СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

LXI СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№ 1(61)

СБОРНИК ВКЛЮЧЕН В НАУКОМЕТРИЧЕСКУЮ БАЗУ РИНЦ

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2018

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам LXI студенческой международной научно-практической конференции

№ 1 (61)
Январь 2018 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2018

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:
Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:
Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;
Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;
Леонидова Галина Валентиновна – канд. экон. наук, доц., зав. лабораторией исследований проблем трудового потенциала ФГБУН «Институт социально-экономического развития территорий РАН»;
Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова;

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»: Электронный сборник статей по материалам LXI студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК». – 2018. – № 1 (61) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.sibac.info/archive/economy/1(61).pdf.

Электронный сборник статей по материалам LXI студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Электронный сборник статей «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: включен в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

ISSN 2310-4082
© АНС «СибАК», 2018 г.

Оглавление

Секция «Маркетинг» **12**

ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ ПРОИЗВОДСТВА ФРУКТОВЫХ СОКОВ 12
Гердт Вадим Андреевич
Суворова Екатерина Александровна
Харитонова Татьяна Валерьевна

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННЫХ ПРОДУКТОВЫХ СЕТЯХ 19
Метелица Семён
Шалимов Артём Витальевич
Шматков Руслан Николаевич

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА EVENT-УСЛУГ 25
Паклина Виктория Витальевна
Юдакова Ольга Васильевна

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ В РЕСТОРАНЕ 30
Прокопьева Анастасия Игоревна
Харитонова Татьяна Валерьевна

УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ОПЫТОМ И ЕГО МЕСТО В БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ 34
Соколовская Елена Васильевна

Секция «Менеджмент» **41**

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ 41
Галиева Эльвира Филаридовна
Назарова Ульяна Анатольевна

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ 46
Герасимова Ксения Васильевна
Мухамедиева Светлана Анатольевна

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА 51
Гюласарян Сюзанна Оганесовна
Сероштанова Екатерина Андреевна

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В РАБОТЕ С КАДРОВЫМ РЕЗЕРВОМ НА ВЫДВИЖЕНИЕ 58
Закусило Виктория Сергеевна

РАБОТА С КАДРОВЫМ РЕЗЕРВОМ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ 63
Закусило Виктория Сергеевна

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ГОСТИНИЧНЫМИ СЕТЯМИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ 68
Коноплева Анастасия Вадимовна

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ВАРИАНТ МАЛОГО БИЗНЕСА 72
Назаренкова Елена Вячеславовна

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ, ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ 77
Романовская Александра Олеговна
Базык Елена Федоровна

К ВОПРОСУ О ПРОВЕДЕНИИ КАДРОВОГО АУДИТА 81
Чеснокова Александра Николаевна

Секция «Регионоведение» **86**

РЫНОК НЕКОММЕРЧЕСКОЙ САМАРСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ 86
Александрова Виктория Дмитриевна

Секция «Экономика» **92**

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ 92
Аксютова Валерия Владимировна

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РЕЗЕРВА НА РЕМОНТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ОПТИМИЗАЦИЮ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ 98
Александрова Виктория Дмитриевна

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РЕЗЕРВА ПО СОМНИТЕЛЬНЫМ ДОЛГАМ НА ОПТИМИЗАЦИЮ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ 103
Александрова Виктория Дмитриевна

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ИМПОРТА РОССИИ 107
Александрова Виктория Дмитриевна

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА 111
Александрова Ирина Романовна
Алексин Антон Юрьевич

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН 117
Алимирзаева-Рамазанова Аида Джамалутдиновна
Исакова Гулизар Казбековна

ПОНЯТИЕ НАДЕЖНОСТИ БАНКА, ВЗАИМОСВЯЗЬ С ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ 122
Алямкина Екатерина Викторовна
Графов Андрей Владимирович

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ 126
Ананчева Марина Владимировна
Болмасова Дарья Игоревна
Мерзико Инна Николаевна
Наймушина Елизавета Сергеевна
Матягина Татьяна Владимировна

РОССИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ УСЛУГ 130
Арсингиреева Мадина Аслановна
Гулян Кристина Давидовна
Жоглина Елена Валерьевна

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК МЕХАНИЗМ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА 136
Баймухаметова Альбина Газинуровна
Даутова Карина Рифовна
Алексеев Олег Александрович

АКТУАЛЬНОСТЬ ОЦЕНКИ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ХОДЕ АУДИТА 150
Баранова Александра Сергеевна

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ШОКОВ ВАЛЮТНЫХ И ФОНДОВЫХ РЫНКОВ 157
Белякова Анастасия Александровна

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА OEM И ODM ПРОИЗВОДСТВ 161
Болмасова Дарья Игоревна
Ананчева Марина Владимировна
Ахметгареева Диана Тахировна
Матягина Татьяна Владимировна

КРИМИНАЛИСТИЧЕСКИЕ И УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ НЕЗАКОННОЙ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 165
Борисова Ольга Витальевна
Столбоушкин Алексей Витальевич
Чепрасов Михаил Геннадьевич

ФИНАНСОВЫЙ РИСК КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ 183
Гафурова Элина Маратовна
Байрушина Фларида Фатиховна

ФИНАНСОВАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОРПОРАЦИИ 188
Даянова Эльвира Равилевна
Степанова Елизавета Николаевна
Верколаб Алла Александровна

СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА АГРАРНОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА 193
Деляева Ирина Григорьевна

ОЦЕНИВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ 202
Демин Михаил Николаевич
Алексин Антон Юрьевич

ОЦЕНКА РИСКОВ И УГРОЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 207
Ефименко Сергей Дмитриевич
Байрушина Фларида Фатиховна

АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ И ГАЗА 213
Туленгутова Дана Жанибековна
Жуманов Еламан Ержанулы

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ 219
Ичанская Елизавета Сергеевна

ФУНКЦИИ И РОЛЬ ВСЕМИРНОГО БАНКА В ОБЩЕМИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ 224
Кадргулова Альфина Шакировна
Рафикова Алия Айратовна
Нурдавлетова Наиля Маратовна
Качкаева Надежда Юрьевна
Матягина Татьяна Владимировна

РОЛЬ ЗАЁМНЫХ ИСТОЧНИКОВ В ПРАКТИКЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ») 229
Качалкина Елизавета Витальевна

ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРОЕНИЯ СИСТЕМ ПЛАНИРОВАНИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ 235
Кириллова Елена Ростиславовна
Мерзико Инна Николаевна
Наймушина Елизавета Сергеевна
Матягина Татьяна Владимировна

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РАСХОДОВ, ДОХОДОВ И СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ ЦФО В 2012-2015 ГГ. 240
Коновалова Алёна Владимировна
Нарышкина Ксения Степановна
Трофимова Галина Алексеевна

ВЛИЯНИЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИТКИ В РОССИИ 247
Кочура Роман Эдуардович
Ежов Никита Евгеньевич
Завьялов Клементий Анатольевич
Шестаков Дмитрий Сергеевич
Сарычева Елена Николаевна

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ РАБОТЫ ПАО «ОРЕНБУРГНЕФТЬ» И ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-ОРЕНБУРГ» 252
Кушнирук Анастасия Олеговна
Верколаб Алла Александровна

НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ И НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ 257
Лаврик Александра Максимовна
Корчагина Ирина Васильевна

СИНГАПУРСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЧУДО 261
Ларионов Артём Валерьевич

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 266
Лукина Анастасия Игоревна
Ключищева Валентина Григорьевна

СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА ТЕХНОЛОГИИ, РАСЧЕТ ПОТЕНЦИАЛА НА ПРИМЕРЕ НЕСКОЛЬКИХ АКТИВОВ 276
Маркабаева Гульнур Шавкатовна
Мустаев Тимур Ирекович

УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РОССИИ 283
Михайлова Елена Сергеевна
Базык Елена Федоровна

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РФ 287
Мустафина Альбина Рафаилевна
Сергеева Любовь Сергеевна
Хабибуллина Илнара Фанилевна
Яляева Юлия Ирековна
Матягина Татьяна Владимировна

ОЦЕНКА ЧАСТНЫХ РИСКОВ БАНКОВСКОГО ДОЛГОСРОЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ 292
Мухина Ирина Васильевна

ПРОБЛЕМА КВАЛИФИКАЦИИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК НЕЗАКОННОЙ С ПОЗИЦИИ ОРГАНОВ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ 300
Некрасова Светлана Владимировна

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ГИБКОЙ ЗАНЯТОСТИ 309
Низаметдинова Айгуль Раисовна

НАЛОГОВЫЕ КАНИКУЛЫ НОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЯМ КАК ТОЛЧОК К РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА В СТРАНЕ 315
Педант Павел Юрьевич
Корчагина Ирина Васильевна

МЕХАНИЗМ ПРОВЕРКИ ИНТЕГРАРИВАННОЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ 320
Плаксицкая Ольга Геннадьевна

К ВОПРОСУ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ 326
Погосян Диана Мисаковна
Жоглина Елена Валерьевна

ПРИМЕНЕНИЕ КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОАО «МУКОМОЛ») 331
Попова Екатерина Сергеевна

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КОМПАНИИ 337
Ребенщикова Ирина Сергеевна
Верколаб Алла Александровна

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ С ПОМОЩЬЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ 342
Рипях Юлия Васильевна
Ковалёва Татьяна Дмитриевна
Владимирова Ольга Георгиевна

РОССИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ 347
Савина Елизавета Вячеславовна
Алексин Антон Юрьевич

ПРОВЕДЕНИЕ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ ИМУЩЕСТВА И ФИНАНСОВЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ 352
Саушкина Виктория Владимировна
Бондаренко Елена Константиновна

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ РИСКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ 361
Сафина Ильзида Ильшатовна
Байрушина Фларида Фатиховна

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ДЕНЕЖНОЙ МАССЫ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ 366
Седова Елена Андреевна

ПЕРСПЕКТИВЫ ICO ИЛИ КАК МЫ ПОЛУЧИЛИ НОВУЮ ФОРМУ КРАУНДФАНДИНГА? 371
Ежов Никита Евгеньевич
Кочура Роман Эдуардович
Семенов Дмитрий Сергеевич
Храмцова Ольга Олеговна

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ 376
Исламутдинова Алия Альфировна
Сиражетдинова Гулькай Рустамовна
Матягина Татьяна Владимировна

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МЕТОДЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ 381
Сысолов Максим Владимирович
Байрушина Фларида Фатиховна

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРИВОЛЖСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ 387
Терновая Екатерина Анатольевна

НАЛОГОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ 400
Трифонова Екатерина Владимировна
Наумова Ольга Александровна

ФАКТОРИНГ И ФОРФЕЙТИНГ, КАК ИНСТРУМЕНТЫ СНИЖЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 405
Трюшникова Евгения Сергеевна
Лихачева Татьяна Петровна

АНАЛИЗ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН 414
Туленгутова Дана Жанибековна
Жуманов Еламан Ержанулы

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 419
Тухватуллин Ильяр Фанисович
Жидяев Андрей Михайлович
Тагиров Марсель Ильшатович
Матягина Татьяна Владимировна

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО–ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНАХ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ 423
Хандус Максим Юрьевич

СТАНОВЛЕНИЕ НЕТАРИФНЫХ МЕР РЕГУЛИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ 429
Хмельницкий Виктор Николаевич
Павлова Алла Викторовна

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА 434
Цыганкова Виктория Олеговна
Мухамедиева Светлана Анатольевна

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИИ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ 439
Чистякова Елизавета Михайловна

УЧЕТ И АУДИТ ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ 444
Шадов Ислам Барасбиевич
Козьмина Ольга Андреевна

РОЛЬ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА 450
Шевалдина Алина Александровна
Алексин Антон Юрьевич

ЭКОНОМИКА В ТУРИЗМЕ, ЕЕ ФУНКЦИИ И ПРОБЛЕМЫ 456
Шевалдина Алина Александровна
Алексин Антон Юрьевич

ВНЕДРЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В СЕГМЕНТЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПИЯТИЙ 463
Шульга Анна Владимировна

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАХОВЫХ СТАВОК НА ОСНОВЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ И ЭМПИРИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В СТРАХОВАНИИ ИНОМ, ЧЕМ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ 467
Щукин Константин Вадимович
Завялкин Денис Витальевич

УЧЕТ И АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 475
Юрлов Владимир Владимирович
Гульпенко Кира Владимировна

УПРАВЛЕНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВАМИ КОРПОРАЦИИ 480
Ющенко Надежда Сергеевна
Верколаб Алла Александровна

СЕКЦИЯ

«МАРКЕТИНГ»

ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ ПРОИЗВОДСТВА ФРУКТОВЫХ СОКОВ

Гердт Вадим Андреевич
студент кафедры ТОПП, НГТУ,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: Gerdt96@gmail.com

Суворова Екатерина Александровна
студент кафедры ТОПП, НГТУ,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: suvorova_6229@mail.ru

Харитонова Татьяна Валерьевна
научный руководитель, старший преподаватель кафедры ТОПП, НГТУ,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: haritonova@sevco54.ru

Делать выбор или принимать решение о покупке какого-либо товара или услуги в настоящее время, зачастую, потребителя заставляет не полезность или нужда, а его собственные подсознательные мотивации. Данный нерациональный аспект в поведении человека может быть понят и использован маркетологами только в результате привлечения научных знаний.

Чтобы разработать упаковку нового товара или услуги или записать рекламу сегодня все больше компаний вкладывают средства в исследования, основанные на принципах нейромаркетинга [1, с. 38].

Нейромаркетинг – комплексный подход, направленный на изучение поведения потребителей с использованием определенных методов воздействия на эмоции и поведенческие реакции [2, с. 147].

При помощи нейромаркетинга специалисты сегодня способны выявлять когнитивный и эмоциональный отклик на коммерческое сообщение или информацию. Например, с его помощью специалисты способны оценить,

какой из нескольких вариантов упаковки или рекламы вызывает наиболее положительные эмоции. Обычные тестирования или исследования потребностей потребителя стали менее популярны, поскольку люди склонны не всегда говорить правду из-за большого влияния общественного мнения. Исследования на основе нейромаркетинга на сегодняшний день имеют не только большую популярность, но и результаты, полученные в ходе исследования, являются более точными и применение их на практике выдает большую успешность продвигаемому товару, поэтому мы считаем, что тема нейромаркетинга в исследованиях потребностей потребителей является наиболее актуальной [3, с. 26].

Общию методику нейромаркетинга разработал в конце 1990-х годов гарвардский профессор Джерри Залтмен под названием *ZMET* (метод извлечения метафор Залтмена). Суть сводится к узнаванию подсознания человека с помощью наборов специально подобранных картинок, вызывающих положительный эмоциональный отклик и активизирующих скрытые образы-метафоры, стимулирующие покупку покупку товара или услуги. На основе выявленных образов конструируются графические коллажи, закладываемые в основу рекламных роликов [4].

Нейромаркетинговые подходы можно подразделять на две категории: мягкий (soft) и инструментальный (hard) нейромаркетинг.

Первый предполагает активное использование уже накопленных к настоящему времени знаний с уклоном в психологию и психофизиологию. Тиражируемые принципы построения брендов по различным моделям, участие психологов при разработке рекламных материалов, планирование коммуникаций и их контекстуальное наполнение на той же основе – все это soft-нейромаркетинг.

Hard-нейромаркетинга в виду своей сложности и специфичности процесса исследования пока мало распространен. Методы hard-нейромаркетинга:

- Электро-энцефалография (ЭЭГ) и вызванные потенциалы (ВП) – процедуры, в ходе которых на голову респондента одевают электроды

и измеряют биоэлектрическую активность мозга как спонтанного так постстимульного характера для изучения специфики реакций на стимулы и эмоционального ответа потребителя, степень его внимания к происходящему, его вовлеченность.

- Функциональная магнитно-резонансная томография (фМРТ) – позволяет подойти к изучению универсальных процессов принятия решения, а также систем, участвующих в формировании спонтанного и осознанного спроса, к фиксации уровня внимания потребителя и тестированию отдельных концепций товаров в условиях сильного и однородного магнитного поля.

- Кожно-гальваническая реакция (КГР), частота сердечных сокращений (ЧСС), частота дыхательных движений (ЧДД) – универсальные индикаторы уровня возбуждения симпатической нервной системы, получаемые от поверхностных датчиков, что позволяет косвенно оценивать степень стрессорности стимула и уровень эмоциональной реакции.

- Электромиография (ЭМГ) – получение ответа на вопрос о характере эмоции путем фиксации нервных импульсов, стимулирующих сокращение определенных мимических мышц на лице респондента.

- Ай-треккер – аппарат, отслеживающий движение глаз и аккомодацию зрачка. Служит изучению зон внимания взгляда респондента и траекторий движения взгляда при рассмотрении предъявляемой сцены или объекта [5].

Изучив теоретические данные о нейромаркетинге, нами было проведено исследование на основе методов нейромаркетинга в индустрии производства фруктовых соков. Объектом исследования нами был выбран апельсиновый сок 3 известных брендов «Фруктовый сад», «Добрый» и «Rich». В исследовании приняло участие 9 человек.

Целью исследования было выявить, насколько влияет известность бренда фруктового сока на мнение респондентов о его вкусе. Суть этого исследования заключалась в опросе респондентов по 3-м образцам апельсинового сока с помощью анкеты, заранее нами составленной. Анкета состояла из 6 вопросов общих и провокационных. Вариантов ответов могло быть один или несколько,

за каждый вопрос выбранному образцу сока присваивался один балл. Респонденты должны были ответить на вопросы анкеты, пробуя образцы апельсинового сока сначала без наличия бренда, а затем с ним.

Результаты исследования без наличия бренда представлены в таблице 1 и рисунке 1.

Таблица 1.

Общее количество баллов

Наименования вопроса	**Баллы**		
	«Rich»	**«Фруктовый сад»**	**«Добрый»**
Какой сок дороже всего?	3	4	2
Какой сок вы вероятно пробовали до этого момента?	3	6	5
Какой сок приятней на вкус?	1	4	4
Чувствуете ли вы присутствие сахара в соке?	3	4	2
Какой сок стоит более 100 рублей?	4	6	2
Готовы ли вы заплатить за это сок от 70-80 рублей?	5	4	0

Данная таблица отражает суммарное количество баллов по каждому вопросу, которые выставили респонденты каждому образцу на основе анкеты. По результатам исследования лидирует образец № 2 апельсиновый сок «Фруктовый сад».

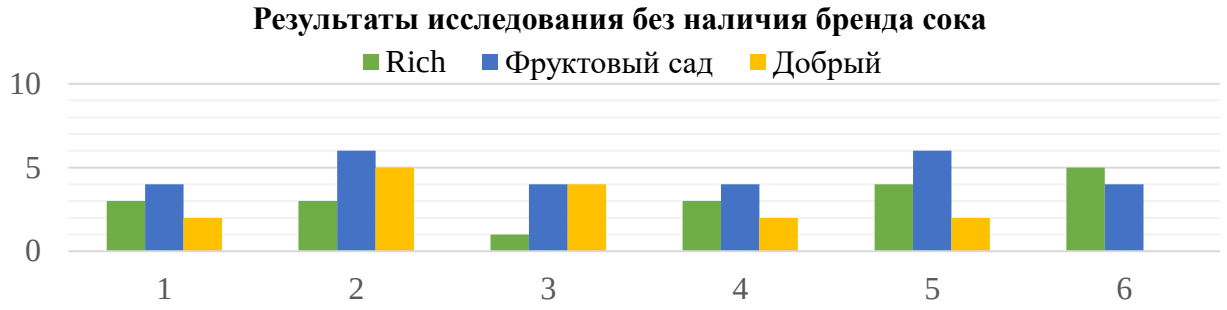


Рисунок 1. Диаграмма общего количества баллов

Данная диаграмма позволяет наглядно продемонстрировать лидирующее положение образца апельсинового сока «Фруктовый сад».

Результаты исследования с наличием бренда представлены в таблице 2 и рисунке 2.

Таблица 2.

Общее количество баллов

Наименования вопроса	Балл		
	«Rich»	«Фруктовый сад»	«Добрый»
Какой сок дороже всего?	9	0	0
Какой сок вы вероятно пробовали до этого момента?	8	8	9
Какой сок приятней на вкус?	3	4	2
Чувствуете ли вы присутствие сахара в соке?	0	8	5

Данная таблица отражает суммарное количество баллов по каждому вопросу, которые выставили респонденты каждому образцу на основе анкеты относительно общих вопросов. По результатам исследования мнения респондентов изменились. Лидером в вопросе 1 стал сок марки «Rich. В вопросе 2 лидером стал сок марки «Добрый. И самым приятным на вкус был выбран сок марки «Фруктовый сад», но с меньшим отрывом голосов, чем в предыдущем исследовании.

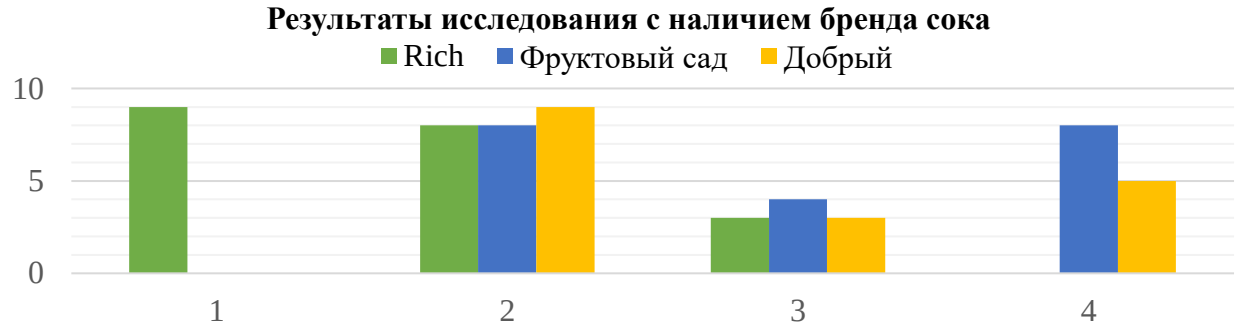


Рисунок 2. Диаграмма общего количества баллов

Данная диаграмма позволяет наглядно продемонстрировать изменения мнения респондентов в отношении образцов апельсинового сока, по сравнению с предыдущим исследованием.

