, и процедуры для осуществления политики. Все политики должны быть реализованы вдумчиво, добросовестно и последовательно.

Соответствующая полученная информация должна быть идентифицирована и своевременно сообщена в кратчайшие сроки, что позволяет сотрудникам выполнять свои обязанности. Эффективная коммуникация должна происходить постоянно, веру вниз от низших ступенек штата, как и внутри подразделений и отделов[4]. Весь персонал должен получить четкое сообщение от высшего руководства, для того чтобы обязанности контроля были приняты всерьез. Они должны понимать свою собственную роль в системе внутреннего аудита, а также, как отдельные виды деятельности связаны с работой других. Они должны иметь средства общения существенную информацию вверх по течению.

Мониторинг, как система внутреннего аудита – процесс проверки, который оценивает качество работы системы в течение определенного времени. Постоянный мониторинг должен проводиться в ходе производственной деятельности, и включает в себя регулярный менеджмент, процедуру надзора, и другие действия персонала, входящие в перечень обязанностей, которые оценивают качество работы системы внутреннего аудита.

Масштабы и частота отдельных процедур оценки зависит, прежде всего, от оценки рисков и эффективности текущих процедур мониторинга. Недостатки внутреннего аудита, полученные в ходе проверки, следует своевременно сообщать администрации, так же как и незамедлительно обращаться с серьезными вопросами к руководству.

Системы внутреннего контроля меняются с течением времени. Способы управления могут постепенно развиваться. В связи с этим эффективные процедуры могут со временем стать менее эффективными из - за прихода новых кадров, изменяющейся системы эффективности обучения и контроля, времени и ресурсов ограничения или дополнительных давлений. Кроме того, обстоятельства, из - за которых система внутреннего аудита была первоначально разработана, также могут изменяться. Из - за меняющихся условий, руководство должно определять, продолжает ли данная система

внутреннего аудита быть актуальной и в состоянии ли она решать новые проблемы и риски.

Внутренний аудит полагается на принцип издержек и противовесов в рабочем процессе. Следующие компоненты сосредоточены на контрольной деятельности:

Персонал должен быть компетентным и заслуживающим доверия, с четко установленными линиями полномочий и ответственности, зафиксированными в письменных должностных инструкциях, руководствах и процедурах. Организационные диаграммы обеспечивают визуальное представление линий власти и периодических обновлений описанной работы, что гарантирует знание сотрудниками их обязанностей, которые они должны выполнять.

В процедуры авторизации необходимо включать тщательный обзор вспомогательной информации для проверки правильности и обоснованности операций. Официальное утверждение должно быть соразмерно с характером и значимостью операций и в соответствии с политикой организации.

Разделение обязанностей снижает вероятность ошибок и нарушений. Индивид не несет ответственности за более чем одну из данных компонентов сделки: авторизации и учета[5]. Когда работа одного работника проверяется другим, и когда ответственность одного сопрягается с другим отдельно от ответственности за поддержание записи, касающиеся этих активов, то уместно разделение обязанностей. Это помогает обнаруживать ошибки своевременно и сдерживать неправильную деятельность; и в то же время, она должна быть разработана, чтобы побудить эффективность работы и позволяют эффективных коммуникаций.

Физические ограничения являются наиболее важными типами защитных мер для обеспечения активов организации, процессов и данных.

Сохранение данные, документация и записи является, подтверждением и гарантией, что вся информация и операции точно записаны и сохранены. Записи должны поддерживаться и контролироваться в соответствии с установленными сроками хранения и утилизироваться в соответствии с установленными процедурами.

Внутренний аудит должен уменьшить риски, связанные с невыявленными ошибками или нарушениями, но проектирование и создание эффективных механизмов внутреннего аудита не всегда простая задача, и не всегда может быть достигнуто через короткий набор быстрых решений.

Внутренний аудит представляет собой форму корпоративного контроля над деятельностью экономических субъектов.

Деятельность внутреннего аудита в мировой практике осуществляется двумя взаимозависимыми субъектами: службой внутреннего аудита и аудиторским комитетом в составе совета директоров.

Внутренний аудит помогает организации достичь поставленных целей, используя систематизированный и последовательный подход к оценке и повышению эффективности процессов управления рисками, контроля и корпоративного управления.

К основным характеристикам внутреннего аудита относят:

1) Независимость и объективность. ,

Независимость - в данном случае понятие организационное, которое в значительной степени определяется уровнем подчиненности службы внутреннего аудита в компании.



Под объективностью понимается индивидуальное качество внутреннего аудитора - беспристрастность в оценках и выводах.

### 2) Совершенствование деятельности организации.

Целью внутреннего аудита, как следует из определения, является совершенствование деятельности организации. Подчеркнем: не выявить нарушения и ошибки для последующих оргвыводов и наказания виновных, не написать отчет на несколько десятков страниц с сотней трудновыполнимых рекомендаций, а увидеть и оценить риски, слабые стороны в работе организации и дать рекомендации, направленные на повышение эффективности систем и процессов.

### 3) Предоставление гарантий и консультаций.

Сущность деятельности внутреннего аудита заключается в предоставлении гарантий и консультаций заказчикам (клиентам) внутреннего аудита. При этом сфера предоставления гарантий и консультаций за последние годы существенно расширилась и на сегодняшний день включает следующие области: управление рисками, внутренний контроль, корпоративное управление.

Предоставление гарантий в данном случае есть объективный анализ аудиторских доказательств с целью осуществления независимой оценки и выражения мнения о надежности и эффективности систем, процессов, операций. Основное отличие консультирования от предоставления гарантий заключается в том, что в первом случае характер и объем работы аудитора определяются клиентом. ,

Для собственников в лице совета директоров более важна деятельность внутреннего аудита по предоставлению гарантий. С точки зрения линейного руководства, наибольшая ценность внутреннего аудита заключается в возможности получить консультации по вопросам повышения эффективности бизнес - процессов, за которые линейное руководство несет ответственность. Высшее исполнительное руководство заинтересовано как в том, чтобы внутренний аудит содействовал линейному руководству в выполнении его функций, так и в том, чтобы он помогал контролировать деятельность линейного руководства.

Аудит выступает средством обратной связи между объектом и системой управления, информируя о релевантности всех её элементов и фактическом выполнении управленческих решений.

Поскольку стандарты внутреннего аудита являются открытыми, то в их разработке принимают участие различные организации. Для достижения этих целей в руководстве по внутреннему аудиту для менеджеров выделяют следующие задачи аудита (рис. 1). Вывод состоит в том, что хорошо разработанный процесс аудита должен реализовывать большинство вышеперечисленных задач.

Целесообразно рассматривать вопрос автоматизации деятельности аудитора не только с точки зрения повышения качества работы и соблюдения единой методологии, как это было до сих пор, но и с точки зрения повышения производительности труда.

Как известно, аудит связан с выражением независимого от менеджмента суждения о достоверности данных бухгалтерской финансовой отчетности компании. Рассматривая его как научную категорию, принято выделять внешний и внутренний аудит.

Разрешение	• это гарантия одобрения совершения всех хозяйственных операций уполномоченными ответственными лицами перед их регистрацией
Законченность	• это гарантия отражения всех действительных хозяйственных операций в учете
Точность	• это гарантия соответствия данных с совершенными операциями, их точность и своевременная регистрация
Законность	• это гарантия законности отражения хозяйственных операций и соответствия предшествующих их событиям и разрешениям руководства
Физические гарантии и безопасность	• это гарантия сохранения и должной ограниченности доступа к информационным системам и физическим активам
Обработка ошибки	• это гарантия своевременного обнаружения несоответствий, ошибок и нарушений, незамедлительного устранения их и уведомления руководства
Сегментация обязанностей	• это гарантия соответствия субъектом контроля, возложенных на него обязанностей

Рисунок 1 - Задачи внутреннего аудита в организации

В литературе, например, считается, что их фундаментальное начало базируется на общем методологическом подходе, отличающемся по уровню дифференцирования решаемых задач.

### Литература:

1. Об утверждении Федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности: Постановление правительства РФ № 696 от 23.09.2002 г. // Справочно - правовая система «Консультант—Плюс».

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

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

© Кононенко С.С.

**УДК 330**

**Фисун Т.А., Крайнова Ю.С.**

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

### **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА**

Актуальность темы исследования. Существенную часть предпринимательского сектора в Российской Федерации занимают предприятия малого бизнеса. Это порождает большую конкуренцию среди таких организаций и вызывает необходимость применения мер по завоеванию рынка, в качестве этого, может быть, ведение управленческого учета.

Управление эффективностью малого бизнеса отличается от обычного. Небольшие предприятия обычно плохо структурированы. Функции, для которых в крупной компании существует самостоятельный отдел, на малом предприятии могут быть возложены на одного человека.

К основным проблемам постановки управленческого учета относятся:

— нежелание руководителей центров ответственности своевременно предоставлять полную информацию о деятельности своих подразделений;

— отсутствие локальной компьютерной сети, единой системы документооборота, четкой организационно - функциональной структуры;

— нежелание отдельных сотрудников перестраивать свою деятельность, заполнять различные управленческие отчеты из - за непонимания роли управленческого учета;

— дефицит квалифицированных специалистов, обладающих знаниями, как в управленческом, так и в бухгалтерском и налоговом учете;

— противодействие работников финансовой бухгалтерии, которым специалисты по управленческому учету часто представляются профессиональными конкурентами;

— недостаток ресурсов для ведения остальных видов учета (маркетинговый, экономическо - статистический, инвестиционный и т.д.)

Все элементы управленческого учета нереально использовать в малом бизнесе. Руководство должно определить приоритетные направления развития своей организации и ту информацию, которая необходима для управления компанией, и на основе собранных данных принять решение о построении на предприятии «упрощенной» модели управленческого учета.

Под упрощенным управленческим учетом принято понимать комбинацию определенных инструментов и методов управленческого учета, которые могут быть применены на малом предприятии для исполнения отдельных задач, которые руководство обозначает решающими в достижении цели управления на данном этапе развития бизнеса.

Следует выделить основные объекты учета для малых предприятий:

- продажи (сбытовые расходы, маркетинговые расходы),
- формирование себестоимости (согласно принятой политике — на основе директ - костинга, стандарт - костинга, таргет - костинга),
- учет производственных расходов и расходов линейных подразделений,
- учет инвестиций компании (если таковой есть).

Многие авторы склоняются к тому, что данные для управленческого учета должны поступать из бухгалтерского учета. На основании такой информации можно рассчитать прибыль и рентабельность, учитывая, к примеру, суммы доходов и расходов от основной и прочей деятельности организации, суммы постоянных и переменных затрат. При необходимости данные можно детализировать по счетам и субсчетам бухгалтерского учета.

Автоматизировать процесс сбора информации и расчета показателей можно с помощью Excel таблиц. Показатели в эти таблицы можно выгружать из программ бухгалтерского учета. В этом случае компания экономит частично на трудозатратах, частично на программном обеспечении, но может потерять оперативность учета. Еще одно преимущество — отсутствие необходимости повторной обработки данных.

Есть и другой вариант построения системы управленческого учета называется автономным, когда финансовый и управленческий учет выделяются как самостоятельные, и каждый из них представляет собой замкнутую подсистему. На предприятиях с таким учетом создается специальная служба (или назначается ответственный человек за ведение УУ). В этом случае необходимо специально программное обеспечение. Для малых и средних предприятий – "1С:Предприятие", "Компас", "БЭСТ" и прочие.

При постановке системы управленческого учета важное место занимает создание системы отчетов. Система отчетов должна быть достаточно оперативной, чтобы можно было регулярно обновлять информацию в отчетах. По ключевым показателям необходимо иметь возможность строить отчеты ежедневно. Это накладывает определенные ограничения на программное обеспечение, которое используется для учета, особенно для тех организаций, которые ведут интегрированный с бухгалтерским управленческий учет. Кроме оперативности, система отчетов должна обладать релевантностью. Иными словами, любой отчет должен содержать необходимую и достаточную информацию для принятия управленческих решений.

Для большинства небольших предприятий наиболее подходящим, на мой взгляд, будет применение интегрированного управленческого учета. Объединение бухгалтерского и управленческого учета позволяет предприятию значительно сэкономить на внедрении управленческого учета — фактически, следует модифицировать работу бухгалтерии таким образом, чтобы первичные документы вносились в автоматизированную систему оперативно.

#### **Список использованной литературы:**

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402 - ФЗ «О бухгалтерском учете»

2. Каверина О.Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2013. – С. 24

3. Кондраков Н.П., М.А. Иванова. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие. - 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра - М, 2013. - 352 с.

© Фисун Т.А., Крайнова Ю.С.

УДК 338.1

**Круглова Я. А.**

Студент БГУ им. Петровского,  
г. Брянск, РФ

**Зайцева О. Н.**

канд. экон. наук, старший  
преподаватель кафедры  
экономики и управления  
БГУ им. Петровского  
г. Брянск, РФ

## **ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Аннотация:** В статье представлен анализ развития сельского хозяйства, продемонстрированы основные показатели развития отрасли, отражены и диагностированы данные по отраслям растениеводства и животноводства.

**Ключевые слова:** сельское хозяйство, анализ, развитие отрасли, растениеводство, животноводство

Сельское хозяйство – это совокупность отраслей народного хозяйства, направленных на обеспечение населения продовольствием (пищей, едой) и получение сырья для пищевой, перерабатывающей промышленности. С начала нового тысячелетия сельское хозяйство России является одной из динамично и благополучно развивающихся отраслей российской экономики. Данная отрасль является не только выгодной и доходной, но и практически в полной мере обеспечивает продовольственную безопасность страны, а также предоставляет возможность экспорта в значительных объемах сельхозпродукции за рубеж. Примером роста сельского хозяйства может служить Брянская область, имеющая большой агропромышленный потенциал.

Доля сельскохозяйственного производства в валовом региональном продукте составляет около 20 % [4]. Для того чтобы наметить дальнейшие цели, направленные на совершенствование сельского хозяйства, необходимо определить главные факторы, влияющие на благополучное развитие данной отрасли[5]:

— Брянская область имеет выгодное географическое расположение в центральной части России на границе с Белоруссией и Украиной.

— умеренно континентальный климат и лесостепная зона благоприятны для ведения плодотворного сельского хозяйства.

— область имеет довольно плодородные почвы, рельеф, который обладает широкой волнистостью и большое количество различных водных ресурсов: всё это факторы, которые благоприятны для развития сельского хозяйства.

На основе проведенного анализа перспектив развития сельскохозяйственной отрасли в Брянской области необходимо отметить, что данный регион обладает обширными площадями земельных ресурсов, пригодных для земледелия и животноводства.

В 2016 году посевные площади в Брянской области по сравнению с прошлым годом увеличились на 28,8 тыс. га и составили 851,8 тыс. га, это 1,0 % от всех посевных площадей РФ (32 - е место в стране). Больше всего в этот год засеяли пшеницы 145 тыс.га или около 40 % от всех посевов зерна (17,1 % в общих посевах региона), кукурузы 77,3 тыс. га (9,1 % в общих посевах региона), овса (7,7 % ), ржи (4,8 % ) и картофеля (3,4 % ), также не малую долю занимают кормовые травы [2][3].

В растениеводстве Брянская обл. важную роль играет отрасль картофелеводства. Область занимает лидирующую позиции в стране как по производству картофеля (1380,2 тыс. тонн или 11,8 % в общих сборах картофеля по стране), так и по посевным площадям этой культуры (25,5 тыс. га или 7,1 % в общероссийских площадях картофеля). Также регион находится на первом месте по объемам экспорта данной продукции. В 2016 году область достойно занимала 6 - е по производству ржи [2]. Основные показатели деятельности представлены в таблице 1.

Таблица 1. - Валовые сборы основных растениеводческих культур в Брянской области, тыс. тонн.

Наименование культуры	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Место и доля региона в 2016 году	
							Место среди регионов РФ	Доля по РФ в целом, %
Пшеница (озимая и яровая)	170,7	228,5	237,1	306,1	425,1	426,8	31	0,7 %
Рожь (озимая и яровая)	83,4	117,2	99,4	92,0	99,0	72,9	6	3,5 %
Тритикале (озимая и яровая)	23,0	16,2	34,3	41,2	38,7	23,7	7	4,2 %
Ячмень (озимый и яровой)	27,0	43,5	45,5	35,6	87,4	56,1	42	0,3 %
Овес	51,1	79,3	94,8	77,4	121,6	121,8	11	2,7 %
Кукуруза (не зерно)	10,5	20,2	37,9	95,2	82,7	178,1	17	1,4 %
Сорго	-	-	-	-	-	0,3	12	0,2 %
Просо	0,1	0,5	0,3	0,3	0,0	2,0	16	0,4 %

Гречиха	2,6	11,4	11,4	5,6	9,8	6,8	20	0,8 %
Зернобобовые культуры	12,8	22,6	25,0	19,5	28,2	43,9	19	1,9 %
Сахарная свекла	103,0	136,0	182,8	175,5	-	-	-	-
Семена подсолнечника	8,6	4,6	3,0	1,2	2,2	2,5	32	0,0 %
Соевые бобы	0,9	1,6	1,6	2,1	9,0	10,1	21	0,4 %
Семена рапса (озимого и ярового)	4,9	14,9	18,7	28,4	27,5	16,7	19	1,6 %
Семена горчицы	0,3	0,9	0,6	0,2	0,1	0,5	22	0,7 %
Картофель	294,0	656,6	497,1	459,8	608,4	751,8	1	10,0 %
Овощи открытого и защищенного грунта (пром.сектор)	15,9	31,6	18,5	14,7	11,5	37,2	31	0,7 %
Овощи открытого грунта (пром.сектор)	8,9	25,0	12,0	8,1	7,1	30,4	29	0,7 %
Овощи защищенного грунта (пром.сектор)	7,0	6,6	6,5	6,5	4,4	6,9	33	0,9 %

По данным таблицы можно сделать вывод о том, что объемы растениеводческой продукции в Брянской области увеличиваются с каждым годом. Особенно это просматривается в последние годы на примере производства кукурузы, пшеницы и картофеля.

В производстве продукции сельского хозяйства Брянской области наблюдается устойчивый рост в фактических ценах. Так с 2001 по 2016 гг. прирост составил 760,2 % (Рис.1).

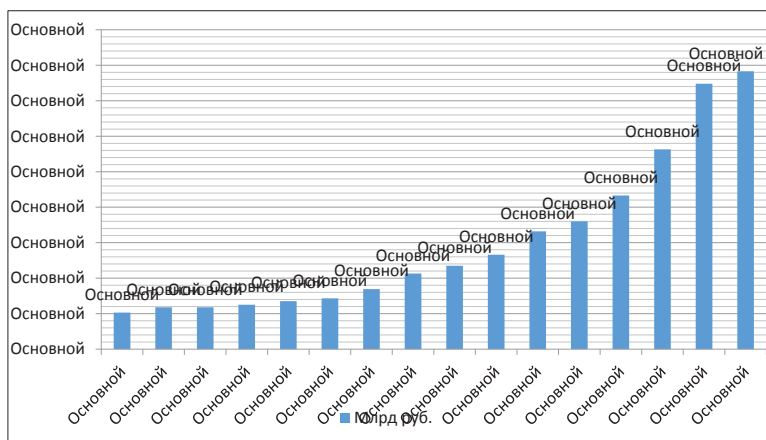


Рисунок 1. –Производство продукции сельского хозяйства в Брянской области в фактических ценах в 2001 - 2016 гг., млрд руб.

По представленным данным (Рис.1) можно сделать вывод о том, что происходит стабильное ежегодное увеличение сельхозпродукции. В 2016 году объем производства продукции в фактических ценах составил 78,3 млрд руб. Доля региона в общей стоимости продукции сельского хозяйства России составляет 1,5 % (26 место среди регионов РФ) [2].

Другая немаловажная отрасль Брянской области это животноводство. Она специализируется на молочном и молочно - мясном скотоводстве. В 2016 году поголовье крупного рогатого скота возросло на 6 % и составило 449,9 тыс. голов, коров - на 7 % (189,3 тыс. голов). Также в регионе успешно развивается свиноводство. На конец 2016 года поголовье свиней составило 272 тыс. голов [3]. По данным таблицы 2. видно, что с каждым годом происходит значительный рост поголовья скота в регионе.

Таблица 2 – Животноводство Брянской области в 2011 - 2016 гг.  
(данные Росстата по категориям хозяйств)

Наименование культуры	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Место и доля региона в 2015 году	
							Место среди регионов РФ	Доля по РФ в целом, %
Пшеница (озимая и яровая)	170,7	228,5	237,1	306,1	425,1	426,8	31	0,7 %
Рожь (озимая и яровая)	83,4	117,2	99,4	92,0	99,0	72,9	6	3,5 %
Тритикале (озимая и яровая)	23,0	16,2	34,3	41,2	38,7	23,7	7	4,2 %
Ячмень (озимый и яровой)	27,0	43,5	45,5	35,6	87,4	56,1	42	0,3 %
Овес	51,1	79,3	94,8	77,4	121,6	121,8	11	2,7 %
Кукуруза (не зерно)	10,5	20,2	37,9	95,2	82,7	178,1	17	1,4 %
Сорго	-	-	-	-	-	0,3	12	0,2 %
Просо	0,1	0,5	0,3	0,3	0,0	2,0	16	0,4 %
Гречиха	2,6	11,4	11,4	5,6	9,8	6,8	20	0,8 %
Зернобобовые культуры	12,8	22,6	25,0	19,5	28,2	43,9	19	1,9 %
Сахарная свекла	103,0	136,0	182,8	175,5	-	-	-	-
Семена подсолнечника	8,6	4,6	3,0	1,2	2,2	2,5	32	0,0 %
Соевые бобы	0,9	1,6	1,6	2,1	9,0	10,1	21	0,4 %
Семена рапса (озимого и ярового)	4,9	14,9	18,7	28,4	27,5	16,7	19	1,6 %



Семена горчицы	0,3	0,9	0,6	0,2	0,1	0,5	22	0,7 %
Картофель	294,0	656,6	497,1	459,8	608,4	751,8	1	10,0 %
Овощи открытого и защищенного грунта (пром.сектор)	15,9	31,6	18,5	14,7	11,5	37,2	31	0,7 %
Овощи открытого грунта (пром.сектор)	8,9	25,0	12,0	8,1	7,1	30,4	29	0,7 %
Овощи защищенного грунта (пром.сектор)	7,0	6,6	6,5	6,5	4,4	6,9	33	0,9 %

Незначительными были показатели 5 лет назад по сравнению с 2016 годом. Практически весь прирост стада обеспечен за счет развития мясного направления скотоводства. В производстве продукции данной отрасли Брянская область также делает достойные и уверенные шаги, увеличивая объемы и качество выпускаемого товара.

Брянская область в 2016 году произвела в общем объеме 370,7 тыс. тонн мяса в живом весе (263,6 тыс. тонн мяса в убойном весе) [2].

По производству говядины регион уверенно занимает 9 позицию в стране. В 2016 году по сравнению с 2015 годом производство говядины в Брянской области в живом весе выросло на 188,4 % . Так же регион является одним из лидеров страны по производству мяса птицы, почетно занимая 6 место. В 2016 году по сравнению с 2015 годом объем выпуска данной продукции увеличился на 41,2 % [2].