На основании полученных результатов были сделаны следующие выводы. Большинство опрошенных респондентов меняли свое мнение об образце при виде контренной упаковки и бренда. Так, отвечая на вопрос 3 *«Какой сок приятней на вкус?»,* без наличия бренда большинство респондентов выбирали сок марки «Фруктовый сад», а, уже, видя саму упаковку и анализируя

не только вкус, но и форму, цветовую гамму и другие компоненты упаковки, 23 % опрошенных изменили свое мнение о вкусе на сок марки «Rich». Узнаваемость бренда также повлияло на вопрос 4 *«Чувствуете ли вы присутствие сахара в соке?»*. Респонденты без знания бренда указали, что самыми сладким были соки марок «Фруктовый сад» и «Rich». Но, видя упаковки соков и их бренды, изменили свое мнение о сладости сока, так как более дорогие соки должны быть приближены к свежевыжатым, а значит менее сладким, поэтому 33 % опрашиваемых указали, что сок «Rich» не является сладким.

Изучив упаковку апельсинового сока «Rich» на основе теоретических знаний о маркетинге, нами была разработана краткая схема создания упаковки сока, которая поможет производителю привлекать большее число покупателей. Схема представлена на рисунке 3.

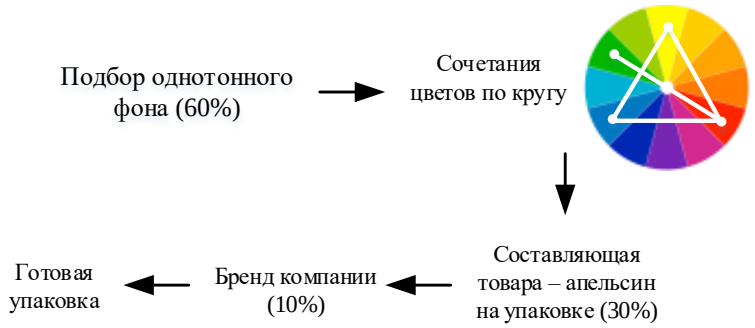


Рисунок 3. Краткая схема создания упаковки

Таким образом, мы сделали вывод о том, что упаковка апельсинового сока «Rich» является наиболее правильной с точки зрения маркетинга по сравнению с марками «Добрый» и «Фруктовый сад». В ней присутствуют все необходимые компоненты упаковки, а также сама компания ЗАО «Мултон», которая выпускает соки марки «Rich» проводит грамотную рекламную кампанию, и все это в совокупности дает соку данной марки большую популярность и узнаваемость, даже не смотря та то, что по вкусу данный вид сока не является лучшим.

Список литературы:

1. Берд К. Неосознанный брендинг //Компьютерра. – 2006. – № 46, с. 38–39.
2. Маркетинг: большой толковый словарь. – М.: Омега-Л. Под ред. А.П. Панкрухина. 2010. – 256 с.
3. Нейромаркетинг: Визуализация эмоций / Арндт Трайндл; Пер. с нем. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 114 с.
4. Все, что вы не знали о нейромаркетинге. [Электронный ресурс]: http:// kirulanov.com/vse-chto-vy-ne-znali-o-nejromarketinge-metody/ (Дата обращения: 28.12.2017).
5. Что такое нейромаркетинг. [Электронный ресурс]: Маркетинг PRO. № 1. 2010 г. URL: https://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/chto-takoe-nejjromarketing/ (Дата обращения: 28.12.2017).

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННЫХ ПРОДУКТОВЫХ СЕТЯХ

Метелица Семён
студент, факультета бизнес информатики СГУПС,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: cmetelitsa@mail.ru

Шалимов Артём Витальевич
студент, факультета бизнес информатики СГУПС,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: as.921999@mail.ru

Шматков Руслан Николаевич
научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, доцент СГУПС,
РФ, г. Новосибирск

На сегодняшний день российский рынок розничной торговли в продуктовом сегменте является быстроразвивающейся отраслью, которая в течение последних двадцати лет стихийно меняла формы, начиная от уличной торговли заканчивая активным развитием новых сетевых структур (супермаркеты, гипермаркеты, интернет торговля и т. п. Наличие спроса рождает предложение, именно это мотивирует будущих владельцев магазинов открывать все новые и новые точки реализации продуктов. Вместе с тем, глобальное расширение данного сегмента ритейлинга создает мощнейшую конкуренцию среди предпринимателей, чем мотивирует их на создание новых маркетинговых стратегий для побуждения у потенциального покупателя желания купить еще больше продуктов, чем планировалось первоначально. Многие владельцы продуктовых сетей прибегают к маркетинговым «уловкам», которые манипулируют сознанием покупателя, и увеличивают объемы продаж [5].

Актуальность исследования заключается в активном развитии маркетинговых стратегий, применяемых в продуктовых магазинах, о которых, в большинстве случаев покупатель не догадывается, соответственно целью исследования является анализ наиболее часто применяемых стратегий, выявление наиболее эффективных маркетинговых ходов для увеличения

покупательной способности, и поиск совершенно новых методов привлечения потребителей.

Торговый маркетинг, как маркетинг в целом предполагает наблюдение, активное воздействие и анализ результатов воздействия на различные каналы и участников сбытовой сети [4].

Считается, что первый магазин формата супермаркета (магазин самообслуживания) был открыт 6 сентября 1916 года Кларенсом Сондерсом, американским предпринимателем в городе Мемфис [2].

В США в городе Мемфис, штат Теннеси, 6 сентября 1916 года открылся первый магазин самообслуживания, который принадлежал Кларенсу Сондерсу, владельцу патента, и назывался Piggly Wiggly. Американцам принадлежит еще и изобретение форматов торгового центра (1922–1923 гг.) и гипермаркета (1930 г.), способствующие развитию маркетинга. Активное применение маркетинговых стратегий стало происходить в 20-х годах XX века. Стали внедряться элементы маркетинга в торговлю: акции в целях стимулирования сбыта, скидки и т. п. На сегодняшний день эти элементы являются неотъемлемой частью успешной розничной торговли. Быстрое развитие сферы торговли заставило предприятия совершенствовать инструменты торговли и признать маркетинг в торговом деле как особую технологию стимулирования торговли. На фоне совершенствования других технологий очень быстро произошло структурирование затрат на так называемые ATL (Above The Line и BTL (Below The Line) [2].

Комплекс маркетинговых коммуникаций с классическими видами рекламы (ATL) включает в себя рекламу в традиционных СМИ – пресса, радио, телевидение и т. п. [12]

BTL – маркетинговые коммуникации, направленные на потребителя. Инструменты BTL позволяют контактировать с покупателями лично, непосредственно в торговых сетях [6].

Одним из примеров стимулирующих сбыт мероприятий является распродажа определенных видов товаров либо внедрение новых товаров на

полки магазинов. В большинстве случаев эти товары обозначены ярким ценником, где перечеркнута старая цена и установлена новая, иногда сниженная наполовину. Как правило, эти товары выставляются на видимые места либо оформляются отдельными стендами, и цена на них изначально завышена, что позволяет создать видимость большой распродажи.

Также на увеличение спроса имеет влияние организация дегустаций продукции, или распространение бесплатных образцов.

Достаточно популярным в продуктовых сетях является установление новой цены со снижением на небольшое количество процентов, суть этого метода заключается в психологически привлекательном для покупателя написании цены. Например, при стоимости продукта в 100 рублей, поставив цену 99,98 продажи на данный товар могут существенно возрасти, хотя разница между ценами практически отсутствует [7].

Существует также комплекс мероприятий по стимулированию сбыта среди потребителей. Одним из таких приемов является выдача купонов, которые в последующем дают скидку на покупку другого товара. Также в рамках этих же приемов организуются маркетинговые акции по сбору наклеек, и пошаговому заполнению рекламных буклетов, для того, чтобы получить скидку, либо вовсе, приобрести товар бесплатно [10]. Однако, прежде чем получить его бесплатно, покупателю приходится потратить гораздо больше средств. Несмотря на это, данная акция пользуется большой популярностью среди покупателей, так как поход в магазин превращается в некотором роде игру, что также стимулирует активный рост продаж.

Очень часто магазины уделяют большое внимание музыкальному сопровождению в торговых сетях, маркетологи рекомендуют использовать классическую музыку, которая в среднем увеличивает продолжительность осуществления покупок, что значительно влияет на уровень продаж.

В 1930-х годах в США изобрели тележки, для того чтобы довезти продукты с магазина в машину [8]. На сегодняшний день, без тележек не обходится ни одна крупная торговая продуктовая сеть. Безусловно, поход

по продуктовым рядам с большой тележкой делает его достаточно комфортным, и, соответственно есть шанс купить гораздо больше, чем планировалось.

Маркетинговые ходы, основанные на применении цветов также оказывают своеобразное влияние. Так, например. красный цвет используется на ценниках на акционные товары, для привлечения внимания. Стандартный цвет для изображения ценника – желтый, именно он считается цветом оптимизма [9]. В случае, если нужно оформить регистрационную стойку, применяют оранжевый цвет.

Еще один современных маркетинговых инструментов для увеличения покупательской способности являются POS (Point of sale)-материалы. Например, так называемые «джумби» - надувные образцы продукта в увеличенном масштабе. Подвесные конструкции, или «мобайлы» позволяют выдвинуть товар ближе к глазам покупателя. Также активно используются «лайтбоксы» - светящаяся панель с рекламным сообщением [1].

Распространенным методом увеличения продаж является установка стендов с фруктами у входа в торговые ряды, таким образом покупатель уже на входе настраивается на осуществление спонтанных покупок, после восприятия ароматов от корзин с красочными фруктами.

Большое значение имеет расстановка витрин в магазинах по очередности. Так, например, молочные продукты всегда выставляют в самом конце магазина. Являясь наиболее востребованным сегментом потребления, покупатель, так или иначе должен пройти множество полок, прежде чем добраться до молочного отдела. За это время, очень часто закупаются товары, которые не планировалось купить [3].

Наиболее дорогие товары любых торговых марок в отличие от дешевых аналогов всегда выкладывают именно на уровне глаз. Кроме того, дорогие сладости выкладывают на уровне глаз детей, чтобы те гарантированно попали в поле их зрения.

В целях изучения осведомленности о применении вышеописанных маркетинговых «ловушек», применяемых в торговых продуктовых сетях, был

проведен опрос среди покупателей одного из супермаркетов города, и среди студентов. Проводя анализ полученных данных, выяснилось, что большинство среди респондентов, а именно 63 % предварительно формируют список продуктов перед походом в магазин. Однако, на вопрос выходят ли они за рамки данного списка 87 % ответило положительно. Отсюда можно делать вывод, что применение маркетинговых стратегий по увеличению объема продаж, безусловно оказывают сильное влияние на покупателей. Среди вопросов были также перечислены маркетинговые ловушки, задача была проанализировать, насколько потенциальный покупатель знает, какие методы использует продавец, чтобы привлечь внимание потребителя. Большинство опрашиваемых перечислили наиболее популярные способы манипуляции покупателем, такие как: акции, дегустация, красный ценник на продуктах, снижение цены на копейки, с форматом «99,99», сбор наклеек, накопительная система бонусов в виде карт. Однако 44 % не знали о влиянии цветовой гаммы на психологическое состояние при осуществлении покупки, о расстановке фруктовых и молочных отделов, использовании музыкального сопровождения.

На сегодняшний день, в условиях растущей конкуренции, продуктовые магазины, которые стремятся увеличивать объемы продаж, должны постоянно разрабатывать эффективную программу мероприятий торгового маркетинга. Способность эффективно удовлетворять запросы потребителей становится наиболее важным конкурентным преимуществом [11].

Низкие цены, выгодные предложения, всевозможные инструменты стимулирования торговли – эти аргументы всегда будут заставлять покупателей осуществлять множество незапланированных покупок.

Список литературы:

1. Алексина С.Б., Иванов Г.Г., Крышталев В.К., Панкина Т.В. / СБ. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013. — 304 с, ил.
2. История торгового маркетинга // Новости рекламы. — 2014. — № 11 (100).

3. Кузьменко В.Л. (2011) Розничные торговые сети: состояние и перспективы развития.Автореф.к.э.н.08.00.05.Москва.
4. Марченко В.Н. Разработка комплекса маркетинга розничной торговой сети // Вестник ОГУ. — 2011. — № 13 (132). — С. 349–353.
5. Шматков Р.Н. Аксиологические аспекты проблем качества высшего профессионального образования в условиях рынка / Р.Н. Шматков // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. Вып. 24. Новосибирск: Изд-во СГУПСа, 2010. С. 68– 81.
6. Шматков Р.Н. Значение методологической функции философии образования при анализе реформ отечественного высшего образования / Р.Н. Шматков // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. Новосибирск: Изд-во СГУПСа, 2011. Вып. 25. С. 67–75.
7. Шматков Р.Н. Антикризисное управление экономикой путем формирования интеллектуального капитала работников / Р.Н. Шматков // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. Новосибирск: Изд-во СГУПСа, 2012. Вып. 27. С. 127–131.
8. Шматков Р.Н. Диалектика качества общего и профессионального образования / Р.Н. Шматков // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. Новосибирск: Изд-во СГУПСа, 2013. Вып. 29. С. 158–164.
9. Шматков Р.Н. Инновационные методы подготовки школьников к итоговым государственным экзаменам, направленные на повышение качества образования / Р.Н. Шматков // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. Новосибирск: Изд-во СГУПСа, 2014. Вып. 31. С. 226–229.
10. Шматков Р.Н. Основная причина кризиса российской экономики – кризис качества воспитательной функции образования / Р.Н. Шматков // Новые тенденции развития общественных наук / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2015. № 2. С. 45–48.
11. Шматков Р.Н. Основные пути управления качеством транспортного образования / Р.Н. Шматков // Основные проблемы общественных наук / Сборник научных трудов по итогам IV Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2017. № 4. С. 15–18.
12. Frank Jefkins. Advertising media: Above-the-line // Advertising / Daniel Yadin. — Pearson Education, 2000. — P. 74-122. — 394 p. — (Frameworks - Financial Times Management).

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА EVENT-УСЛУГ

Паклина Виктория Витальевна
студент, кафедра маркетинга, логистики и рекламы СГЭУ,
РФ, г. Самара
E-mail: vika-paklinaqwerty@mail.ru

Юдакова Ольга Васильевна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры маркетинга, логистики и рекламы СГЭУ,
РФ, г. Самара
E-mail: kafedra-kl@yandex.ru

На сегодняшний день рынок event-услуг характеризуется растущим трендом, как на региональном уровне, так и на мировом. Данные услуги представляют собой профессиональную помощь в организации любых мероприятий, начиная от празднования дня рождения и заканчивая широкомасштабными мероприятиями на многотысячную аудиторию. Именно поэтому данный рынок в России пользуется спросом почти у всех возрастных категорий на протяжении более 15 лет.

Event-услуги остаются сегментом рынка услуг, который не завершил полный процесс стандартизации и сегментации. Данный рынок постоянно находится в движении, ежегодно изменяя тенденции развития различных направлений. Очень сложно отследить определенную динамику, так как от рынка event-услуг можно ожидать чего угодно. Сегодня Event-индустрия развивается очень активно, зачастую, опережая даже рыночное предложение — особенно это касается новых артистов и шоу-программ. Условно называемый «кризис» никак не сказался на индустрии в целом. Считается, что кризис — не время для корпоративов, пышных торжеств и массовых мероприятий. Однако эксперты, работающие в индустрии развлечений, уверяют, что люди делали и продолжают делать праздники, проводить встречи для клиентов и партнеров, придумывать новые форматы. Агентства приспосабливаются к желаниям клиентов. Поэтому сейчас активно предлагают услуги по обучению организации мероприятия, мастер-классы и другие, подобные бизнес-мероприятия в этой сфере, а также можно заказать и экспертизу мероприятий, и выбранных подрядчиков [2].

В российской практике не существует четких законодательных рамок для ведения event-бизнеса, стандартизации самих услуг и ценообразования. В том году Государственная Дума предпринимала некоторые попытки, которые относятся, в основном, к шоу-мероприятиям. Что изменило потребителя на более требовательного, а также разбирающегося в тонкостях организации праздника. Клиентов стало больше, а бюджеты — меньше.

Одной из главных особенностей event-рынка является его непрозрачность. Есть несколько ключевых причин: бюджеты распределены между разными рынками (маркетинг, HR и другие), большое количество уровней организации мероприятий и желание оптимизировать налоги, ну или просто внебюджетное финансирование развлечений. Поэтому официальные цифры объема рынка и посткризисной ситуации сильно расходятся с реальностью [2]. В современной литературе, в Интернет-ресурсах очень сложно найти аналитическую информацию, собрать статистические данные о рынке. Отсюда возникает проблема, что компании не могут дать ни качественную, ни количественную оценку своей компании и отрасли в целом, так как нет общего понимания, что происходит на рынке. Данная проблема особо актуальна для региональных компаний, так как если в крупных городах России (Москва, Санкт-Петербург) можно найти какую-либо «ценную информации» для event-рынка, то в более мелких городах такой аналитики не существует. Так, например, компании по организации праздников на самарском рынке могут лишь предположить то, какую позицию они занимают на рынке, кто их главные конкуренты и что необходимо развивать в своей организации, чтобы быть на пьедестале успеха. Однако, по мнению экспертов, в последнее время рынок стал «оттаивать».

За последние годы можно наблюдать рост спроса на корпоративные направления. Это связано с тем, что современные организации дошли до понимания корпоративной культуры, корпоративного духа. Многим компаниям важен «внутренний климат», поэтому совместные дела, тимбилдинги и иные корпоративные мероприятия подпитывают отношения среди работников. Так, если в 2016 году руководители крупных фирм выделяли 24 % от общего

бюджета на корпоративные мероприятия, то уже в 2017 году этот показатель вырос до 27 %. Это огромная возможность для агентств, организующих праздники, предложить клиентам уникальные проекты и развивать эту отрасль в глобальном направлении.

Растет спрос и на частные мероприятия. Клиенты зачастую обращаются в фирмы, чтобы им создали уникальное мероприятие. Если раньше люди могли воспользоваться Интернетом, чтобы написать сценарий и провести самостоятельно конкурсы, то уже сегодня потребители уходят от этого и просят помощи у специалистов в этой сфере.

Говоря об Интернете, стоит отметить, что в последнее время активно развивается видеоконтент. Людям уже надоели банальные тексты и изображения, они хотят видеть все наглядно и оценивать «картинку в движении». Это важно, потому что портфолио можно заполнить фотокарточками, а можно снять яркий видеоролик, который покажет возможности компании в реальности.

Развивается так же и digital-сфера. По оценкам экспертов, к 2025 году 85 % населения уйдет от работы с компьютером и перейдет на смартфоны и планшеты. Уже сейчас можно наблюдать такую тенденцию, что многие компании стараются адаптировать свои сайты и приложения под мобильные версии, чтобы людям было удобнее пользоваться услугами фирмы.

Сегодня потребители имеют неподдельный интерес к любым ярким событиям, уникальным мероприятиям и необычным направлениям. Специалисты в этой области должны постоянно быть на чеку, совершенствовать свои навыки и приобретать новые. Поэтому сегодня активно развиваются event-форумы, обучающие школы для экспертов event-индустрии. С одной стороны, это полезно для сотрудников компании, приобретать новые знания и применять их на практике, однако с другой стороны обучиться этому делу могут и потенциальные конкуренты. Стоит отметить, что ежемесячно появляются новые игроки на рынке, которые переманивают на свое сторону

мелких клиентов. Это потери для крупных event-агентств, так как в среднем на таких клиентов приходится примерно 20 % от общих заказов.

Еще одно, очень важное направление, которое сегодня развивается на рынке услуг – это эмоциональный маркетинг. Многие современные маркетологи и специалисты по продажам отмечают, что прошло время традиционных покупок. Сейчас важно продать эмоцию, а потом уже продукт. Впервые об этом заговорили Эл Райес и Джек Траут в своей книге «22 непреложных закона маркетинга». А что, как ни яркие события или запоминающиеся моменты могут сыграть для клиента положительную роль. Это очень важно для event-агентств, которые, по сути, «продают» те самые эмоции. Если компании поймают эту волну и будут изначально думать о результате, как о конечной полученной эмоции у клиентов, тогда найти общую нить с потребителем будет гораздо проще и быстрее. Все компании, которые работают на самарском рынке event-услуг, по сути дела, схожи между собой. Действительно, очень сложно найти компанию со своей индивидуальной изюминкой. Набор предлагаемых услуг примерно у всех одинаковый, ценовая политика, так или иначе, находится у всех примерно на одном уровне. Единственное, что отличает компании друг от друга - это общие концепции и ценности. Кому-то действительно важно реализовать свой творческий потенциал, а для кого-то на первой очереди стоит минимизировать издержки с целью получения большей прибыли.

Многие эксперты считают, что event-услуги носят сезонный характер, однако специалисты индустрии развлечений говорят о том, что если компания имеет тактический и стратегический план развития, то сезонные колебания никак не отражаются на деятельности организации. Безусловно, в новогодние праздники event-агентства имеют намного больше заказов, чем весной или осенью, однако при четких и адекватных планах особых колебаний не наблюдается.

Активно набирающий обороты тренд в event-индустрии - это развитие нестандартных площадок. Все меньше скучных банкетных комплексов, все больше креативных пространств. Невероятным спросом пользуются локации,

которые раньше организаторы даже не ассоциировали с понятием event. На смену залам с золотой лепниной приходят яхт-клубы, бункеры, вагоны поездов, ангары с самолетами, шоколадные фабрики, печатные мануфактуры, заброшенные замки, танковые полигоны [2].

Таким образом, event-индустрия – это динамичный рынок, который требует изучения и анализа. В него можно легко и быстро войти, обладая рядом навыков и знаний по экономике, маркетингу и пониманию современных технологий. Однако за спокойными рассказами руководителей компаний не видна его реальность: ультракороткие сроки контрактов, демпинг, креативные решения и большой риск [2].

Список литературы:

1. Авдеева Н. 13 нескучных трендов в event-индустрии // Менеджмент / Маркетинг. – 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://www.e-xecutive.ru/management/marketing/1987334-13-neskuchnyh-trendov-v-event-industrii
2. Фефилова Н. Event-индустрия в России// dailymoneyexpert. – 2016. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http:// dailymoneyexpert.ru/kruglyj-stol/2016/08/12/event-industriya-v-rossii-10204.html.

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ В РЕСТОРАНЕ

Прокопьева Анастасия Игоревна
студент, НГТУ, ФБ, ТОПП,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: Procopeva-n@mail.ru

Харитонова Татьяна Валерьевна
научный руководитель, старший преподаватель, НГТУ, ФБ, ТОПП,
РФ, г. Новосибирск

Маркетинговые решения для продвижения бизнеса – дело непростое, и требует от предпринимателя как немало денежных вложений, так и знаний. Реклама ресторанного бизнеса имеет ряд своих особенностей. Главной из них является то, что в немалом количестве случаев, владелец ресторана не в состоянии тратить большие суммы, на продвижение своего ресторана используя обыденные инструменты рекламы, такие как: внешняя реклама и реклама в СМИ. Поэтому успех рекламной компании в сфере ресторанного бизнеса будет во многом зависеть от умения владельца применять недорогие, но результативные средства продвижения, а для их поиска и последующего использования ему потребуется креативность и нестандартность мышления [1].

Маркетинговая фишка может служить отличным звеном для улучшения перспектив ресторанного бизнеса. Такой фишкой может быть экстерьер или интерьер, какие-то мероприятия или акции, либо какая-то особая система скидок, либо качественный внутренний маркетинг. Можно заглянуть глубже и сделать ставку на конкретное направление [1; 2].

Ресторанный бизнес — довольно прибыльное дело, на сегодняшний день рынок общественного питания в стране довольно насыщен, конкуренция в этой сфере бизнеса довольно велика. Метода партизанского маркетинга, по моему мнению, в условиях наполненности рынка довольно хорош. Напомню, что партизанский маркетинг использует самые различные доступные средства, которые недороги или же вообще бесплатны, для привлечения целевой аудитории. Важно и то, что в последнее время партизанская реклама становится очень популярной, так как она не требует больших денежных вложений,

а результат ее намного превосходит полюбившиеся нам способы рекламы. Даже крупнейшие мировые компании, располагающие огромными бюджетами, все чаще стали прибегать в своих рекламных компаниях именно к партизанскому маркетингу [3].

Способы партизанской рекламы можно разделить на две группы: онлайн и оффлайн способы. Оналйн способы партизанской рекламы дают нам возможность распространения информации о заведении в сети Интернет, а также применение социальных сетей для контакта со своими клиентами и потенциальной аудиторией. Сайт ресторана, социальные сети, сервисы скидок, интерактивные карты, проведение розыгрышей и вручение призов - все это, безусловно, действующие и действенные методы маркетинга, однако, эта наука не стоит на месте, она развивается, превращаясь в ноомаркетинг, который сулит нам нечто новое, то, что потребителю не изведано.

Сам термин партизанский маркетинг предполагает работу на чужом рынке.

Создатели рынков ждут результатов от внедренной ими идеи. Нельзя сказать точно, когда все же созреет потребитель для использования внедренной вами идеи. От момента запуска идеи до момента пока человек захочет ее реализовать может пройти немало времени. В это время появляются маркетинговые партизаны и совершают перехват. Иногда у них это получается и клиент, переходя на их сторону, покупает предложенный товар [5].

Один из эффективных способов, попадающий под стандартный принципы партизанского маркетинга - кросс-маркетинг, сотрудничество вместо конкуренции. Win-win стратегия, в которой нет проигравших, а оба победители.

К примеру, ресторан предлагает какому-либо агентству недвижимости провести акцию: каждый покупатель квартиры становится обладателем сертификата на праздничный ужин бесплатно.

Владельцы агентства недвижимости заинтересованы – дополнительный бонус может повысить лояльность клиентов и не будет ничего стоить им самим. Ресторан в свою очередь будет расширять клиентскую базу, четко

попадающего в целевую аудиторию ресторана. Ну владельцы квартир счастливы вдвойне.

Важно правильно выбирать партнеров, которым интересна схожая целевая аудитория с клиентурой инициатора такой акции [2].

Интересным и важным преимуществом партизанского маркетинга является то, что сущность своей рекламной кампании ресторан может придумать и воплотить в реальность сам, не прибегая к помощи рекламных агентств, не тратя деньги на печать рекламных буклетов и иногда даже не особо тратясь на вывески и баннеры, указывающие на местонахождение заведения [5]. Напоследок хотелось бы привести несколько примеров незаурядных маркетинговых решений из практики различных рестораторов, которые без лишних затрат создают ощущение неподражаемости ресторану и дарят мотив клиентам захотеть вернуться или рассказать о ресторане и его фишке друзьям, знакомым. Больший эффект за меньшие деньги.

Один из индийских ресторанов Санкт-Петербурга вместе со счётом приносят блюдечко с семечками кардамона. В качестве «бонуса», для свежести дыхания и улучшения настроения и пищеварения. Как говорил Штирлиц "лучше всего запоминается последняя фраза", финальный аккорд без затей.

А в одесском ресторане-пивоварне "Люстдорф" гостям предлагают прозрачный сейф с ячейками, где они могут хранить свою личную пивную кружку, приобретенную в ресторане. Также у них есть «пивные шашки» и фирменная газета с новостями и юмором.

В The Grizzly House под тарелки кладут расписанные карандашом от руки листы плотной бумаги и выдают мелки. Картинка на placemats представляет собой ландшафт, который окружает заведение, плюсом к изображению идет текст - подходящие по смыслу мудрые или юмористические высказывания. На картинке, в полном соответствии с картой местности, также нарисовано карикатурное изображение ресторана и от руки же написан адрес, телефон и электронный адрес для резервирования, что является нетипичным рекламным ходом. Достаточно создать две-три заготовки placemats, а потом делать их

ксерокопии, меняя с определенной периодичностью, чтобы продолжать удивлять и радовать гостей [2].

Вывод: Партизанский маркетинг продвижения товаров или услуг держится на своих трех китах:

- минимум затрат;
- максимум аудитории (потенциальная клиентура);
- креатив и оригинальность подхода.

Выполнить правило минимальных затрат сложно, но реально. Стоит обратить внимание на особую аудиторию соискателей. Так подростки, раздающие у входа метро буклеты и листовки способны за небольшую плату выполнить норму распространения рекламы за минимальное время. Оплата таких услуг обойдется фирме в разы дешевле, чем нанимать специального человека для каждодневной работы. Такие листочки пользуются особенным вниманием у потенциальных клиентов во всех социальных кругах.

Одной из идей продвижения стала реклама на платежках за бытовые услуги, так счета за квартплату, электричество, газ и воду украшал логотип туристической компании с указанием услуг и всеми доступными контактами. Максимальный захват аудитории потенциальной клиентуры достигается за счет того же быстрого распространения рекламы среди всех слоев населения. А креатив обеспечат нестандартные решения.

Список литературы:

1. Маркетинг / Режим доступа к журн.URL: https://ru.wikipedia. (Дата обращения: 28.12.2017).
2. Партизанский маркетинг в ресторане/ Режим доступа к журн.URL: https:// docviewer.yandex.ru. (Дата обращения: 28.12.2017).
3. Партизанский маркетинг в ресторанном бизнесе/ Режим доступа к журн.URL: http://www.pro-biznes.com. (Дата обращения: 28.12.2017).
4. Перспективы ресторанного бизнеса/ Режим доступа к журн.URL: http:// www.noomarketing.net. (Дата обращения: 28.12.2017).
5. Партизанский маркетинг высшей пробы/ Режим доступа к журн.URL: http://www.noomarketing.net. (Дата обращения: 28.12.2017).

УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ОПЫТОМ И ЕГО МЕСТО В БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Соколовская Елена Васильевна
магистрант направления «Инновационный маркетинг», ИТМО,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: ahlenaelena@gmail.com

В мире быстро меняющихся потребительских ожиданий, радикальных инноваций и новых бизнес-моделей мы вступили в экономику впечатлений, где потребительский опыт становится преобладающим конкурентным преимуществом [1]. Успех в бизнесе сегодня все чаще обеспечивается за счёт клиентоориентированного подхода, а не продукто-центрическим подходом, выраженным в дифференциации продуктовых отличий как основных конкурентных преимуществ. Ведь глобализация, новые каналы взаимодействия с потребителем, технологические и стратегические инновации, привели к возникновению новых конкурентов практически во всех бизнес-сферах. Как следствие, наблюдается рост осведомленности, повышенного скептицизма и власти потребителей, что лишь провоцирует рост конкуренции и общее сокращение лояльности потребителя. Традиционный маркетинг ориентирован на анализ потребностей клиентов и построение предложения компании таким образом, чтобы убедить клиента в обладании продукта и/или услуги привлекательными характеристиками. В последние годы трансформация рынка изменила традиционную парадигму. Такие конкурентные преимущества как: производственные мощности, возможности распределения, управление информацией и другие сегодня уже не в состоянии обеспечить существенный отрыв от конкурентов [2]. Потребители всё чаще ориентируются на сенсорные и эмоциональные аспекты, а не на конкретные и материальные свойства продукта/услуги. В конце двадцатого столетия Б. Джозеф Пайн и Джеймс Х. Гилмор (1998 г.) писали о том, как трансформируется экономика на протяжении времени. Они утверждали, что экономика впечатлений является новым типом экономики после аграрной, промышленной и сервисной. Можно

предположить, что становление экономики впечатлений является не случайным, а скорее неизбежным следствием. Способствовало этому три ключевых фактора: скачок в развитии технологий, возрастающие требования потребителей и растущая конкуренция [1]. Где потребительский опыт является личным и уникальным, основанным на индивидуальной интерпретации событий. Согласно Л.Г. Зомердейк и Кристоферу А. Восс, услуги, основное внимание в которых уделяется потребительскому опыту, являются неотъемлемой научной областью и для многих компаний манипуляции эмоциями клиентов – это новая территория [3].

Потребительский опыт – это действительно новая и захватывающая концепция в маркетинге, науке и практике, что четко отражено в растущем числе связанных с этим исследований. Однако полезно понять, как эта концепция повлияла на исследования в бизнесе и экономике, в целом и на маркетинг, в частности [4].

Исследования HBR показало, что компании, которые внедряют стратегии по управлению потребительским опытом пожинают огромные плоды. Они достигают высокой степени удовлетворенности клиентов, снижения оттока клиентов, увеличения доходов и большей удовлетворенности сотрудников. Кроме того, с ростом конкурентного давления, создание высоко дифференцированного потребительского опыта может способствовать превращению недовольства или безразличия в восторг [5].

Устаревшие подходы к решению современных проблем сегодня являются неактуальными, поэтому возникает потребность в поиске новых форматов дифференциации компании среди конкурентов, где управление потребительским опытом становится решением оптимизации взаимодействия «компания-клиент» и, как следствие, повышением лояльности клиентов, что содержит в себе очевидные конкурентные преимущества:

- повышение лояльности клиентов и создание сторонников через нормированные и запоминающиеся взаимодействия с клиентами;
- уменьшение затрат за счет снижения оттока клиентов;

- предвидение потребностей клиентов и восприятие их образа мышления, что обеспечит более глубокое понимание различных групп клиентов (сегментация);
- и, таким образом, обеспечение экономической ценности для компании [2].

Следует отметить, что потребительский опыт – это восприятие клиента и связанных с ним чувств/эмоций, вызванных разовым или совокупным эффектом от взаимодействия клиента с компанией. Потребительский опыт является суммой всех переживаний клиента связанных с компанией в течение продолжительности их взаимоотношений, принимая во внимание не только ключевые точки соприкосновения, но и личное восприятие клиента.

Цель управления потребительским опытом заключается в оптимизации взаимодействия «компания-клиент» и, как следствие, в повышении лояльности клиентов. Потребительский опыт не является статичной единицей, его производство и сохранение является постоянным процессом, в течение которого происходит взаимодействие компании и клиента. Задача компании состоит в том, чтобы понять, где находятся точки соприкосновения, то есть где клиент имеет высокие ожидания и эмоциональную вовлеченность и выявить, где компания не удовлетворяет эти ожидания. Понимание потребительского опыта является неотъемлемой частью управления взаимоотношениями с клиентами [1].

Потребительский опыт подразумевает привлечение клиентов на различных уровнях таких как: рациональный, эмоциональный, чувственный, физический и духовный.

Клиенты разнообразно взаимодействуют с компанией, возможен прямой и непрямой контакт. Прямой контакт обычно происходит, когда покупка инициируется клиентом. Непрямой контакт часто включает в себя рекламу, новости, незапланированные встречи с торговыми представителями, рекомендации или критика из уст в уста.

Сегодня компаниям как никогда необходимо понимать, как они взаимодействуют со своими потребителями на всех этапах отношений «компания-клиент» и осуществлять мероприятия, направленные на улучшение качества потребительского опыта своих клиентов. Тем не менее, эти инициативы редко

бывают частью комплексного плана преобразований. Они существуют как разобщенные благие намерения, а не части согласованной комплексной бизнес-стратегии. Одни компании не знают с чего необходимо начать, другие не уверены относительно того, что необходимо сделать в первую очередь для формирования качественного потребительского опыта. Проблема состоит в том, что далеко не каждая компания знает все точки соприкосновения и взаимодействия со своим клиентом. Это создаёт определённые пробелы и препятствует повышению качества обслуживания клиентов на стратегическом уровне. Ведь управление потребительским опытом должно быть заложено на стратегическом уровне и контролироваться и поддерживаться на уровне оперативного взаимодействия. Учитывая неширокую известность категории «потребительского опыта» в России сегодня, отсутствует классификация видов потребительского опыта. Именно поэтому целесообразным было предложить версию классификации потребительского опыта (см. табл. 1).

Таблица 1.

Классификация, виды потребительского опыта

Классификационный признак	Характеристика
По степени достижения	Желаемый
	Фактический
По возрастной категории целевой аудитории	Поколение X
	Поколение Y
	Поколение Z
По источникам приобретения	Онлайн
	Оффлайн
По степени проявления	Явный
	Скрытый
По формам приобретения	Косвенный
	Прямой
По качеству переживаний	Позитивный
	Негативный
По давности приобретения	Прошлый
	Нынешний
	Потенциальный
По методу восприятия	Реальный
	Моделируемый
По уровню восприятия	Физический
	Интеллектуальный
	Эмоциональный
	Духовный

Теория «управления потребительским опытом» не развита на отечественном рынке, однако эта категория является актуальной. Очевидно, что нельзя однозначно управлять потребительским опытом, ведь это данность, можно управлять лишь теми данными, которые мы имеем относительно этой категории. Систематизированный подход к накоплению и использованию подобной информации является потенциальным конкурентным преимуществом для любого бизнеса. Мы сейчас находимся на гребне инноваций, если раньше акцент был на инфраструктуру, технологии, логистику, то сегодня реальная инновация – это потребительский опыт, ведь всё, что нас окружает, является его частью. Дискуссии касательно управления потребительским опытом среди ученых и практиков крайне оживлены. Однако самая большая проблема управления потребительским опытом заключается в сложности его измерения, ведь присутствует ситуационный и эмоциональный контекст.

Некоторые компании работают с такими инструментами, как карта путешествий клиентов (потребительского опыта) и план действий для ключевых точек соприкосновения, где указаны желаемые условия работы с клиентами. Потребительский опыт создается на всём пути потребителя в каждой точке взаимодействия с компанией, а создание карты потребительского опыта – это метод систематизированного отображения взаимодействия между потребителем и компанией, учитывая весь путь, который проходит потребитель, взаимодействуя с компанией. Точки соприкосновения с потребителем – это любая точка взаимодействия между клиентом и компанией на любом этапе жизненного цикла их взаимоотношений.

Чтобы клиент получал запланированный компанией потребительский опыт, важно знать все точки соприкосновения клиента и компании. Когда они выявлены и отображены, необходимо определить ключевые точки взаимодействия и определить контекст. Это дает основание для следующего шага и определяет, какое впечатление клиент должен сформировать о компании в каждой точке соприкосновения. Существенным является то, что для каждой точки соприкосновения задаются как эмоциональные, так и рациональные

аспекты потребительского опыта. Крайне важно проанализировать, какие точки будут иметь наибольшее влияние, как положительное, так и отрицательное.

Чтобы обеспечить наилучшее соответствие желаемого потребительского опыта компании существующему необходимо внедрить систематический сбор данных о потребителях и проводить исследования. Исследования и глубинные интервью потребителя, контекста – это 50 % успеха формирования потребительского опыта [4].

Созданию успешного потребительского опыта способствуют: вовлеченность высшего руководства, систематическое выявление точек соприкосновения и исследования, клиентоориентированность, соответствующий подбор и обучение персонала, брендинг.

На сегодняшний день, одним из существующих инструментов по измерению, пониманию и улучшению качества потребительского опыта является использование индекса NPS (Net Promoter Score). Данная оценка измеряет потребительский опыт, используя один простой вопрос и шкалу оценок от 0-10: «Какова вероятность того, что вы порекомендуете нашу компанию другу или коллеге?». Те, кто выбрал 9 и 10, являются сторонниками компании. Люди, которые выбрали менее 6, являются критиками. Сторонники (оценка 9-10) являются лояльными энтузиастами, которые будут продолжать покупать и привлекать других, для компании это означает, что она превзошла ожидания потребителей. Нейтральные потребители (оценка 7-8) уязвимы для конкурентных предложений. И критики (оценка 0-6) – это потребители, которые могут нанести ущерб вашему бренду и препятствовать росту через негативные отзывы.

Данная оценка позволяет компаниям отслеживать сторонников и критиков, давая четкую оценку эффективности компании с точки зрения потребителей. NPS в сочетании с другими метриками и информацией из разных точек путешествия потребителя (анализ документов, качественный контент-анализ, экспертные интервью, наблюдение, глубинные интервью, метод сценариев, CJM и др.) позволяет сформировать всеобъемлющее, действенное представление о потребительском опыте.

Главная цель управления потребительским опытом состоит в снижении информационной неопределенности о существующем потребительском опыте и его корректировке в зависимости от поставленных компанией задач. Понимание потребностей клиента служит основой формирования платформы для управления потребительским опытом. Анализ ключевых потребностей в дальнейшем поможет компании выявить ключевые потенциальные взаимодействия и нужды потребителя для эффективного управления потребительским опытом.

Список литературы:

1. Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор Экономика впечатлений. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.
2. Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. – М.: МИФ, 2011. – 240 с.
3. Zomerdijk G.L.; Voss A.C. Service Design for Experience-Centric Services. – Journal of Service Research, 2010. – 82 p.
4. Б. Шмитт, Эмпирический маркетинг. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 400 с.
5. The Truth About Customer Experience // Электронное периодическое издание «Harvard Business Review» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: — URL: https://hbr.org/2013/09/the-truth-about-customer-experience (Дата обращения: 09.12.2017).

СЕКЦИЯ

«МЕНЕДЖМЕНТ»

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Галиева Эльвира Филаридовна
магистрант,
кафедра Социологии труда и экономики предпринимательства БГУ,
РФ, г Уфа
E-mail: galievae@mail.ru

Назарова Ульяна Анатольевна
научный руководитель, д-р экон. наук, доцент БГУ,
РФ, г Уфа

В современном мире наиболее острой проблемой является создание новой кадровой политики, ориентированной на организацию социального управления, приоритет социальных ценностей, а также социальную политику.

Кадры, как и ранее, остаются самой ценной и важной частью производительных сил общества. В целом эффективность организации зависит от квалификации её сотрудников, их расстановки и грамотного использования, что влияет на объем и темпы роста производства, а также на использование материальных и технических средств. То или иное использование персонала напрямую связано с изменением индекса производительности труда. Рост этого показателя является важнейшим условием развития производительных сил всей страны и основным источником роста национального дохода.

Цель кадровой политики организации - обеспечить своевременное обновление и поддержание количественного и качественного состава персонала и его развитие в соответствии с текущими потребностями организации, требованиями действующего законодательства, состояния рынка труда, которое является достигнутым путем качественного и эффективного формирования кадровой политики [1, с 35].

Можно выделить следующие основные принципы кадровой политики организации:

- законность;
- научная обоснованность;
- системный;
- сложность;
- гибкость;
- экономическая устойчивость;
- последовательность.

Затем определяются приоритеты кадровой политики. На формирование приоритетов кадровой политики влияют внутренние и внешние факторы.

Внутренние факторы включают в себя:

- цель организации, особенно ее деятельность, специализация, технология, производство и организационная структура;
- количественные и качественные характеристики рабочих мест;
- условия, система мотивации и вознаграждения труда;
- изменение ценностных ориентаций сотрудников;
- стиль управления;
- финансовые возможности организации и т. д.

Факторы, характеризующие внешнюю среду или внешние факторы, обычно включают:

- уровень экономического развития;
- экономическую и политическую стабильность в обществе;
- демографическую ситуацию;
- законодательная и нормативная база, регулирующая трудовые отношения;
- состояние рынка труда;
- государственную политика занятости;
- налоговую политику;
- уровень инфляции;

- миграционную политику;
- социальное партнерство;
- систему обучения;
- систему здравоохранения;
- культурологические особенности и традиции нации.

Учет этих факторов способствует упорядочению определенных акцентов при разработке кадровой политики организации.

Также в основе создания кадровой политики лежит анализ структуры сотрудников, эффективность использования рабочего времени, прогнозы развития производства [2, с. 19].

К задачам кадровой политики относятся:

- повышение престижа и уровня компании;
- изучение и анализ атмосферы внутри компании;
- анализ перспектив увеличения потенциала рабочей силы;
- выявление и предотвращение причин увольнения с работы.

Для стабильной работы организации, ее планирования и развития очень важно разрабатывать кадровую политику компании на долгосрочный период.

По большей части, в компаниях, используются отделы кадров или службы управления персоналом для планирования количества сотрудников на предприятиях. Их основная задача - иметь достаточное количество сотрудников в компании в соответствии со штатным расписанием.

В соответствии с прогнозами спроса и предложения рабочей силы каждая компания имеет возможность определять то количество людей, которое необходимо компании в данный момент времени.