Также Брянская область занимается производством молока и яиц. Выпустив в 2015 году 290,6 тыс. тонн молока (или 0,9 % общероссийского объема выпуска продукции) и 400,2 млн. штук яиц (или 0,9 % общероссийского объема выпуска продукции), регион занял 37 - е и 33 - е место соответственно. В 2016 году выпуск молока составил 293,3 тыс. тонн.

Растениеводство и животноводство набирает хороший темп развития в данной отрасли, но оно всё также нуждается постоянной помощи власти региона и государства, ведь сельское хозяйство всё еще имеет ряд проблем, которые требуют определенных действий:

- низкая рентабельность и конкурентно способность данной отрасли;
- невысокие темпы модернизации агропромышленного производства из - за недостаточного уровня доходов товаропроизводителей;
- медленные темпы социального развития сельских территорий.

Утвержденная государственная программа «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Брянской области» (2014 - 2020 годы) определяет главные направления развития сельского хозяйства, которые помогут решить проблемы данной отрасли [1]:

- ускоренное импортзамещение в отношении мяса, молока, овощей открытого и закрытого грунта, семенного картофеля и плодово - ягодной продукции;
- повышение финансовой устойчивости товаропроизводителей агропромышленного комплекса;
- увеличение инвестиций на развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения, стимулирование улучшения использования земельных угодий и освоения интенсивных технологий;

—повышение уровня рентабельности и конкурентоспособности в сельском хозяйстве для обеспечения его устойчивого развития ;

—создание условий для устойчивого развития сельских территорий.

Государственная поддержка, устранение текущих проблем в Брянской области, приведет к гарантированному обеспечению населения высококачественной продукции, что в свою очередь повысит рентабельность и конкурентоспособность в данной отрасли.

Итак, внедрение новых технологий, способствующих росту объёмов и качества выпускаемой продукции позволят региону: увеличить ВВП, увеличить сборы налогов и как следствие рост доходов населения, рост занятости.

### **Список использованной литературы:**

1. Об утверждении государственной программы « Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Брянской области»(2014 - 2020 годы) ( с изменениями на 29 августа 2016 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// docs.cntd.ru / document / 974030423](http://docs.cntd.ru / document / 974030423)

2. Сельское хозяйство Брянской области - аналитическая статья, подготовленная специалистами Экспертно - аналитического центра агробизнеса «АБ - Центр», Сельское хозяйство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ab - centre.ru](http:// www.ab - centre.ru)  
<http:// ab - centre.ru / page / selskoe - hozyaystvo - bryanskoy - oblasti ->

3. Департамент сельского хозяйства Брянской области ( Информация о социально - экономическом развитии АПК брянской области в 2015 году) [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http:// depagro32.ru / index.php?option=com \\_ content&view=article&id=41&Itemid=313](http:// depagro32.ru / index.php?option=com _ content&view=article&id=41&Itemid=313)

4. Сельское хозяйство России [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// ruxpert.ru /](http:// ruxpert.ru/)

5. Регионы РФ. Брянская обл. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// www.agrien.ru /](http:// www.agrien.ru/)

© Я.А. Круглова, 2017

УДК 336.741.241.1

**С.В. Кузнецова, Ю.С. Панчихина**

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

## **РАЗМЕР И СОСТАВ УПЛАЧЕННЫХ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЗА 2014 - 2016 ГГ.**

Таможенные платежи составляют важную часть в системе экономического регулирования ввоза и вывоза товаров. Они используются государством как особый инструмент стимулирования внешнеторговых поставок и закупок или, наоборот, сдерживания экспорта и импорта в зависимости от целей государства. Общеизвестным

фактом является, что одна из базовых функций таможенных органов – фискальная. Так, обеспечение уплаты таможенных платежей является гарантией постоянного пополнения казны страны, как следствие условием существования сильного государства.

Что касается, непосредственно федерального бюджета, годовой бюджет России состоит из доходов, которые поступают в государство из различных источников. Таможенные платежи являются достаточно весомым источником доходов бюджета России, поскольку в стране высокий уровень экспорта и импорта. В связи с чем, таможенными платежами облагается большинство постоянно потребляемых и часто перевозимых товаров.

К таможенным платежам, составляющим значительную часть федерального бюджета РФ относятся:

- 1) ввозные таможенные пошлины;
- 2) вывозные таможенные пошлины;
- 3) налог на добавленную стоимость, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию Таможенного союза;
- 4) акцизы, взимаемые при ввозе товаров на таможенную территорию Таможенного союза;
- 5) таможенные сборы.

Рассмотрим подробнее динамику поступления таможенных платежей в доходную часть федерального бюджета России, данные которой представлены в таблице 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](http://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 объема 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 % . [1]

Динамика структуры таможенных платежей представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Структура таможенных платежей,  
перечисленных в доходную часть федерального бюджета РФ, %

Вид таможенных платежей	2014г.	2015г.	2016г.	Изменения (+; -) в 2016 г. по сравнению с	
				2014 г.	2015 г.
Ввозная таможенная пошлина	8,00	9,67	11,11	+3,11	+1,44
Вывозная таможенная пошлина	65,31	55,52	46,61	- 18,7	- 8,91
НДС	22,97	32,82	40,00	+17,03	+7,18
Акциз	0,85	0,95	1,33	+0,48	+0,38
Таможенные сборы	0,23	0,32	0,38	+0,15	+0,06
Иные таможенные платежи	2,64	0,74	0,56	- 2,08	- 0,18
Итого:	100,00	100,00	100,00	x	x

Источник: [www.customs.ru](http://www.customs.ru)

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что наибольший удельный вес в структуре таможенных платежей занимает вывозная таможенная пошлина. На ее долю в 2016 году приходится 46,61 % , что на 8,91 пп меньше по сравнению с 2015 годом и на 18,7 пп по сравнению с 2014 годом.

Наименьший удельный вес занимают таможенные сборы. Так, в отчетном году на их долю приходилось 0,38 % , что на 0,06 пп меньше по сравнению с базисным годом и на 0,15 пп – по сравнению с прошлым годом. За анализируемый период произошло увеличение доли по таким видам таможенных платежей как НДС и ввозная таможенная пошлина. Доля НДС в структуре таможенных платежей в 2016 году составила 40,05 % , что на 7,24 пп и на 17,08 пп больше по сравнению с 2015 и 2014 годом соответственно. Увеличение доли ввозной таможенной пошлины незначительно и составило около 1,46 пп.[2]

Таким образом, таможенные платежи выступают важным регулятором участия государства в системе внешнеэкономических связей. Они во многом определяют место государства в международном разделении труда и обеспечивают достаточно большую часть доходов страны.

#### Список использованной литературы:

1. 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

2. О.М. Петрушина, В.О. Гажва. Анализ динамики поступления таможенных платежей в федеральный бюджет РФ // 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. 173 - 175

3. <http://www.customs.ru> – Федеральная таможенная служба Российской Федерации

© С.В. Кузнецова, Ю.С. Панчихина, 2017

**УДК 658**

**И.М. Кузнецова**

к.э.н., доцент

Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,

г. Краснодар, Российская Федерация

## **БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ**

На сегодняшний день представительские расходы являются неременной статьёй расходов любой компании, которая заинтересована в продолжении и в расширении своего бизнеса.

В статье рассмотрим понятие данных расходов и отражение в бухгалтерском и налоговом учетах.

В бухгалтерском учете понятие «представительские расходы» не определено. На основании п. п. 5 и 7 Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10 / 99 представительские расходы, связанные с приемом официальных делегаций других организаций, подлежат отражению в составе расходов по обычным видам деятельности.

Критерии для признания расхода для целей бухгалтерского учета определены в п. 16 ПБУ 10 / 99 [2]:

- расход производится в соответствии с конкретным договором, требованием законодательных и нормативных актов, обычаями делового оборота;

- сумма расхода может быть определена;

- имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет уменьшение экономических выгод организации.

Если в отношении любых расходов, осуществленных организацией, не исполнено хотя бы одно из названных условий, то в бухгалтерском учете организации признается дебиторская задолженность (абз. 5 п. 16 ПБУ 10 / 99).

Датой признания представительских расходов могут являться:

- дата утверждения руководителем организации авансового отчета лица, ответственного за проведение деловой встречи;

- дата подписания акта приема оказанных услуг (например, по транспортному обслуживанию);

- дата утверждения отчета о проведении официального приема или иного аналогичного мероприятия.

Указанные расходы признаются в полном объеме и в том отчетном периоде, к которому они относятся, независимо от их фактической оплаты (п. п. 9, 18 ПБУ 10 / 99).

Дальнейший порядок списания рассматриваемых затрат организация может выбрать и закрепить в учетной политике для целей бухгалтерского учета (п. 20 ПБУ 10 / 99). Возможных вариантов несколько: на счет 20 «Основное производство», на счет 90 «Продажи» субсчет 2 «Себестоимость продаж» или на счет 91 «Прочие доходы и расходы» субсчет 2 «Прочие расходы».

Существует еще один вариант отражения представительских расходов в бухгалтерском учете - на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы». Данный способ применяется в том случае, если подобные расходы непосредственно связаны с капитальным строительством, модернизацией, реконструкцией, приобретением основных средств или нематериальных активов. В дальнейшем они включаются в первоначальную стоимость указанного имущества или увеличивают ее.

В бухгалтерском учете организации представительские расходы в общем случае отражаются посредством следующих записей [6, 7]:

- учтены представительские расходы на основании авансового отчета лица, ответственного за проведение мероприятия:

Дебет счета 26 «Общехозяйственные расходы»

Кредит счетов 71 «Расчеты с подотчетными лицами», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

- учтен «входной» НДС по представительским расходам:

Дебет счета 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям»

Кредит счетов 71 «Расчеты с подотчетными лицами», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

- представительские расходы учтены в себестоимости товаров, работ, услуг (или в себестоимости продаж, прочих расходах);

Дебет счетов 20 «Основное производство», 90 «Продажи» субсчет 2 «Себестоимость продаж», 91 «Прочие доходы и расходы» субсчет 2 «Прочие расходы»

Кредит счета 26 «Общехозяйственные расходы»;

- принят к вычету НДС:

Дебет счета 68 «Расчеты по налогам и сборам»

Кредит счета 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям».

Для целей налогообложения прибыли в качестве представительских расходов можно учесть затраты, связанные с проведением (п. 2 ст. 264 НК РФ, письмо Минфина от 05.06.2015 № 03 - 03 - 06 / 2 / 32859):

- переговоров с представителями других компаний и клиентами - физическими лицами. Это могут быть как уже работающие с организацией контрагенты, так и будущие;

- заседаний совета директоров (наблюдательного совета, правления) вашей организации.

К таким расходам относятся, в частности, затраты [4, 5]:

- на организацию официального приема (завтрака, обеда, иного аналогичного мероприятия) или заседания, проводимого как на территории вашей организации, так и за ее пределами, например в ресторане. При этом в расходы включается и стоимость алкогольных напитков (письма Минфина от 25.03.2010 № 03 - 03 - 06 / 1 / 176, УФНС по г. Москве от 12.04.2007 № 20 - 12 / 034115);

- по доставке участников к месту проведения представительского мероприятия и обратно;

- на буфетное обслуживание во время мероприятия;

- на услуги переводчиков во время мероприятия.

Нельзя учесть для целей налогообложения расходы (письмо Минфина от 01.12.2011 № 03 - 03 - 06 / 1 / 796):

- на развлекательные и оздоровительные мероприятия (например, посещение боулинга, бильярда, экскурсий, театров, тренажерного зала, бассейна, сауны и т.п.);

- на оплату проезда и проживания лиц, приглашенных для участия в представительском мероприятии из других населенных пунктов;

- на приобретение подарков, призов, дипломов для участников мероприятия (письмо Минфина от 25.03.2010 № 03 - 03 - 06 / 1 / 176).

Конкретный перечень документов, подтверждающих представительские расходы, в НК РФ не закреплён. По мнению Минфина, это могут быть:

- первичные документы, подтверждающие стоимость приобретенных товаров и услуг, использованных для представительских мероприятий (договоры, счета, накладные, акты, счета - фактуры, чеки ККТ, товарные чеки, другие платежные документы);

- утвержденный руководителем отчет о проведенном представительском мероприятии и расходах на него. Нелишним будет указать результаты мероприятия.

Представительские расходы в бухгалтерском учете (в отличие от налогового учета) не нормируются и признаются в полном объеме. Это следует из абз. 2 п. 9 ПБУ 10 / 99.

Согласно п. 2 ст. 264 НК РФ представительские расходы в налоговом учете в течение отчетного (налогового) периода включаются в состав прочих расходов в размере, не превышающем 4 % расходов налогоплательщика на оплату труда за этот отчетный (налоговый) период [1]. В письме Минфина России от 28.04.2014 № 03 - 03 - 06 / 1 / 19700 подчеркнута, что при расчете норматива учитываются суммы начисленной (а не фактически выплаченной) заработной платы.

В связи с этим у организации может возникнуть необходимость применять Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18 / 02. Но это актуально лишь для больших организаций. Субъекты малого предпринимательства вправе принять самостоятельное решение, применять или нет названный бухгалтерский стандарт (п. 2 ПБУ 18 / 02) [3]. В любом случае свой выбор организация должна отразить в учетной политике.

Рассмотрим различия, которые могут возникнуть у организаций при применении ПБУ 18 / 02. Как уже было отмечено выше, размер представительских расходов, признаваемых в отчетном периоде для целей бухгалтерского учета, оказывается большим (из - за нормирования этих расходов в налоговом учете), возникают различия постоянные и временные.

Постоянные разницы образуются в отношении затрат, которые с точки зрения налогового законодательства не относятся к представительским расходам. Например, затраты на приобретение подарков и сувениров для членов официальных делегаций других компаний, расходы на организацию развлечений в перечне представительских расходов (п. 2 ст. 264 НК РФ) не поименованы, следовательно, они не могут быть учтены в составе расходов, учитываемых при расчете налога на прибыль. В соответствии с п. п. 4 и 7 ПБУ 18 / 02 они формируют постоянные налоговые обязательства, которые отражаются в учете записью:

Дебет счета 99 «Прибыли и убытки»

Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам».

Само название таких разниц указывает на причину их возникновения. Как упоминалось выше, в одном отчетном периоде норматив представительских расходов может оказаться меньше суммы фактических затрат. Поэтому организация вправе учесть в целях налогообложения прибыли лишь часть представительских расходов, не превышающую размер ограничения. В следующем отчетном периоде размер норматива явно увеличится, значит, у налогоплательщика появится шанс признать не учтенные ранее расходы.

Именно разные показатели между балансовой и налогооблагаемой прибылью организации приводят к возникновению вычитаемых временных разниц и соответствующих им отложенных налоговых активов (п. п. 8, 9, 11, 14 ПБУ 18 / 02).

На сумму отложенного налогового актива в бухгалтерском учете будет сделана запись:

Дебет счета 09 «Отложенные налоговые активы»

Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам».

В следующем отчетном периоде величина норматива изменится в большую сторону (так как фонд оплаты труда возрастет). Значит, организация при налогообложении прибыли сможет учесть всю оставшуюся сумму представительских расходов или ее часть. При этом погашение отложенного налогового актива в бухгалтерском учете она отразит записью:

Дебет счета 68 «Расчеты по налогам и сборам»

Кредит счета 09 «Отложенные налоговые активы».

Итак, в бухгалтерском и налоговом учете действуют разные правила списания представительских расходов. Если в налоговом учете они признаются в пределах установленного норматива, то в бухгалтерском учете - в полном объеме. Как следствие, разные правила, действующие в отношении порядка списания представительских расходов в налоговом и бухгалтерском учете, приводят к возникновению соответствующих разниц. Однако обязанность по отражению их в бухгалтерском учете возникает лишь у тех организаций, которые не являются субъектами малого предпринимательства.

### **Список использованной литературы:**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая – Федеральный закон от 05.08.2000 № 117 - ФЗ (в ред. от 03.04.2017 № 58 - ФЗ). Принята Государственной Думой 19.07.2000. Одобрена Советом Федерации 26.07.2000 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2000. – № 32. – С. 3340.

2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10 / 99. Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 06.05.1999 № 33н (в ред. от 06.04.2015 № 57н) // Российская газета. – 1999. – 22, 23 июня.



3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18 / 02. Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 19.11.2002 № 114н (в ред. от 06.04.2015 № 57н) // Российская газета. – 2003. – 14 января.

4. Лактионова Н.В. Новации в учете расчетов будущих периодов / Н.В. Лактионова. - Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. 2011. № 7. С. 6 - 10.

5. Лактионова Н.В., Касьянова С.А. Порядок учета расчетов по договору займа и пути его оптимизации / Н.В. Лактионова, С.А. Касьянова. - Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. 2009. № 3. - С. 6 - 11.

6. Оксанич Е.А. Отчетность субъектов малого и среднего бизнеса в формате МСФО / Е.А. Оксанич, И.А. Углова // В сб. Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов: материалы VI междунар. науч. конференции (Краснодар, 9 - 11 декабря 2015 г.). - Краснодар: Изд - во «Магарин О.Г.», 2016. - С. 328 - 334.

7. Шарудина З.А. Анализ и оценка показателей рентабельности малых предприятий розничной торговли / З.А. Шарудина. – В сборнике: Национальные экономики в условиях глобальных и локальных трансформаций Сборник статей международной научно - практической конференции. под редакцией Г.Б. Клейнера, Э.В. Соболева, В.В. Сорокожердьева. 2015. - С. 375 - 385.

© И.М. Кузнецова

**УДК 338.2**

**Н.И. Кузьменко**

Кандидат географических наук  
Воронежский государственный педагогический университет  
Г. Воронеж, Российская Федерация

## **СПОСОБЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕФИЦИТА ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ**

Во многих стран, в том числе и в России, используются такие способы финансирования бюджетного дефицита как: монетизация (кредитно - денежная эмиссия); долговое финансирование (внутреннее и внешнее); увеличение налоговых поступлений в госбюджет, а также доходов от приватизации, продажи госимущества. Однако, третий способ как утверждает Илларионов А.М. не всегда можно отнести к способам, которые только используются для финансирования дефицита бюджета (применяется и просто в целях пополнения доходов бюджета). Из этого следует, что к именно источникам финансирования дефицита бюджета в большей степени относятся первый и второй способы [1, с. 14].

Понятия эмиссия и монетизация равноправны. При эмиссии все экономические агенты платят своеобразный инфляционный налог, и часть их доходов перераспределяется в пользу государства через возросшие цены. Явно данный способ имеет достоинства:

благодаря эмиссии получают дополнительные финансовые средства, которые могут использоваться для решения различных проблем; увеличение денежной массы обуславливает на денежном рынке снижение ставки процента, именно это стимулирует инвестиции и обеспечивает рост совокупных расходов и совокупного выпуска. Все использование вышеуказанного способа может иметь негативные последствия: в долгосрочном периоде эмиссия ведет к инфляции, т.е. является инфляционным способом финансирования; оказывает разрушающее воздействие на экономику в период перегрева. Снижение процентной ставки в результате роста эмиссии стимулирует увеличение совокупных расходов и ведет к большому росту деловой активности, увеличивая инфляционные процессы. Необходимо не забывать, что эмиссия это небезопасный способ для экономики. Национальными правительствами он обычно используется в исключительных случаях, когда, например: внутреннее долговое финансирование практически не может быть осуществлено; имеется высокий внешний долг валютные резервы Центрального банка истощены выработанный иммунитет граждан к росту цен, экономика может выдерживать высокую инфляцию [2, с. 517].

Следующий способ решения проблемы это долговое финансирование. Осуществляются займы государством внутри и за ее пределами, в результате этого происходит долговое финансирование. На основании этого формируется внешний и внутренний долг государства [3, с. 8]. Данный способ имеет положительные моменты, а так же недостатки. К достоинствам можно отнести: не ведет к инфляции, потому что денежная масса остается прежней; довольно скорый способ, т.к выпуск и размещение (продажа) государственных ценных бумаг можно обеспечить быстро. Недостатки следующие. По долгам надо платить. Население покупает государственные облигации, потому что они приносят доход, т.е. выплачивается процент. Выплата процентов по государственным облигациям называется «обслуживанием государственного долга». Чем больше государственный долг (т.е. чем больше выпущено государственных облигаций), тем большие суммы должны идти на обслуживание долга. А выплата процентов по государственным облигациям является частью расходов государственного бюджета, и чем они больше, тем больше дефицит бюджета. Долговой способ финансирования дефицита государственного бюджета может привести к дефициту платежного баланса. Учитывая вышеизложенное можно выделить 2 направления мероприятий для сокращения дефицита бюджета: первое - стимулирующие приток денежных средств, второе - сокращающие государственные расходы.

Так же, для снижения бюджетного дефицита применяются системы мер, которые стимулируют привлечение в страну иностранного капитала. Это обеспечивают поступление иностранной валюты в бюджет на финансирование текущих расходов и импортных закупок. Благодаря внешним источникам финансирования решается ряд задач как фискального, так и экономического характера.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что в РФ для финансирования бюджетного дефицита предусматриваются источники его восполнения в виде внутренних и внешних заимствований и другие средства. Дефицит бюджетный сам по себе не является категорично отрицательным явлением, но его увеличение может вести к серьезным негативным последствиям не только экономического, но и чисто политического характера. Главной целью функционирования для любого государства, безусловно, является сбалансированный бюджет.

В соответствии с законодательством РФ допускается наличие дефицита федерального бюджета, не превышающего суммарный объем бюджетных инвестиций и расходов на обслуживание госдолга РФ. В последние годы федеральный бюджет России исполнялся с дефицитом. Так, его размер в 2014 г. составил 334,7 млрд. руб. По итогам 2015 г. ожидается дефицит государственного бюджета в размере 2675,3 млрд. руб., что составит 3,66 % от ВВП. В 2016 г. также запланирован дефицит федерального бюджета на уровне 3,0 % ВВП (2360,2 млрд. руб.).

Дефицит государственного бюджета может быть профинансирован тремя способами: 1) за счет кредитно - денежной эмиссии (монетизации); 2) за счет внутреннего долгового финансирования (заем у населения своей страны); 3) за счет внешнего долгового финансирования (заем у других стран или международных финансовых организаций).

Монетизация как способ сокращения дефицита бюджета представляет собой увеличение количества денег в обращении (в том числе за счет банковского финансирования), что приводит к повышению среднего уровня цен. Необходимо иметь в виду, что это небезопасный для экономики способ.

Менее болезненным и более управляемым способом решения проблемы дефицита государственного бюджета является долговое финансирование. В результате долгового финансирования дефицит бюджета покрывается за счет займов, осуществляемых государством как внутри страны, так и за ее пределами. Долговое финансирование может стимулировать экономический рост. Дефицит государственного бюджета рассматривается как важный инструмент экономики. Нужно обращаться с этим инструментом, тогда можно решить широкий круг экономических и социальных проблем.

Таким образом, решение проблемы дефицита государственного бюджета зависит от правильности подхода правительства к ее оценке и введение цивилизованных мер направленных на сокращение бюджетного дефицита. Принятие продуманных законов направленных на поддержание национального производителя и развитие производства в целом, а так же разработка механизма их выполнения, – наиболее верный путь, ведущий к сбалансированному бюджету государства.