В конечном счете, можно разработать согласование кадровой политики, включающее системы найма, обучения, улучшения и оплаты труда сотрудников, а также политику взаимоотношений между руководством и сотрудниками компании. Этот стратегический план можно разделить на определенные программы использования трудовых ресурсов.

Общие требования к кадровой политике в современных условиях заключаются в следующем:

- кадровая политика должна быть тесно связана со стратегией развития организации. В этом отношении он представляет собой кадровое обеспечение осуществления этой стратегии.
- кадровая политика должна быть достаточно гибкой. Это означает, что она должна быть стабильной, с одной стороны, поскольку стабильность связана с учетом определенных ожиданий сотрудника, с другой стороны, динамичной, т. е. корректироваться в соответствии с изменениями в тактике компании, производственной и экономической ситуацией на рынке. Стабильными должны быть те из ее сторон, которые сосредоточены на учете интересов персонала и имеют отношение к организационной культуре компании.
- поскольку формирование квалифицированной рабочей силы тесно связано с определенными расходами для компании, кадровая политика должна быть экономически обоснованной, то есть исходить из ее реальных финансовых возможностей.
- кадровая политика должна обеспечивать индивидуальный подход к своим сотрудникам.

Таким образом, кадровая политика направлена на формирование системы работы с персоналом, которая будет сосредоточена на получении не только экономического, но и социального эффекта.

При осуществлении кадровой политики возможны альтернативы. Она может основываться на формальном подходе, приоритете производственных интересов или же, наоборот, основана на учете того, как её реализация повлияет на рабочую силу, какие социальные издержки она может принести [3, с. 301].

Содержание кадровой политики не ограничивается наймом, а касается основных позиций предприятия в отношении обучения, развития персонала, обеспечения взаимодействия между работником и организацией. В то время как кадровая политика связана с выбором целевых задач, рассчитанных для дальнейшей перспективы, текущая работа персонала сосредоточена на

оперативном решении кадровых вопросов. Между ними должна быть, естественно, взаимосвязь, которая бывает обычно между стратегией и тактикой достижения поставленной цели.

Список литературы:

1. Кадровая политика организации: учеб. пособие / Е.П. Пархимчик. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2011. – 128 с.
2. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Понятия, концепции, инструменты принятия решений / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. М.: Инфра-М, 2012. 320 с.
3. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г., Федченко А.А. Экономика персонала. Часть II. Практика. М.: Альфа-Пресс, 2009, с. 414.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Герасимова Ксения Васильевна
студент,
кафедра управления экономики социально-культурной сферы КемГИК,
РФ, г. Кемерово
E-mail: ksbesch@yandex.ru

Мухамедиева Светлана Анатольевна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры управления экономики социально-культурной сферы, КемГИК,
РФ, г. Кемерово
E-mail: swet-73@mail.ru

В современных условиях развитие сферы туризма особую роль занимает процесс повышения качества облуживания, и в связи с тем способы их устранения.

В понятие «качество», по мнению американского профессора Х.Д. Харрингтона входит: удовлетворение ожиданий потребителя за цену, которую он может себе позволить, когда у него возникнет потребность, а высокое качество - это превышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагает [6, с. 185].

Проблемы качества туристского продукта напрямую связаны с эмоциональным откликом туристов, который получен во время туристского путешествия. Данный фактор существует, так как туристский продукт неосязаем и поддается чувственным ощущениям.

На эмоциональное восприятие туристского продукта влияют следующие характеристики:

- возраст;
- особенности темперамента;
- культурные особенности туриста;
- представление о комфорте;
- привычки;
- самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги;

- физиологические особенности организма.

Для того чтобы разработать правильную систему управления качеством, необходимо иметь корректное представление о качестве туристского обслуживания и туристской услуги. Качество туристской услуги является следствием качественного туристского обслуживания.

Туристские услуги характеризуются такими показателями качества как: назначение, эстетичность, комфортность, технологичность, надежность, неповторимость, унифицированность, экологичность, безопасность [1].

Кроме того, существуют некоторые особенные факторы туристского продукта, влияющие на создание качественного обслуживания:

1. Невозможность целостного потребления туристского продукта, так как существует прерывистость производства. Из-за данного недостатка у туриста складывается неправильное впечатление о туристском продукте. К примеру, при заселении в гостиницу в комнате туриста горничная не до конца выполнила свои обязанности. Из-за данного инцидента испортилось впечатление о всей поездки в целом. Для качественного удовлетворения потребностей туриста, каждому сотруднику, участвующему в процессе создания турпродукта необходимо выполнять свои функции на высший балл. Это не всегда возможно, так как в этом процессе участвуют сотни подчиненных (экскурсоводы, официанты, гиды и т. д.), и не каждый качественно выполняет свою работу, в силу своих индивидуальный особенностей (усталость, спешка). В обеспечении качества турподукта невозможно выделить важную структуру, каждая обязана работать одинаково четко и качественно.

2. Постоянство в одинаковом качественном оказании туристских услуг. Для туристской организации является трудностью повторить с тем же качеством туристскую услугу. Этому может послужить недостаточное качество предмета труда персонала, недостаток эргономичности рабочих мест, так и отсутствие продуманной мотивации работников и отлаженной системы взаимодействия работников, обеспечивающей работу на одинаковом высоком уровне.

3. Туристский продукт имеет одновременное производство и потребление. В связи с этим сотрудники выполняющие организацию туристских услуг не имеют право на ошибку, а при ее совершении нет возможности ее исправить. Также маловероятно вернуть своего клиента, если у него сложилось негативное впечатление о поездке, учитывая жесткую конкуренцию, туристская организация наверняка его упустит. Клиент будет передавать негативную информацию о туристской организации своим знакомым, что не привлечет потенциальных клиентов. Профессор Ж. Горовиц, в своей книге «Сервис-стратегия», освещает эту проблему, утверждая, что четыре из ста клиентов, выразивших свое недовольство обслуживанием, могут привести за собой почти в три раза больше потенциальных клиентов, чем те, кому обслуживание понравилось.

Несмотря на вышеперечисленные проблемы, есть возможность их устранения. Для того, чтобы иметь высокий качественный сервис необходимо соблюдать некоторые принципы ведущих для сферы туризма основ современного обслуживания. Предоставляемые услуги должны отвечать требованиям потребителей и характеру потребления, и быть гибкими, быстро меняться взаимосвязано с предпочтениями туристов.

Для сотрудников также существуют следующие условия, обеспечивающие высокое качество обслуживания. Во-первых, это эргономичность рабочих мест, которая рассчитана на эффективность рабочего процесса. Каждый сотрудник обязан отчетливо знать и исполнять свои рабочие функции, и иметь заинтересованность в эффективности организации. Со стороны руководства необходимо вести контроль качества каждого сотрудника, учитывать его психофизические особенности, мотивировать персонал для лучшей работы, а также организовывать курсы повышении квалификации.

Также нужно оптимизировать организационную структуру управления предприятия, оказывающего туристские услуги. Необходимым условием обеспечения непрерывности технологического процесса с одинаковым уровнем качества обслуживания – это эффективность взаимодействия всех элементов структуры, которая позволяет незамедлительно исправлять ошибки и исключать возможность их повторения.

Для устранения проблем в сфере качества туристского обслуживания требуется комплексный контроль над следующими составляющими: возможность участия потребителя в оценке и контроле за качеством; формирование методов, дозволяющих сопоставить условия стандартов с имеющимися ситуациями; организация систем самоконтроля персонала; непрерывная работа с группами качества; использование отчетливо сформулированных количественных критериев оценки качества предоставляемых услуг; участие персонала в формировании систем и критериев качества; применение технических средств контроля за качеством; организация служб контроля.

Для того, чтобы достичь надлежащего качественного обслуживания, необходимо наладить непрерывную систему контроля. Задачами, которой является гарантия непрекращающейся проверки на всех этапах согласно всем характеристикам.

Со стороны работодателя необходимо внедрить такие направления для повышения уровня обслуживания и предоставления услуг: повышенные требования к персоналу во время приема на работу; повышение квалификации кадров, а именно первичное обучение в соответствии с задачами предприятия и специфики работы; введение новых технологий в обслуживании туристов; сокращение случаев нарушения трудовой дисциплины; а также расстановка кадров в соответствии с квалификацией, образованием, возрастом, темпераментом и т. п.

Таким образом, можно выделить два основных критерия системы качества: она должна обеспечивать высокий уровень качества услуг, его соответствие стандартам и потребностям туриста, а также служить инструментом для создания специальных технологий по рациональному управлению предприятием.

Список литературы:

1. Герасимова К.В. КАЧЕСТВО ТУРИСТСКОЙ УСЛУГИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. LX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 12(60). URL: https://sibac.info/archive/economy/12(60).pdf (Дата обращения: 08.12.2017).

2. Господинова М.П., Жаворонкова О.Р., Шкробтак А.И. Культура народов Причерноморья. - 2012. - № 220. - С. 25-28.
3. Зорин И.В., Каверина Т. П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности: Учебник. М: «Финансы и статистика», 2005.
4. Кобяк М.В. Качество туристических услуг как стратегическая основа развития туризма // Экономика региона. 2011. № 1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-turisticheskih-uslug-kak-strategicheskaya-osnova-razvitiya-turizma (Дата обращения: 05.11.2017).
5. Квартальнов В.А. Туризм: учебник. М.: Финансы и статистика, 2000.
6. Ополченов И.И. Управление качеством в сфере услуг; Российская международная академия туризма. Учебник. М.: Советский спорт, 2008.
7. Ю.И. Ребрин. Управление качеством. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Гюласарян Сюзанна Оганесовна
студент, кафедра менеджмента, ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: suzi888@mail.ru

Сероштанова Екатерина Андреевна
студент, кафедра менеджмента, ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: katya-25555@mail.ru

Производительность труда на сегодняшний день является самой актуальной проблемой, ведь каждое предприятие старается сделать более успешной работу кадров, развить высокие способности и улучшить мотивацию работников к выполнению поставленных задач, стоящих перед данной организацией. Следовательно, это должно вести к увеличению ценности людских ресурсов организации, а значит к повышению их производительности.

Целью данной статьи является выявление повышения производительности труда на предприятии.

Проанализировав достаточное количество научной литературы, мы пришли к выводу, что огромное число авторов, затрагивает данную проблему. Среди них: Мамонов Е., Палиенко М.А., Тарбеева Е.А.

Автор Палиенко М.А. в своей статье выявила взаимосвязь между производительностью труда и производительными силами работников. Она проанализировала факторы, влияющие на показатели производительности труда. Палиенко М.А. говорит о том, что для повышения уровня производительной силы работника должен происходить рост следующих факторов: фондовооруженность труда, уровень организации труда (зависит от научных знаний и достижений в области техники, технологий), квалификация работников [3]. В результате повышение указанных факторов, использование средств производства будет происходить более рационально.

Мамонов Е. в своей статье указывает на методы, которые не стимулируют производительность труда работником. К таким методам он относит:

- плата за командный результат (якобы работая "в связке", люди от энтузиазма будут трудиться более самоотверженно);
- "тайная" выплата премий отдельным работникам, чтобы они почувствовали свою исключительность;
- внезапные материальные выплаты "просто так" с целью повысить лояльность к организации и т. д. [1].

В свою очередь, Тарбеева Е.А. обращает внимание на необходимость принятия во внимание факторы, препятствующие росту производительности:

- материально-технические - связаны с использованием новейшей техники, применением новых технологий, материалов и видов сырья;
- организационно-экономические - определяются уровнем организации управления, производства и труда;
- социально-психологические - предполагают учет демографической структуры группы, их степени подготовки, нравственно-психологического фона в коллективе, трудовой дисциплины и т. д. [2].

Все эти факторы оказывают влияние на изменение производительности труда. Установление воздействия каждого из них считается необходимым условием для планирования мероприятий и путей, направленных на увеличение объемов производства предприятия.

На наш взгляд, когда компания переживает кризис, вызванный внешними и внутренними причинами, встает вопрос о повышении производительности труда. То есть о том, как заставить персонал трудиться больше, а тратить на него меньше. Менеджеру по персоналу часто ставят задачу заняться этим вопросом, чтобы "сделать что-нибудь", но не всегда понятно, с чего начать.

Что такое производительность труда? Это количество сделанного работником (товаров, услуг, документов, идей и т. д.) за единицу времени. Но измеряется она по-разному. В учебниках по экономике труда различают три метода подсчета производительности: натуральный, трудовой и стоимостной. Рассмотрим их плюсы и минусы.

Натуральный метод заключается в непосредственном подсчете произведенной продукции. Для парикмахера это сделанные за смену прически и стрижки, для водителя - перевезенные пассажиры, для начальника цеха - произведенные детали. Это простой и понятный метод, но применим он не всегда. К примеру, с помощью него сложнее оценить результаты интеллектуального труда.

Трудовой метод расчета производительности заключается в оценке временных или других затрат человека на труд. Например, для водителя это будет километраж, для писателя - количество написанных страниц. При этом не имеет значения, перевез человек всех пассажиров или была ли написана книга. Имеет значение сам факт трудовых усилий. Этот показатель очень важен при разработке системы мотивации.

Пример 1. Организации, определяя производительность бизнес-тренеров, часто игнорируют трудовой показатель. Используют, например, натуральный метод - сколько человек обучено. При этом не учитывается, что уровень обучаемых разный, а значит, тренер может "возиться" с одним человеком 2 часа, а с другим 2 дня. В итоге система мотивации не учитывает трудоемкость. Получается, что бизнес-тренерам выгоднее обучать не всех подряд, а только тех, кто быстро учится.

Если говорить о **стоимостном методе**, то он означает, что работу можно оценить и с точки зрения того, сколько она приносит денег для организации или как влияет на стоимость предприятия. Этот показатель руководители любят. С его помощью можно не только понять, насколько много работник потрудился, но и определить вклад в общее дело.

Когда менеджер по персоналу получает задание повысить производительность, он должен понять, с помощью какого метода ее оценивает начальник подразделения. Не стоит верить самим руководителям на слово и с ходу делать то, что они предлагают. Довольно часто при оценке производительности менеджеры допускают ряд типичных ошибок.

1. Применение псевдотрудового метода. Например, начальник отдела маркетинга говорит менеджеру по персоналу: "Сотрудники стали какие-то вялые. Не горят, не предлагают новых идей, совсем обленились". Исходя из этого запроса, менеджеру по персоналу трудно понять, в каком направлении работать. То ли придумать, как заставить людей фонтанировать идеями, то ли предложить всем закапывать в глаза какие-нибудь капли, чтобы был блеск.

В качестве примера можно привести такую ситуацию: коммерческий директор говорит, что менеджеры по продажам работают плохо.

План, конечно, выполняется и даже перевыполняется, но сотрудники целыми днями сидят в "Одноклассниках" и "ВКонтакте".

2. Некорректное применение стоимостного метода.

Пример 2. Директор магазина жалуется: "Продавцы не хотят работать. Плохо обслуживают покупателей".

Менеджер по персоналу: "Но ведь они здороваются, предлагают товар покупателям, дружелюбны".

Директор магазина: "Да что толку! Прибыли-то нет! Так что надо как-то повысить производительность".

3. Использование дисциплинарного метода.

Пример 3. Генеральный директор обратилась к менеджеру по персоналу, потому что, по ее мнению, трудиться в организации стали хуже. На вопрос, в чем проблема, менеджер ответила, что на предприятии участились опоздания, которые каждый день фиксирует табельщица. При этом ни прибыль, ни производительность сотрудников не изменились.

Список можно продолжать до бесконечности, но и так понятно, как ошибаются, оценивая производительность труда. Основные ошибки в управлении всегда связаны с неправильным "диагнозом". У руководителя есть какая-нибудь головная боль, например, падает план продаж. Директор требует принять меры, и начинается бурная нецеленаправленная работа под девизом "Найти и обезвредить!", вместо того чтобы проанализировать работу по трем направлениям, о которых пойдет речь ниже.

Основные подходы к повышению производительности труда

Бизнес-консультанты и тренеры дают разнообразные рекомендации по повышению производительности, интенсификации, оптимизации и т. д., но все их можно свести к трем направлениям: изменение технологии, процессов и системы мотивации.

Технологии

Человеческая цивилизация придумывает все новые инструменты для производства товаров и услуг и благодаря этому развивается. Когда люди перестали обрабатывать землю вручную, они использовали труд животных плюс более совершенные орудия обработки и смогли получать более высокие урожаи. Позже появились удобрения, специальные сорта растений, и это позволило увеличить эффективность в десятки раз. Если бы не технологический прогресс, производительность осталась бы на том же уровне. И дело далеко не всегда в хороших условиях труда, полноценном питании или медицинском обслуживании.

Иногда hr-менеджеры допускают ошибку, они начинают мыслить в направлении мотивации и организации труда, когда процессы еще не отлажены на технологическом уровне. В данном случае имеются в виду не только разнообразные механические устройства, но и средства рекламы, стимулирования сбыта, выгодные ценовые условия.

Процессы

Изменяя процессы, можно повысить производительность. Технологический уровень — это совокупность методов, инструментов, подходов к производству какой-либо работы, а к процессам относятся: организация рабочего времени, расстановка приоритетов, разбивка целей на задачи, взаимодействие работников между собой.

Недостаточно быть хорошим специалистом на индивидуальном уровне, нужно чтобы результаты твоего труда вовремя поступили тем, кто их ждет.

Обратное делегирование

Обратное делегирование - один из самых распространенных "пожирателей производительности". Он заключается в том, что руководитель дает подчиненному задание, а тот вместо того, чтобы начать его выполнять, рассказывает, почему он не может его выполнить. Явление характерно не только для иерархических отношений, но и для взаимодействий уровня "подразделение - подразделение".

Непроизводительные затраты времени

Часто низкая производительность сочетается с высокой активностью. Складывается ощущение, что сотрудники все время заняты. Кстати, определить отдел, где создают видимость работы, легко. Достаточно понаблюдать: если постоянно нервничают и ругаются, значит, производительность низкая.

Мотивация

Когда технологии и процессы отлажены, можно подумать и о материальной мотивации. Стоит отметить, что оплачиваться должна непосредственно работа, а не "отдаленные" результаты. Часто руководители, разрабатывая систему стимулирования, берут критерии производительности, понятные им, а не подчиненным. Это распространенная ошибка. Вообще, привязывать зарплату к экономическим результатам организации - некорректно. Это годится разве что для генерального директора. Материальная мотивация должна быть связана с результатами труда конкретного работника.

На основании вышеизложенного, для повышения производительности труда необходимо, в первую очередь, оценивать производственные силы работников, и факторы, препятствующие росту производительности. За счет повышения производственных сил работников достигается наибольший эффект в оптимизации затрат предприятия и повышения уровня производительности труда.

Список литературы:

1. Мамонов Е. Повышаем производительность труда // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. 2015. № 11. С. 78-86.

2. Тарбеева Е.А. Повышение производительности труда работников // European Science. 2017. № 1(23). С. 33-35

3. Палиенко М.А. Повышение производительности труда на основе анализа производительных сил работников и иных факторов// Успехи современной науки. 2016 № 6. С. 20-24.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В РАБОТЕ С КАДРОВЫМ РЕЗЕРВОМ НА ВЫДВИЖЕНИЕ

Закусило Виктория Сергеевна
студент,
Рязанский государственный радиотехнический университет,
РФ, г. Рязань
E-mail: viktoria.zakusilo@yandex.ru

В свете последних требований международных стандартов качества и современной социально-экономической ситуации в России, отечественные организации переживают не самые простые времена в реализации работы с резервом на выдвижение. Возникающие проблемы можно неформально классифицировать по месту возникновения причины на внешние и внутренние проблемы. Рассмотрим каждый вид поподробнее.

Внешние источники трудностей в системе работы с резервом на выдвижение характеризуются прежде всего высокой степенью ответственности, которую непосредственно организация несёт перед законодательством в качестве работодателя. Так с 2016 года в России существенно изменились требования к уровню квалификации работников: отныне и работодателям, и самим работникам в соответствии с п. 3 ст.1 Федерального закона от 2 мая 2015 года № 122-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» приходится ориентироваться на профессиональные стандарты. Не смотря на многочисленные мнения экспертов о том, что появление в ТК РФ новой нормы связано лишь с необходимостью окончательной переориентации устаревших квалификационных справочников на профстандарты, организации вынуждены выполнить целый комплекс методических мероприятий по их внедрению, в том числе:

- обеспечить правильное название должностей в штатном расписании, проверить соответствие наименования должности трудовой функции;
- руководствоваться профессиональными стандартами и при приёме кандидатов на работу, и при определении уровня соответствия действующих сотрудников существующим требованиям;

- выявить соответствие уровня квалификации своих сотрудников требованиям профессиональных стандартов, в случае необходимости спланировать обучение.

Как видно, переход на профстандарты оказывает прямое влияние на порядок организации работы с резервом на выдвижение, так как появляется необходимость переустройства сформированной системы наименований резервных должностей, актуализации оценочных мероприятий при вступлении кандидатов в резерв и дополнительного обучения резервистов под изменившиеся требования должности. Особую сложность с юридической стороны вызывает необходимость внесения изменений во внутренние нормативно-правовые акты, регламентирующие работу с резервом на выдвижение.

Внутриорганизационные трудности в системе работы с резервом на выдвижение в основном состоят в том, что кадровый резерв существует формально или же носит проектный характер. Поэтому нередко в компаниях возникают следующие проблемы:

1. Отбор кандидатов в резерв происходит субъективно, так как на выработку эффективных и серьёзных критериев отбора резервистов у специалистов по управлению персоналом нет ни времени, ни ресурсов, а методики консалтинговых организаций не учитывают всей специфики деятельности конкретной организации.

2. Мероприятия по развитию персонала формируются хаотично исключительно под возможности бюджета и учебной базы, либо путём копирования общепринятых мировых практик, которые не адаптированы под менталитет российского работника. Однако стоит заметить, что все крупные и быстро растущие мировые компании, как на Западе, так и в России закладывают при планировании бюджета колоссальные средства на развитие и обучение своих сотрудников.

3. Несмотря на наличие в организации сформированного кадрового резерва, руководством допускаются назначения на высвобожденные резервные должности работников не из резерва или специалистов со стороны. Время

пребывания в резерве зачастую превышает оптимальные сроки (от 2 до 5 и более лет в зависимости от планируемой должности и временного интервала перемещения руководящих работников), что особенно отрицательно сказывается на работниках, прошедших полный курс подготовки в составе резерва [1, с. 389].

4. После документального включения работника в резерв заканчивается обратная связь от руководства компании, не организовываются регулярные встречи, не составляются и не реализуются индивидуальные планы развития резервистов. В большинстве случаев к резервисту относятся как к «завершенному проекту». Подобная модель управления заметно снижает уровень лояльности персонала по отношению к организации, под которым принято понимать степень выраженности чувства преданности работником по отношению к организации-работодателю. Когда конкуренция на рынке особенно сильная, уровень лояльности персонала становится очень важным.

5. Отсутствуют реальные комплексные критерии оценки деятельности работы с резервом на выдвижение. Например, из-за ограниченности системного подхода организациями в основном применяются такие поверхностные критерии как: «обеспеченность резервом должностей», «количество резервистов, обученных за отчетный период» и «количество резервистов, назначенных на целевую должность за отчетный период».

Перечисленные внутриорганизационные проблемы зачастую приводят к тому, что активные и перспективные сотрудники, ориентированные на карьерный рост, уходят из организации в поисках лучшей роли. Это приводит к снижению индекса кадрового потенциала организации.

Для предотвращения негативных последствий при реализации работы по выдвижению резервистов организации необходимо придерживаться принципов системного подхода в управлении резервом (рисунок 1):

Рисунок 1. Основные составляющие системного подхода

Однако наряду с внутриорганизационными проблемами, вызванными неэффективной системой управления, существуют наиболее глубокие – внутриличностные проблемы, которые относятся к уровню мотивации и степени вовлеченности самого работника в происходящий процесс. Отсутствие желания у сотрудников участвовать в формировании резерва может быть вызвано разными причинами, стоит заметить, что у самих резервистов и руководителей-сотрудников, которые уже занимают в перспективе высвобожденную должность и должны подготовить преемника, причины такого отношения отличаются.

Нежелание сотрудников – потенциальных резервистов можно объяснить следующим образом (таблица 1):

Таблица 1.

Типичные проблемы мотивации резервистов и пути решения

Проблема	Причина	Решение
Отсутствие мотивации к участию в резерве на этапе отбора	Низкий уровень материальной мотивации	Актуализация соотношения «ответственность/загруженность – вознаграждение»
Недоверие к программе из-за непонимания принципов отбора в резерв и назначения на руководящую должность	Неэффективная система управления в организации; непрестижность занятия руководящей должности	Формирование прозрачной и понятной системы назначения на должность; ознакомление работников с нормативными актами
Отсутствие системы мотивации резервистов, не получивших назначения после прохождения подготовки	Неэффективная система управления в организации; отсутствие долгосрочного планирования	Повышение материальной мотивации, формирование атмосферы доверия на возможность перспективы

Мотивировать сотрудника, под должность которого создается резерв, к качественной и результативной работе с резервистами-преемниками сложнее – поскольку, боясь стать ненужным, зачастую руководители начинают формально выполнять свои обязанности. Можно выделить и другие причины нежелания заниматься подготовкой резервиста:

- безразличное отношение к подготовке, как к части повседневной работы;
- высокая текущая загруженность по основной деятельности;
- отсутствие теоретической и практической основы для подготовки кадрового резерва.

Для эффективной мотивации руководителей целесообразно применять способы с учётом возрастной группы работников (рисунок 2):

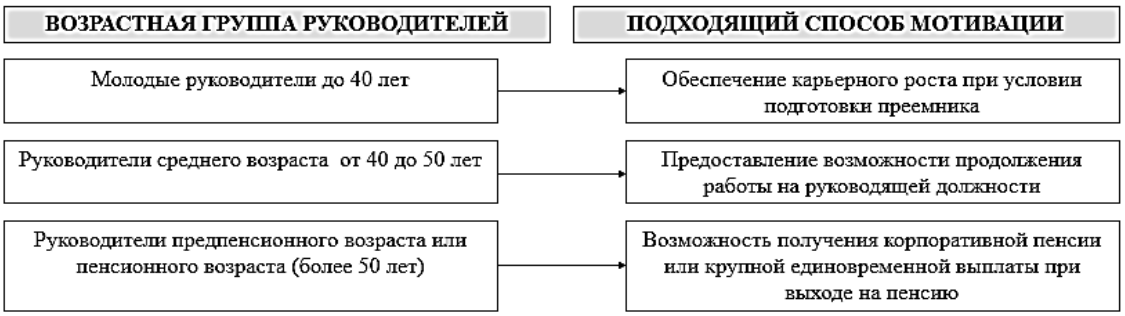


Рисунок 2. Мотивация руководителей с учётом возраста

Инструменты действительно эффективного стимулирования для категории персонала и каждой возрастной группы желательно определять на основании проведенного внутри организации социологического опроса. Идеально будет, если под конкретного работника будет адаптирована индивидуальная программа мотивации и стимулирования.

Проблемы, представленные в данной статье, довольно часто встречаются на практике, поэтому знание о них может в существенной степени помочь организации в недопущении чужих ошибок управления кадровым резервом на выдвижение или минимизировать их количество в своей работе.

Список литературы:

1. Фёдорова Н.В. Управление персоналом: учебник / Н.В. Фёдорова, О.Ю. Минченкова. – М.: КНОРУС, 2013. – 432 с.

РАБОТА С КАДРОВЫМ РЕЗЕРВОМ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Закусило Виктория Сергеевна
студент,
Рязанский государственный радиотехнический университет,
РФ, г. Рязань
E-mail: viktoria.zakusilo@yandex.ru

Реализация стратегического управления персоналом напрямую отражает алгоритм стратегического управления организацией в целом. Опираясь на миссию, видение и бизнес-план организации, стратегия управления персоналом отождествляет собой план по достижению целей и задач организации посредством использования одного из её главного фактора – человеческих ресурсов.

Организации не во все времена были заинтересованы и способствовали профессиональному росту своих работников, ситуация начала кардинально меняться с переходом от традиционного к современному подходу к управлению персоналом. Так в 1997 году термин «talent management» - «управление талантами», впервые был использованный американской компанией McKinsey&Company в исследовании рынка труда, обосновал новую концепцию и позволил сравнить (рисунок 1) подходы к управлению человеческими ресурсами:

СТАРАЯ РЕАЛЬНОСТЬ	НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
Людям нужны компании	Компаниям нужны люди
Конкурентное преимущество – оборудование, капитал и места	Конкурентное преимущество – талантливые люди
Дефицит рабочих мест	Дефицит талантливых людей
Сотрудники верны компаниям, и есть гарантия их занятости	Люди склонны к смене компаний, а их обязательства краткосрочны
Более талантливые работники имеют некоторое значение	Более талантливые работники имеют огромное значение
Люди принимают предлагаемый стандартный компенсационный пакет	Люди требуют гораздо больше

Рисунок 1. Традиционный и современный подход к управлению персоналом

Представленное сопоставление подходов указывает на важнейший фактор успеха организации в конкурентной борьбе - это способность к выявлению и успешной подготовке потенциальных руководителей. Поэтому сегодня организации создают специально адаптированные системы привлечения, развития и ротации для будущих руководителей – кадровый резерв на выдвижение руководителей.

Под кадровым резервом принято понимать совокупность специально подготовленных работников (в основном специалистов и менеджеров), которые по своим личностным и профессиональным качествам в случае возникновения необходимости могут быть выдвинуты на запланированную вышестоящую должность.

Формирование кадрового резерва, как отдельный вид управленческой деятельности, призвано решать следующие задачи:

- своевременно укомплектовывать как высвобождающиеся, так и вновь вводимые должности высококвалифицированными и компетентными специалистами;
- обеспечивать преемственность профессионализма опытных работников;
- сокращать период адаптации ротируемых работников;
- выделять работников с ярко выраженным потенциалом;
- формировать дополнительные возможности карьерного роста;
- определять приоритетные инвестиционные направления, направленные на развитие и обучение работников и другие.

При формировании кадровых резервов должен соблюдаться ряд основополагающих принципов (рисунок 2):

Рисунок 2. Основополагающие принципы формирования кадровых резервов

Организациями при работе с кадровыми резервами принято классифицировать их следующим образом:

- по виду формирования: управленческий и молодёжный кадровый резерв;
- по степени готовности резервиста занять целевую вышестоящую должность: тактический и стратегический управленческий кадровый резерв;
- по источнику формирования: внешний и внутренний кадровый резерв.

Управленческий кадровый резерв формируется с целью замещения высвободившейся руководящей должности работником с соответствующим уровнем и направлением образования, который обладает высокими личностными и профессиональными компетенциями и разделяет ценности организации. В тактический управленческий кадровый резерв включаются работники, соответствующие квалификационным требованиям целевой должности или те работники, которые могут достичь эти навыки в срок, не превышающий двенадцати месяцев. В стратегический управленческий кадровый резерв включаются работники, которым требуется довести свои профессиональные знания и навыки до соответствия требованиям целевой должности в течение срока, превышающего двенадцать месяцев.

Подготовка работников, включенных в управленский кадровый резерв, является сложным многоступенчатым процессом и подразумевает определенную последовательность реализуемых мероприятий (рисунок 3):

Рисунок 3. Поэтапный процесс подготовки резервистов

Молодёжный кадровый резерв формируется с целью выделения, продвижения и планирования карьерного роста наиболее активных молодых сотрудников-специалистов, которые уже успели проявить высокий потенциал и способность в перспективе занять высокую управленческую должность. Как правило, работники, включенные в молодежный кадровый резерв – это молодые люди в возрасте до 35 лет, имеющие как минимум высшее профессиональное образование, опыт работы в сфере и проявившие свои способности. Порядок формирования молодежных кадровых резервов поэтапно совпадает с процедурой формирования управленческих кадровых резервов, отличие заключается лишь в примерных требованиях к потенциальному кандидату в зависимости от резерва:

Таблица 1.

Требования к кандидатам для участия в отборочных мероприятиях

Предъявляемые требования к кандидату	Управленческий кадровый резерв	Молодежный кадровый резерв
Требования к возрасту	до 45 лет	до 35 лет
Требования к образованию	высшее образование по профилю целевой должности	высшее образование
Требования к стажу	не менее 3 лет	не менее 1 года

Молодёжный кадровый резерв имеет ряд особенностей. Во-первых, подготовка молодых работников с высоким потенциалом не носит целевого характера – организация проводит подготовку работника не к конкретной руководящей должности, а руководящей должности вообще. Во-вторых, отбор резервистов с высоким потенциалом является наиболее сложным процессом, так как подразумевает необходимость формирования прогноза развития человека на 10-20 лет, что вызывает необходимость разработки продолжительных программ обучения. В-третьих, при проведении периодической оценки учитываются на конкурентные результаты работы молодого специалиста, а то как он демонстрирует и развивает свой потенциал.

По источникам формирования управленческие и молодёжные кадровые резервы подразделяются на внутренние и внешние.

Внутренние кадровые резервы формируются за счет действующих сотрудников организации. Источниками являются:

- работники, которые по результатам пройденной аттестации рекомендованы на выдвижение;
- заместители руководителей разного ранга;
- работники организации, оканчивающие высшие учебные заведения.

Внешние кадровые резервы формируются из числа потенциальных кандидатов на устройство на работу в организацию, в том числе из перспективных выпускников высших учебных заведений (для молодёжных кадровых резервов).

Стоит заметить, что сформированный кадровый резерв должен быть максимально мобильным. Данный факт позволит организации без промедлений маневрировать при должностных назначениях.

Однако у создания кадрового резерва имеются и минусы: появляется дополнительная необходимость в инвестировании денежных средств и времени на развитие отобранного персонала, что приводит к увеличению нагрузки возложенной на него – сотрудники должны совмещать обычный режим работы с получением дополнительного образования и опыта.

Успешно сформированная система кадрового резерва, включающая такие элементы как обучение и карьерный рост – необходимая составляющая при совершенствовании и создании новых бизнес-процессов [1, с. 22]. Таким образом повышается кадровый потенциал организации в целом, что служит залогом долгосрочного существования и развития организации.

Список литературы:

1. Колетвинова Е.Ю. Стратегическое управление персоналом. Краткий курс – М.: Проспект, 2016. – 144 с.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ГОСТИНИЧНЫМИ СЕТЯМИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Коноплева Анастасия Вадимовна
студент, Институт магистратуры,
направление «Гостиничное дело», СПбГЭУ,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: Konopleva95@icloud.com

В наши дни международные гостиничные сети сталкиваются с проблемами повышения эффективности управления, доходности бизнеса и конкурентоспособности услуг индустрии гостеприимства на отечественном и международном рынках. Вопросам эффективного управления гостиничными сетями посвящено не мало исследований. Вместе с тем, стагнация развития национальных гостиничных сетей в России, рост конкуренции со стороны международных гостиничных сетей, которые активно развиваются на российском рынке, смена приоритетов туристов (высокие требования к качеству обслуживания) требуют решения новых задач, связанных с изменением как внешней, так и внутренней среды функционирования гостиничных сетей. Создание конкурентоспособного и высокодоходного гостиничного бизнеса становится главной задачей практиков хозяйственной деятельности в этой области.

По итогам 2016 г. предложения отелей международных брендов в России увеличилось на 11 %, составив в общей сложности приблизительно 33000 номеров в 151 гостинице. В 2017 году на рынок вышли 22 новых отеля. На будущих проектах сказываются негативные макроэкономические тенденции и проблемы с финансированием: почти 20 % проектов были либо отложены, либо отменены. Тем не менее на ближайшие 5 лет в России анонсировано открытие свыше 100 новых отелей международных брендов. На рисунке 1 представлен рейтинг международных гостиничных сетей в России на 2017 г.

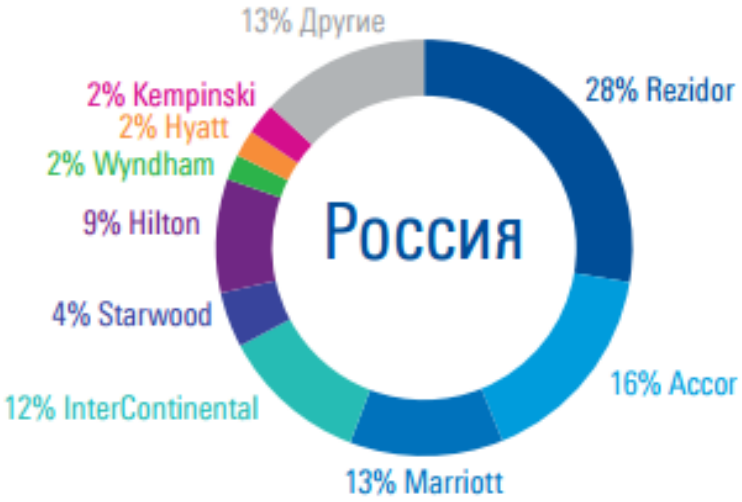


Рисунок 1. Рейтинг международных гостиничных сетей в России на 2017 г.

Наиболее развитыми рынками остаются: Москва, Санкт-Петербург и Сочи: на их долю приходится 70 % всех международных гостиниц в России. Согласно статистике Всемирной туристской организации (ВТО) за 2015 год, Россия занимает 9-е место в рейтинге наиболее посещаемых стран. В 2015 году количество гостей, приехавших в страну, составило 29,8 млн. человек, что на 5,3 % больше, чем в 2014 году. При этом в 2015 году, по данным статистики Федерального агентства РФ по туризму, произошел спад потока туристов из США и Европы на 5-10 % и одновременно возросло число туристов из Китая (на 10 %) и российских туристов (на 6 %).

На выделение особенностей международного управления человеческими ресурсами прежде всего влияют: культурные и экономические факторы, стиль и практика управления, различия рынков труда и трудовых затрат, проблемы перемещения рабочей силы, факторы отношений в промышленности, национальная ориентация и факторы контроля. Кроме того, международное управление человеческими ресурсами характеризуется более разнородными функциями; высокой степенью вовлеченности менеджеров в повседневную жизнь персонала; дифференцированным подходом к подготовке менеджеров и более значительным влиянием внешних факторов.

Руководителям, отобранным для работы за рубежом, необходимо дополнительно обеспечить обучение соответствующим навыкам межкультурного общения, что ведет к увеличению затрат организации на развитие персонала.

Проанализировав существующие исследования в сфере гостеприимства авторов Логутова А.В., Папирян Г.А. и др. источников, мы пришли к следующим выводам.

Во-первых, повышения эффективности работы гостиничной сети зависит от непрерывного совершенствования сервиса. Многие гостиничные сети РФ предлагают большое количество дополнительных услуг и высокое качество обслуживания. Международный гостиничный бренд предполагает высокий уровень сервиса, предоставляемый одновременно в разных странах мира. Поддержание высокого уровня сервиса в индустрии гостеприимства влечет за собой большие затраты и большие усилия, нежели в отечественных гостиничных сетях.

Во-вторых, нужно грамотно выстроить взаимодействие с туристическими агентами и корпоративными клиентами. Последний пункт будет важной частью управления международными гостиничными сетями. Для большинства гостиничных международных сетей корпоративные клиенты составляют главную составляющую гостиничного бизнеса.

В-третьих, важно грамотно провести подбор, подготовку и обучение гостиничного персонала международной сети: консьерж, портье, горничная, метрдотель, техник, охранник, повар, официант, менеджер гостиницы/отеля, услуги медиков, аниматоры, массажисты, крупье и т. д. Для каждой позиции нужен определенный выработанный подход к обучению и повышению квалификации в соответствии с корпоративной культурой и стандартами обслуживания определенной международной гостиничной сети.

Именно высококлассные отели в первую очередь притягивают иностранных гостей, прибывающих в нашу страну. Не обходят их вниманием и бизнесмены. Отечественных предпринимателей в гостиницах высокого уровня в четыре раза больше, чем тех, кто приезжает на отдых. Среди иностранных

гостей этот разрыв составляет приблизительно 20 %. А поскольку деловые поездки продолжают превалировать над другими видами путешествий, роль отелей высоких категорий в российской индустрии гостеприимства остается весьма значимой. В основном отели, представляющие в России международные гостиничные сети, сконцентрированы в Москве и Санкт-Петербурге.

Таким образом, становление и расширение международных гостиничных сетей обусловлено развитием мирового рынка гостиничных услуг и отражает общую тенденцию к глобализации экономики. Сетевые формы организации гостиничного бизнеса заняли ведущее место среди различных форм хозяйствующих систем. Нужно отметить, что современные международные гостиничные сети как один из самых эффективных элементов индустрии гостеприимства находятся в процессе развития и расширения. Будущее индустрии гостеприимства за наиболее эффективным способом ведения хозяйства в гостиничном бизнесе, то есть международными гостиничными сетями. Таким образом, были выведены следующие рекомендации по управлению гостиничной сетью: постоянное совершенствование предоставляемых услуг и их увеличение под ожидания клиентов, а также обучение и стимулирование персонала.

Список литературы:

1. Обзор международных гостиничных сетей в России [Электронный ресурс]. – «КПМГ», 2016. Режим доступа: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/ru-ru-hotel-operators-cis.pdf. Дата обращения: 19.11.2017.
2. Гостиничный бизнес. Персонал гостиницы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gostinica.org/personal-gostinicy.html. Дата обращения: 20.11.2017.
3. Сфиева З.Х., Вагабов М.М. Особенности управления предприятиями гостиничного бизнеса в современных условиях / З.Х. Сфиева // Общественные и гуманитарные науки. – 2015. – № 2 (31). – С. 23-27.
4. Hotel Master. Управление гостиничным предприятием [Электронный ресурс]. – 2016. Режим доступа: http://hotelmaster.ru/upravlenie-gostinichnym-predpriyatiem/. Дата обращения: 17.11.2017.
5. Логутова А.В. Маркетинговые управленческие решения в гостиничном бизнесе и технология их принятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV междунар. науч. конф. — М.: Буки-Веди, 2016. — С. 79-83.
6. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. - М.: Экономика, 2013. – С. 142.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ВАРИАНТ МАЛОГО БИЗНЕСА

Назаренкова Елена Вячеславовна
студент, кафедра архитектурного проектирования ННГАСУ,
РФ, г. Нижний Новогород
E-mail: helennazar@yandex.ru

Понятий «франчайзинг» довольно много, среди них: «экономический инструмент сбыта и производства товаров и услуг», «расширение действующего бизнеса», а некоторые просто называют франчайзинг «системой клонирования успешного бизнеса». Но во всех случаях суть одна: франчайзинговые взаимоотношения – это бизнес-отношения между франчайзером-правообладателем и его партнерами-франчайзи. Эти взаимоотношения направлены на достижение общего успеха и на удовлетворение всех интересов обеих сторон.

В России франчайзинг возник в 1993-м году. В 1997-м году начала свою работу российская Ассоциация франчайзинга. По состоянию на 2004-й год в России насчитывалось всего около 50 франчайзеров и приблизительно около 300 франчайзи. На сегодняшний день эти цифры значительно больше, но рост франчайзинга в стране несколько сдерживает несовершенное законодательство.

Наиболее «наполнены» франшизами города-миллионники и естественно столица нашей страны. Большинство представленных в мегаполисах франшиз – это франшизы иностранного происхождения. Эксперты прогнозируют и дальнейшее развитие западного франчайзинга в нашей стране. Самые популярные области экономической деятельности, в которых развивается франчайзинг, это: фаст-фуд, розничная торговля, сфера спорта, здоровья и красоты, а также услуги образования и автосервис.

Приобретение франшизы включает в себя несколько этапов. Изначально, франчайзи выплачивает франчайзеру паушальный взнос (его еще называют вступительным). Как правило, франчайзи также оплачивает и стоимость необходимых для открытия бизнеса материалов и необходимого оборудования. Далее, ежемесячно франчайзи выплачивают «старшему брату» регулярные

платежи, отчисления, которые называются «роялти». Большинство франшиз построены именно таким образом. В некоторых случаях франшиза может обойтись предпринимателю дороже, чем открытие собственного бизнеса, но при этом он получит намного больше гарантий и будет застрахован от рисков связанных с открытием и дальнейшим функционированием самостоятельного бизнеса.