### **Список использованной литературы:**

1. Илларионов, А. М. Теория «денежного дефицита» как отражение платежного кризиса в российской экономике: статья [Текст] / А. М. Илларионов // Вопросы экономики. – 2013. – № 12. – С. 12 - 14.
2. Саликов Ю.А., Кузьменко Н.И. Факторы национальной и экономической безопасности в стратегиях развития регионов / Саликов Ю.А., Кузьменко Н.И. // Стратегирование пространственного развития территорий России в новых экономических реалиях материалы международной научно - практической конференции к 50 - летию Липецкого филиала Финуниверситета. 2016. С. 514 - 519.
3. Шишкин, А. Г. Бюджетные проблемы в государстве: поиск решения : статья [Текст] / А. Г. Шишкин // Финансы. – 2013. – № 4. – С. 8 - 10.

© Н.И. Кузьменко, 2017

## **ПОНЯТИЕ, МЕХАНИЗМЫ, МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К УСТРАНЕНИЮ ДВОЙНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

В современном мире происходит сближение экономик различных стран. Подвергнув глобализации новые регионы, у компаний появляется возможность увеличить рынок сбыта. Одной из проблем организаций, ведущих свою деятельность на международной арене, становится двойное налогообложение объекта. А это в свою очередь приводит к отрицательному воздействию на развитие внешнеэкономических связей государств и нерациональности ведения международной деятельности. Международные налоговые соглашения, устраняющие двойное налогообложение, признаны главным способом решения возникших проблем.

Международное двойное налогообложение – это обложение сопоставимыми налогами в двух государствах (или более) одного налогоплательщика в отношении одного объекта за один и тот же период времени, вследствие чего возникают идентичность налогового платежа, тождественность объекта налогообложения, субъекта налогообложения и сроков уплаты налогов [6].

Стимулирование инвестиционной активности происходит за счет снижения налоговой нагрузки на физические и юридические лица, которые освобождаются от двойного налогообложения, путем заключения государствами международных соглашений по вопросам налогообложения и внутренних законодательных актов [5, с.92].

Подписание соглашений выгодно как странам нетто - импортерам капитала, так и странам донорам капитала. В первом случае происходит увеличение притока инвесторов в страну, во втором - усиливаются позиции транснациональных компаний на внешних рынках.

При помощи соглашений власти стараются снизить уклонение от уплаты налогов и исключить трансфертное ценообразование на рынке, не допуская перераспределение внутрифирменной прибыли в филиалы стран, применяющих более низкие налоговые ставки [5, с.93].

На данный момент Россия подписала 87 таких соглашений.

Следует рассмотреть их эволюцию. В 1928 году группа экспертов Лиги привела к сотрудничеству государства в области налогообложения, создав первый прототип модели. Далее происходил процесс унификации содержания. Так, ОЭСР в 1963 г. предложил типовую конвенцию, учитывающую в основном интересы доноров капитала. Именно в это время развитые страны доминировали по количеству подписанных соглашений [2, с.52].

Однако со временем число договоров между развитыми и развивающимися странами увеличилось, следовательно, требовалось адаптировать положения конвенции ОЭСР к

новым условиям. К этому приступил ООН, предложив новую модельную конвенцию в 1980 г., в которой изменилась структура соглашений в пользу стран - импортеров капитала [5, с.94].

Таким образом, стандарты конвенций ОЭСР и ООН стали определять содержание договоров об избежании двойного налогообложения.

В России вопрос совершенствования механизма устранения двойного налогообложения продолжает оставаться актуальным. Приток иностранных инвестиций, развитие внешнеэкономической деятельности компаний приводит к необходимости более подробного рассмотрения механизма устранения двойного налогообложения.

Проанализировав международные соглашения выделим основные действующие механизмы [7, с.176]:

- определение терминов;
- установление схемы взимания налогов в случае двойного налогообложения;
- определение действий различных государств в случае сохранения налогообложения доходов за каждым из них;
- устранение дискриминации при налогообложении плательщика налогов в другой стране;
- обмен информацией между компетентными органами;
- рассмотрение методов устранения двойного налогообложения резидентов.

Механизм устранения двойного налогообложения рассматривает два подхода.

В основе первого подхода лежит территориальная привязка. В данном случае государство может облагать налогами только доходы, полученные на ее территории. При получении доходов за пределами ее территории налогообложение не происходит. Минус данного подхода – различные способы стран определения территориальной привязки.

Второй основывается на резидентстве (постоянном местопребывании). Данный подход предусматривает налогообложение всех доходов резидента страны не зависимо от места их получения. Статус резидентства устанавливает внутреннее законодательство страны. Для физических лиц определяется в соответствии с гражданством, для юридических – по месту регистрации, месту осуществления основной деятельности и др [4, с.178].

Применение единого подхода позволило бы избежать возникновения ситуации двойного налогообложения. Однако неравномерность экономического развития приводит к сочетанию данных подходов в рамках государства, позволяя облагать налогами как доходы резидентов страны, так и доходы, полученные на территории.

Российская Федерация применяет подход резидентства. Так, глава 25 Налогового кодекса предусматривает налогообложение прибыли организации по мировому доходу [1].

Иностранные компании привлекаются к налогообложению в следующих случаях:

- наличие постоянного делового учреждения, позволяющее осуществлять иностранным компаниям деятельность на территории страны;
- сам факт осуществления деятельности. Следует отметить, что в некоторых странах подлежит налогообложению деятельность, не приносящая прибыль (общественная или благотворительная).

Обратим внимание, что если налогообложение в двух государствах сохраняется, то размер налога в одном из них ограничивают.

Налоговыми органами различных государств предусмотрены следующие методы устранения налогообложения своих резидентов:

1. Метод освобождения, при использовании территориального подхода, исключает налогообложение дохода, полученный за территорией данного государства. При данном методе государство обеспечивает независимость решения инвестора, вести деятельность на территории страны или за ее пределами [5, с.46].

2. Метод зачета (или метод налогового кредита: ограниченный или неограниченный) заключается в зачете налога, уплаченного с дохода в другом государстве, подлежащего уплате в данной стране.

Однако есть условия для принятия суммы к зачету [4, с.818]:

- если уплаченная сумма налога в государстве источника меньше предельной суммы зачета, то к зачету принимается сумма, равная сумме уплаты.

- если уплаченная сумма налога больше предельной суммы зачета, то к зачету принимается сумма, равная предельной сумме зачета.

Таким образом, высокая ставка налогообложения присутствует либо в стране, резидентом которой признан инвестор, либо в стране – источника дохода.

3. Метод налогового вычета (скидки) состоит в том, что из налоговой базы вычитается уплаченный налог в иностранном государстве.

Так, компании - резиденты несут большую налоговую нагрузку, в связи с чем происходит реинвестирование национальной экономики и предотвращается вывоз капитала за границу.

Для своих резидентов в Российской Федерации применяется метод налогового зачета.

В целом модель механизма устранения двойного налогообложения в России соответствует международным принципам, но некоторые из них не учтены (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнение инструментов механизма устранения международного двойного налогообложения в международной практике и применяемой в РФ [3, с.96]

В международной практике	В Российской Федерации
Принцип территориальности	+ (в отношении иностранных организаций)
Принцип резидентства	+ (в отношении российских организаций)
Понятие «резидент» и «нерезидент»	-
Принцип источника дохода	+
Правила источников дохода	-
Налоговый статус коммерческой деятельности:	
Постоянное представительство	+
Независимый агент	+
По контрактам с местными фирмами	+
Методы определения прибыли с постоянного представительства:	
Прямой	+
Косвенный	+ (ограничен)
Методы устранения двойного налогообложения:	
Зачет	+
Вычет	-
Освобождение	-

В одностороннем порядке решить проблему двойного налогообложения невозможно. Все методы должны взаимно дополнять друг друга. Проблема двойного налогообложения продолжает оставаться весьма актуальной. Развитие международной деятельности российских организаций приводит к необходимости совершенствовать налоговую систему внутри страны. В связи с чем приходится учитывать принципы налогообложения на международном уровне.

#### **Список использованной литературы:**

1. Международные договора «Об избежании двойного налогообложения и предотвращении уклонения от налогообложения в отношении налогов на доходы и капитал», Информ. - правов. система «КонсультантПлюс»
2. Абакарова Р.Ш. Основные проблемы двойного налогообложения / Р.Ш. Абакарова // Финансы и кредит. – 2014. - №2 (578). – С. 52 - 55.
3. Бурганова Р.Ш. Проблемы и перспективы устранения двойного налогообложения / Р.Ш. Бурганова // Science Time. – 2015. - №11 (23). – С. 92 - 98.
4. Кастанова Е.Д. Международно - правовые инструменты сотрудничества налоговых администраций с целью устранения двойного налогообложения и борьбы с уклонением от уплаты налогов / Е.Д. Кастанова // Актуальные проблемы российского права. – 2013. - №7. – С. 816 - 822.
5. Лобанов М. Соглашения об избежании двойного налогообложения как фактор трансграничной инвестиционной активности / М. Лобанов // Экономическая политика. – 2015. – №1. – С. 92 - 111.
6. Налоги и налоговое регулирование экономики: учеб. пособие / Л.Г. Ходов. – М.: ТЕИС, 2010. – 253 с.
7. Подчуфарова И.В. Принципы правового регулирования двойного налогообложения (международно - правовой аспект) / И.В. Подчуфарова // Актуальные проблемы российского права. – 2015. - №9. – С. 174 - 182.

© Е.О. Орлова, Н.А. Кузьмина, 2017

**УДК 336.7**

**Е.И. Куликова**

К.э.н., доцент Финансового  
университета При Правительстве РФ,  
г. Москва, Российская Федерация

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ**

В настоящее время все более отчетливо проявляются признаки давно предсказанной экспертами технологической революции, и площадкой для нее стал финансовый рынок. Очевидно, что новые технологии заменяют традиционных экономических посредников – брокеров и банковских служащих автоматизированными финансовыми платформами. Они

внедряются в разные виды финансового бизнеса – банковское и биржевое дело, страхование и управление активами, денежные переводы и др. Все это говорит о росте объемов и значимости финансового рынка в экономиках различных стран.

Предпосылками, определяющими направления развития финансовых рынков, явились глобальные тенденции в мировой экономике.

Одной из них является, по нашему мнению, трансформация товаров и рынков, которая приводит к сближению рынков как общих каналов перетока денежных средств и информации, а кроме того повышает роль финансового инжиниринга в части совершенствования рыночного инструментария. Таким образом, активизируются процессы использования схожих финансовых инструментов, механизмов и технологий на всех сегментах финансового рынка (производные финансовые инструменты, используемые и на рынке ценных бумаг, и на валютном рынке; портфельное инвестирование, применяемое на всех сегментах финансовых рынков).

Результатом трансформации денежной массы (второй общей для мировой экономики тенденцией) является выход значительной части экономики из - под прямого воздействия денежного регулятора (создание и использование криптовалют – Bitcoin; Litecoin, Peercoin и т.п., а также механизмов их оборота и хранения – blockchain, Proof - Of - Stake и др.). Криптовалюты формируются на основе новейших финансовых технологий, имеют ограничения по объему выпуска и, как следствие, перспективы роста.

Третьей тенденцией является изменение в содержании капитала, что приводит к ситуации, когда финансовый капитал существует все в большей степени как фиктивный капитал (в форме титула собственности), отрываясь от своей основы – реального капитала. Об этом свидетельствует не только перераспределение финансовых активов промышленных предприятий и компаний в пользу инвестиций на финансовых рынках, но и превращение сферы культуры, общественных социальных благ и т.п. в объекты получения прибыли, что мы отчетливо наблюдаем в настоящее время.

Развитие системной экономики обеспечивает единство подходов к регулированию различных структур и отраслей экономики. Анализ статистики, с целью выявления возможных направлений развития финансовых рынков, показывает опережающий рост финансовых активов по сравнению с глобальным ВВП. Более того, соотношение объемов финансовых активов мирового рынка и глобального ВВП (табл. 1) и их динамика подтверждает тезис о росте масштабов денежной массы не в результате потребностей товарно - денежного обращения, а за счет оборота фиктивного капитала и усиления его воздействия на движение промышленного капитала [1, с. 38].

Таблица 1

Соотношение финансовых активов и глобального ВВП (по данным [3])

Финансовые активы / глобальный ВВП, % - 2015 г.			
Мир	425 %	Россия	143 %
США	461 %	Китай	394 %

Рост масштабов финансового рынка определяет потребности в новых инструментах, технологиях и инвестиционных площадках во всех сегментах финансового рынка. Анализ современной ситуации на рынке FinTech указывает на стремительный рост компаний,



предлагающих подобные технологии. Так, прошедший в Казани в конце 2016 г. форум «Финополис 2016», посвященный изучению и внедрению новых технологий на российском финансовом рынке и выработке общего взгляда регулятора (Банка России) и бизнеса на перспективы трансформации финансовой индустрии под влиянием новых технологий, продемонстрировал значительный рост новых проектов в области инвестиционной деятельности; инфраструктурных решений; краудинвестинга; страхования; аутсорсингового бизнеса и т.п., реализуемых компаниями.

Полагаем, что инвестирование в развитие FinTech в России, будет реализовываться по следующим основным направлениям:

1) В банковской сфере. Переход к «цифровым банкам», которые просто обречены стать краеугольным камнем финансовой экосистемы. Инфраструктура таких банков может включать такие сервис - провайдеры, как страховые компании, брокеры, робоэдвайзеры, провайдеры трансграничных платежей, биржи валют, платформы p2p - кредитования. Все участники экосистемы будут поддерживать друг друга, тем самым обеспечивая положительную обратную связь;

2) В небанковской сфере. В борьбе за цифровые кошельки клиентов у банков есть соперники — это уже сложившиеся технологические гиганты (Яндекс, Mail.ru; Amazon; Google; eBay и др.), которые мыслят и развиваются вне традиционной банковской парадигмы и готовы обрабатывать клиентские данные на каждом этапе жизненного цикла клиента. Такая готовность обеспечивает им беспрецедентные возможности для анализа и вовлечения в повседневную финансовую жизнь человека;

3) Возникновение платформ в различных областях финансовой деятельности. Анализ российского рынка стартапов показывает широту охвата новейшими проектами таких сфер деятельности, как развитие новых технологий и новых типов поисковых систем и торговых площадок (краудинвестинг, создание маркетплейсов, онлайн - кредитование и др.), совершенствование инфраструктуры поддержки инновационных проектов: венчурные фонды, институты развития, акселерационные программы, вузы и др.

### **Список использованной литературы:**

1. Бугалин А.В. Теория: потенциал критического марксизма // Альтернативы. 2016. № 2. С. 8 – 41
2. Куликова Е.И. Предпосылки активизации инвестиций в FinTech в России // Наука и бизнес: пути развития». 2017. № 3(69). С. 55 - 59
3. Рубцов Б.Б. Выступление на IV Международной научной конференции «Глобальная экономика в XXI веке: диалектика конфронтации и солидарности». Москва, Финансовый университет, 02 - 03 марта 2017 г.
4. Фрумина С.В., Журавлева Т.А., Шапчиц Л.А. Проблемы стимулирования инноваций: финансовый аспект // Налоги и налогообложение. 2014. № 7. С. 709 - 717.

© Е.И. Куликова, 2017

**Е.С. Куркина**

Студент 3 курса факультета «Автоматизация, мехатроника и управление»  
Донской Государственный Технический университет  
Г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

**Я.В. Пащенко**

Студент 3 курса факультета «Автоматизация, мехатроника и управление»  
Донской Государственный Технический университет  
Г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

## **ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИНЖЕНЕРА - МЕНЕДЖЕРА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ**

Инновационное развитие является одним из приоритетных путей долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации. Долгосрочные ориентиры развития субъектов инновационной деятельности определяет стратегия инновационного развития Российской Федерации. Россия ставит перед собой амбициозные, но достижимые цели долгосрочного развития, заключающиеся в обеспечении высокого уровня благосостояния населения и закреплении геополитической роли страны как одного из лидеров, определяющих мировую политическую повестку дня. Единственным возможным способом достижения этих целей является переход экономики на инновационную социально ориентированную модель развития. [1]

Одной из проблем, ставших на пути реализации данной программы, является проблема дефицита кадров, способных эффективно объединить интеллектуальные и технологические ресурсы страны и обеспечить коммерциализацию создаваемых новшеств на внутреннем и глобальном рынках. Многие трудности переходных процессов могли бы быть преодолены или обойдены при наличии профессионально подготовленных специалистов, способных создавать механизмы формирования организационного потенциала инновационного развития компаний, владеющих специфическими методами и инструментарием управления инновациями [2].

Такое положение в кадровой сфере вызвало необходимость появления нового специалиста, обладающего навыками управленца и техническими знаниями. Как и специалиста любого профиля, инженера - менеджера определяют некоторые общепрофессиональные качества, такие как:

- высокая квалификация;
- профессиональная мобильность;
- готовность к профессиональной деятельности;
- готовность к непрерывному повышению квалификации и профессиональному развитию;
- творчество (инновации);
- высокая организационная культура;
- интеллектуальный потенциал.

От прочих специалистов инженера - менеджера отличает наличие синтеза технических и экономических знаний. При этом можно выделить знания и навыки технического толка, которыми должен обладать такой профессионал, к ним относятся:

- навыки проектирования технологических процессов в наукоёмком производстве;
- владение информационными технологиями, умение пользоваться глобальными информационными ресурсами, умение работать с компьютерными программами;
- знание международных стандартов, требований, предъявляемых к производимой на предприятии продукции на мировом рынке;
- умение разбираться в различных технических вопросах, ориентироваться в технической терминологии и документации;
- умение проведения испытаний и контроля качества наукоёмкой продукции;
- знание технологических требований к ремонту производственного оборудования;
- навыки работы в условиях жёсткой стандартизации;
- знание производственных площадей предприятия, парка имеющегося оборудования, проблем и возможностей их использования.

Также инженер - менеджер должен владеть знаниями и навыками в области экономики, производственного и социального менеджмента, включая:

- знания организационных и технологических взаимосвязей между подразделениями предприятия;
- знания в области организации и нормирования труда персонала, соблюдения техники безопасности на производстве;
- знания в области теории и методов управления;
- навыки решения типовых производственных задач и принятия оперативных решений, необходимых для предотвращения или ликвидации производственного сбоя;
- умение планировать, организовать, контролировать работу по всем направлениям деятельности предприятия;
- умение анализировать сложившуюся ситуацию, проводить причинно - следственный анализ проблем и осуществлять поиск оптимального пути решения проблемы;
- умение разрабатывать локальные нормативные документы, касающиеся процессов организации, планирования, контроля и мотивации производственной деятельности;
- умение стимулировать работников к высококачественному труду, к повышению уровня своей квалификации, создавать условия для карьерного роста подчинённых;
- знание нормативной документации, правовые знания в сфере своей профессиональной деятельности;
- организаторские качества, умение правильно подобрать команду, распределить обязанности среди персонала, организовать коллектив на выполнение производственных задач;
- владение способами экономии ресурсов и умение применять их;
- экономические знания, понимание экономической сущности процессов и явлений [3].

Таким образом, современный представитель профессии инженер - менеджер должен обладать полноценными знаниями экономики, права, менеджмента и маркетинга, а также знать техническую сторону вопроса в области своей специализации и быть в курсе последних нововведений, открытий в различных сферах приложения его деятельности. Инженер - менеджер – специалист, который находится в вечном поиске новых знаний,

постоянно обновляет свой инструментарий и стремится повысить собственный профессиональный уровень.

Именно такой специалист важен для инженерной системы России и реализации плана перехода страны к инновационной экономике, изложенного в стратегии инновационного развития Российской Федерации. Данная система включает в себя как разработку новой продукции, так и организацию ее производства и доведения до потребителей. [4] Задачей инженера - менеджера с технической точки зрения является сделать продукт наиболее надежным, долговечным, безопасным, экологичным, соответствующим уровню технического прогресса; а с экономической, выбрать стратегию выхода на рынок, назначить оптимальную цену, проанализировать существующие риски, найти ресурсы, отвечающие требованиям производственного процесса, при этом доступные. Учитывая все перечисленные факторы, специалист должен создать товар, наиболее оптимально удовлетворяющий потребности потребителя. Решить данную задачу комплексно может только инженер - менеджер.

#### **Список использованных источников**

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года от 8 декабря 2011г. N 2227 - р // Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. URL: <http://ac.gov.ru/projects/public-projects/04840.html>;
2. Подготовка инженеров - менеджеров по управлению инновациями — залог успешного развития компании / А.Н. Асаул // Экономическое возрождение России. –2009. – № 1(19). – С.3 - 7.
3. Фролова И. И., Ахметзянова Г. Н., Валеева Н. Ш. Модель инженера - менеджера для наукоёмкого производства // Вестник Казанского технологического университета. 2013. №20. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/model-inzhenera-menedzhera-dlya-naukoymkogo-proizvodstva>.
4. Кочетков Г.Б. Роль и место инженера в инновационной экономике // Российское предпринимательство. — 2000. — № 11 (11). — с. 68 - 75.

© Е.С. Куркина, Я.В. Пащенко, 2017

#### **УДК 331.1**

**Э. М. Абдулхаирова**

к.э.н. ст. преп. кафедры «менеджмента и государственного управления»  
«Крымский инженерно - педагогический университет»

**А. А. Кучерявая**

студентка 4 курса факультета экономики, менеджмента и информационных технологий  
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»  
г. Симферополь, Российская Федерация

#### **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Оценка персонала является значимым этапом в трудовой деятельности работника, после прохождения которого его статус в компании может существенно измениться. Изменения

могут заключаться в смене должности, увеличении или уменьшении полномочий, росте или снижении заработной платы и т.д. [2]

Конечно, при приеме на работу служба персонала тщательно отбирала всех кандидатов, определила худших и оставила лучших, узнала о них все, что требовалось. Однако это было давно — когда работник только принимался на работу. Прошло 6 месяцев, 1 год, 2 года... За это время может многое измениться. Например, работник может профессионально вырасти либо стать нелояльным к компании, но ничем отрицательным себя не проявит. Поэтому целесообразно проводить периодически оценку кадрового потенциала персонала на предприятии. [2, с 85]

Для проведения оценки используют различные методы: аттестация, управление по целям (МВО), управление результативностью, метод 360 градусов, ассесмент - центр, экспресс - оценка.

1. Аттестация - представляет собой процесс оценки эффективности выполнения сотрудником своих должностных обязанностей, осуществляемый непосредственным руководителем. Одним из главных преимуществ аттестации перед другими видами деловой оценки является легитимность ее результатов (т.е. результаты аттестации могут использоваться для увольнения, повышения, перевода сотрудника на абсолютно законных основаниях).

Недостаток: субъективность оценки, так как выполнение задач зачастую оценивается одним человеком - руководителем

2. Управление по целям (УПЦ) Management by objectives (МВО) Проведение оценки методом УПЦ заключается в совместной постановке задач руководителем и сотрудником и оценке результатов их выполнения по истечению отчетного периода.

Методика МВО – она связана с выделением ключевых показателей эффективности (KPI), которые определяют в начале отчетного периода руководитель с подчиненным. Итоги подводятся во время итоговой беседы (оценочного интервью). Достоинство методики МВО – в прозрачности системы оценки и простоте измерения достижений.

Преимущества: работник понимает критерии успешности работы до начала выполнения работы; метод оптимален по периоду выполнения работ; видны элементы обратной связи.

Недостаток в субъективной оценке, так как выполнение задач как правило оценивает один человек - руководитель

3. Управление результативностью (УР). Оценивает не только результаты, но и компетенцию сотрудника, т.е. личностные качества, которые необходимы ему для достижения поставленных целей.

Преимущества: дает ясное представление критериев оценки сотрудников; ориентирует на обучение и развитие сотрудников; сотрудник получает обратную связь в течении года.

Недостатком метода является то, что оценка требует большей предварительной работы и больших временных затрат для проведения оценки.

4. Ассесмент - центр (групповой и индивидуальный). Ассесмент - центр предназначен для оценки сотрудников по компетенциям под конкретную задачу.

Он может включать бихевиоральное (бихевио - поведение) интервью, а также кейсы (игровые ситуации, деловые игры, психологические тесты, самопрезентации, кейсы, упражнения). За поведением сотрудника наблюдают: внешние консультанты, сотрудники управления персонала, руководитель высшего звена. Как правило, на таком мероприятии

оцениваемые (до 20 человек) разбиваются на группы (от 3 до 5) и выполняя определенные упражнения по группам и лично, демонстрируют те или иные компетенции.

Преимущества - объективная оценка

Недостаток метода большие расходы на проведение ассессмент - центра, высокий уровень стресса при получении обратной связи, особенно для амбициозных сотрудников.

5. Метод «360 градусов». Особенность метода заключается в том, что сотрудника оценивают четыре группы людей: руководитель, подчиненные, коллеги, клиенты или партнеры.

Форма: набор утверждений (по сути, это индикаторы компетенций), их около 40 - 50. Каждый оценщик отвечает на утверждение формы в отношении оцениваемого и выставляет свой балл.

Преимущества: объективная оценка, которую редко можно получить в обычной жизни; способствует доверию. более открытой обратной связи; учитывает мнение внешних клиентов; способствует укреплению корпоративной культуры

Недостаток метода: оцениваются только компетенции, а не результаты работы; требуется высокая степень конфиденциальности; оплачиваются услуги внешних консультантов; трудно добиться откровенности при ответах на вопросы.

6. Экспресс - оценка. При желании ее можно провести буквально за час используя при этом минимум средств. Методики экспресс оценки (тестирование, профессиональные задания, наблюдение, интервью, ролевые игры). [1, с 104]

Перечисленные методы имеют как преимущества так недостатки, однако следует отметить, что каждый метод оценки используется для решения конкретных задач, поставленных отделом кадров на предприятии, которые перечислены в таблице №1.

Таблица № 1 Назначение методов оценки персонала.

Метод оценки	Подбор сотрудника на вакансию	Окончание испытательного срока	Текущая оценка результатов труда	Перевод на новую должность	Решение об обучении	Формирование кадрового резерва	Решение об увольнении
Аттестация			+	+ -	+	+ -	+
Тестирование	+			+			
Структурное интервью	+	+ -					
МВО			+	+			
УР			+	+	+	+ -	
Метод 360				+ -	+	+	
Ассесмент - центр	+ -				+ -	+	

Таким образом, необходимо в начале выработать цели, которых требуется достичь с помощью оценки, а уже затем выбирать метод, которым будет проведена оценка, это позволит сделать ее более эффективной. Правильно проведенная оценка позволяет сформировать более глубокое понимание уже существующего персонала для определения дальнейшей стратегии развития на предприятии и усиления персонала, создания кадрового резерва.

#### **Список использованной литературы:**

1. Басария Т.В. Методы оценки управленческого персонала в современной компании. / Ломоносовские чтения 2003г. Аспиранты. Том №2. Секция социологии организаций и менеджмента.

2. Литягин А. Семинар «Оценка эффективности персонала». – М.: Кадровый клуб, 2002..

© Абдулхайрова Э. М., Кучерявая А. А.; 15.05.17

**УДК 330**

**Кушмухамбетова Д.Ш.**

Студент,

Саратовский национальный исследовательский государственный университет

имени Н.Г. Чернышевского,

Г. Саратов, Российская Федерация

### **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК БАЗОВЫЙ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Институт предпринимательства - по своей сути является экономической основой цивилизации, поскольку зародился он в глубокой древности и прошел длительный путь эволюционного развития. Рассматривая историю развития предпринимательства, стоит отметить, что талантливые предприниматели жили и в Древнем Риме и в эпоху Раннего Средневековья. История цивилизации изобилует именами великих талантливых купцов Европы (Дендрих, Альберти, Медичи, Строщи), названиями торговых компаний (Ост - Индская компания, Ганзийский союз) и сезонных ярмарок. Промышленная революция XVII - XVIII веков породила целую плеяду талантливых предпринимателей, даже предпринимательских семей, в том числе и в России (Елисеевы, Никитин, Шелихов, Демидовы, Гучковы, Морозовы и многие другие).

Облик современного института предпринимательства сформировался под влиянием объективных процессов, происходящих в экономике и обществе в целом. Произошли как трансформации, касающиеся функционирования самого рассматриваемого института - это касается и содержания предпринимательства, и его форм, и методов регулирования института; так и изменился сам подход к анализу этого основополагающего института экономики, что связано с появлением новых парадигм и концепций.

Развитие предпринимательства важная экономическая характеристика, которая является показателем качества экономических институтов. Оно также свидетельствует о качестве и

предпринимательской инициативе человеческого капитала; показывает степень экономической свободы в обществе; отражает степень развития инноваций, позволяющих индивидам работать индивидуально и создавать удаленные предприятия и отдельные рабочие места [1].

Успехи, достигнутые человечеством в развитие информационных технологий, привели к трансформации экономических отношений в обществе. Появление новых технологий, в условиях быстроразвивающегося общества открыло новые горизонты для ведения бизнеса. Зарождение виртуального предприятия стало одной из лидирующих форм развития предпринимательства. Виртуальные предприятия (ВП) следует рассматривать как единую сеть физических и юридических лиц, осуществляющих совместную деятельность с целью получения прибыли. Разумеется, в такой трактовке ВП не предстают новшеством и отражают вполне прижившуюся (но пока еще не слишком распространенную) практику ведения бизнеса. Что действительно является новшеством, так это придание подобной практике статуса парадигмы современного хозяйствования в сочетании с использованием технологии электронной коммерции. Наиболее обоснованным является определение, данное Данконтон, который предполагает, что ВП представляет собой единую сеть творческих личностей, объединившихся с целью производства коммерческой продукции и поддерживающих друг с другом связь через Internet в режиме реального времени [2]. Он подчеркивает, что ВП состоит из группы людей (организаций), сотрудничающих друг с другом и применяющих современные информационные технологии в ходе производства продукции, отвечающей запросам потребителей. Данное определение, будучи наиболее приемлемым, все же не является универсальным, поскольку ВП бывают различных видов и, например, могут не только производить продукцию, но и оказывать услуги.

Безусловно, институт предпринимательства во всем многообразии его форм был и остается базисом любой экономической системы. Именно он позволяет создавать, эффективно комбинировать ресурсы и интеллектуальный капитал, создавая тем самым добавленную стоимость в экономике. Предприниматель - инноватор является катализатором интенсивного экономического роста. Предпринимательство необходимо рассматривать как социально - экономический феномен, базис которого составляет интеллектуальный капитал как интерспецифический ресурс предпринимательства, приносящий прибыль при условии широкого внедрения внутрифирменного управления знаниями как одной из главных основ перехода к инновационному типу развитию.

Предпринимательство является особой формой проявления общественно - экономических отношений, возникающих в ходе инициативной инновативной деятельности индивидуальных (коллективных) хозяйствующих субъектов в сферах производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ, нацеленной, как правило, на получение прибыли (дохода) и осуществляемой от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность.

Развитие российского предпринимательства проходило оторванно от общемировых процессов формирования малого бизнеса и генезиса крупных корпораций, с задержкой за несколько десятилетий, что не могло не привести к образованию институционального вакуума и институциональных ловушек [3]. Помимо этого, такая оторванность от общемировых экономических процессов привела к формированию заведомо дисфункциональной институциональной среды предпринимательства и неэффективной рыночной инфраструктуры. Следующее немаловажное обстоятельство - это то, что "почвой" для развития предпринимательства стали не рыночные отношения на любой стадии своего развития, а плановая экономика, к тому же демонстрирующая в 80 - е годы XX века глубокие кризисные явления. И третье обстоятельство, которое также сыграло и до



сих пор играет важную роль в развитии института предпринимательства, - это тот факт, что многие десятилетия предпринимательство (или более привычное для советского периода понятие - спекуляция) имело негативное, криминальное значение, было вне закона и жестоко им каралось. По большому счету данный тезис до сих пор не изжит из менталитета российского человека. Безусловно, все эти особенности процесса формирования института предпринимательства усложнили развитие эффективного, дееспособного института предпринимательства, и спровоцировали появление многих дисфункций данного института.

Резюмируя вышеизложенное, можно говорить о том, что предпринимательство это социально - экономический институт, в основе которого лежит интеллектуальный капитал. Это процесс самообновления и самоорганизации индивидуумов и предприятий на разных уровнях с целью получения прибыли. Эффективное развитие какой бы то ни было экономической системы невозможно без предпринимателей, способных стимулировать инновационное развитие.

### Список использованной литературы

1. Ромашкин Т.В., Фимушкина А.А. Государственная поддержка малого бизнеса: миф или реальность? // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. Выпуск 2. Научный журнал. 2016. Том 16.
2. См.: Осовская Г.В. Стратегический менеджмент. [https://uchebnikonline.com/menedgment/strategichniy\\_menedzhment\\_-\\_osovska\\_gv/strategichniy\\_menedzhment\\_-\\_osovska\\_gv.htm](https://uchebnikonline.com/menedgment/strategichniy_menedzhment_-_osovska_gv/strategichniy_menedzhment_-_osovska_gv.htm)
3. Манохина Н.В., Мирошниченко Н.В., Устинова Н.Г. Институциональное управление в инновационной среде. М - во образования и науки РФ, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Саратовский гос. социально - экономический ун - т". Саратов, 2011.

© Д.Ш. Кушмухамбетова, 2017

УДК 378.14

**И.Б. Кушнир**

к. э. н., доцент кафедры «Информатика»

ИСО и П (филиал) ДГТУ в г. Шахты

**А.М. Тиньгаева.**

студентка 3 курса факультета сервиса,

экономики и предпринимательства

ИСО и П (филиал) ДГТУ в г. Шахты

## ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Существует множество подходов к управлению внутренней информационной средой предприятия. И в связи с этим, компания может выбирать тот, который наиболее полно удовлетворяет ее потребностям. Внутренняя информационная среда – это информационные ресурсы и все то, что связано с информационной деятельностью

работника и пользователя в информационной службе. Информационные ресурсы, такие как компьютерные классы, мультимедиа средства развиваются и вместе с ними должна постоянно совершенствоваться информационная система предприятия.

Для повышения эффективности функционирования персональных компьютеров на предприятии применяются сетевые технологии. Объединение персональных компьютеров в сеть по типу «Звезда» с выделенным сервером, позволяет достичь определенного роста производительности труда.

В то же время, гибкость и прозрачность значительно повышаются лишь в результате применения интегрированных информационных и управленческих систем, которые способствуют быстрому и более легкому обмену информацией между подразделениями предприятия.

За последние несколько лет, развитие информационных технологий достигло такого уровня, что уже невозможно себе представить, как можно работать без качественного выхода в Интернет. Обычно современные компании размещают в сети свой корпоративный сайты в целях практического применения для того, чтобы дать пользователю общее представление о компании и предлагаемой им продукции и услугах [1, С.25].

Тема данной статьи довольно актуальна и поэтому должна касаться вопросов улучшения управления внутренней средой предприятия. Рассмотрим возможности применения корпоративного портала как информационной системы – интранет, предоставляющий возможности внутренних коммуникаций и интеграции сторонних приложений. Сотрудникам имеют доступ к информации о компании, ее подразделениях, контактах сотрудников, общим документам и документам отдельных подразделений, а также к внутренним сервисам, таким как обработка заявок, электронный архив документов, согласование документов. Интранет – это внутренняя частная сеть организации.

1С - Битрикс: Корпоративный портал – программный продукт для создания внутрикорпоративного информационного ресурса, решающего коммуникационные, организационные и HR - задачи компании, и является расширением традиционной корпоративной информационной системы «1С: Предприятие» [2, С.15 - 20].

Продукт «1С - Битрикс: Корпоративный портал» разработан на базе платформы «1С - Битрикс». Покупатель сможет увеличивать перечень возможностей решения и исполнять всевозможные доработки бизнес - логики, беря во внимание образовавшиеся потребности и бизнес - процессы.

Корпоративный портал является функциональной системой, поскольку, с помощью него можно поддерживать общение в компании рабочих групп, работников разных должностей, обсуждать различные документы, статьи, формировать постоянные аудитории портала и достигать других целей.

Корпоративный портал - новый класс программного обеспечения для эффективного решения задач трех направлений:

- коллективная работа;
- коммуникации;
- корпоративная культура.

Живой диалог корпоративного портала считается действенным инструментом для каждодневной коммуникации между работниками, потому что ускоряет и удешевляет

данные коммуникации, следовательно, способствует увеличению их эффективности [3, С.107].

Интерактивный инструмент – Веб - мессенджер позволяет эффективно общаться и получать информацию прямо через браузер: пользователи портала имеют все шансы общаться посредством стремительных персональных сообщений, перечень контактов складывается согласно структуре фирмы, центр нотификации выводит информацию о новых событиях на портале, случается инициация сотрудников на портале (онлайн), ведется архив сообщений диалогов пользователей и другие вещи, которые позволяют сделать лучше внутреннюю информационную среду предприятия.

Существуют определенные причины выбрать «1С - Битрикс: Корпоративный портал» поскольку это готовый функционал для большинства задач, представляющий широкие интеграционные возможности развития партнерской сети. Обширный технологический опыт разработчика обеспечивают высокую скорость внедрения, простоту и легкость работы благодаря технической поддержке и документации.

Проанализировав различные возможности использования корпоративного портала, можно сделать выводы, что он позволит повысить эффективность управления внутренней информационной средой предприятия и поддержки принятия решений менеджерами компании за счет организации сбора, консолидации и анализа необходимой информации на интранет портал. Корпоративный портал способствует повышению эффективности коммуникаций на уровнях взаимодействия «Компания - Сотрудник», «Сотрудник - Сотрудник», «Подразделение, Рабочая группа - Сотрудник», «Подразделение - Подразделение», что позволяет проводить в жизнь общую корпоративную культуру и использовать гибкость и универсальность современных информационных технологий для управления [4, С.79].

Делая вывод из всего вышесказанного, следует отметить, что процесс ведения проекта представляет собой определение функций программного комплекса. Первым этапом внедрения проекта должно быть определение основных целей и задач, которые ставятся при создании Корпоративного портала, которые выясняются путем опроса ключевых пользователей. Благодаря грамотному и правильному внедрению Корпоративного портала могут быть решены совместные задачи Компании.

#### **Список использованной литературы:**

1. Щербина В. В. Социальные теории организации.– М., 2000. – 264 с.
2. Басыров - Попов Р.И. 1С - БИТРИКС Корпоративный портал. Повышение эффективности компании. 2 - е изд. – СПб: Питер, 2012. – 412 с.
3. Ивушкина Е.Б. Кушнир И.Б. Фактор культуры в формировании инновационной экономики. //Вестник развития науки и образования. – 2015. – № 4. – С. 106 - 112
4. Николаева Е. А. Внедрение корпоративного портала на примере 1С: Битри // Технические науки в России и за рубежом: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Москва, январь 2016 г.). – М.: Буки - Веди, 2016. – С. 78 - 80.

© И.Б. Кушнир, 2017

© А.М. Гиньгаева, 2017

**Е. А. Лебедева**  
Студент 4 курса  
Экономический факультет  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (ф) ДГТУ  
г. Шахты, Российская Федерация  
Руководитель: **А. И. Новиков**  
К. э. н., доцент кафедры «ЭиМ»  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (ф) ДГТУ  
г. Шахты, Российская Федерация

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И СБЫТА ПРОДУКЦИИ В КЕРАМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Необходимость совершенствования системы распределения и сбыта продукции предприятия обоснована тем, что, как и у любой системы, в ней происходят изменения, а следовательно, возникают проблемы. Распределительная и сбытовая деятельность представляет собой динамичный и постоянно развивающийся мир, который постоянно бросает управленческие вызовы, требующие незамедлительных решений для обеспечения главной цели функционирования предприятия – удовлетворения запросов потребителей. Контроль за соотношением наличия благ в распоряжении хозяйствующего субъекта и потребностью в них потребителей служит основополагающей задачей менеджеров по распределению. Конкурентоспособность выпускаемых товаров и оказываемых услуг является важнейшим показателем успешности деятельности любой организации и обеспечивается различными факторами, одним из которых является оптимальная система распределения и сбыта готовой продукции, через которую предприятие выходит на рынок к тем, ради кого существует, что и доказывает исключительность данной системы. Показатели объемов производства, экспорта, импорта и потребления керамической плитки позволяют оценить производительность российской керамической промышленности и выявить резервы роста. В таблице 1 приведены объемы производства, экспорта, импорта и потребления керамической плитки в России с 2006 по 2016 год в млн. кв. м [1].

Таблица 1 – Производство и рынок керамической плитки в России, млн. кв. м.

Наименование показателей	Производство и рынок керамической плитки в России, млн. кв. м. по годам										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Производство	115	135	147	117	126	136	154	166	166,7	170,4	161,1
Экспорт	10	15	12	12	9	11	13	16	19	22	24
Импорт	46,2	55,4	62,8	38,1	51,3	62,9	72	80,4	73	46,2	37,8
Внутреннее потребление	153	176	191	139	158	181	213	230	220	194,6	174,9
Доля местного производства в потреблении, %	69,8	68,5	67,1	72,6	67,5	65,2	66,2	65,2	66,8	76,3	78,4
Доля импорта в потреблении, %	30,2	31,5	32,9	27,4	32,5	34,8	33,8	34,8	33,2	23,7	21,6

Рассчитаем и сравним темпы прироста показателей производства и рынка керамической плитки в России в нижеприведенной таблице 2.

Таблица 2 – Темпы прироста показателей производства и рынка керамической плитки в России, %

Наименование показателей	Темпы прироста показателей производства и рынка керамической плитки по годам, %									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Производство	17,39%	8,89%	-20,41%	7,69%	7,94%	13,24%	7,79%	0,42%	2,22%	-5,46%
Экспорт	50,00%	-20,00%	0,00%	-25,00%	22,22%	18,18%	23,08%	18,75%	15,79%	9,09%
Импорт	19,91%	13,36%	-39,33%	34,65%	22,61%	14,47%	11,67%	-9,20%	-36,71%	-18,18%
Внутреннее потребление	15,03%	8,52%	-27,23%	13,67%	14,56%	17,68%	7,98%	-4,35%	-11,55%	-10,12%

Начиная с мирового экономического кризиса 2008 г. динамика российской керамической промышленности характеризовалась спадами производства, так и не достигнув, исходя из данных таблицы 2, до 2016 года темпов прироста 2007 г. (17,39 %). Валютный кризис 2014 - 2015 гг. в России также повлек за собой падение производства, удержав его в 2016 г. на уровне 5,46 % относительно 2015 г., снизившись с 170,4 до 161,1 млн. кв. м.

Экспорт в 2016 г. составил 24 млн. кв. м, что на 9,09 % больше показателей 2015 г., и направлен он, как и в прошлые годы, преимущественно на рынки Казахстана, Киргизии, Белоруссии, Украины и Узбекистана. Национальное потребление снижается с 2014 г. еще на 10,12 % , опустившись с 194,6 млн. кв. м в 2015 г. до 175 млн. кв. м. в 2016 г. Наибольший застой отмечается в очередной раз в области импорта и оценивается не более чем в 38 млн. кв. м. ( - 18,18 % , уже после значительного спада в 36,71 % , отмеченного в 2015 г.): все страны - экспортеры, за исключением Германии и Белоруссии, понесли потери в общем объеме от 13 до 50 % , что отражено в таблице 3. Доля импортной продукции в общем объеме внутреннего потребления снизилась до 21,6 % . Самым крупным российским производителем остается Керама Мараччи (Mohawk Group), которая по итогам года достигла объемов производства в 31 млн. кв. м., а объем выручки увеличился вдвое, что стало возможным в том числе и благодаря расширению сферы деятельности в области интерьера ванных комнат. Как видно в таблице 4 [1], крупнейшими импортерами в Россию являются Белоруссия, Украина, Испания.

Таблица 3 – Импорт керамической плитки в Россию, млн. кв. м.

Страна	Импорт керамической плитки в Россию по годам, млн. кв. м.										Темп прироста	
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015		2016
Белоруссия	7,7	9,2	11,0	10,9	14,0	14,1	12,0	14,4	15,8	14,0	12,9	-7,86%
Украина	1,9	2,8	5,7	6,2	10,1	13,8	17,0	20,5	15,2	11,2	9,0	-19,64%
Испания	10,1	11,2	13,9	7,1	9,3	10,4	13,0	13,1	13,1	7,5	5,8	-22,67%
Италия	4,6	7,4	5,5	2,7	3,4	3,9	4,6	4,9	4,5	3,1	2,7	-12,90%
Китай	11,7	12,5	13,9	4,8	7,4	10,6	10,8	14,9	12,8	4,5	2,6	-42,22%
Польша	5,6	6,1	6,3	3,5	4,0	4,7	5,8	5,6	5,1	2,8	2,5	-10,71%
Германия	0,5	0,6	0,9	0,5	0,6	1,2	1,5	1,7	2,0	1,1	1,3	18,18%
Турция	1,3	0,8	1,0	0,4	0,7	1,3	2,0	1,8	1,5	0,6	0,3	-50,00%
Другие страны	2,8	4,8	4,6	2,0	1,9	2,9	5,5	3,6	3,0	1,4	0,7	-50,00%
<b>ИТОГО</b>	<b>46,2</b>	<b>55,4</b>	<b>62,8</b>	<b>38,1</b>	<b>51,4</b>	<b>62,9</b>	<b>72,2</b>	<b>80,5</b>	<b>73,0</b>	<b>46,2</b>	<b>37,8</b>	<b>-18,18%</b>

Таблица 4 – Удельный вес импорта керамической плитки в Россию, %

Страна	Удельный вес импорта керамической плитки в Россию по годам											Спарклайны
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Белоруссия	16,7%	16,6%	17,5%	28,6%	27,2%	22,4%	16,6%	17,9%	21,6%	30,3%	34,1%	
Украина	4,1%	5,1%	9,1%	16,3%	19,6%	21,9%	23,5%	25,5%	20,8%	24,2%	23,8%	
Испания	21,9%	20,2%	22,1%	18,6%	18,1%	16,5%	18,0%	16,3%	17,9%	16,2%	15,3%	
Италия	10,0%	13,4%	8,8%	7,1%	6,6%	6,2%	6,4%	6,1%	6,2%	6,7%	7,1%	
Китай	25,3%	22,6%	22,1%	12,6%	14,4%	16,9%	15,0%	18,5%	17,5%	9,7%	6,9%	
Польша	12,1%	11,0%	10,0%	9,2%	7,8%	7,5%	8,0%	7,0%	7,0%	6,1%	6,6%	
Германия	1,1%	1,1%	1,4%	1,3%	1,2%	1,9%	2,1%	2,1%	2,7%	2,4%	3,4%	
Турция	2,8%	1,4%	1,6%	1,0%	1,4%	2,1%	2,8%	2,2%	2,1%	1,3%	0,8%	
Другие страны	6,1%	8,7%	7,3%	5,2%	3,7%	4,6%	7,6%	4,5%	4,1%	3,0%	1,9%	

В условиях кризиса керамическая отрасль испытывает те же проблемы, что и большинство других отраслей экономики. Можно выделить специфические факторы, влияющие на разработку распределительной и сбытовой системы, разделяя их на внутренние и внешние. К внутренним факторам мы отнесем особенности продукции, маркетинговую политику (ценообразование, схема распространения товара, реклама), производственный процесс и менеджмент (цели и стратегии предприятия), к внешним факторам отнесем потребителей, посредников, конкурентов и макросреду. Если факторы внутренней среды практически полностью подконтрольны предприятию, то факторы внешней среды неуправляемы, что вызывает необходимость менеджеров рисковать в принятии решений.