Для нашего исследования франчайзинг представляет несомненный интерес. Сегодня спрос на франшизы растет день ото дня. Для многих предпринимателей продажа бизнеса по франшизе является единственной возможностью для успешного старта в бизнесе.

В чем же преимущества такого приобретения?

Во-первых, предприниматель покупает не просто право на бренд, он покупает готовый бизнес, с уже отработанным бизнес-планом, налаженной системой поставок и закупок. Все ошибки, подводные камни и возможные сложности уже пройдены, просчитаны и отработаны. Предприниматель получает готовый продукт с подробными рекомендациями, что и как делать, как организовать работу, чтобы бизнес приносил стабильный доход.

Во-вторых, не нужно тратиться на рекламу и продвижение бренда. Все, что требуется от франчайзи, это наладить работу в строгом соответствии со стандартами сети.

В-третьих, франчайзеры оказывают постоянное сопровождение бизнесу. Организуют обучающие семинары, оказывают помощь в подборе персонала, проводят для него тренинги. Франчайзер, так же, как и франчайзи, заинтересован в том, чтобы бизнес активно развивался, а потому его консультации очень эффективны.

Такой подход к организации бизнеса существенно облегчает задачу для начинающего предпринимателя. И негативные стороны франчайзинга (несвобода в принятии решений, касающихся изменений системы работы, обязательное роялти) уже не кажутся такими уж обременительными.

Есть несколько критериев, которые помогут вам сделать правильный выбор:

- продаваемый бренд должен быть хорошо известен в регионе, где планируется открыть дело;
- франчайзер должен предложить бизнес-план с расчетом окупаемости франшизы (если этого нет, выступать в роли франчайзи в таком деле нельзя);
- у франчайзера уже должны быть успешные дочерние предприятия (следует пообщаться с другими покупателями франшиз – если их дела плохи, если франшиза часто перепродается, значит, что-то в этом бизнесе не так, и вкладывать средства в такую франшизу очень рискованно).

За определенную фиксированную плату франчайзи получает высококвалифицированную и компетентную помощь, которая не в рамках договора франчайзинга оказалась бы чересчур дорогостоящей для него, по таким направлениям:

- маркетинговая стратегия с акцентом на рекламу;
- дизайн магазина и приобретение всего необходимого оборудования;
- первоначальное обучение работников, а также подготовка в области управления;
- унифицированная процедуры и политика;
- постоянное консультирование по вопросам управления;
- централизованные закупки по пониженным ценам;
- финансирование.

Если выбор сделан, можно переходить к стадии заключения договора. Договор это основа взаимоотношений франчайзера и франчайзи. Следует тщательно изучить все его пункты, для того чтобы не попасть в дальнейшем в затруднительное положение. Во избежании таких ситуаций существуют основные положения, которые для большинства договоров являются обязательными:

- Сроки действия договора;
- Особенности территории, где может быть открыто предприятие;
- Обязанности и права обеих сторон;

- Условия использования логотипа;
- Паушальный взнос;
- Условия роялти (может быть фиксированным, а может составлять процент от прибыли);
- Условия, на которых вы можете присоединиться к сети;
- Правила контроля со стороны франчайзера и система штрафов за нарушение стандартов сети.

Отсюда напрашивается вывод, что ведение бизнеса в России на условиях франчайзинга, по сути, процветает потому, что совмещает стимул к владению небольшим предприятием с управленческим мастерством крупного бизнеса. Безусловно, самостоятельное ведение малого бизнеса будет намного более проблематичным и невыгодным с финансовой точки зрения для любой организации. Можно с полной уверенностью утверждать, что ведение малого бизнеса на условиях франчайзинга – это действительно оптимальный выбор, для широкого круга предпринимателей.

Конечно же, от франчайзинга выигрывает не только франчайзи, но и франчайзер, который ускоренными темпами увеличивает свою сеть за счет денежных средств франчайзи. Кроме отличной возможности быстрого расширения франчайзинг позволяет франчайзеру успешно внедряться в новые географические районы. При этом франчайзеру будет необходимо меньшее количество управляющих, а расходы на заработную плату также в разы уменьшатся. Еще одним важным преимуществом франчайзинга как формы ведения бизнеса является тот факт, что франчайзи обладают более высокой мотивацией, нежели наемные руководящие работники уже имеющейся компании. Однако нельзя забывать о том, что кадров всегда нужно обучать [2, с 17].

В ближайшем будущем франчайзинг в качестве формы ведения бизнеса будет преобладать в сфере розничной торговли. При этом он занимает крепкие позиции в области услуг и в немного меньшей степени в производстве. На сегодняшний день франчайзинг проник даже в такую специфическую сферу услуг, как медицинские центры для уменьшения веса.

Окупаемость такого варианта малого бизнеса достаточно высокая, единственный минус – абсолютная не защищенность в случае финансового кризиса. Пострадать можно в разной степени, достаточно вспомнить финансовый кризис в стране 2008 года. Многие финансовые учреждения тогда были разорены. Но риск всегда есть, и он очень часто бывает обоснованным. Однако весьма высоки и шансы на успех.

Таким образом, у малого бизнеса остается еще немало проблем, и не факт, что в ближайшее время все они будут решены. Без эффективной государственной поддержки и государственного регулирования, малый бизнес вряд ли станет полноценным участником рынка, как например, в странах США и Европы. Однако предприятия малого бизнеса все же должны искать новые ниши, новые пути развития и выходить на мировой уровень, как это делается во многих развитых странах мира.

Список литературы:

1. Абчук В.А. Риски в бизнесе, менеджменте и маркетинге. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2010. – 480 с.
2. Ватутин С.В., Тришин М.Е. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста. Издательство: Питер, 2013 г. – 192 с.
3. Абрамова М.А., Мамута М.В., Криворучко С.В. Микрофинансирование в России. Издательство: Кнорус, 2013 г. – 180 с.
4. Меркулов С., Фокин В., Соколова Т. Франчайзинг от А до Я: как получить сверхприбыль и развить свой бизнес за счет партнеров. Издательство: Феникс, 2013 г. – 158 с.
5. Рафаила Кац . Франчайзинг. Построение предприятия бухгалтерский учет. правовые аспекты. Издательство : РОСБУХ. 2012 г – 136 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ, ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Романовская Александра Олеговна
магистрант,
кафедра государственного и корпоративного управления ИМСИТ,
РФ, г. Краснодар,
E-mail: alexandra-lobchenko@mail.ru

Базык Елена Федоровна
научный руководитель, канд. эконом. наук, доцент ИМСИТ,
РФ, г. Краснодар

В настоящее время одним из приоритетов государственной политики является ее социальное направление. Приоритет направления обуславливается обязанностью государства обеспечить населению оптимальные условия жизни и удовлетворить экономические, социально-политические и социальные потребности путем предоставления социальных гарантий.

Социальная сфера представляет собой комплексную деятельность учреждений, деятельность которых направлена на решение социальных вопросов населения [1, с. 18]. Основная сфера деятельности государственных учреждений сконцентрирована на основных направлениях:

- повышение уровня и качества жизни населения;
- поддержание образования;
- предоставление услуг здравоохранения;
- контроль за жилищно-коммунальным хозяйством;
- развитие культурной политики.

Цель социальной работы – деятельность, направленная на улучшение сферы жизни населения.

Объект социальной работы – население, субъект управления социальной сферы - государство в лице региональных органов власти [5, с. 34].

Для того, чтобы определить проблемную сторону управления в социальной сфере важно оценить качество и эффективность деятельности всей системы. В рамках измерения качества функционирования социальной сферы

не существует единой системы ее оценки. Кроме того, это значительно снижает возможность управлять данной сферой, так как контроль осуществляется формально. Такое положение вызвано различными причинами:

1) социальная работа выражена сложно сопоставимым многообразием типов помощи (материальная и социально-психологическая);

2) привлечение различных специалистов, деятельность которых отлична друг от друга (например, социально-психологический консультант и организатор массового общественного мероприятия);

3) субъекты социальной защиты различны, как и помощь, оказываемая им (молодежь и молодежная политика, а также пожилые и престарелые и социальная поддержка данной группе);

4) отсутствие точного срока для измерения уровня результативности социальной деятельности (время для изменения отношения человека к своим проблемам).

Таким образом, проблематично разработать объективные критерии и адекватные методы системы оценки эффективности управления в социальной работе. Очень сложно определить субъектов оценки эффективности и разграничить их полномочия.

На данном этапе функционирования социальной сферы возможно определить некоторые методы оценки эффективности управления социальной работы. Методика оценки качества проводится по нескольким направлениям:

1. Результативное, посредством которого учитываются только положительные результаты деятельности социальной сферы.

2. Целевое, где измеряется уровень достижения поставленной цели деятельности.

3. Затратное, где вне зависимости от поставленной цели затраты должны быть очень низкими.

4. Системное направление, которое учитывает все факторы и риски, влияющие на достижение поставленной цели.

5. Дескриптивное направление, согласно которому должны быть определены все соответствия нормам Законодательства РФ [2, с. 62-64].

Важно отметить, что на эффективность управления в социальной сфере оказывают влияние проблемы, связанные с:

- низким уровнем оплаты труда даже высококвалифицированных работников, которые, к сожалению, не готовы участвовать в трудоемких процессах социальной работы;
- отсутствием заинтересованности руководителей обучать и повышать квалификацию специалистов, отрывая их от процесса работы;
- низким уровнем материального стимулирования работников из-за отсутствия финансовых средств в денежном фонде, что ведет к демотивации персонала;
- аттестация персонала проходит на формальном, субъективном уровне, что приводит к «утечке» квалифицированных кадров в социальной сфере.

Данные проблемы носят более локальный уровень и характерны для социальных учреждений. Однако управление в социальной сфере реализуется государственными структурами именно на локальном уровне и зависит напрямую от качества работы специалистов, которые осуществляют свою деятельность [3, с. 81].

В рамках повышения эффективности управления в социальной сфере возможно выделить основные направления, которые зарекомендовали себя как наиболее эффективные:

1. Создание «конкурентной бюрократии». Предполагается создание такой среды, где осуществляющие социальную работу государственные учреждения, конкурировали бы между собой, получая и распределяя полученную прибыль самостоятельно.

2. Появление в социальной сфере негосударственных учреждений. Деятельность таких организаций должна финансироваться за счет ваучеров и целевых субсидий.

3. Конкурентный тендер и передача на подряд, благодаря которым представляется возможным усилить контроль за качеством услуг. Тендер представляет собой проведение торгов на основе конкурса, объект которого –

передача на подряд выполнения определенных работ. Считается в настоящее время, что тендер и передача на подряд является одним из эффективных способов управления и контроля организации.

4. Трансферты и ваучеры. Трансферт - перемещение средств с одного счета на другой, ваучер - документ перечисления платежей. В таком случае, государство финансирует определенные услуги, а отдельный субъект выбирает, каким способом воспользоваться данной услугой. Например, ваучер на образование, полученный родителями на образование ребенка, позволяет родителям выбрать самостоятельно школу для бесплатного обучения [4, с. 19-20].

Таким образом, программа повышения эффективности управления в социальной сфере может быть сформирована на основе комплекса применения одного метода или в комплексе. Такой комплекс может представлять применение самых разных средств.

Кроме того, важно отметить, что неким блокатором в повышении эффективности управления в социальной сфере является человеческий фактор. Именно человек оказывает огромное влияние на любые процессы. И именно человек в силах воздействовать на всю систему и направить ее в сторону совершенствования.

Список литературы:

1. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления: курс лекций / Г.В. Атаманчук. – 4-е изд. – М.: Омега-Л, 2006. – 18 с.
2. Васькин А.А. Оценка эффективности управленческого труда / А.А. Васькин. – М., 1999.
3. Глазунова Н.И. Государственное и муниципальное (административное) управление: учеб. / Н.И. Глазунова. – М.: ТК Велби, Проспект, 2008. – 81 с.
4. Лаврентьева И.П. Социальная политика и управление в социальной сфере: учебное пособие / И.П. Лаврентьева, В.В. Кузнецов, В.В. Григорьев. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – 19 – 20 с.
5. Шамхалов Ф. Теория государственного управления / Ф. Шамхалов. – М., 2002. – 34 с.

К ВОПРОСУ О ПРОВЕДЕНИИ КАДРОВОГО АУДИТА

Чеснокова Александра Николаевна
студент, кафедра менеджмента и государственного управления,
РФ, г. Орел
E-mail: asya.alechka@mail.ru

Несмотря на то, что цели кадрового аудита в зависимости от субъектов, инициирующих его проведения, могут быть различными, целесообразно установить наиболее оптимальный период его проведения.

Кадровый аудит в государственных органах обычно осуществляется в период проведения комплексных проверок, которые затрагивают все сферы деятельности проверяемого объекта и проводятся в соответствии с графиком один раз в три-пять лет. Кадровая проверка может также осуществляться в ходе ревизий финансово-хозяйственной деятельности государственного органа или учреждения. Кроме того, могут назначаться целевые проверки для анализа кадровой ситуации в определенной государственной организации.

Компании, деятельность которых осуществляется в стабильных условиях, проводят аудит системы управления персоналом раз в три года, так как это позволяет учесть результаты периодической аттестации сотрудников. Компании, действующие в нестабильных условиях, эту процедуру проводят чаще, для того, чтобы отслеживать изменения в системе, найти резервы повышения эффективности управления персоналом, а также отследить возможное появление рисков в сфере управления персоналом и трудом.

Сроки проведения кадрового аудита устанавливает руководитель или вышестоящая организация, или инспектирующие государственные органы. Сроки зависят от масштабов проверки: комплексная проверка может проходить в течение трех недель, на финансово-хозяйственную ревизию может отводиться месяц и более. Кадровый аудит, проводимый инспекцией по труду, охватывает в основном кадровое делопроизводство и длится около недели. Кадровый аудит с привлечением независимых специалистов может занять несколько месяцев [4].

Имеется три варианта исполнителей кадрового аудита, которые имеют как отрицательные, так и положительные стороны.

1. Аудит проводится самой организацией. Для этого создается группа аудиторов из сотрудников организации, специалистами в необходимых областях. Основные достоинства такого аудита состоят в том, что для его осуществления не требуется финансовых затрат и его исполнители больше знают о своей организации и его проблемах. Основными недостатками внутреннего аудита являются: затраты человеческих ресурсов и времени в ущерб работы компании, отсутствие опыта и профессионализма, риск утечки конфиденциальной информации, риск необъективности.

2. Привлечение внешнего консультанта. В качестве таких консультантов могут выступать специально назначенные и уполномоченные вышестоящей организацией специалисты, независимые частные лица, небольшие фирмы, а также консалтинговые агентства.

Основные достоинства такого аудита: опыт и профессионализм проверяющих органов; качество проводимых работ; конфиденциальность; объективность; рекомендации проверяющих органов более восприимчивы руководством.

К недостаткам можно отнести: финансовые затраты; риск недобросовестности привлеченных консультантов; незнание специфики организации; дефицит времени, который может не позволить углубиться в проблемы.

3. Смешанный аудит, в котором наряду со специалистами организации, аудит проводят также консалтинговые фирмы. Этот вариант кадрового аудита довольно распространен. В этом случае часть работы выполняет подразделение компании, а часть привлеченные со стороны специалисты.

К достоинствам можно отнести: меньшие финансовые затраты, по сравнению с внешним аудитом; сокращение сроков получения необходимой информации; получение опыта проведения аудита сотрудниками компании; более высокий уровень объективности, чем при внутреннем аудите;

Среди недостатков можно выделить недостаточную конфиденциальность информации.

При выборе исполнителей кадрового аудита руководствуются тремя основными критериями.

Первым критерием является профессиональная компетентность, так как целью проведения кадрового аудита является не только проверка и анализ кадровой ситуации, но и консультационную поддержку системы управления персоналом, а именно помощь в устранении проблем и недопущении их впредь.

Степень конфиденциальности является вторым критерием. В случае высокой степени конфиденциальности следует выбирать внешних аудиторов.

Их работа носит более конфиденциальный характер.

Третьим и немаловажным критерием является объем финансовых ресурсов. В зависимости от того сколько денежных средств выделено организацией на проведение кадровой проверки выбирают один из приведенных вариантов. В случае, если предприятие не может выделить много средств на проведение кадрового аудита, лучше к его проведению привлечь специалистов своей компании. Наиболее оптимальным вариантом в данном случае будет провести смешанный аудит.

В процессе кадрового аудита происходит анализ как объективных сторон трудовой деятельности персонала (объем инвестиций в персонал, наличие нормативно-методической документации, соблюдение трудового законодательства), так и субъективных (степень мотивации персонала, психологический климат в коллективе, стиль и метод руководства) [3].

Огромный объем информации, который получен в ходе аудита, необходимо оформить документально. Для этого готовится аудиторское заключение. Это документ, являющийся отчетом о результатах аудита. Оно содержит описание выполненных процедур, результаты, недостатки, выявленные в ходе проверки, рекомендации по совершенствованию системы управления персоналом. Цель этого документа заключается в выявлении сильных и слабых сторон предприятия и предоставлении рекомендации по улучшению кадровой политики [1].

Примерная структура аудиторского заключения выглядит так:

1. Введение. Включает общую характеристику предприятия, цели и задачи аудита, описание объекта и предмета кадрового аудита, этапы аудита, график его проведения, методы анализа, аудиторскую команду.

2. Аналитическая часть. Состоит из трех подпунктов: анализ персонала (численность, профессиональный и должностной состав, должностные обязанности, критерии оценки, система мотивации); оценка управленческого потенциала и кадровых процессов (общая характеристика линейных руководителей, понимание и принятие стратегических задач, способность принимать согласованные решения, понимание и принятие правил командой работы и индивидуальной ответственности, оценка осуществления основных кадровых процессов); оценка организационной структуры управления персоналом (общая характеристика организационной структуры управления, оценка взаимодействия между подразделениями, анализ организационных патологий).

3. Рекомендации по повышению результативности деятельности персонала. Эти рекомендации указывают на стратегические ошибки в управлении персоналом, в постановке целей и задач перед линейными руководителями, а также предоставляют пути устранения ошибок. Для линейных руководителей они суммируют их цели и обязанности, в которые могут входить привлечение к отбору кандидатов на должности, обучение персонала, его мотивация, а также предоставляют способы повышения результативности труда. Для специалистов в области управления персоналом указывают на слабые стороны в области найма, оценки, обучения, мотивации персонала и дают рекомендации по усилению этих слабых сторон.

4. Приложения. Данная часть аудиторского заключения может содержать документы, на основании которых проходила оценка кадрового потенциала. К ним можно отнести результаты анкетирования, опрос сотрудников, результаты расчетов трудовых показателей, расчетов эффективности [2].

Аудит персонала имеет определенный круг проблем.

Одной из существенных проблем является поиск и сбор информации. Так как на информацию, которая касается процесса управления персоналом, часто воздействуют субъективные факторы, персонал является трудноуправляемым ресурсом.

Второй важной проблемой является пониженная трудовая мотивация, высокая текучесть кадров или долгий процесс адаптации новых сотрудников в организации. В этом случае нельзя объективно оценить эффективность кадровой политики в процессе кадрового аудита.

Не менее значимой проблемой является отсутствие доступных для пользователей теоретических разработок по применению технологии аудита в сфере оценки управления персоналом. В настоящее время технология проведения аудита кадрового потенциала не является отработанной системой. Не существует определенного алгоритма его проведения. Не разработано нормативной документации для его проведения.

Четвертой проблемой является проблема восприятия новой системы. Введение системы аудита персонала в ряде случаев вызывает у работников состояние психологического дискомфорта, так как может привести к усилению контрольных мер и повышению прозрачности, что не всегда приветствуется коллективом.

Список литературы:

1. Блинов А.О. Искусство управления персоналом: учебное пособие / А.О. Блинов, О.В. Васильевская; под ред. А.О. Блинов. – Москва: Гелан, 2015. – 411 с.
2. Егоршин А.П. Основы управления персоналом: учебное пособие / А.П. Егоршин. – Нижний Новгород: НИМБ, 2013. – 303 с.
3. Кибанов А.Я. Управление персоналом: теория и практика: учебное пособие / А.Я. Кибанов, Л.В. Ивановская; под ред. А.Я. Кибанова. – Москва: Проспект, 2012. – 64 с.
4. Рожкова Н.К. Основы аудита: учебник / Н.К. Рожкова, Н.К. Муравицкая; под ред. Н.К. Рожкова. – Москва: Форум, 2013. – 272 с.

СЕКЦИЯ

«РЕГИОНОВЕДЕНИЕ»

РЫНОК НЕКОММЕРЧЕСКОЙ САМАРСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Александрова Виктория Дмитриевна
магистрант, ИЭУ Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: vikka.aleksandrova@gmail.com

Ситуация на рынке некоммерческой недвижимости всегда крайне динамична. В 2016 году наблюдался постоянно растущий спрос на первичное жилье, вследствие чего преобладали высокие темпы строительства жилой недвижимости в Самаре. Растущий спрос на квартиры в новостройках обусловлен и высоким качеством строительства и улучшенной планировкой квартир. При этом многие из них по желанию покупателя сдаются с черновой отделкой, что позволяет хозяину оформлять свое жилье по своему вкусу.

Для анализа рынка первичного жилья необходимо рассмотреть ситуацию на рынке некоммерческой недвижимости в целом [1].

Таблица 1.

Общий анализ рынка некоммерческой недвижимости

Тип жилья	Кол-во объявлений		
	Покупка	Долгосрочная аренда	Посуточная аренда
Новостройка	2811	65	0
Вторичное	9 567	1717	93
Коттеджи, дома, таунхаусы	1523	34	3
Дачи, сады	258	0	0
Итого	14159	1816	96

Анализ структуры рынка жилой недвижимости дал следующие результаты. Покупка некоммерческой недвижимости всё еще более актуальна, чем долгосрочная и посуточная аренда, и в структуре рынка жилой недвижимости составляет 88 %. При этом лидирующие позиции занимает вторичное жилье: его покупка составляет 84,09 % всего спроса; долгосрочная аренда – 15,09 %,

а посуточная аренда – менее 1 %. Среди предложений о покупке жилья 20 % соответствует покупке новостроек, 67 % - вторичному жилью, 11 % коттеджам, 2 % дачам и садам.