Уровень востребованности на материалы керамической промышленности снижается за счет уменьшения общей деловой активности и платежеспособного спроса на 10 % в 2016 году, что существенно. Розничные цены на импортную плитку выросли вслед за валютой на 40 - 50 % , а на российскую плитку поднялись на 10 - 20 % , являясь позитивной тенденцией, снижая импорт керамики из - за девальвации. Продукция российских предприятий стала более востребованной как в рознице, так и у застройщиков, еще одной особенностью является длительный период транспортировки сырья и материалов. Процесс строительства требует огромных объемов материалов, в связи с чем, организовывать их доставку из других стран оказывается очень дорого. Считается, что перевозки стройматериалов на расстояния более 450 км нерентабельны [2]. В связи с этим, крупные промышленные предприятия и строительные компании организуют свою деятельность, преимущественно, в регионах с развитой промышленностью строительных материалов. Негативными фонами для отрасли являются сокращение государственных и частных инвестиций в инфраструктуру и жилищные программы, сокращение доступности ипотеки, рост незанятых коммерческих помещений. Цена и стабильность становятся определяющими факторами [3]. Рынок керамической плитки обладает свойством сезонности, производство имеет непрерывный цикл, что затрудняет эффективный переход на другие объемы производства, запасы готовой продукции в зимний период времени накапливаются, следовательно, возникают высокие издержки на содержание больших складских площадей [4].

### Список использованной литературы:

1. Журнал «Ceramic world» русское издание. «World Production. Consumption of Ceramic Tiles». Acimac November 2016 and estimates for 2016.
2. Пацок Е.С. Комплекс маркетинга на предприятиях промышленности строительных материалов. / Волгоградский государственный технический университет, 2016. 154 с.
3. Черкесова Э. Ю., Гайдагова 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](http://e-koncept.ru/2016/46198.htm).
4. Новиков А. И. Построение распределительных логистических систем на основе маркетинговой информации: монография / А. И. Новиков, С. В. Рыжкин. – Шахты: Изд - во ИСОиП (ДГТУ), 2012. - 97 с.
5. Киянова Л.Д. Управление сбытовой деятельностью предприятия на принципах распределительной логистики / РГСУ, 2014 - 161 с.

© Е. А. Лебедева, А. И. Новиков, 2017

УДК 338

**А.А. Лобова**

студентка 4 курса факультета финансы и кредит  
Кубанский государственный аграрный университет  
Научный руководитель: И.Е. Халаявка  
к.э.н., доцент кафедры «Экономика предприятий»  
Кубанский государственный аграрный университет  
Г. Краснодар, Российская Федерация

### ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Финансовое состояние – важнейшая характеристика экономической деятельности организации. Оно определяет конкурентоспособность организации, ее потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы экономические интересы самой организации и ее партнеров по финансовым и другим отношениям. Финансовое состояние организации, ее устойчивость и стабильность зависят от результатов ее производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственные и финансовые планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение организации. И наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшению выручки и суммы прибыли и как следствие ухудшение финансового состояния организации и ее платежеспособности. Следовательно, устойчивое финансовое состояние не является случайностью, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности организации.

Основной целью анализа финансового состояния является получение ключевых информативных показателей, дающих объективную картину финансового положения организации, рентабельности продукции и капитала. Для этого обычно оцениваются

платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость, деловая активность, а также рентабельность продукции и капитала.

Анализ финансового состояния может быть сделан с разной степенью детализации в зависимости от целей анализа, существующей информации, технологического и кадрового обеспечения.

В рыночной экономике анализ финансового состояния составляет важнейшую часть информационного обеспечения для принятия руководством организации управленческих решений. На сегодняшний день предложено огромное количество различных методик финансового анализа, которые используются аналитиками для решения тех или иных задач.

Рассмотрим основные методики анализа финансово - хозяйственной деятельности организации с позиции разных авторов.

В настоящее время широкое распространение получили методики: А.Д. Шеремета, В.В. Ковалева, Е.В.Негашева, Г.В. Савицкой и др.

При рассмотрении методики Г. В. Савицкой можем наблюдать выделение двух важнейших характеристик — финансовая устойчивость и платежеспособность. По мнению Г. В. Савицкой, финансовая устойчивость характеризует внутреннюю сторону финансовой деятельности организации, а платежеспособность считается внешним проявлением финансового состояния предприятия. Также из методики данного автора следует, что неотъемлемой частью оценки финансового состояния хозяйствующего субъекта является: анализ источников формирования капитала, анализ имущественного состояния предприятия, анализ эффективности использования капитала, а также уже отмеченные анализ финансовой устойчивости, платежеспособности и диагностика риска банкротства. В качестве недостатка данной методики можно выделить отсутствие методики составления прогноза финансово - хозяйственной деятельности [2, с. 378].

Анализ финансового состояния организации по методике А.Д. Шеремета, Е. В. Негашева определяется в соотношении данных ее активов и пассивов, т.е. всех денежных средств организации и источников, которые формируют данные средства. К основным задачам анализа состояния организации по предложенной методике можно отнести: определение показателей финансового состояния, изучение причин их роста или снижения за определенный период времени, разработка рекомендаций и мероприятий по повышению финансовой устойчивости и платежеспособности организации. Также в методике отдельно выделяется анализ рентабельности активов и обязательств. Особый акцент делается на проведение финансового анализа неплатежеспособных организаций. В качестве недостатка данной методики можно назвать отсутствие анализа риска банкротства организации, прогноза финансовой деятельности [3, с. 208].

По мнению В. В. Ковалева, анализ финансового состояния организации имеет однотипный характер и проводится во всех странах мира по одному и тому же шаблону. Общая идея этого стандартизированного подхода к анализу заключается в том, что умение работать с бухгалтерской отчетностью предполагает знание и понимание места, занимаемого бухгалтерской отчетностью в системе информационного обеспечения управления деятельностью организации; нормативных документов, регулирующих ее составление и представление; состава и содержания отчетности и методики ее чтения и анализа. В своей работе, В. В. Ковалев выделяет два вида анализа с разной степенью



детализации: экспресс - анализ и углубленный анализ. Углубленный анализ основывается на расчете системы финансовых коэффициентов, таких как ликвидность и платежеспособность, финансовая устойчивость, деловая активность, рентабельность и рыночная активность. В качестве недостатка данной методики можно выделить отсутствие анализа вероятности банкротства и методики учета влияния факторов на финансовое состояние. [1, с. 1104]

Итак, в ходе изучения методик финансового анализа можно сделать вывод о том, что анализ финансовой деятельности является одним из важнейших блоков управления организацией, с помощью которого можно выявить ее сильные стороны, а также увидеть проблемы в развитии.

### **Список использованной литературы:**

1. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 3 - е изд., перераб. и доп. – Москва: Проспект, 2013. — 1104 с.
2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 6 - е изд., испр. и доп. — М.: ИНФРА - М, 2015. – 378 с.
3. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА - М, 2013. — 208 с.

© А.А. Лобова, 2017

**УДК 658.15**

**В.В. Лобунцова, М.И. Килибаева**

студенты 3 курса факультета КЭиП, НГУЭУ

г. Новосибирск, Российская Федерация

**Научный руководитель: Н.С. Васильева**

старший преподаватель кафедры КУиФ, НГУЭУ

г. Новосибирск, Российская Федерация

## **АКТУАЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ОСТАТКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Управление денежными потоками является одним из наиболее востребованных направлений финансового менеджмента, особенно в условиях инфляции и кризиса неплатежей. Любая организация для обеспечения эффективного функционирования осуществляет управление денежными потоками, так как денежные активы обслуживают все сферы деятельности организации, способствуя повышению ликвидности, платежеспособности, сохранению финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта и, как следствие, улучшению его финансового состояния. Платежеспособность организации характеризуется её возможностью своевременно и полностью выполнять свои финансовые обязательства перед внутренними и внешними партнерами [2, с. 304]. Существует несколько факторов, влияющих на уровень показателей платежеспособности. Это говорит

о важности анализа денежных остатков организации как самой ликвидной части оборотных активов предприятия [3, 4].

Для анализа и формирования данных организаций отраслей была использована Система Комплексного Раскрытия Информации (СКРИН).

Для анализа факторов платежеспособности были сформированы совокупности организаций по отраслям «Производство компьютеров, электронных и оптических изделий», «Производство электрического оборудования» и «Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки», далее «Производство машин и оборудования», а также по отрасли «Производство пищевых продуктов» за период 2011 - 2015 гг. Также были исследованы организации, представляющие отрасли «Строительство» и «Добыча полезных ископаемых» за аналогичный период.

В отобранную совокупность организаций вошли все организационно – правовые формы акционерных обществ (ОАО, ПАО, АО).

Далее был проведен расчет индекса M - score с целью выявления организаций, манипулирующих отчетностью и исключения таких компаний из последующего анализа. Для организаций, сознательно искажающих свою отчетность, M - score должен превышать значение «-1,78» [1, с.6]. С учетом данного условия, по результатам расчета показателя в исследуемых отраслях были выявлены организации с признаками манипулирования отчетностью. Такие организации были исключены из дальнейшего анализа. Также из дальнейшего анализа были исключены организации с отрицательной валовой и чистой прибылью, отрицательным собственным капиталом и отрицательным сальдо денежных потоков от текущих операций.

В итоге по каждой отрасли было сформировано три совокупности: общая совокупность (с исходными данными); совокупность организаций, не манипулирующих отчетностью, но с включением организаций с отрицательными показателями и совокупность организаций, не манипулирующих отчетностью с исключением организаций с отрицательными показателями. При этом в первой совокупности были рассмотрены данные за 2011 - 2015 гг., во второй и третьей – за 2012 - 2015 гг.

Далее исследуемые организации условно были разделены на пять групп: организации с нулевыми денежными остатками – группа 1; организации с денежными остатками в интервале (0; 100.000) ден.ед. – группа 2; организации с денежными остатками в интервале [100.000; 1.000.000) ден.ед. – группа 3; организации с денежными остатками в интервале [1.000.000; 10.000.000) ден.ед. – группа 4; организации с денежными остатками в интервале свыше 10.000.000 ден.ед. – группа 5.

Организации с денежными остатками в интервале (0; 100.000) ден.ед. рассматриваются как организации с наименьшим значением денежных остатков. Организации с денежными остатками свыше 10.000.000 ден.ед. рассматриваются как организации с наибольшим значением денежных остатков. Следствием возникновения денежных остатков у организаций являются издержки различного рода [3]. Таким образом, выявленные в процессе анализа различные по величине денежные остатки организаций являются свидетельством актуальности вопроса возникновения издержек вследствие формирования денежных остатков организаций.

В начале анализа формирования денежных остатков организаций исследуемых отраслей был проведен расчет таких показателей, как минимальное, максимальное значение и

медиана удельного веса денежных остатков в активах организации, удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с удельным весом денежных остатков в активах менее 1 % , а также удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с положительным / нулевым / отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности.

Расчеты показали, что удельный вес организаций в общем количестве исследуемых организаций с положительным сальдо денежных потоков по текущей деятельности во всех группах совокупностей по всем отраслям 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 при росте абсолютной величины денежных остатков организаций имеет тенденцию к уменьшению. Эти результаты позволили 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.

Далее был осуществлен анализ инвестиционной активности, краткосрочных обязательств и кассовых разрывов организаций. Результаты расчета показателей для первой группы организаций во всех совокупностях каждой из отраслей выявили факт высокого удельного веса организаций с нулевым сальдо денежных потоков по текущей деятельности. Организации первой группы характеризуются также нулевыми сальдо денежных потоков и по инвестиционной деятельности, и по финансовой деятельности. Это 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 с нулевыми денежными остатками можно охарактеризовать как организации с крайне низким уровнем 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 подгруппе был выявлен высокий удельный вес организаций с отношением краткосрочных обязательств к активам свыше 0,1 (10 %), а также значительные кассовые разрывы в денежных потоках. В числе организаций третьей совокупности с отрицательным сальдо денежных потоков по текущей деятельности инвестиционно активных организаций выявлено не было. Таким образом, все вышеперечисленные факторы позволяют охарактеризовать организации второй группы как организации с низким уровнем платежеспособности.

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 результате анализа 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 и организации с существенными денежными остатками и высоким уровнем платежеспособности.

3. Выявленные в процессе анализа как незначительные, так и существенные по величине денежные остатки организаций являются свидетельством актуальности вопроса возникновения издержек вследствие формирования денежных остатков организаций.

### **Список использованной литературы:**

1. Алексеев М.А. Опыты 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. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): учеб. / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К», 2013. - 372 с.

3. 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.

4. 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.

© В.В. Лобунцова, М.И. Килибаева, 2017

**УДК 338.2**

**М.И.Лукиных**

д.с. - х.н., профессор

Уральский государственный экономический университет

Г. Екатеринбург, Российская Федерация

### **СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ИНТЕГРАЦИЮ**

По мнению О.Ю.Мичуриной [8,С.84] в основе стратегической теории фирмы лежит представление об организации как активном субъекте рынка. Предприятие воздействует: на

покупателей, формируя потребительские предпочтения; на конкурентов, выпуская продукцию и устанавливая цены; на поставщиков, предоставляя рынок для сбыта их товаров и услуг, осуществляя выбор на рынке.

Цель проведенных исследований заключается в систематизации и обобщении современных представлений о стратегической теории фирмы и причинах её появления.

Задачи: - выявить объективные причины появления стратегической теории фирмы;

- систематизировать стратегии фирмы;

- выявить роль стратегической теории фирмы в интеграционных процессах.

А.Д.Антонов [1] отмечает, что в нынешней обстановке отмечается рост общего уровня неопределенности и нестабильности в экономической системе. Это обусловлено следующими обстоятельствами: технологическим прогрессом и формированием пятого технологического уклада, структурными сдвигами на рынках труда, усиление видов и методов конкуренции. В этих условиях формирование и поддержание фирмами устойчивых конкурентных преимуществ прежними методами становится невозможным. Объективными предпосылками развития стратегической теории фирмы являются, во-первых, тенденции постиндустриальной трансформации, коренным образом изменяющие социально-экономические условия, в которых функционирует фирма, а во-вторых, объективные тенденции развития экономической науки и, в частности, тенденции конвергенции подходов к исследованию фирмы, существующих в границах теорий фирмы и стратегического управления.

По мнению В.С.Каткало [6] в нынешнем обществе возникли новые исходные положения экономики конкуренции: стремительное возрастание приоритета нематериальных активов над материальными; смещение акцентов с минимизации издержек производства на создание добавочной потребительской ценности продукции; контроль над фактором времени (быстрота разработки и коммерциализации современных товаров, технологических и организационных инноваций); сравнительное уменьшение критерия важности доли рынка в деятельности (по причине мобильности его формата, сжатия жизненных циклов товаров и значительной динамики требований клиентов). Серьезные трансформации претерпевает при этом сам объект стратегического управления — фирма. Это касается, прежде всего, изменения ее эффективных размеров и организационных границ. Актуальным остается вопрос рыночной конкуренции в составе интегрированных структур, альянсов, сетей.

Постепенная активизация процесса конвергенции экономической теории фирмы и теории стратегического управления привела к тому, что в 1980-х годах возникли первые специальные научные исследования, посвященные данной проблематике. Предложение о возможности создания стратегической теории фирмы, которое (как и само понятие «стратегическая теория фирмы») было впервые выдвинуто в 1984 году Р. Рамелтом [Rumelt,13].

В.С. Каткало [6] отмечает, что стратегическая теория фирмы представляет собой междисциплинарную концепцию. Она является интегрирующей теорией управления, которая соединяет разнообразные разделы научного знания — менеджмент, маркетинг, экономику организации, теорию систем, и др. Выполнено целостное описание фирмы с учетом подходов экономической теории фирмы (прежде всего, это природа, сущность, границы и внутренняя организация фирмы) так и аспектов, традиционно входивших в

описание теории стратегического управления (объяснение состава и структуры источников устойчивых конкурентных преимуществ фирмы). В России в силу позднего становления рыночной экономики интерес к стратегиям возник недавно, но он быстро нарастает на фоне усиления конкуренции.

Бизнес обязан приспособиться к последним экономическим реалиям, к значительной уровню неопределенности и нестабильности внешней сферы. Усложнение рыночного пространства, порожденное развитием конкуренции, информационных технологий, глобализацией бизнеса, определяют возрастание важности стратегического менеджмента.

А.Д.Антонов [1] отмечает, что на основе классификаций теорий фирмы и концепций стратегического управления выработан вывод о конвергенции этих областей экономической науки. Выделены четыре основных стадии в тенденции сближения и взаимного обогащения указанных теорий: начальный этап - параллельное развитие, второй этап - конвергенция на уровне пред - посылок теории, третий этап - схождение интерпретаций объекта исследования, четвертый этап – сходство на уровне предмета теории.

Первый развернутый анализ стратегического поведения фирмы был выполнен в работе Антуана Курно в 1838 г. на примере дуополии [2]. Главная особенность данной модели состоит в том, что выручка, которую получит фирма, зависит не только от ее решений, но и от действий фирмы - конкурента. Процесс принятия решения на дуополистическом рынке складывается из того, что участник рынка ищет ответы на возможные варианты действий своего противника.

Начало изучения стратегического управления было положено в 1951 г. с выходом книги У. Ньюмона "Управленческое действие: Техника и организация менеджмента". Понятие стратегического управления было введено в научный оборот И. Ансоффом на конференции в Университете Вандербилта (Vanderbilt University) в 1962 г.

Стратегическое управление появилось в 50 - 60 - е годы прошлого века, одним из основоположников которого является И. Ансофф [H. Ansoff] [11]. Он установил, что при разработке стратегии необходимо предвидеть задачи, которые будут стоять перед организацией, и разрабатывать соответствующие стратегические планы. Выделил четыре стандартных типа организационных решений: стратегия, внутренняя политика, программы и стандартные процедуры. Последние три, по его мнению, создаются для решения повторяющихся проблем или вопросов и, однажды сформулированные, не требуют оригинальных решений постоянно. Это означает, что процесс принятия решений можно легко делегировать. Вместе с тем стратегические решения достаточно уникальны и не повторяются, поскольку они всегда обращаются к новым нестандартным ситуациям и нуждаются в новых решениях и по природе всегда инновационны. Наибольшую потребность в разработке и реализации стратегий ощущают интегрированные компании. В данных организациях основанных на принципах синергизма стратегическое решение принимается на длительный срок. В фирмах - конгломератах каждое дочернее предприятие имеет относительную самостоятельность, поэтому главным свойством системы является гибкость в реагировании на изменения во внешней среде.

А. Чандлер [A. Chandler] [12,С.13] один из основоположников стратегического менеджмента дал собственное определение стратегии. Стратегия должна «определять долгосрочные цели предприятия, а также намечать действия и размещать необходимые для

решения поставленных задач ресурсь». Как заме - тил А. Чандлер [12,С.314]: «До тех пор пока стратегия следует за структурой, результатом становится неэффективность». Из этого вытекает, что структура должна следовать за стратегией. Указанные изменения в фирме возникают как ответ на внешнее давление. Это стимулирует организацию обосновывать и раз - вивать оборонительную и позитивную стратегию[5, С.39]. Позитивная стра - тегия возникает при благоприятной ситуации на рынке и может быть выражена в росте производства продукции или диверсификации. Оборонительная страте - гия предполагает защиту своего текущего положения на рынке.

Р.Рамелтом [7,13] были исследованы различные виды интеграции подразделений в рамках корпораций и их влияние на результаты деятельности.

По мнению В.С.Катькало [6], значительная часть классификаций концеп - ций стратегического управления (Р. Виттингтона, Г. Минцберга, Л. Руло, Д. Тиса, и др.) ориентирована на практические аспекты деятельности организа - ции, либо опирается на критерии, которые недостаточно дают понимание спе - цифики исследуемой научной дисциплины. Наиболее известная таксономия «школ стратегий» Г. Минцберга с соавторами, выделяется энцикло - педичностью, но не избежала при выяснении различий между этими школами причинами плюрализма базовых дисциплин. Дискуссия по классификации ух - дит в сторону от стержневых для теории стратегического управления крите - риев, отражающих связь стратегий фирм с их экономическими результатами.

Стратегическая теория фирмы дает возможность бросить взор на сущность, натуру и характер деятельность организации с позиции бизнеса, описать логику ее работы языком, ясным руководителям и специалистам, а также выработать научную основу для планирования и осуществления стратегий, соответствующим новым обстоятельствам функционирования.

По мнению В.С.Катькало [3] в стратегическом менеджменте осуществляет - ся переход от реактивной модели поведения менеджмента фирмы к проа - ктивной. Фирма формируют среду обитания, вместо того, чтобы как это было раньше подлаживаться к изменяющейся среде.

Кардинальную трансформацию претерпел и аналитический аппарат теории стратегического управления. Если первоначально при исследовании стратегий фирм доминировали кейс - метод и нормативные выводы, то затем изыскания стали носить все более позитивный характер - акцент сместился на поиск статистических зависимостей между стратегиями и экономическими результатами деятельности фирм и выявление причинно - следственных связей.

В.С.Катькало [3] отмечает, что в современном стратегическом управлении существенные механизмы обеспечения стабильных конкурент - ных преимуществ связаны с креативными способностями менеджеров - предп - ринимателей к проактивным действиям. Предполагается создание рынков завтрашнего дня, распознавание потенциалов бизнеса и орга - низационному обновлению фирм для извлечения экономических выгод.

Стратегическая теория фирмы представляет предприятие - как совокуп - ность индивидов для эффективного ведения бизнеса. Организация предстает в качестве феномена, притягивающего и, в ряде случаев, генерирующего набор ресурсов и динамических способностей. Они необходимы для создания и удержания устойчивых конкурентных преимуществ, функционирующего в рамках определенной информационной



инфраструктуры. Подобная трактовка расширяет представление о целевой функции фирмы и ее рыночном поведении.

Стратегическая теория фирмы анализирует функционирование организации как механизма, обеспечивающий создателям предприятия возможность применять нужные ресурсы и способности, в т. ч. динамические, для получения прибыли и реализации других (в том числе не прибыльных) целей [1].

Е.Г.Пипко [9] отмечает, что теория стратегического управления опирается на различные методологические принципы и подходы управления. Данная концепция представляет как сложное экономическое явление, которое отображает взаимосвязи и взаимозависимости стратегического планирования и стратегического маркетинга. Применение традиционного подхода, рассматривающего стратегическое планирование как центральный элемент стратегического управления, ограничивает возможности в применении теории. В качестве центрального элемента стратегического управления необходимо выбрать стратегию, которая реализует функции конкурентных преимуществ предприятия. Она выступает как комплекс согласованных мероприятий, способствующих усилению оборота капитала, расширению доли рынка, что, в конечном счете, приводит к получению дохода.

По данным А.Е.Зарицкого [4] в ходе анализа современных стратегий развития фирм сделан вывод о том, что в условиях возрастания неясности внешней среды большинство организаций прибегают к одной из двух групп стратегий. Первая связана с разработкой способов снижения транзакционных издержек, а вторая - главным образом находить выход из положения на использования эффект экономии от ключевых компетенций. В рамках первой группы широко применяются стратегии концентрации и кооперации. С позиций второй группы преимущество отдается стратегиям корпоративных слияний и поглощений, а также получению динамического эффекта масштаба. Последнее предполагает снижению средних издержек фирмы на единицу продукции по мере увеличения кумулятивного выпуска в рамках технологических или потребительских сетей.

Существует также две группы подходов к разработке стратегии. В рамках прескриптивного подхода к стратегическому развитию фирмы процесс формулирования и реализации стратегии подвергается рассмотрению с рациональных позиций, основанных на логическом анализе. В рамках дескриптивной концепции доминирует иррациональный подход, базирующийся на индивидуальном «видении» и межличностном взаимодействии. Теоретические предпосылки прескриптивных школ стратегического развития исходят из предположения о том, что фирма функционирует в достаточно стабильной, структурированной среде; следовательно, с высокой точностью можно оценить потенциальные возможности и угрозы, исходящие из внешней среды, а также сильные и слабые стороны самой организации. Подход дескриптивных школ к разработке стратегии основывается на представлениях о достаточно высокой степени неопределенности среды, в которой функционирует предприятие, что вызывает необходимость в отходе от жестких предписаний и стандартных решений в процессе разработки и реализации стратегии фирмы.

Разные подходы к разработке стратегии фирмы могут быть адекватными при условии соответствия разнообразным состояниям внешнего окружения.



По мнению С.С Дьячковой [3] в российских корпорациях успешно внедряются маркетинговая стратегия, которая является частью корпоративной стратегии. Рациональная маркетинговая стратегия представляет собой основную стратегию и выживания, и экономического роста. При разработке и реализации маркетинговой стратегии / программы коммерческой организации надо определиться с базовыми конкурентными стратегиями.

А.Е Зарицкий [4] отмечает, что анализ стратегий развития значительного числа российских предприятий дает возможность произвести вывод о важнейшем приближении поведения субъектов отечественной экономики к трансакционным стратегиям. Вызвано это тем, что в структуре промышленного производства преобладают отрасли сырьевого и топливного секторов со слабым уровнем инновационной активности. В российской экономике в целом доминирует затратный тип хозяйствования. Следует также учитывать, что значительная часть собственности отечественных предприятий сконцентрирована в руках "внутренних инсайдеров", а взаимоотношения экономических агентов носят в значительной степени неформальный и оппортунистический характер. Наличие этих факторов не позволяет эффективно осуществлять политику повышения уровня инновационного развития предприятий, концентрации на ключевых компетенциях и снижения издержек.

О.Ю. Мичурина [8, С.100 - 101] сформулировала основные предпосылки для интеграции в рамках теории стратегического управления:

1. Основным фактором, влияющим на эффективность интеграции фирм, выступает способ связи бизнесов между собой, например, с ключевым навыком, компетенцией или ресурсом;
2. В крупной структуре, созданной на дивизиональной основе, формируется ключевое управленческое звено;
3. В децентрализованной дивизиональной структуре каждое подразделение обеспечено нишей или сегментом рынка и действует на них самостоятельно;
4. Для получения ресурсов из внешней среды организации взаимодействуют друг с другом, то есть испытывают взаимозависимость;
5. Интеграционные процессы ведут к снижению зависимости организации от влияния внешней среды;
6. Предприятия, потенциал которых не достаточен для конкурентной борьбы в одиночку, объединяются и начинают получать выгоды от сотрудничества.

О.Ю. Мичурина [1, С.166 - 167] разработала циклическую модель интеграционного процесса, основанную на базе концепции стратегического менеджмента, которая состоит из шести элементов.

Цель интеграционного процесса. Она в рамках стратегического менеджмента характеризуется направлением развития предприятия и позиционирует желаемое состояние объекта исследований [10, С.123].

Стратегия интеграция, которая изображена как понятие поведения организации, воспроизводящее взаимосвязи как внутри, так и вне её, обращенное на нахождение или усиление взаимодействия между экономическими субъектами.

Механизм интеграции. Это прием, с помощью которого отдельные компании входят в контакт друг с другом с целью достижения конкурентных выгод, который представлен как внутреннее развитие организации, создания альянсов и партнерств, слияния и поглощения.

4. Форма интеграции. Она выглядит в виде применяемого взаимодействия партнеров по интеграции, как с образованием, так без образования нового юридического лица, изменением или не изменением прав собственности, сохранением или потерей самостоятельности фирмы. Выделяется мягкая и жесткая форма интеграции.

5. Вид интеграции. Направленность применяемого взаимодействия участников интеграции, связанное со степенью однородности продукции, стадий технологического цикла, интегрируемых в процессе объединения. Выделяется следующие виды интеграции: вертикальная, горизонтальная, конгломератная.

6 Конкретная форма объединения.

Таким образом, появление стратегической теории фирмы явилась ответом на существенные изменения условий функционирования организаций. Данная концепция предполагает взаимодействие с теорией фирмы, стратегическим планированием, стратегическим маркетингом. Рассматриваемые стратегии снижения транзакционных издержек, концентрации и кооперации, а также предпринимательского и дескрепитивного подходы к разработке стратегии могут быть реализованы в результате конкретного сочетания внутренних и внешних условий функционирования фирмы. Представлены предпосылки к интеграции в рамках стратегической теории фирмы и циклической модели интеграционного процесса.

### Список литературы

1. Антонов, А.Д. Концептуальные основы стратегической теории фирмы [Электронный ресурс]: авт. дис. канд. экон. наук: 08.00.01 / А.Д. Антонов - М. 2013. - Режим доступа <http://www.dissercat.com> (дата обращения: 18.11.2016).

2. Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса. Пер. под ред. Сторчевого М. — СПб.: Экономическая школа. 2008. — 352 с.

3. Дьячкова, С.С. Использование современных стратегических технологий управления в корпоративных образованиях холдингового типа [Электронный ресурс]: авт. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / С.С. Дьячкова - М. 2005. - Режим доступа <http://www.dissercat.com/content/ispolzovanie-sovremennykh-strategicheskikh-tekhnologii-upravleniya-v-korporativnykh-obrazova#ixzz4e00nJs8e> (дата обращения: 18.11.2016).

4. Зарицкий, А.Е. Концептуальные подходы к стратегии развития фирмы в условиях неопределенности внешней среды [Электронный ресурс]: авт. дис. канд. экон. наук: 08.00.01 / А.Е. Зарицкий - СПб. 2002. - Режим доступа <http://www.dissercat.com/content/kontseptualnye-podkhody-k-strategii-razvitiya-firmy-v-usloviyakh-neopredelelnosti-vneshnei-s#ixzz4bSNa8evf> (дата обращения: 12.01.2017).

5. Исследователи об организациях [Текст]: хрестоматия / Под ред. Д.С. Пью, Д. Дж. Хиксона. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2001. - 240 с.

6. Катькало, В.С. Эволюция теории стратегического управления [Электронный ресурс]: авт. дис. докт. экон. наук: 08.00.05 / В.С. Катькало - СПб. 2007. - Режим доступа <http://www.dissercat.com> (дата обращения: 18.11.2016).

7.Ловалло Д. Мастер стратегий [Электронный ресурс]: интервью с Ричардом Рамелтом / Д.Ловалло,Л.Мендока // Электронный вестник.Инфор - мационный дайджест «Мир управления». – 2007. – N12. – Режим доступа:e - journal.spa.msu.ru / images / File / 2007 / 12 / Stratman.pdf (дата обращения: 18.11.2016).

8.Мичурина О.Ю. Теория и практика интеграционных процессов в промышленности: Монография. – М.: ИНФРА - М,2012. – 287 с.

9.Пипко Е.Г. Стратегическое управление сервисной деятельностью на рынке сервисных услуг. Авт.дис. докт. экон. наук.08.00.05. - Самара,2011 – 40 с.

10.Стратегический менеджмент / Под ред. А.Н.Петрова. – СПб.: Питер, 2008. - 496 с.

11.Ansoff H. Corporate Strategy: An Analytical Approach to Business Policy for Growth and Expansion[Text] / H. Ansoff. – N. Y.: McGraw - Hill Book Co.1965

12.Chandler A.D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise [Text] / A.D. Chandler, - Cambridge, MA: MIT Press, 1962, p. 297.

13.Rumelt. R. P. Towards a strategic theory of the firm // In R. B. Lamb (ed.), Competitive Strategic Management. Prentice - Hall, Englewood Cliffs, NJ. 1984. pp. 556 - 570.

© М.И.Лукиных,2017

**УДК 336.741.241.1**

**В.А. Лысенко, А.Ю. Фролова**

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

## **ТАМОЖЕННЫЕ ПЛАТЕЖИ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА**

Одной из наиболее динамично развивающихся сфер жизни являются международные экономические отношения. Постоянные процессы, происходящие в мировом хозяйстве, непосредственно затрагивают интересы абсолютного большинства развитых государств мира, что, несомненно, создает необходимость государственного регулирования внешнеэкономической деятельности.

Поскольку Российская Федерация в настоящее время является стороной межгосударственного договора о создании единого таможенного пространства, подписанного также Белоруссией и Казахстаном, то таможенное регулирование в таможенном союзе осуществляется в соответствии с таможенным законодательством

Таможенного союза, а именно, Таможенным кодексом Таможенного союза, международных договоров стран – членов Таможенного союза и др.

Одной из целей таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности, а также контроля за перемещением товаров через таможенную границу, является для России в первую очередь получение доходов от импорта и экспорта, процент которых является существенным в государственном бюджете страны. Такое получение денежных средств реализуется посредством взимания таможенных платежей. Таможенные платежи подлежат взиманию с физических и юридических лиц, а также предпринимателей без образования юридического лица. По действующему таможенному законодательству в качестве плательщиков таможенных платежей могут выступать непосредственно декларанты или другие лица, которые Таможенным кодексом Таможенного союза или международными договорами государств – членов Таможенного союза наделены обязанностью по уплате таких платежей.

Уплачиваются таможенные платежи, в зависимости от их вида, в государственной валюте Российской Федерации или же в иностранной валюте, курсы которой устанавливаются Центральным банком Российской Федерации. Если же необходим пересчет иностранной валюты в валюту страны – члена Таможенного союза, то применению подлежит тот курс валют, который установлен законодательством этой страны и действующий на момент регистрации таможенной декларации. Сроки уплаты таможенных платежей определяются исходя из положений международных договоров и законодательства стран – членов таможенного союза. При этом условия, основания и порядок изменения сроков уплаты таможенных пошлин подлежат определению на основании международных договоров членов таможенного союза, а налогов – законодательства страны – члена таможенного союза, в бюджет которого уплачивается соответствующий налог.

Денежные средства, получаемые от уплаты или взыскания таможенных платежей, подлежат зачислению в федеральный бюджет Российской Федерации. При этом на размер таможенных платежей оказывает влияние довольно внушительный перечень различных факторов, различающихся в зависимости от конкретных видов таможенных платежей.

Переходя непосредственно к видам таможенных платежей, следует отметить, что статьей 70 Таможенного кодекса Таможенного союза установлены следующие платежи, подлежащие уплате при перемещении товаров через таможенную границу таможенного союза:

- 1) таможенная пошлина (которая в свою очередь подразделяется на ввозную и вывозную);
- 2) таможенные сборы (которые включают в себя сборы за совершение таможенными органами действий, связанных с выпуском товаров, их таможенным сопровождением и прочих предусмотренных законом действий);
- 3) налог на добавленную стоимость;
- 4) акцизы.[1]

Всем видам таможенных платежей присущи некоторые общие признаки и черты.

Во - первых, общей характеризующей особенностью всех без исключения таможенных платежей является необходимость их отнесения к таможенным правоотношениям как следствию возникновения обязанности по их уплате при перемещении товаров через таможенную границу. Так статьей 80 Таможенного кодекса Таможенного союза регламентированы случаи возникновения и прекращения обязанности по уплате

таможенных платежей. Помимо всего прочего принцип обязательности содержится также непосредственно и в самих определениях таможенной пошлины, налогов и сборов.

Во - вторых, закрепление на законодательном уровне плательщиков, объекта обложения, порядка взимания таможенных платежей, их размеров, форм и сроков уплаты.

В - третьих, обязанность уплаты таможенных платежей обеспечивается принудительной силой государства. За нарушение порядка уплаты таможенных платежей действующим законодательством предусмотрена ответственность.

В - четвертых, специальный субъект взимания таможенных платежей, а именно таможенные органы, в обязанностях которых взимание таможенных платежей, контроль за правильностью их исчисления, а также принятие мер по принудительному взысканию.

В - пятых, формирование федерального бюджета за счет сумм таможенных платежей, поскольку подлежащие уплате денежные средства сначала поступают на счет налогового органа, после чего перечисляются в бюджетную систему. Следует отметить, что более одной трети всех доходов российского федерального бюджета складывается из поступлений от их уплаты.

Проанализировав сущность, основные черты и признаки таможенных платежей, можно сделать вывод, что таможенные платежи выступают в качестве основного инструмента государственной экономической политики. Уплата таможенных платежей является основополагающим условием осуществления операций, связанных с внешней торговлей.

#### **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](http://www.consultant.ru);
2. Федеральный закон РФ от 8.12.2003г. №164 - ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru);
3. Федеральный закон Российской Федерации от 27.11.2010 № 311 - ФЗ (ред. от 28.12.2016) «О таможенном регулировании в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

© В.А. Лысенко, А.Ю. Фролова, 2017

**УДК 338.3**

**С.Н.Лямина**, студентка 4 курса  
направления подготовки экономика  
Институт Академия ФСИН России,  
г. Рязань, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛОВ НА ЗАО «РЯЗАНСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД»**

#### **Аннотация**

Анализируются показатели эффективности использования материальных ресурсов в ЗАО «Рязанский кирпичный завод». А также рассматриваются методы улучшения использования материалов в производстве.

## Ключевые слова

Материалы, материалоотдача, материалоемкость, эффективность использования запасов.

Как один из видов оборотных активов, запасы имеют огромное значение для обеспечения финансового благополучия предприятия ЗАО «Рязанский кирпичный завод». Это означает, что на предприятии должна быть разработана комплексная система их анализа, причем сфера его задач затрагивает как оценку достаточности и сохранности материальных ресурсов, так и эффективность их использования.

В процессе анализа эффективности использования запасов преследуются следующие основные цели:

- 1) обеспечение бесперебойной операционной деятельности за счет своевременного пополнения запасов;
- 2) сокращение средств, иммобилизованных в запасы, улучшение финансового состояния вследствие: сокращения избыточных запасов; поддержания оборотных активов в наиболее ликвидном состоянии; сокращения потребности в источниках финансирования; снижения расходов, связанных с формированием и финансированием запасов [1, с. 245].

Показатели эффективности использования материальных ресурсов в ЗАО «Рязанский кирпичный завод» приведем в таблице:

Таблица 1

### Динамика показателей финансовой устойчивости

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонение	
			Абсолютное, тыс.руб.	Относительное, %
Стоимость произведенной продукции, тыс.руб.	241190	258012	16822	107
Себестоимость продаж, тыс.руб.	212628	196112	- 16516	92
Выручка, тыс.руб.	291674	285719	- 5955	98
Валовая прибыль, тыс.руб.	79046	89607	10561	113
Прибыль от продаж, тыс.руб.	31635	40028	8393	127
Материальные затраты, тыс.руб.	122013	133168	11155	109
Материалоемкость, тыс.руб.	0,506	0,516	0,010	102
Материалоотдача, тыс.руб	1,977	1,937	- 0,040	98

Анализ представленных данных показывает, что с 2015 к 2016 г. стоимость произведенной продукции увеличилась на 16822 тыс. руб., себестоимость продаж снизилась на 16516 тыс. руб., выручка снизилась на 5955 тыс.руб., материальные затраты увеличились на 11155 тыс. руб.

Но основными показателями в данной таблице являются материалоемкость и материалоотдача. Материалоемкость на данном предприятии увеличилась с 2015 г. к 2016 г. на 0,010 тыс. руб., что свидетельствует о росте затрат материальных ресурсов на производство единицы продукции. Материалоотдача снизилась с 2015г. к 2016 г. на 0,040

тыс. руб. Данный показатель позволяет оценить, что выход продукции с каждой потребляемой единицы материальных ресурсов также уменьшился.

Данные изменения свидетельствуют о том, что темпы роста себестоимости материалов к 2016 возросли по сравнению с темпами роста выручки, это связано непосредственно с увеличением расходов по добыче и транспортировке глины, являющейся основным компонентом для создания кирпича.

Изучение особенностей применения материальных ресурсов в ходе анализа приводит к заключению, что применение материальных ресурсов должно быть организовано в принципах системного подхода. Первоначально следует определить необходимость в материальных ресурсах с целью исполнения процесса производства. Основным аспектом при этом должен являться сформированный портфель заказов в предприятия.

Далее следует обеспечить исключение утрат в этапе транспортировки и хранении материалов. Добивается этого стоит выбором подходящих систем транспортировки, погрузочно - разгрузочных трудов и обстоятельств сохранения.

В ходе изготовления необходимо жесткое выполнение характеристик научно - технического процесса, обеспечения высочайшего качества работы. Осуществление этого условия даст возможность уменьшить расходы с брака и гарантирует оптимальное применение материалов в ходе изготовления готовой продукции[2, с. 502].

Рациональное использование ресурсов требует экономии сырья и материалов, которые должны затрагивать все сферы производства. Эта экономия направлена на развитие предприятия и возможна при применении, например, таких показателей как:

- нормы экономии сырья и материалов, установленных в процессе проектирования изделий при проектировании изделий и разбивке на ассортиментные группы, в процессе упаковки, транспортировки, погрузки,

- улучшение характеристик выпускаемой продукции в зависимости от условий и потребностей предприятия расширение или сужение областей применения продукции,

- улучшение технологии производства: внедрение новых технологических процессов, позволяющих получать высококачественную продукцию, использование технологий, которые позволят оперативно замещать одни виды сырья и материалов другими,

- использование новых разработок: использование новых свойств сырья и материалов, поиск новых решений, которые позволят использовать первичные и вторичные материальные ресурсы[3, с. 221].

Это приведет к рациональному расходованию материалов и безотходному производству, что с экономической точки зрения, очень выгодно, так как уменьшатся дополнительные затраты на материальные ресурсы. Но при этом надо учитывать чтобы затраты на использование отходов в производственном цикле были меньше, чем затраты на покупку первичных ресурсов, а внедрение новой технологии было действительно нужной составляющей, позволяющей без лишних денежных вложений использовать сырье и материалы для создания готовой продукции.

### **Список использованной литературы**

1. Зонова А. В. Бухгалтерский учет и анализ: Учебное пособие / А.В. Зонова, Л.А. Адамайтис. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА - М, 2016. - 576 с.

2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет (финансовый и управленческий) : учебник / Н.П. Кондраков. — 5 - е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА - М, 2017. — 584 с.

3. Чувикова, В.В. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / В.В. Чувикова. — М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 248 с.

© Лямина С.Н., 2017

УДК33

**Макаренко А. О.**, магистрант ФЭИ,  
Северо - Восточный Федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск  
alexandra230994@bk.ru

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ**

**Аннотация:** Анализ финансовой устойчивости предприятия является составной частью анализа финансового состояния предприятия, которое позволяет определить финансовое положение и оценить степень независимости предприятия от внешних источников финансирования. Автор, на примере компании ООО «Энерготек», сделал финансовый анализ, определил рекомендации для сохранения финансовой устойчивости данного предприятия.

**Ключевые слова:** финансовая устойчивость, баланс, абсолютные показатели, относительные показатели.

В современных условиях ведения бизнеса анализ финансового состояния хозяйствующего субъекта занимает одну из наиболее важных показателей, характеризующего экономическую деятельность организации и его жизнедеятельности. Оно лежит в основе оценки дальнейшего потенциала развития предприятия в его деловом сотрудничестве, конкурентоспособности и показывает насколько эффективно предприятие управляет своими финансовыми ресурсами.

Анализ финансовой устойчивости является одним из основных этапов анализа финансового состояния организации, в котором рассматривается его финансовое положение и оценивается степень независимости предприятия от заемных источников финансирования. Рассмотрим более подробно трактовки понятия финансовая устойчивость различных авторов.

По Савицкой Г.В. финансовая устойчивость — это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска [4, с.543]. Бочаров В.В. дополняет - что это состояние его денежных ресурсов, которое обеспечивает развитие предприятия преимущественно за счет собственных средств при минимальном уровне предпринимательского риска [1, с.76]. По Ковалеву В.В. финансовая



устойчивость — это способность предприятия поддерживать целевую структуру источников финансирования [3, с.321]. Таким образом, можно сделать вывод, что финансовая устойчивость - это такое состояние финансовых ресурсов, которые обеспечивают развитие компании за счет собственных средств при соблюдении платежеспособности, а также это способность компании сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся среде.

Анализ финансовой устойчивости приобретает наиболее важное значение при принятии управленческого решения. Так, на примере компании ООО «Энерготек» проведем оценку финансовой устойчивости, применив некоторые методы по его оценке. Информационная база для анализа служат данные бухгалтерского баланса за 2014 - 2015 гг.

Для начала рассмотрим абсолютные и относительные показатели финансовой устойчивости. Анализ абсолютных показателей начинается с проверки обеспеченности запасов и затрат источниками формирования.

Таблица 1 – Абсолютные показатели финансовой устойчивости  
ООО «Энерготек» за период 2014 - 2015 гг.

№	Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2014 - 2015гг.
1	Источники формирования собственных оборотных средств, тыс.руб.	5 570	34 096	28 526
2	Внеоборотные активы, тыс.руб.	7 459	6 223	- 1 236
3	Наличие собственных оборотных средств, тыс.руб.	- 1 889	27 873	29 762
4	Долгосрочные пассивы, тыс.руб.	-	3 088	3088
5	Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования затрат и запасов, тыс.руб.	- 1 889	30 961	32 850
6	Краткосрочные пассивы, тыс.руб.	38 017	66 314	28 297
7	Общая величина основных источников формирования запасов и затрат, тыс.руб.	- 802	40 123	40 925
8	Общая величина запасов, тыс.руб.	11194	48421	37 227
9	Излишек (недостаток) собственных оборотных средств, тыс.руб.	- 13 083	- 20 548	- 7 465
10	Излишек (недостаток) собственных и долгосрочных источников формирования запасов и затрат, тыс.руб.	- 13 083	- 17 460	- 4 377
11	Излишек (недостаток) общей величины основных источников формирования затрат и запас, тыс.руб.	24 934	48 854	23 920
12	Трехфакторная модель типа финансовой устойчивости	M={0; 0;1}	M={0; 0;1}	

По таблице 1 можно сделать вывод, что на анализируемом предприятии, с 2014 - 2015 гг. сформировался третий тип финансовой устойчивости {0;0;1}, характеризующий неустойчивое финансовое состояние предприятия, при котором запасы и затраты обеспечиваются за счет собственных и заемных средств их формирования.