Несмотря на то, что в начале-середине 2016 года вторичное жилье занимало лидирующие позиции, с конца 2016- начала 2017 годов ситуация изменилась. На сегодняшний день наблюдается высокий темп роста спроса на новостройки. Был проведен более глубокий и комплекс анализ по первичному жилью.

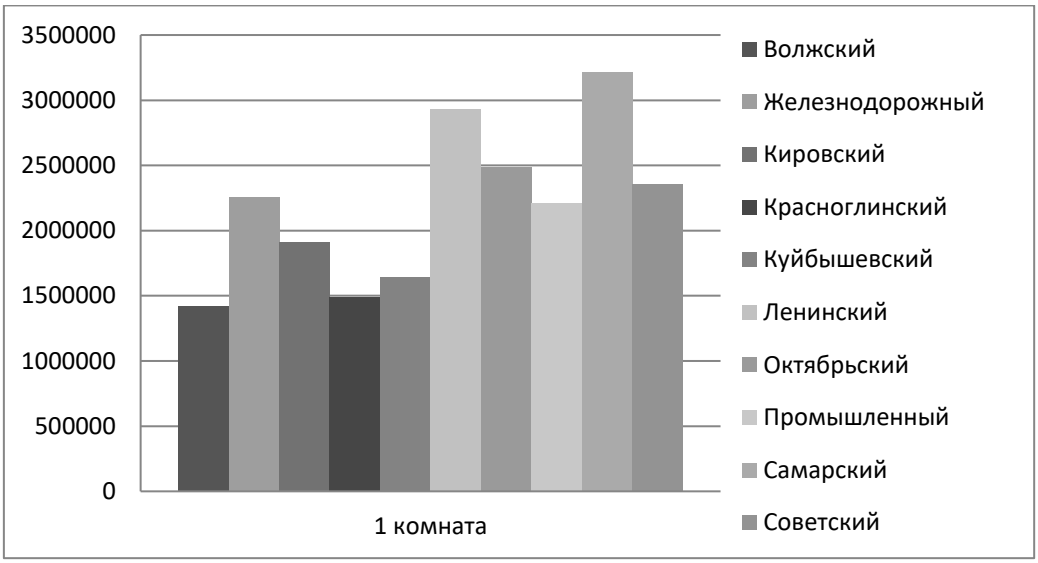


Рисунок1. Зависимость цены однокомнатных квартир от местоположения

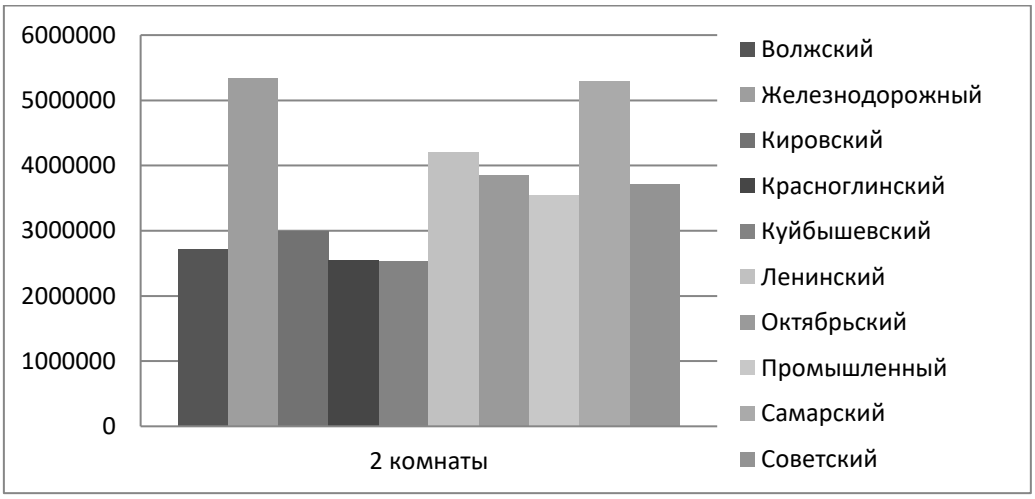


Рисунок 2. Зависимость цены двухкомнатных квартир от местоположения

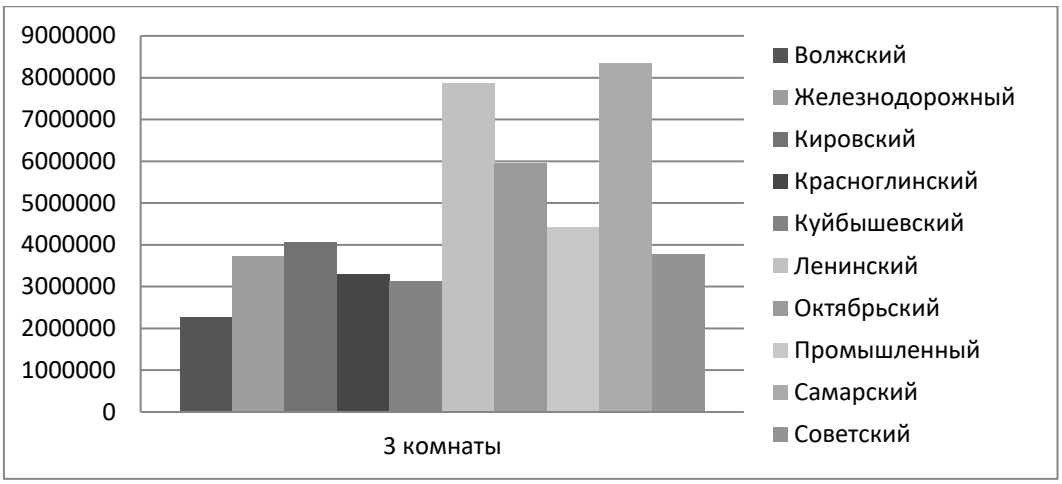


Рисунок 3. Зависимость цены трехкомнатных квартир от местоположения

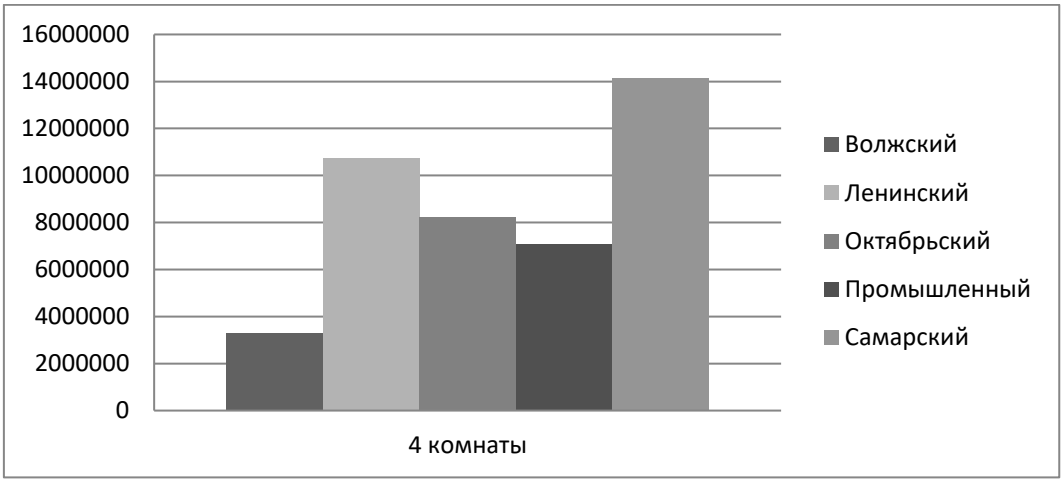


Рисунок 4. Зависимость цены четырехкомнатных (и более) квартир от местоположения

Таким образом, наиболее дорогие однокомнатные квартиры находятся в Самарском районе, дешевые – в Волжском районе. Менее доступные по цене двухкомнатные квартиры представлены в Железнодорожном и Самарском районах, наиболее доступные – Красноглинском и Куйбышевском. Самые дорогие трехкомнатные квартиры находятся в Самарском и Ленинском районах, дешевые – в Волжском. Наименьший объем предложения на четырехкомнатные (и более) квартиры. Их самая высокая стоимость – в Самарском районе, низкая – в Волжском. В Железнодорожном, Кировском, Красноглинском, Куйбышевском и Советском и районах нет предложений о купле-продаже четырехкомнатных (и более) квартир.

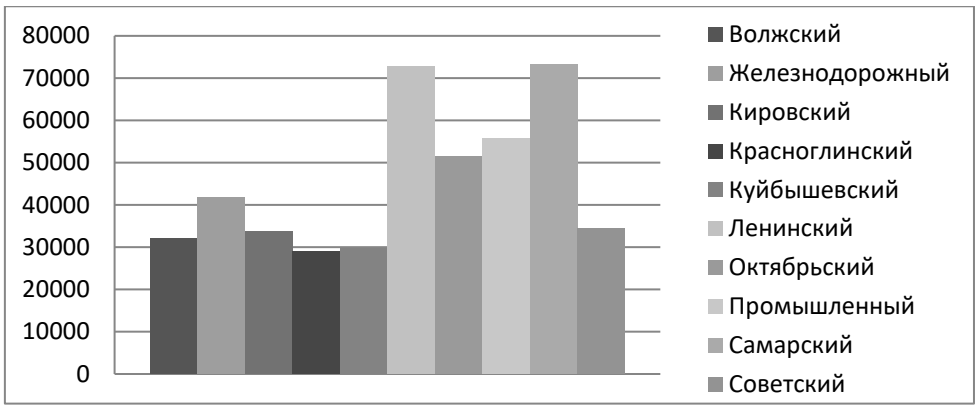


Рисунок 5. Зависимость цены 1 кв.м первичного жилья от местоположения

В целом самый дорогой квадратный метр первичного жилья представлен в Самарском и Ленинском районах, самый дешевый – в Красноглинском и Куйбышевском районах.

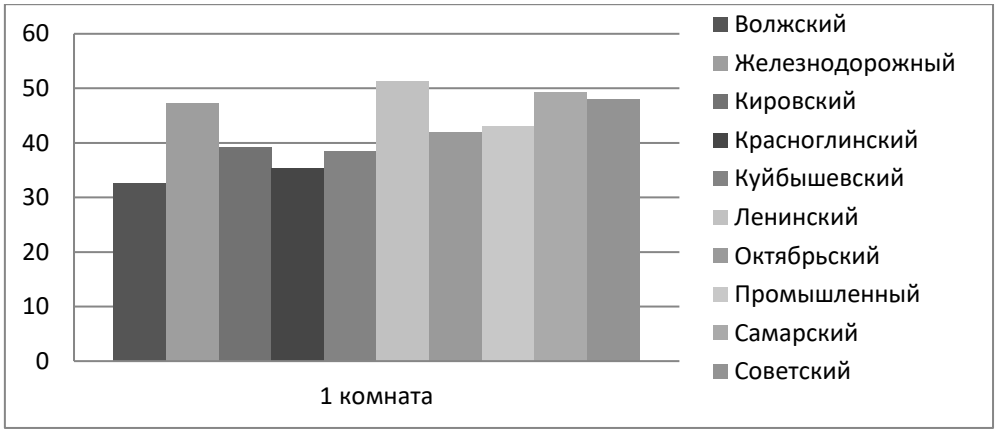


Рисунок 6. Площадь (кв.м) однокомнатных квартир в зависимости от района

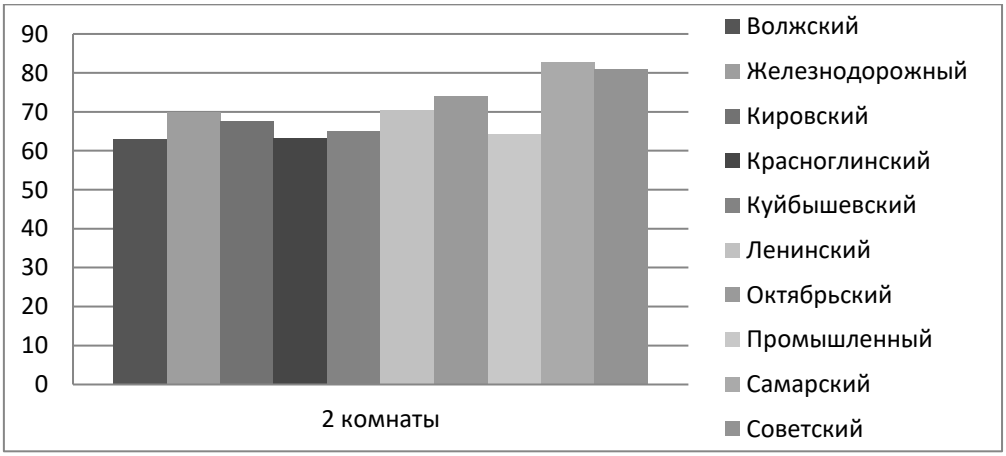


Рисунок 7. Площадь (кв.м) двухкомнатных квартир в зависимости от района

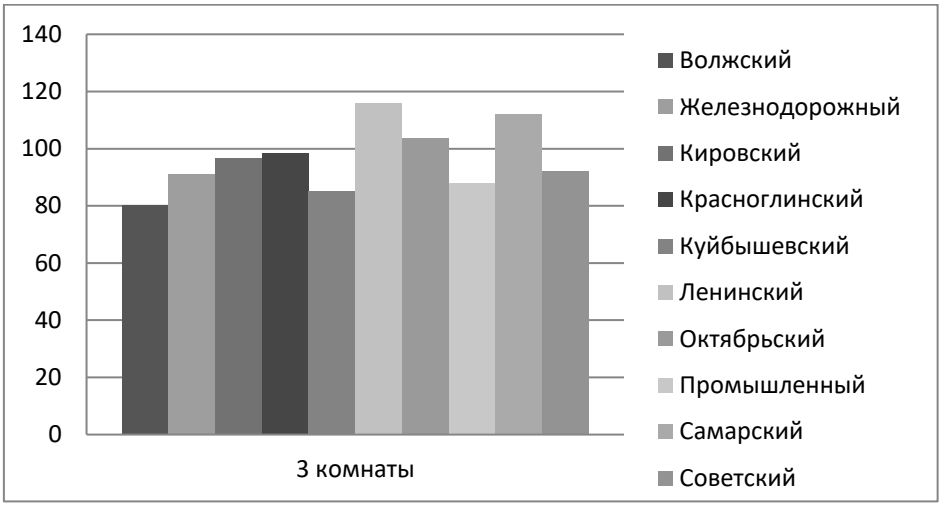


Рисунок 8. Площадь (кв.м) трехкомнатных квартир в зависимости от района

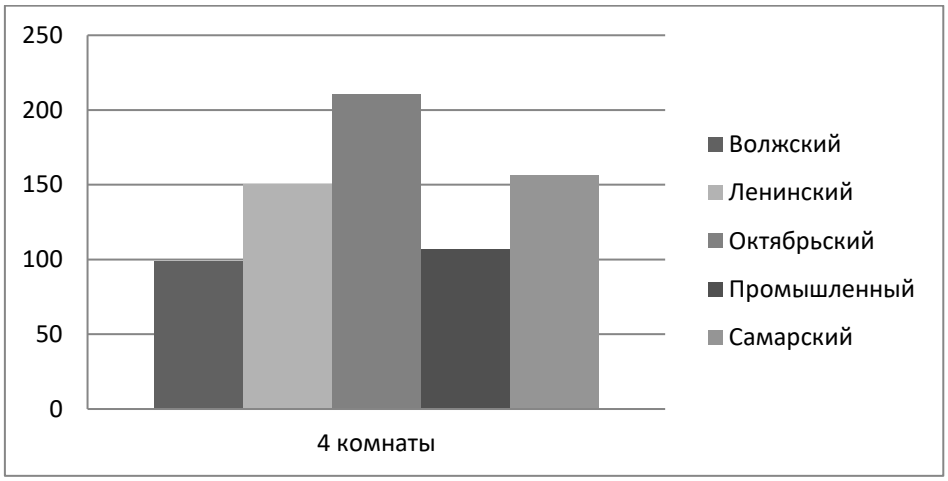


Рисунок 9. Площадь (кв.м) четырехкомнатных (и более) квартир в зависимости от района

Наибольшие по площади однокомнатные квартиры продаются в Ленинском районе, наименьшие – Волжском. Такая же ситуация наблюдается на рынке купли-продажи трехкомнатных квартир. Площадь предложенного первичного жилья в трехкомнатных и более квартир значительно различается. Например, наибольшие по площади четырехкомнатные (и более) квартиры представлены в Октябрьском районе, наименьшие – в Волжском. Площадь двухкомнатных квартир по районам примерно равна: наибольшая – в Самарском районе, наименьшая – в Волжском и Красноглинском.

В таблице 2 представлены темпы роста стоимости первичного жилья в зависимости от количества комнат.

Таблица 2.

Темпы роста стоимости первичного жилья в зависимости от количества комнат

Кол-во комнат	Темп роста	Изменение	
		Абсолютная величина	Относительная величина, %
1 комната	1	-	-
1 и 2 комнаты	1,6753	0,6753	+67,53
2 и 3 комнаты	1,2746	-0,4007	-23,92
3 и 4 комнаты	1,8594	0,5849	+45,89

Таким образом, стоимость двухкомнатной квартиры в сравнении с однокомнатно возрастает на 67,53 %. Стоимость трехкомнатной квартиры в сравнении с двухкомнатной снижается на 23,92 %. Стоимость четырех-комнатной (и более) квартиры в сравнении с трехкомнатной растет на 45,89 %. Выгоднее покупать трехкомнатное первичное жилье.

Кроме того, в настоящее время в Самаре популярна застройка земли под индивидуальное жилищное строительство (ИЖС). Многие предпочитают продать свои городские кварты и, выкупив землю, самостоятельно заняться строительском дома (т. е. спрос на готовые дома вне города минимален). В соответствии с данными Самарской статистики наибольшим спросом обладает земля в Красноярском районе и в Старосемейкино. Средняя стоимость земельной сотки в Самаре составляет 71000 рублей. В менее популярных и востребованных районах (Ставропольский, Нефтегорский, Красноармейский) стоимость сотки менее 20000 рублей.

Итак, после подробного анализа структуры некоммерческой Самарской недвижимости можно сделать вывод, что наибольшее значение на цену некоммерческой недвижимости оказывает именно местоположение (район), а не площадь. Самой дорогой некоммерческой недвижимостью являются однокомнатные и двухкомнатные квартиры.

Список литературы:

1. Сайт объявлений рынка Самарской недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: dom.63.ru (Дата обращения: 09.10.2017).

СЕКЦИЯ

«ЭКОНОМИКА»

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Аксютова Валерия Владимировна
студент, финансово-экономический факультет МГОТУ,
РФ, г. Королев
E-mail: aksutova98@gmail.com

Изменения повсюду и каждый день мы можем наблюдать быструю, эволюцию и после улучшения различных технологий.

Сегодня многие страны, включая Россию, предпринимают все возможные шаги, чтобы перейти к инновационной линии прогресса или, во всем мире, к формированию общества, где знание будет приоритетным. Многие государства начали разрабатывать национальные инновационные проекты, в арсенале которых есть системы шестого технологического режима: нанотехнология, биоинженерия, информационные технологии систем безопасности.

Особое место в современном мире уделяется информационным ресурсам. Высокоскоростная передача данных создает предпосылки для расширения сферы деятельности для огромного количества сервисов, которые обеспечивают эти процессы. Информационный рынок имеет тенденцию развиваться, заполняя себя новыми пользователями и источниками информации.

Создание информационных коммуникационных систем расширяет информационное пространство и способствует обмену информацией как внутри одной страны, так и на международном уровне. Предпосылками для дальнейшей реализации информационных продуктов являются не только текущее состояние экономики и глобальной интеграции, но и инновационная позиция самого общества [3, 4].

Каждый день мы слышим слово «инновации», обобщив их, с экономической и юридической точки зрения, инновации можно рассматривать

как фактор, влияющий на стоимость, издержки и выгоды от использования принципиально новых подходы к взаимодействию между участниками финансово-правовых операций. А новые модели экономического роста часто имеют горизонтальные и вертикальные инновации. Первая связана с увеличением разнообразия товаров, в то время как вертикальные инновации связаны с изобретением радикально новых или лучших продуктов и технологий, вытесняя старые.

В долгосрочном экономическом развитии стран наиболее важными являются вертикальные инновации, т. е. улучшение существующего или полного изобретения.

В этой статье мы сосредоточимся на инновационном аспекте финансовых транзакций, таких как электронные деньги, - продукт высокоскоростной передачи информации.

Финансовая ответственность, которая была выпущена в электронном виде, которая представляет собой цифровую запись; они находятся на носителе информации и, самое главное, полностью контролируются пользователем. Необходимо уточнить, что в этом случае существуют финансовые отношения, и количество выпущенных электронных денег будет равняться сумме полученных денег от пользователей, а обязательства будут приняты сторонними организациями в форме платежа. Таким образом, понятие «электронные деньги» используется в основном для выявления инновационных технологий, поскольку их распространение происходит только благодаря взаимодействию Интернета, терминалов, банкоматов, платежных карт, электронных кошельков и других видов платежные инструменты.

В российском законодательстве «О национальной платежной системе» (Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 18.07.2017) содержится свое собственное определение электронных денег, которые определяются как средства, ранее предоставленные одним лицом (лицом, предоставляющим деньги) другому лицу, с учетом размер предоставленных средств без открытия банковского счета (обязанного лица), для исполнения денежных обязательств

поставщика средств третьим лицам и в отношении лица, которое имеет право отправлять приказы исключительно с использованием электронных средств платежа. Электронный денежный термин не включает деньги, полученные организациями, осуществляющими профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг, клиринговой деятельностью и (или) управлением инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и частными пенсионными фондами, и регистрацией информации о сумме предоставленных средств без открытия банковский счет в соответствии с законодательством, регулирующим деятельность этих организаций (статья 18, п. 3).

Можно ли утверждать, что развитие электронных платежей и, в частности, электронных денег помогает снизить затраты на организацию денежного обращения, ускорить темпы экономического роста, развитие новых секторов экономики и электронной коммерции?

Электронные деньги – разновидность платежных средств, оборот которых происходит в электронном виде и гарантирует полную анонимность. Все платежные системы основаны на использовании кредитных платежных карточек или так называемого электронного кошелька.