Далее проведем анализ относительных показателей финансовой устойчивости из которых будет заметно состояние ООО «Энерготек» по отношению к заемным средствам (Таблица 2).

Таблица 2 - Относительные показатели финансовой устойчивости  
ООО «Энерготек» за период 2014 - 2015 гг.

№	Показатель	Значение показателя		Отклонение (+, -)
		2014 г.	2015 г.	2014 - 2015 гг.
1	Коэффициент капитализации	6,83	2,04	- 4,79
2	Коэффициент финансовой независимости	0,13	0,33	0,20
3	Коэффициент финансирования	0,15	0,49	0,34
4	Коэффициент финансовой устойчивости	0,13	0,36	0,23

Из данных таблицы 2 можно сделать вывод, что ООО «Энерготек» финансово неустойчиво. Почти все относительные показатели не соответствуют нормативным значениям за весь анализируемый период. Следовательно, компания является финансово зависимым от внешних кредиторов.

Таким образом, в ходе анализа финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия, выделим основные факторы, которые негативно влияют на финансовую устойчивость предприятия:

1. Низкая доля собственного и, соответственно, высокий удельный вес заемного капитала в общей стоимости активов предприятия, что свидетельствует о сильной зависимости от внешних кредиторов;

2. Недостаток собственных оборотных средств для покрытия величины запасов и затрат.

Следовательно, для выхода из сложившейся ситуации ООО «Энерготек» предлагаются следующие рекомендации по повышению финансовой устойчивости:

1. Увеличение денежных потоков за счет уменьшения времени нахождения денежных средств в готовой продукции. Для этого необходимо провести целесообразную организацию сбыта продукции, своевременное оформление документации и ускорение ее движения, соблюдение договорной и платежной дисциплины.

2. Увеличение собственного оборотного капитала за счет внутренних и внешних источников. Рекомендуется увеличение доли собственных источников финансирования, за счет увеличения уставного капитала и снижения затрат. Также необходимо расширить основную деятельность за счет различных мероприятий, например, увеличение объема и ассортимента продукции.

### Список используемой литературы:

1. Бочаров В. В. Финансовый анализ. Краткий курс. 2 - е изд. — СПб.: Питер, 2011. — 240 с.
2. Гутковская Е.А., Колесник Н.Ф. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации и мероприятия по ее повышению // Вестник СамГУ. 2015. №2 (124) С.35 - 47.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры: учебное пособие / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика. 2011. - 560с.
4. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В. Савицкая. – 14 - е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФА – М, 2013. - 649 с.

© Макаренко А. О.

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

## РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Ключевым аспектом работы с инвестиционными проектами является то, что они относятся к будущему периоду времени, поэтому процессы прогнозирования, планирования для них осложнены. Инвестиционные проекты подвержены множествам рискам (особенно венчурные), на них могут напрямую или косвенно влиять изменения в социальной, политической, духовной, экономической сферах жизни общества; изменения в науке и технике, био - и ноо - сферах. Таким образом, складывается некий совокупный риск, который можно попробовать оценить.

Инвестиционные решения в большинстве случаев являются неопределенными (рисковыми), так как их последствия изначально предполагают несколько исходов.

Понятия неопределенности и риска отличаются. Неопределенность – это какая либо неточность, отсутствие полной информации о внешней среды реализации проекта. Риск проекта – это вероятность возникновения в ходе реализации проекта условий внешней среды, приводящих к каким - либо негативным последствиям для проекта, его участников и собственников.

Неопределенность является более объективным показателем, она относится к каждому участнику инвестиционного (венчурного) проекта, например, неопределенность курса рубля в долгосрочной перспективе. В отношении риска можно сказать, что этот показатель субъективен, каждый участник проекта может по - разному оценивать риски той или иной неопределенности. Это влияет на судьбу проекта: возможно, при реализации одной из

возможных ситуаций неопределенности один участник может отказаться от проекта, а другой, наоборот, увеличить сумму инвестиций или нивелировать негативные последствия.

Риск напрямую связан с наступлением событий, которые отрицательно влияют на инвестиционный проект (например, слишком большие убытки, срыв инвестиционных линий, тех или иных сроков и т. д.). Также часто риском называют любое отклонение от предполагаемых показателей как в положительную, так и отрицательную сторону. В данном случае под риском понимают событие, которое произойдет с определенной долей вероятности. Данное событие порождает несколько исходов для проекта:

- положительный эффект
- отрицательный эффект
- нулевой «безразличный» эффект.

Для понимания возможных рисков существенное значение занимает классификация рисков, индивидуальная для каждого проекта. Процесс классификации рисков, их распределение должен происходить при создании бизнес - плана инвестиционного проекта и сопроводительных документов. Под классификацией в данном случае будет пониматься распределение рисков на группы по тем или иным критериям.

Одним из примеров классификации является классификация по критерию результативного воздействия на инвестиционный проект. В данном случае риски разделяют на чистые и спекулятивные. Чистые риски предполагают отрицательный или нулевой эффект. Сюда относят природные, естественные, экологические, политические и транспортные риски. Кроме того, сюда можно отнести ряд коммерческих рисков: имущественные (например, кража), производственные (поломка оборудования) и торговые (задержка погашения дебиторской задолженности, нарушение сроков поставщиком). Под спекулятивными рисками понимаются те, которые приносят положительный и отрицательный эффект. Главным таким риском является финансовый риск как составляющая часть коммерческого риска.

© Е. Н. Маковеева, В. А. Федоров, 2017

**УДК 336**

**О.В. Мамченко**

студент

ИСОиП (филиал) ДГТУ

г. Шахты, Российская Федерация

**Малинина О.Ю.**

к.э.н., доцент

факультет «Экономика, сервис и предпринимательство»

ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты,

г. Шахты, Российская Федерация

## **ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Разработка маркетинговой стратегии предприятия – трудоемкий, требующий от специалиста особых знаний в области маркетинга, процесс. Ее главной целью служит

выбор основополагающего пути развития предприятия и разработка оперативных мероприятий для достижения одной стратегической цели. Маркетинговая стратегия предприятия имеет огромное количество разновидностей, в числе которых можно назвать следующие: ассортиментная, продвижение, ценообразование, дистрибуция и выбор целевого рынка. Сточки зрения «стратегической пирамиды» стратегии бывают: функциональные, бизнес - стратегии и корпоративные стратегии.

Процесс разработки маркетинговой стратегии можно представить в виде следующих этапов, представленных на рисунке:

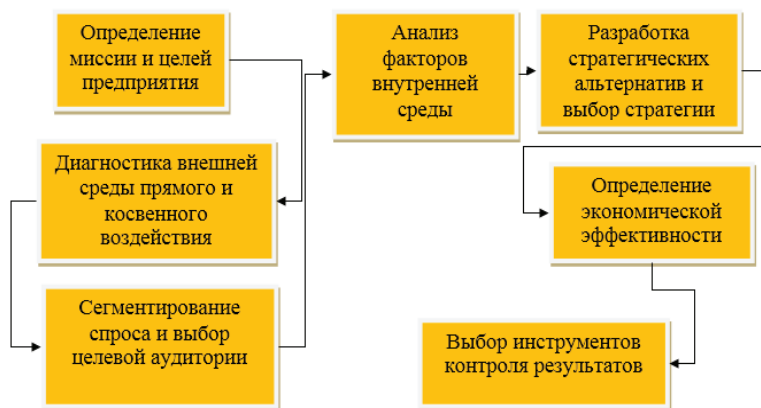


Рисунок – Этапы разработки маркетинговой стратегии предприятия

Определение целей и миссии предприятия является первым и одним из важных этапов разработки стратегии предприятия.

Следующим действием предполагается диагностика маркетинговой среды прямого и косвенного воздействия. При оценке внешней маркетинговой среды могут применяться различные методы маркетингового анализа: Swot - анализ, метод построения профиля маркетинговой среды, методы статистического анализа, STEP - анализ, PEST - анализ, ETOM - анализ. Далее осуществляется сегментирование клиентов, определение спроса и выбор целевой аудитории. На данном этапе анализируются особенности целевой аудитории, принципы работы с данными сегментами потребителей товара (продукции) компании, возможные варианты воздействия на целевую аудиторию.

При разработке стратегии следует учитывать внутренние факторы среды производственного предприятия, так как они являются источником основных возможностей, которые можно использовать на рынке.

На этапе разработки стратегических альтернатив для производственной компании может быть обозначен круг предполагаемых стратегий развития и в рамках каждой стратегии - ряд оперативных мероприятий с различным бюджетом для достижения главной поставленной цели соответствующей миссии компании. Руководство компании должно определить дальнейший путь развития и выбрать одну стратегию.

Обязательным этапом в технологии разработки маркетинговой стратегии является определение экономической эффективности выбранной стратегии.

На заключительном этапе осуществляется выбор инструментов контроля будущих результатов. Современный мир довольно изменчив: появляются новые технологии, новые продукты, изделия. В непрерывном движении находится рынок, постоянно растет объем информации. В таких непростых условиях российские предприниматели организуют и развивают свой бизнес [1]. При этом следует учитывать, что постоянная изменчивость внешней маркетинговой среды может повлечь корректировку действий компании на любом из рассмотренных этапов разработки маркетинговой стратегии.

#### **Список использованной литературы:**

1. Горностаева Ж.В. Коучинг как метод повышения эффективности деятельности предприятия // Terra Economicus. 2007. Т. 5. № 1 - 2. С. 86 - 88.

© О.В. Мамченко, О.Ю. Малинина, 2017

**УДК 338.90**

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

**Н.В. Теске** студент 3 курса факультета экономики, сервиса и предпринимательства  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

Г. Шахты, Российская Федерация

### **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Аннотация:** в данной статье рассмотрены способы поддержки малого и среднего предпринимательства. Проанализирована инфраструктура развития бизнеса в Ростовской области.

**Ключевые слова:** регион, предпринимательство, бизнес, поручительство, государственная поддержка.

Уровень развития предпринимательства во многом определяет степень демократизации государства. Государство, поддерживающее малый бизнес, решает вопрос увеличения уровня обеспеченности населения и повышения в процентном соотношении граждан со средним уровнем дохода. Налоговые поступления от малого бизнеса в большей степени способствуют пополнению бюджета. Помимо того, конкуренция, являющаяся главным условием работы малых предприятий в системе рыночной экономики, позволяет ограничивать увеличение цен на товары и услуги, и активизирует предпринимателей постоянно поднимать качество продукции и вводить новые технологии. Нельзя не сказать, что роль малого бизнеса в рыночной экономической системе нелегко переоценить, так как, по сути, не что иное, как предпринимательство есть конструктивная единица и гарантия существования развитой рыночной экономики.

В пределах рынка невозможно добиться устойчивого успеха в бизнесе, не планируя его эффективное развитие, не аккумулируя постоянно сведения о своих перспективах и возможностях, о состоянии определенных рынков, о развитии на них конкурентов и собственной конкурентоспособности. [2, с.191]

Хотелось бы подробнее остановиться на развитии малого и среднего предпринимательства на территории Ростовской области. Малые предприятия служат неотъемлемой частью социально - экономической системы региона. Значение субъектов малого предпринимательства в экономике представлено на рис. 1:



Рисунок 1 - Значение субъектов малого предпринимательства в экономике (составлен автором статьи по материалам [1, с. 32])

По результатам 2016 года в Ростовской области было фиксировано более 55,2 тысячи субъектов малого и среднего предпринимательства. Кроме того, наблюдается, что из-за падения качества бизнес-среды, замедления экономического роста, не только в нашем регионе, но и в целом по стране, в 2016 году отмечено уменьшение численности малых и средних предприятий. Например, по сравнению с аналогичным периодом 2015 года 2016 года количество субъектов малого и среднего предпринимательства снизилось на 3,9%.

В 2014 году была принята государственная программа Ростовской области «Экономическое развитие и инновационная экономика», направлена на создание благоприятного предпринимательского климата и условий для ведения бизнеса; повышение инновационной активности бизнеса; повышение эффективности государственного управления. Она реализуется с 2014 по 2020 годы.

Основные положения программы: 1) Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части затрат, связанных с участием в зарубежных и российских выставочно-ярмарочных мероприятиях; 2) Предоставление субсидий субъектам малого предпринимательства в приоритетных сферах деятельности в целях возмещения части стоимости приобретенных основных средств и (или) программного обеспечения, его обновления; 3) Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в приоритетных сферах деятельности, организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, в целях возмещения части арендных платежей; 4) Предоставление субсидий начинающим предпринимателям в целях возмещения части затрат по организации собственного дела, а именно возмещения части арендных платежей, стоимости приобретенных основных средств, материалов, методической и справочной литературы; 5) Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части лизинговых платежей, в том числе первоначального взноса.

Мероприятия подпрограмм нацелены на совершенствование критерий ведения бизнеса в Ростовской области – снижение инвестиционных и предпринимательских рисков,

снижение значения коррупции; снижение избыточных административных и других ограничений, обязательств, необоснованных затрат у субъектов предпринимательской и другой деятельности; увеличение гарантий защиты прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля и муниципального контроля; превращение сверхтехнологичных производств и секторов экономики знаний в значимый фактор финансового роста; рост экспорта продукции в Ростовской области; наращивание числа заключенных соглашений, протоколов, меморандумов, программ о сотрудничестве Ростовской области с субъектами Российской Федерации и зарубежными государствами; формирование системы обеспечения действенной и доступной защиты прав потребителей в Ростовской области; обеспечение защиты населения Ростовской области от недоброкачественных товаров (работ, услуг).

Основой финансирования программы считаются средства областного бюджета. Финансирование из средств федерального бюджета в рамках государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» уточняется ежегодно по итогам проведения конкурсного отбора между регионами Российской Федерации. Общий размер финансирования программы составляет 165 931 305,3 тыс.рублей. [3]

На государственную поддержку в Ростовской области имеют право рассчитывать: во - первых, юридические лица и индивидуальные предприятия, которые зарегистрированы и работают на территории региона. Во - вторых, организация не должна иметь задолженностей по оплате труда и перед налоговыми органами. Минимальный предел средней заработной платы представлен на рис.2:

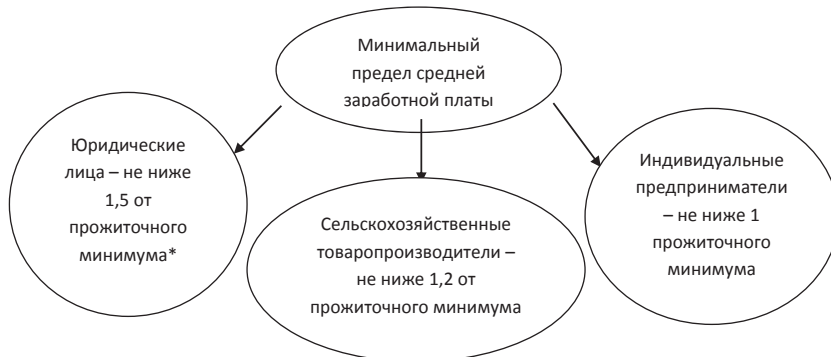


Рисунок 2 – Минимальный предел средней заработной платы  
(составлен автором статьи по материалам [1, с. 38])

\*Величина прожиточного минимума в Ростовской области на 1.05.17 составляет 10022руб. / мес. (для трудоспособного населения).

Источником финансирования для развития бизнеса в регионе может стать поручительство «Гарантийного фонда Ростовской области».

Фонд выделяет поручительства субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, критерии установлены Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Фонд выдвигает следующие требования: предприниматели должны быть отнесены к субъектам малого и среднего предпринимательства или к организациям их



инфраструктуры. Наряду с этим, банковская гарантия оформляется сроком не менее 1 года и на сумму свыше 1 млн руб.

В целом инфраструктура поддержки предпринимательства в Ростовской области включает в себя 13 фондов поддержки малого предпринимательства и фондов местного развития, 20 муниципальных агентств поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, 21 информационно - консалтинговый центр по обслуживанию компаний малого агробизнеса, крестьянско - фермерских хозяйств и собственных подсобных хозяйств, 7 бизнес - инкубаторов. Для того, чтобы сохранить предпринимательскую активность в Ростовской области, губернатором поставлена задача по созданию комфортных условий для развития бизнеса. Система помощи в регионе построена таким образом, что доступ к поддержке государства имеют как действующие, так и начинающие предприниматели.

Таким образом, можно сделать вывод, что в условиях финансового кризиса именно малый бизнес становится более перспективной сферой развития экономики. Ведь при распаде крупных предприятий - монополистов как раз малое предпринимательство является ключевым рычагом поддержки экономики, резервом создания новых рабочих мест и источником пополнения государственного бюджета.

#### **Список используемой литературы:**

1. Калинин А. В. Основные тенденции развития и характеристика малого и среднего бизнеса в России // Российское предпринимательство. — 2011. — № 1 Вып. 2 (176). — с. 30–45.

2. Черкесова Э. Ю., Гайдатова В. В. Повышение конкурентоспособности предприятий розничной торговли (научная статья) // Научно - методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 17. – С. 191–195. –

3. Официальный сайт Правительства Ростовской области <http://www.donland.ru/>

© Д.Д. Миронова, Н.В.Теске, 2017

#### **УДК 336.7**

**Д.Д. Миронова** к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

**Т.В. Демьянова** студент 3 курса факультета экономики, сервиса и предпринимательства

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

Г. Шахты, Российская Федерация

### **ПРОБЛЕМЫ МОШЕННИЧЕСТВА С БАНКОВСКОЙ КАРТОЙ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ**

**Аннотация.** Рассмотрены современные методы мошенничества. Представлены способы защиты банковских карт от злоумышленников.

**Ключевые слова:** банковская карта, мошенники, скиминг, фишинг, Pay Pass.

На протяжении последнего десятилетия непреклонно возрастает вовлеченность общества в использование в повседневной жизни результатов научно - технического прогресса. Однако, уровень технической грамотности и квалификации конечного

пользователя почти всегда ниже нужного для комфортного существования. В экономически продвинутых странах платежная карта - это один из принципиальных атрибутов в сферы торговли. Операции платежными картами характеризуют связанность банковской системы и людей. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными в быстроменяющихся условиях конъюнктуры экономической ситуации, коммерческим банкам необходимо трансформировать стратегические отношения с клиентами, постоянно предлагать новые продукты и банковские услуги[1, с.254]. Но, невзирая на преграды и проблемы, также на достаточно впечатляющие затраты, связанные с пуском и отработкой технологий применения банковских карт, российские банки из года в год активнее используют этот инструмент. Как говорят экономисты: «Будущее банковских услуг – за банковскими картами».

Актуальность проблемы мошенничества, связанного с банковскими картами обоснована тем, что наряду с подъемом активности применения банковских услуг возрастает и мошенничество в банковской сфере, и данная проблема требует особого внимания, поскольку риски мошенничества в банковской сфере значительно подрывают доверие к банковской деятельности и несут опасность дестабилизации всей финансовой системы.

Пластиковая банковская карточка – это данный персонализированный платежный инструмент, предоставляющий пользующемуся карточкой лицу возможность безналичной оплаты товаров или услуг, также получения наличных средств в отделениях банков и банковских автоматах. Прием карточки к оплате и выдача наличных по ней осуществляются в предприятиях торговли, сервиса и банках, входящих в платежную систему, осуществляющую обслуживание карточки.

Способами защиты пластиковых банковских карт являются сохранение конфиденциальности конкретной информации о карте, верификационный код и PIN - код. В соответствии с этим средства, которые используют мошенники, ориентированы на получение этой информации или на получение доступа к средствам на карте в обход нее.

К способам мошенничества с банковскими картами, которые стали классическими, можно отнести :

1. Скиминг – это кража данных карты с помощью специально считывающего прибора (скимер - маленькое устройство, устанавливаемое в карт приёмник банкомата и считывающее данные с магнитной полосы банковской карты (номер карты, имя, фамилия, срок действия, верификационный код, даже в некоторых случаях и PIN - код). Быть жертвой скиминга возможно не только снимая наличные, но и оплачивая товары.

2. Фишинг – правонарушители создают сайты, аналогичные официальным страницам кредитных организаций, на которых предлагают оставить клиентам конфиденциальную информацию о себе. Иной вариант – распространение по почте либо при помощи фальшивых SMS - сообщений от банков с просьбой предоставить номер карты. Приняв данную информацию, крадут денежные средства с карт[2].

Бороться с «карточными» мошенничествами в современной российской реальности почти невозможно. Методы хищения денежных средств с «пластика» с каждым годом становятся все изощрённей, а правонарушители наиболее изобретательными.

К новейшим методам мошенничества, можно отнести:

1. Мошенники представляются банковскими работниками. Клиенту вначале поступает SMS - сообщение с номера 900 (сервисный номер Сбербанка), в котором неизвестное лицо просит перевести ему некоторую сумму денежных средств, которая спишется со счета

клиента, если в ответном сообщении отправить присланный цифровой код. Или данная операция совершится автоматически через 600 секунд. Клиента застают врасплох, и он впадает в панику. Затем раздается телефонный звонок с официального номера Сбербанка (8 - 800 - 555 - 55 - 50), начинается разговор злоумышленник, обращаясь к жертве по имени, сообщает, что с его счета пытаются снять денежные средства. А он, как специалист службы безопасности банка, должен разобрататься и помочь в этой проблеме. Далее сотрудник «Сбербанка» говорит, что необходимо остаться на линии, ответить на сообщение – отправив код, который будет указан, вставить пробел и слово «отмена перевода». После этого деньги, вместе со специалистом бесследно пропадают.

2. Жертва размещает объявление о реализации товара на одном из известных сайтов объявлений и становится целью для мошенников. Звонит покупатель и говорит, что готов купить предложенную продукцию. Затем он информирует, что находится в другом районе и согласен произвести оплату на карту, а за покупкой отправит курьера из транспортной компании. Жертва пересылает мошеннику номер своей банковской карты, а также все паспортные данные, так как они нужны транспортной компании. Через некоторое время поступает звонок с официального номера Сбербанка (8 - 800 - 555 - 55 - 50). На другом конце провода мужчина, который обращается к жертве по имени сообщает, что на ее счет поступил перевод в размере названной суммы. Так как сумма большая, требуется подтверждение. На мобильный телефон было отправлено SMS - сообщение с кодом подтверждения. Необходимо сообщить код сотруднику и сумма в данный момент зачислится на счет. Жертва верит и предоставляет мошеннику всю информацию, после чего все деньги исчезают с карты.

3. Мошенничество с помощью беспроводного терминала и банковской технологии PayPass. Злоумышленники снимают деньги у пассажиров с помощью беспроводного терминала через одежду или стенки сумки. Посредством бесконтактной технологии PayPass с банковской карты без пин - кода можно снять до 1000 российских рублей. Для этого необходимо приложить устройство к сумке, считыватели бесконтактных карт работают на расстоянии до 20 сантиметров, достать денежные средства проблем не составляет. К несчастью, подобные злоумышленники вполне могут заполнить места массового скопления народа.

Защищать банковские карты от злоумышленников смогут только сами владельцы «пластика». Реализация предлагаемых советов разработки целевых комплексных методов по защите электронных денежных средств позволит владельцам совершить защиту[3,с 258]. Чтобы защитить свои деньги, клиент должен придерживаться следующих простых советов:

1. ПИН - код никому и никогда не докладывать.
2. При осуществлении действий с банкоматом необходимо закрывать от посторонних клавиатуру банкомата.
3. Снимать наличные средства в банкоматах, которые находятся в отделениях Банка , или рядом с отделениями Банков.
4. В случае если возникли проблемы с банковской карточкой, желательно обратиться к консультанту банка.
5. Если карта утрачена, необходимо незамедлительно сообщить в банк и заблокировать карточку.

6. Не следует совершать покупки на подозрительных сайтах.

7. Следует обратить свое внимание на страхование банковской карточки.

8. Желательно подключить SMS - сервис, для того чтобы своевременно отслеживать движения денежных средств на банковской карточке.

9. Возможно, также установить дневной лимит по снятию наличности с банковской карточки.

Несмотря на то, что банковские карты подвергаются мошенническим атакам, они набирают популярность в использовании. Выпуск их остался не изменяемым, и даже увеличился в улучшенном варианте для того, чтобы уменьшить случаи мошенничества. Таким образом, банки делают все, чтобы сохранить безопасность банковских карт.

### Список использованной литературы:

1. Зайцева Т.В. Современные тенденции предоставления кредитных продуктов коммерческими банками [Текст] / Н. В. Есикова, О. В. Чумакова, Т. В. Зайцева // Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития : материалы Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 14 нояб. 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. - С. 254–256.

2. Бахтеев Д.В. О некоторых современных способах совершения мошенничества в отношении имущества физических лиц / Вестник Российское право: Образование. Практика. Наука. Выпуск 3. 2016. URL: <http://cyberleninka.ru/artikl/n/o-nekotoryh-sovremennyh-sposobah-soverheniya-mohennichstva-v-otnohenii-imuschestva-fizicheskikh-lits/> (дата обращения: 12.03.2017)

3. Черкесова Э.Ю., Ковалева К.С., Лисицина И.Ю. Методические аспекты разработки целевых комплексных программ развития муниципальных образований [Текст] / Черкесова Э.Ю., Ковалева К.С., Лисицина И.Ю. // Проблемы внедрения результатов инновационных разработок: материалы Междунар. науч.–практ. конф. (Пенза, 18 июня. 2016 г.) - Уфа: "ОМЕГА САЙНС", 2016. - С. 258–261.

© Д.Д. Миронова, Т.В. Демьянова, 2017.

### УДК 336

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

**С.Т.Набиева** студент 3 курса факультета экономики, сервиса и предпринимательства  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
г. Шахты, Российская Федерация

## ИНФЛЯЦИЯ И МЕРЫ ЕЕ СТАБИЛИЗАЦИИ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация: В данной статье рассмотрена проблема инфляции, предложены меры по ее стабилизации.

Ключевые слова: инфляция, антиинфляционная политика, Центральный Банк, мера, борьба

В современной России множество финансовых проблем, стоящих перед российским обществом. Среди этих проблем инфляция. Инфляция (лат. inflatio — вздутие) — повышение общего уровня цен на товары и услуги. Сегодня оценка инфляции как серьезная и реальная опасность может быть удивительна. Практически любой человек, который сравнил российскую экономическую политику, проводившуюся в 1990 - е и в 2000 - е годы, неизбежно узнает, что она теперь является намного более разумной и ответственной.

Взрывной рост цен, резкие скачки курса валют, раздувание государственного долга и последующий отказ от оплаты – все эти вещи ушли из нашей жизни. После 2000 - х, цены достаточно стабильны, курс рубля по отношению к доллару почти неподвижен, и сбалансированный бюджет позволил Правительству не только отказаться от новых кредитов, но и досрочно погасить кредит, взятый ранее. В таблице 1 охарактеризована динамика инфляции в России.

Таблица 1 Динамика инфляции в России в 1998 - 2016 гг.

Года	Годовая инфляция в России	Ставка рефинансирования, на конец года ( % )	Ключевая ставка на конец года ( % )
2016	5,4	-	10,00
2015	12,90	8,25	11,0
2014	11,36	8,25	17,0
2013	6,45	8,25	5,50
2012	6,58	8,25	-
2011	6,10	8,00	-
2010	8,78	7,75	-
2009	8,80	8,75	-
2008	13,28	13,0	-
2007	11,87	10,0	-
2006	9,00	11,0	-
2005	10,91	12,0	-
2004	11,74	13,0	-
2003	11,99	16,0	-
2002	15,06	21,0	-
2001	18,8	25,0	-
2000	20,1	25,0	-
1999	36,6	55,0	-
1998	84,5	60,0	-

Сейчас экономика России оправилась от кризиса 1998 года. Инфляция в России в 2016 году значительно снизилась. Этому способствовала политика Банка России и правительства. К концу 2016 года, инфляция достигла исторического минимума на 5,4 процента. Целевой показатель инфляции по плану Центробанка на 2017 год составляет 4 %. По словам премьер - министра Дмитрия Медведева, ориентир можно считать достижимым.

Глава министерства Максим Орешкин, в середине января 2017 года, также отметил, что он видит реальную возможность достижения инфляции в России на уровне 4 %. По прогнозам Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Института Гайдара, при стабильной цене на нефть инфляция в России в 2017 году будет близка к целевому показателю Банка России в 4 %. Согласно прогнозу, в 2017 году цены вырастут на 4,6 %, а в 2018 году инфляция снизится до 4,2 %. Если нефть будет дешеветь, инфляция в 2017 году составит 4,9 %, а в 2018 году – до 4,5 %. [1]

Это вполне выполнимая задача, если правительство вместе с ЦБ будет проводить грамотную антиинфляционную политику. Антиинфляционная политика – комплекс мер по государственному регулированию экономики, направленных на борьбу с инфляцией. Целью антиинфляционной политики в России должен быть контроль инфляционного процесса рыночных и государственных методов в интересах подъема национального производства и обеспечения экономической безопасности страны и народа. Незначительная инфляция увеличивает платежеспособный спрос и тем самым стимулирует экономический рост.

Рассмотрим ряд мер, которые носят комплексный характер и являются необходимыми мерами для стабилизации инфляции в российском обществе.

Первоочередными антиинфляционными мерами являются создание реформ сектора розничной торговли, либерализация рынка труда, преобразование банковского сектора. [2, с. 384]

- Необходимо создание благоприятного инвестиционного климата в стране и преодоление кризиса инвестиций, путем оживления инвестиционного процесса, концентрации средств на приоритетных направлениях, привлечения иностранного капитала в экономику.

- Надо всеми способами повышать рост ВВП. Без подъема национального производства невозможно совершенствовать финансовую, денежную и банковскую системы.

- Необходимо увеличить долю безналичного денежного обращения в денежном обороте страны, чтобы обуздать инфляцию и помочь в борьбе с теневыми доходами.

- Необходим жесткий государственный контроль над тарифами на электроэнергию в жилищном секторе. Чтобы удержать цены на энергоносители в условиях повышения мировых цены на нефть, необходимо провести ряд реформ в налоговой сфере.

- Налоговая система может стать мощным инструментом антиинфляционной политики. С помощью налогов можно ограничивать рост заработной платы, что особенно актуально в случае инфляции заработной платы. Для этого достаточно ввести прогрессивную шкалу налогообложения физических лиц. Тогда, по мерероста доходов населения, увеличивается изымаемая доля налогов. Происходит рост начислений, но уровень реальной зарплаты не возрастает. Что позволяет сдерживать инфляцию.

Особая роль в борьбе с инфляцией отводится Центральному банку.

Инфляция в значительной степени зависит от объема денежной массы. Таким образом, изменение предложения денег может активно влиять на уровень инфляции. Инфляция может быть снижена, уменьшая предложение денег. В основе антиинфляционной программы должны быть научно обоснованная модель управления переходной экономикой, которая стимулировала бы рост производства товаров и услуг и развития бизнеса. [3, с. 68 - 69 ]

### Список использованной литературы:

1. Официальный сайт URL:[https://investfuture.ru / event / 5242 / country / 1?page=3](https://investfuture.ru/event/5242/country/1?page=3)(дата обращения: 14.04.2017).

2. Черкесова, Э. Ю. Роль антикризисного управления в современных условиях развития экономики России [Текст] / Э. Ю. Черкесова, Г. П. Довлатян, В. С. Морозова, А. В. Абгарян // Перспективы развития Восточного Донбасса : материалы VI - й Международной и 64 - й Всероссийской научно - практической конференции. – Министерство образования и науки Российской Федерации, Южно - Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова, Шахтинский институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова, 2015. – С. 384.

3. Ваградян, С. А. Проблемы финансовой поддержки малых инновационных предприятий Ростовской области / С.А. Ваградян, Д.Д. Миронова // Евразийский союз ученых. – 2015.– № 4 - 3 (13).– С. 68 - 69.

© Д.Д.Миронова, С.Т.Набиева , 2017

УДК 338.2

**В.В. Мулявко**

магистрант кафедры

Экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Г. Уфа, Российская Федерация

**Научный руководитель: Д.В. Котов**

д.э.н., профессор кафедры

Экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Г. Уфа, Российская Федерация

## **АПРОБАЦИЯ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕВООРУЖЕНИЯ В НЕФТЕПЕРЕРАБОТКЕ**

Помимо практических вопросов, связанных с текущей и перспективной деятельностью нефтеперерабатывающих заводов [1,2,3,4,5,6], для последних актуальны методические вопросы, в частности направленные на разработку методики оценки типовых инвестиционных проектов в нефтепереработке [7,8,9].

Авторский подход направлен на усовершенствование методики оценки экономической эффективности инвестиционных проектов применительно к проектам технического перевооружения, характерным для нефтепереработки, учитывающей при формировании денежных потоков отраслевою специфику и специфику стандартных проектов технического перевооружения.

Апробация усовершенствованной методики проведена на примере инвестиционного проекта по техническому перевооружению установки АВТ на нефтеперерабатывающем

заводе (НПЗ) «Башнефть - Новойл». Суть технического перевооружения – замена контактных устройств в основной атмосферной колонне К - 2, что позволяет увеличить выход светлых нефтепродуктов. Условия «без проекта» соответствуют техническим и экономическим показателям действующей установки АВТМ - 2 «Башнефть - Новойл».

Результат расчета чистого дисконтированного дохода приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Расчёт чистого дисконтированного дохода

Год	Денежный поток (ΔЧД), тыс. руб.	Коэффициент дисконтирования, α	Дисконтированный денежный поток, тыс.руб.
1	2	3	4
0	- 15436	1	- 15436,0
1	279954	0,8696	243438,3
2	302350	0,7561	228620,0
3	326538	0,6575	214704,0
4	352662	0,5718	201635,6
5	380874	0,4972	189361,7
Итого доходов	1642378		1077759,7
Итого затрат	- 15436		- 15436,0
Сальдо	1626942		1062323,67

Апробация предложенной методики оценки экономической эффективности проекта технического перевооружения НПЗ с учетом специфики проекта вполне пригодна для оценки экономической эффективности и упрощает процедуру расчетов.

#### Список использованной литературы:

1. Соловьева И.А., Мусина Д.Р. Оценка влияния «Большого налогового маневра» на эффективность нефтеперерабатывающего сегмента нефтяных компаний (на примере Уфимской группы НПЗ) // Электронный научный журнал «Нефтегазовое дело». 2015. №6. С. 587 - 610.
2. Мусина Д.Р., Соловьева И.А. Анализ экспортной политики РФ в сфере сбыта нефтепродуктов // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 1 - й Междунар. науч. - практ. конф. / редкол. Л.И. Ванчухина и др.; под общ.ред. проф.Л.И.Ванчухиной. – Т.1 – Уфа: Изд - во УГНТУ, 2013. С. 131 - 133.
3. Мусина Д.Р., Мусалимов А.Д., Тасмуханова А.Е. Влияние «большого налогового маневра» на эффективность нефтедобычи // Евразийский юридический журнал. 2016. №4(95). С.187 - 189.
4. Мусина Д.Р., Сейдалин Р.Р. Влияние системы налогообложения на эффективность разработки газового месторождения // Евразийский юридический журнал, №6 (97), 2016. - с.227 - 229
5. Мусина Д.Р. Анализ налоговой нагрузки вертикально интегрированных нефтяных компаний // Вестник экономики и менеджмента. – 2016. - №1(2). – С.130 - 134.



6. Котов Д.В., Можчи́ль А.Ф., Хашпер Б.Л. Проблемы и пути совершенствования системы налогового регулирования инвестиционной деятельности нефтяных компаний // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2014. – №11. – С.19 - 23.

7. Котов Д.В., Хрипунова О.Ю., Полещук М.А., Зараменская Е.А. Механизмы управления инновационными проектами в нефтегазовом комплексе России. – Уфа: «Монография». – 2014. – С.176.

8. Самофеев Н.С., Хайруллин В.А., Бабков В.В., Котов Д.В., Садыков И.М. Совершенствование методики определения экономической эффективности проектов затратного типа на примере адресной программы санации жилого фонда // Жилищное строительство. – 2012. – №3. – С. 49 - 52.

9. Буренина И.В., Евтушенко Е.В., Котов Д.В., Гайфуллина М.М., Земцова В.Д. Основы производственного менеджмента на предприятиях нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности. Допущено УМО по образованию в области производственного менеджмента в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент». – Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет. – 2016. – С. 180.

© Мулявко В.В., Котов Д.В., 2017.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Л.А. Авдеева, Д.Р. Баширова ПРИМЕНЕНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ	6
Л.А.Авдеева, Д.Р.Баширова СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ	11
Адаменко Е.А., Белозерская А.В. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ КАПИТАЛА В ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	18
Адаменко Е.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»	23
А.С. Ермакова, Аджиева А.Ю., И.А. Дикарева БИТКОЙН: СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	27
И.С. Морозова, Е.А. Аксинская УЧЁТ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА ПРИ РАЗРАБОТКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА	32
Андрейчик В. И., Корзенева Ю.В. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ КОРПОРАЦИИ	34
Ю.Д. Антошина ВЫБОР ФИРМОЙ РЫНОЧНОЙ НИШИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	37
Аранчий Ю. А., Сайдалиева А. М. ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ	41
Аранчий Ю. А., Сайдалиева А. М. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА	43
Е.Н. Архипенко ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	45
Ю. Е. Афанасьева СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ С ПОМОЩЬЮ ВВЕДЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК	47
Ю.С. Афанасьева ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ	50

Р.Р. Ахметшин, Аракчеев С.В. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА В РОССИИ	53
Бадертдинова В.А. ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ	55
Бадмаева Д. А. НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	58
А.М. Байбулатов, Д.В. Котов АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ НЕФТЯНОГО РЫНКА НА ОСНОВЕ РЕТРОСПЕКТИВНОГО АНАЛИЗА	59
А.В. Баранова ОСОБЕННОСТИ ГАРМОНИЗАЦИИ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА В ОБЛАСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ И РЕСПУБЛИКОЙ КОРЕЯ	63
А.В. Белозерская, Е.А. Адаменко НЕОБХОДИМОСТЬ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ	66
А.А. Беляева ОПТИМИЗАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ С ПОМОЩЬЮ ЗАДАЧИ ЛИНЕЙНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ	71
Борисихина Д. А., Бунтовский С. Ю. ВАЖНОСТЬ И РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	72
Д.К. Бражкина ОБЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ	74
Братишка М. А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ	77
Р.С. Булатов ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА	79
Р.С. Булатов ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ	81
Е.С. Буркова ВНУТРЕННИЙ АУДИТ В КРЕДИТНО - ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	84
А.А. Бутова О ФАКТОРАХ СЕЗОННОГО ВЛИЯНИЯ НА ПРОДАЖИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	87

Василенко И.Н., Миронова Д.Д. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ	89
А.К. Вафина ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГАЗЕТА «ВЕЧЕРНИЕ ЧЕЛНЫ»	93
В.М. Минеева, А.Д. Петрова, И.В.Вахитова ПРОБЛЕМА ВЗИМАНИЯ НАЛОГОВ И СБОРОВ В РФ В СОРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	96
В.М. Минеева, А.Д. Петрова, И.В.Вахитова ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ РФ	99
К.Р. Гимадиева ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА	103
К.Р. Гимадиева РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В ИТАЛИЮ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ	105
Ю.А. Гиренко АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ	106
А.Н. Гладкова ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА	108
Н.Н. Гладунец ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ КАК ОБЪЕКТА ЛОГИСТИЗАЦИИ	112
Н.И. Горелова МЕТОДИКА АНАЛИЗА КАЧЕСТВА И ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ШВЕЙНО - ТРИКОТАЖНЫХ ТОВАРОВ НА ТОРГОВО - ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ	115
Е. А. Горчакова АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО ПАРФЮМЕРНО - КОСМЕТИЧЕСКОГО РЫНКА	118
Е.В. Гришина, А.В. Захарян ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ФИНАНСИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РФ	120

А.В. Гурова, Е.В. Кузнецова ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ	124
Е.В. Гусева, М.В. Казьмина, А.А. Новова ОСОБЕННОСТИ БИРЖЕВОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ	126
Давыдова А.Н., Зуброва Е.С. АНАЛИЗ РАЗЛИЧНЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ДОХОДАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	130
Давыдова А.Н., Зуброва Е.С. ПРОБЛЕМА УТЕЧКИ МОЗГОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	132
Даниленко А. А. КРИПТОВАЛЮТЫ: НОВЫЙ ВИД ДЕНЕГ ИЛИ ДЕНЕЖНОГО СУРРОГАТА?	134
К. В. Данилова ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НЕЙРОМАРКЕТИНГА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	137
В.Б. Дасени НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	141
А.К.Дзюбинская ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)	144
С.И. Дмитриева ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СВОЙСТВА НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК	149
Донченко Е. А. ПРИНЦИПЫ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИСПАНИИ	151
Н.А. Дорохина ПЕРИОДИЧЕСКАЯ АТТЕСТАЦИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ	154
Н. И. Евдокимова ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРТЦВА	156
Епифанцева А.С, Русакова А.А., Дьяченко О.А. АНАЛИЗ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	159
А.Б. Еремина ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ПРИЧИНЫ И МЕТОДЫ ДИАГНОСТИКИ	166

В.В. Ерыгина ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДЕНЕЖНЫХ ОСТАТКОВ, СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ, ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ И КРАТКОСРОЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ОРГАНИЗАЦИИ	169
А.Д. Ефремова, А.О. Егорова ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	171
V.V. Zhelezovskaya MACROECONOMIC REGULATION OF AVIATION INDUSTRY IN COUNTRIES WITH DIFFERENT CONCENTRATION OF TERRITORIAL PRODUCTION	172
В.А. Жорова ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ	176
М.С. Заворина ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ABC - АНАЛИЗА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЛИКВИДНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	178
L.E.Zernova, O.J.Mavriashina THE CONCEPT OF A COMPANY'S CREDITWORTHINESS	183
Зуева Е.Е., Нежелъченко А.Ю., Добрунов Д.Р. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ ПТИЦЕВОДСТВА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	185
Д.Д. Миронова, А.В. Иванова СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РФ	190
Е.А. Иванова ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	194
Е.Д. Илюшова ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА В ЧАСТИ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	200
Э.С. Гайнанова ПРИМЕНЕНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ МАЛОЭТАЖНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ	203
А.С. Коваль К ВОПРОСУ О ФИНАНСОВОЙ ДИАГНОСТИКЕ СОСТОЯНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	205

Кожухова Е. С. ПРАВОВЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ БОРЬБЫ С МОШЕННИЧЕСТВОМ, СОВЕРШАЕМЫМ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ	207
Т.С. Кондратюк АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ Г. НОВОСИБИРСКА	209
Е.В. Коновалова, А.В. Захарян МЕХАНИЗМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ПРОНИКНОВЕНИИ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ В РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ СТРАНЫ	210
Кононенко С.С. СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА	213
Фисун Т.А., Крайнова Ю.С. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА	219
Круглова Я. А., Зайцева О. Н. ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ	221
С.В. Кузнецова, Ю.С. Панчихина РАЗМЕР И СОСТАВ УПЛАЧЕННЫХ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЗА 2014 - 2016 ГГ.	226
И.М. Кузнецова БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ	229
Н.И. Кузьменко СПОСОБЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕФИЦИТА ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ	233
Е.О. Орлова, Н.А. Кузьмина ПОНЯТИЕ, МЕХАНИЗМЫ, МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К УСТРАНЕНИЮ ДВОЙНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	236
Е.И. Куликова ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ	239
Е.С. Куркина, Я.В. Пашенко ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИНЖЕНЕРА - МЕНЕДЖЕРА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ	242
Э. М. Абдулхайрова, А. А. Кучерявая СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ	244

Кушмухамбетова Д.Ш. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК БАЗОВЫЙ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	247
И.Б. Кушнир, А.М. Тиньгаева ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	249
Е. А. Лебедева ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И СБЫТА ПРОДУКЦИИ В КЕРАМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	252
А.А. Лобова ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	255
В.В. Лобунцова, М.И. Килибаева АКТУАЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ОСТАТКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	257
М.И.Лукиных СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ИНТЕГРАЦИЮ	260
В.А. Лысенко, А.Ю. Фролова ТАМОЖЕННЫЕ ПЛАТЕЖИ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА	267
С.Н.Лямина АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛОВ НА ЗАО «РЯЗАНСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД»	269
Макаренко А. О. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ	272
Федоров В. А., Маковеева Е. Н. РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	275
О.В. Мамченко, Малинина О.Ю. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	276
Д.Д. Миронова, Н.В. Теске ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	278
Д.Д. Миронова, Т.В. Демьянова ПРОБЛЕМЫ МОШЕННИЧЕСТВА С БАНКОВСКОЙ КАРТОЙ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ	281
Д.Д. Миронова, С.Т.Набиева ИНФЛЯЦИЯ И МЕРЫ ЕЕ СТАБИЛИЗАЦИИ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ	284







# АЭТЕРНА

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

<http://aeterna-ufa.ru>  
+7 347 266 60 68  
+7 987 1000 333  
[info@aeterna-ufa.ru](mailto: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](http://aeterna-ufa.ru), а также отправляются в почтовые отделения для рассылки, заказными бандеролями.

**Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке [elibrary.ru](http://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](http://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](http://elibrary.ru)) №103-02/2015**  
**Договор о размещении журнала в "КиберЛенинке" ([cyberleninka.ru](http://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

# ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНОГО РАЗВИТИЯ

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 25.05.2017 г. Формат 60x84/16.

Усл. печ. л. 17,6. Тираж 500. Заказ 595.



**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](mailto: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](mailto:info@aeterna-ufa.ru)

ICQ: 333-66-99

Skype: Aeterna-ufa

г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



## РЕШЕНИЕ

о проведении  
20 мая 2017 г.

### Международной научно-практической конференции ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНОГО РАЗВИТИЯ

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

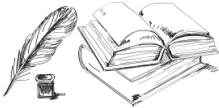
Директор НИЦ «Астерна»

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](mailto:info@aeterna-ufa.ru)  
ICQ: 333-66-99  
Skype: Aeterna-ufa  
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



## АКТ

по итогам Международной научно-практической конференции  
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАУЧНОГО РАЗВИТИЯ  
состоявшейся 20 мая 2017 г.

1. Международную научно-практическую конференцию признать состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.
2. На конференцию было прислано 503 статьи, из них в результате проверки материалов, было отобрано 494 статьи.
3. Участниками конференции стали 740 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