С технической точки зрения электронные деньги – это электронная запись об определенном объеме стоимости, который защищен соответствующими криптографическими алгоритмами. В соответствии с современным состоянием развития информационных систем и технологий электронные деньги могут функционировать на основе карточек и на программной основе.

С юридической точки зрения электронные деньги являются денежным обязательством эмитента, который должен обменять их на традиционные деньги по требованию предъявителя.

Электронные деньги и соответственно платежи начали функционировать в Российской Федерации с середины 90-х. В то время электронные деньги начали конкурировать с обычными банковскими платежами, и с системами переводов, платежными картами, а по отдельным получателям еще и с платежными терминалами.

Глобальная финансовая система развивается очень активно - и это кажется непоколебимым, может быть, через несколько десятилетий стать архаизмом. Нужно сказать, что даже полвека назад большинство валют были привязаны к доллару, и эта валюта была предоставлена золотым стандартом. Если радикальных изменений не должно произойти с валютами, вот способы оплаты товаров и услуг будут быстро развиваться. Еще два или три десятилетия назад трудно было представить, что может пойти в любой магазин с пустым кошельком и отправиться с покупками, заплатив за них свою кредитную карту. Будущее денег — это массовый переход к безналичным платежам в нормальных государственных валютах или электронной валюте за счет использования новых технических средств - в первую очередь бесконтактных платежных систем. NFC (Near Field Communication) - это технология беспроводной частотной связи с малым радиусом (до 10 см), обеспечивающая бесконтактный обмен данными между устройствами, расположенными на малых расстояниях: например, между считывающим терминалом и сотовым телефоном или пластиковой смарт-картой.

Бесконтактная инфраструктура и бесконтактные платежи уже довольно хорошо развиты в системе общественного транспорта, довольно быстро появляются и в других отраслях. Операторы, производители мобильных устройств, банковские и другие платежные системы все чаще стремятся использовать бесконтактные платежи.

На современном этапе россияне свободно покупают и продают товары, переводят денежные средства, при помощи систем "Яндекс.Деньги", LiqPay, WebMoney, RBK Money, Liberty Reserve, Moneybookers, Z-Payment, E-Gold и др. [2]. Развитие рынка электронных платежей говорит о эволюции отечественного бизнеса и его приспособлении к мировым тенденциям. Однако, еще большему распространению электронных платежей в РФ мешают определенные факторы.

Во-первых, это правовое регулирование, которое не успевает за стремительным развитием отношений в этой сфер, и законность обращения электронных платежных средств в РФ.

В общем можно сделать вывод, что требования к функционированию систем электронных денег в РФ имеют достаточно общий характер и не является слишком жесткими, а отсюда возникают и недостатки платежных систем [1, с. 39]:

1. Государство не предоставляет гарантий платежеспособности электронных денег. Эмиссия электронных платежей гарантируется исключительно эмитентом. Данный факт говорит, о том, что не рекомендуется использовать электронные деньги, при осуществлении крупных платежей. Так же электронные деньги не следует накапливать в течении длительного времени. Следовательно, электронные деньги не являются действенным средством накопления.

2. Электронные деньги существуют только в рамках той системы, в рамках которой они эмитированы. Также электронные деньги не являются общепринятым платежным средством, обязательным к приему. Следует также отметить, что обращение электронных единиц стоимости (единиц учета прав требования, титульных знаков, реквизитов и т. п.) вызывает ряд вопросов с точки зрения соблюдения законодательства в сфере противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, или финансирования терроризма.

Итак, прогнозирования развития электронных денег в РФ является сложным делом, поскольку это средство платежа сегодня еще не имеет достаточного правового основания для своего существования.

Для дальнейшего успешного развития электронных денег в Российской Федерации важно:

1. Применение взвешенной правовой регламентации, направленной, с одной стороны, в поддержку их развития, а с другой - на предотвращение их использования с целью уклонения от налогообложения и контроля.

2. Преодоление определенных сложностей с ситуативным перераспределением субъектов рынка и сфер регулирования между регуляторами. Например, уменьшив до разумного входа в «третий дивизион» банков, РФ удовлетворила бы спрос рыночных ниш на те продукты, которые хоть и находятся в сфере регулирования центрального банка, но тяжело рождаются «большими»

банками второго дивизиона. А это, кроме электронных денег, и услуги по приему малых платежей и выплат, и вопрос с программно-техническими комплексами самообслуживания - терминалами, и многое другое.

Список литературы:

1. Криворучко С.В., Лопатин В.А. Электронные деньги: проблемы идентификации // Деньги и кредит. 2014. № 6. С. 39-44.
2. Информационный сайт по экономике EK portal. Электронные деньги. Виды и особенности [Электронный ресурс]. / Режим доступа: URL:www.ekportal.ru.
3. Салманов О.Н., Заернюк В.М., Лопатина О.А. Особенности функционирования каналов денежно-кредитной трансмиссии до и после финансового кризиса. Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16. № 7 (466). С. 1317-1336.
4. Salmanov O.N, Zaernjuk V.M, Lopatina O.A, Drachena I.P., Vikulina E.V. Investigating the Impact of Monetary Policy using the Vector Autoregression Method. International Journal of Economics and Financial Issues, 2016, 6(S2) 273-282. ISSN: 2146-4138. available at http://econjournals.com/index.php/ijefi/issue/view/78.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РЕЗЕРВА НА РЕМОНТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ОПТИМИЗАЦИЮ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ

Александрова Виктория Дмитриевна
магистрант, ИЭУ Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: vikka.aleksandrova@gmail.com

Каждая организация стремится снизить свои расходы, в том числе – снизить налоговую нагрузку. Основную часть налоговой нагрузки зачастую составляет налог на прибыль. Одним из способов снижения обязательства по уплате налога на прибыль является создание организацией резерва на ремонт основных средств [1]. Данный метод был рассмотрен на примере одной из организаций Самарского региона – предприятия ООО «Beauty».

Итак, налогоплательщик имеет право в течение двух или более отчетных периодов равномерно включать расходы на проведение ремонта основных средств. Это позволяет уменьшать налогооблагаемую прибыль на сумму отчислений, направляемых в ремонтный фонд [2].

Порядок создания резерва на ремонт основных средств определен в статье 324 НК РФ. Отчисления рассчитываются исходя из совокупной стоимости основных средств и нормативов отчислений [2].

В таблице 1 отражены показатели, необходимые при создании резерва на ремонт основных средств.

Таблица 1.

Показатели для создания резерва на ремонт основных средств

Показатель	Расчет	Документ
Совокупная стоимость основных средств	Сумма первоначальной стоимости всех амортизируемых основных средств, введенных в эксплуатацию по состоянию на начало налогового периода, в котором образуется резерв предстоящих расходов	Инвентарные карточки учета основных средств № ОС – 6 [3].
Первоначальная стоимость основного средства	Сумма расходов на его приобретение, сооружение, изготовление, доставку и доведение до состояния, в котором оно пригодно к использованию	-

Окончание таблицы 1.

Показатель	Расчет	Документ
Норматив отчислений	Налогоплательщиком определяется самостоятельно на основании необходимых документов	Документы, свидетельствующие о периодичности осуществления ремонта объекта основных средств, частоты замены элементов и сметной стоимости ремонта
Предельная сумма резерва предстоящих расходов	Не выше средней величины фактических расходов на ремонт за последние три года (ст. 324 НК РФ)	-

Для проведения таких расчетов следует вести налоговый регистр, в котором бы определялась совокупная стоимость основных средств, размер отчислений, отчисления в резерв, производимые в каждом отчетном периоде.

Порядок оформления операция по созданию и использованию ремонтного фонда в бухгалтерском учете отражен на рисунке 1.

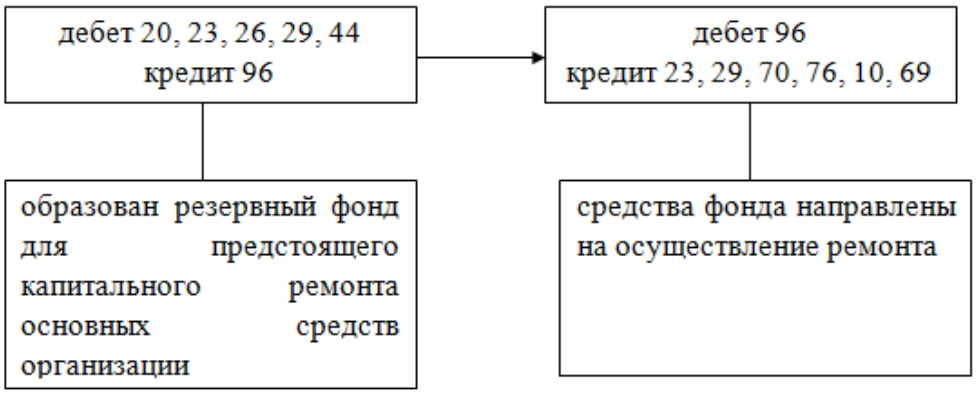


Рисунок 1. Порядок оформления бухгалтерских операций по созданию и использованию ремонтного фонда

Предприятие ООО «Beauty» является Обществом с ограниченной ответственностью. Юридический адрес предприятия: г. Самара, ул. Братьев Коростелевых, 3 (ИНН – 6311086724, ОГРН – 1066311039420, КПП - 631101001). ООО «Beauty» является торговой организацией: продает оптом и в розницу косметические продукты. Организация признает доходы и расходы методом начисления.

Экономические показатели, характеризующих результаты и эффективность хозяйственной деятельности организации в 2016 г. по данным отчётности предприятия представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Экономические показатели деятельности ООО «Beauty»

Показатели	**2015 г.**	**2016 г.**
Доходы организации, тыс. руб.	8720	8568
В том числе:		
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	6168	6809
Аренда помещения (25 кв.м), тыс. руб.	1250	1310
Продажа основных средств, тыс. руб.	1201	357
Прочие доходы, тыс. руб.	101	92
Расходы организации, тыс. руб.	4065	4601
В том числе:		
Себестоимость продаж, тыс. руб.	1789	1975
Коммерческие, управленческие расходы, тыс. руб.	19	22
Расходы на ремонт основных средств, тыс. руб.	350	475
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	1150	1230
Прочие расходы, тыс.руб.	757	899
Средняя стоимость товарных запасов, тыс. руб.	2170	2530
ССЧ работающих, всего, чел.	95	107
ФОТ, тыс. руб.	2850	3210
Среднегодовая стоимость ОС, тыс. руб.	4162	4254
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1529	1624
Чистая прибыль, тыс. руб.	1534	1647
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс.руб.	5845	5021
Текущий налог на прибыль и иные платежи, тыс.руб.	1169	1004,2
Чистая (нераспределённая) прибыль, тыс.руб.	4676	4016,8

ООО «Beauty» находится на общем режиме налогообложения и в 2016 году уплатило следующие налоги: налог на имущество (93,59 тыс. руб.), налог на прибыль (1004,2 тыс. руб.), налог на добавленную стоимость (1225,62 тыс. руб.), платежи во внебюджетные фонды (963 тыс. руб.), налог на доходы физических лиц (417,30 тыс. руб.).

В 2013 г. ООО «Beauty» провела ремонт основных средств на сумму 210 тыс. руб., в 2014 году – на сумму 310 тыс. руб., в 2015 году – 350 тыс. руб.

В целях оптимизации налога на прибыль организацией ООО «Beauty» было принято решение создать резерв на ремонт основных средств.

Предельная сумма резерва расходов на ремонт не может превышать среднюю величину фактических расходов на ремонт, сложившуюся за последние три года. Таким образом, ООО «Beauty» может создать резерв в размере 290 тыс. руб.

В 2016 году был произведен ремонт основных средств на сумму 475 тыс. руб., то есть сумма фактически осуществленных затрат в отчетном (налоговом) периоде превышает сумму созданного резерва. Остаток фактических затрат, равный 185 тыс. руб., включается в состав прочих расходов на дату окончания налогового периода.

Налоговая база определяется в этом случае следующим образом: из суммы выручки от продажи товаров и основных средств и доходов от сдачи помещений в аренду вычитаются коммерческие и прочие расходы и сумма резерва на ремонт основных средств. Таким образом, налогооблагаемая база равна 4731 тыс. руб.

В этом случае сумма налога на прибыль изменится и составит 946,2 тыс. руб. Экономия от использования данного метода оптимизации налога на прибыль составляет 58 тыс. руб.

На рисунке 2 представлена динамика обязательств организации по уплате налогов.

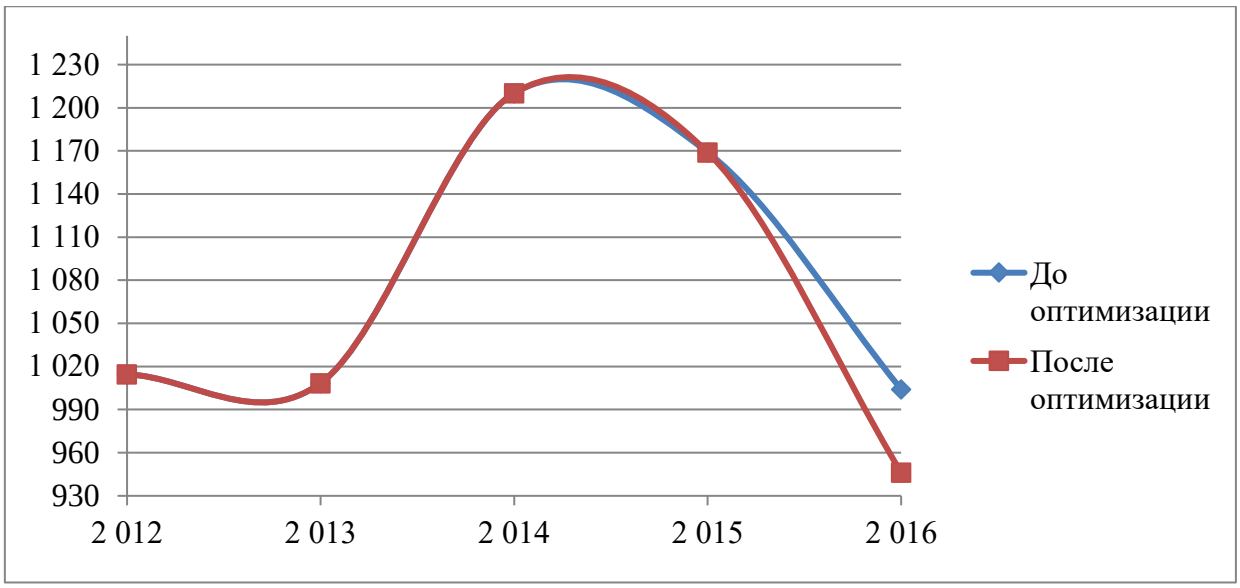


Рисунок 2. Динамика налоговых обязательств ООО «Beauty»

Итак, в данном случае создание резерва на ремонт основных средств не снимает основной налоговой нагрузки с организации, однако значительная экономия все равно присутствует.

Список литературы:

1. Резник А.Л. Способы оптимизации налога на прибыль, 2014 (источник: elibrary.ru).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 2.
3. Создание резервов как способ оптимизации налогообложения, 2006 (источник: https://www.audit-it.ru/articles/account/assets/a26/43413.html).
4. План счетов бухгалтерского учета.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РЕЗЕРВА ПО СОМНИТЕЛЬНЫМ ДОЛГАМ НА ОПТИМИЗАЦИЮ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ

Александрова Виктория Дмитриевна
магистрант, ИЭУ Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: vikka.aleksandrova@gmail.com

Налоговая оптимизация – это комплекс мер по уменьшению размера налоговых обязательств посредством целенаправленных действий налогоплательщика (в т.ч. использование предоставленных законодательством льгот и других законных способов).

Одним из способов снижения нагрузки по налогу на прибыль является создание резерва по сомнительным долгам [1].

Данный метод является крайне актуальным по причине того, что у многих организаций есть непогашенная дебиторская задолженность. В случае неисполнения дебитором своих обязательств по оплате ТРУ, налогоплательщик может снизить свои обязательства по уплате налога на прибыль. Для этого создается резерв по сомнительным долгам.

Все требования к созданию резерва по сомнительным долгам представлены в главе 25 НК РФ, ст. 266 [2].

Сомнительный долг – это непогашенная в сроки, установленные договором, и не обеспеченная залогом, поручительством или банковской гарантией задолженность перед налогоплательщиком.

У данного метода оптимизации налога на прибыль есть несколько недостатков:

- резерв создается не под любую задолженность, долги должны быть просрочены более чем на 45 дней;
- сумма создаваемого резерва ограничена лимитом в 10 % от выручки отчетного (налогового) периода;
- сумма создаваемого резерва зависит не только от срока задолженности, лимита выручки, но и от характера долга [2].

Была проанализирована динамика налоговой нагрузки в случае создания резерва по сомнительны долгам.

Предприятие ООО «Beauty» является Обществом с ограниченной ответственностью. Юридический адрес предприятия: г. Самара, ул. Братьев Коростелевых, 3 (ИНН – 6311086724, ОГРН – 1066311039420, КПП - 631101001). ООО «Beauty» является торговой организацией: продает оптом и в розницу косметические продукты. Доходы и расходы признаются методом начисления.

Экономические показатели, характеризующих результаты и эффективность хозяйственной деятельности организации в 2016 г. по данным отчётности предприятия представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Экономические показатели деятельности ООО «Beauty»

Показатели	**2015 г.**	**2016 г.**
Доходы организации, тыс. руб.	8720	8568
В том числе:		
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	6168	6809
Аренда помещения (25 кв.м), тыс. руб.	1250	1310
Продажа основных средств, тыс. руб.	1201	357
Прочие доходы, тыс. руб.	101	92
Расходы организации, тыс. руб.	4065	4601
В том числе:		
Себестоимость продаж, тыс. руб.	1789	1975
Коммерческие, управленческие расходы, тыс. руб.	19	22
Расходы на ремонт основных средств, тыс. руб.	350	475
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	1150	1230
Прочие расходы, тыс.руб.	757	899
Средняя стоимость товарных запасов, тыс. руб.	2170	2530
ССЧ работающих, всего, чел.	95	107
ФОТ, тыс. руб.	2850	3210
Среднегодовая стоимость ОС, тыс. руб.	4162	4254
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1529	1624
Чистая прибыль, тыс. руб.	1534	1647
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс.руб.	5845	5021
Текущий налог на прибыль и иные платежи, тыс.руб.	1169	1004,2
Чистая (нераспределённая) прибыль, тыс.руб.	4676	4016,8

При определении налоговой базы учитываются выручка от продажи товаров и основных средств (доходы от реализации, ст. 249 НК РФ), доходы от сдачи помещений в аренду (внереализационные доходы, п.4, ст. 250 НК РФ), прочие доходы; а также – коммерческие и прочие расходы.

Кроме того, у организации имеется непогашенная дебиторская задолженность, данные о ней представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Непогашенная дебиторская задолженность организации ООО «Beauty» за 2016 г.

№ договора	Дата договора	Сумма, тыс. руб.	Условия
№25	30.05.2016	700	Товары отгружены 15.06.2016, документы на оплату переданы покупателю 17.05.2016. По условиям договора покупатель оплачивает товары не позднее 7 рабочих дней с моменты выставления платежных документов.
№31	15.08.2016	530	Товары были отгружены 19.08.2016 г., одновременно покупателю были переданы платежные документы. По условиям договора покупатель должен был оплатить товары на следующий рабочий день после их отгрузки, т. е. 20.08.2016.

ООО «Beauty» находится на общем режиме налогообложения и в 2016 году уплатило следующие налоги: налог на имущество (93,59 тыс. руб.), налог на прибыль (1004,2 тыс. руб.), налог на добавленную стоимость (1225,62 тыс. руб.), платежи во внебюджетные фонды (963 тыс. руб.), налог на доходы физических лиц (417,30 тыс. руб.).

ООО «Beauty» при признании доходов и расходов использует метод начисления. В прошлые периоды несколько покупателей не совершили оплату вовремя. Предположим, что создан резерв по сомнительным долгам.

Для этого необходима инвентаризация дебиторской задолженности. По её результатам может быть создан резерв в размере 700 тыс. руб. – задолженности по договору № 25 от 30.05.2016 г., включаемый в резерв в полной сумме, т. к. долг был просрочен более чем на 90 дней. Задолженность по договору № 31 от 15.08.2016 г. не учитывается при создании резерва по сомнительным долгам.

Однако необходимо помнить об ограничении по сумме резерва по сомнительным долгам. Максимальная сумма резерва по сомнительным долгам равна 10 % от выручки 2016 года, т. е. 680,9 тыс. руб. Дебиторская задолженность по договору № 25 покрывается не полностью. Сумма резерва включается во внереализационные доходы.

Налоговая база определяется следующим образом: из суммы выручки от продажи товаров и основных средств и доходов от сдачи помещений в аренду вычитаются коммерческие и прочие расходы, а также сумма резерва по сомнительным долгам. Тогда налогооблагаемая база равна 4340,1 тыс. руб.

Организация обязана была бы уплатить иную сумму налога на прибыль в размере 868,02 тыс. руб. Экономия от использования данного метода оптимизации налога на прибыль составляет 136,18 тыс. руб.

Итак, можно сделать вывод, что рассмотренный метод основной налоговой нагрузки не снимает, к чему сейчас стремятся практически все предприятия и по причине чего часто используют нелегальные методы и способы снижения налоговой нагрузки. Однако заметная экономия все же присутствует.

Список литературы:

1. Резник А.Л. Способы оптимизации налога на прибыль, 2014 (источник: elibrary.ru).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 2.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ИМПОРТА РОССИИ

Александрова Виктория Дмитриевна
магистрант, ИЭУ Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: vikka.aleksandrova@gmail.com

Традиционной и наиболее развитой формой международных экономических отношений является внешняя торговля. На долю торговли приходится около 80 % всего объема международных экономических отношений. Одним из показателей уровня внешней торговли страны является объем импорта продукции в целом и отдельных групп товаров. В данной статье был проведен анализ динамики и структуры импорта России.

Для анализа динамики были взяты общие объемы импорта России за 1998-2016 гг. (таблица 1, рисунок 1) [2].

Таблица 1.

Динамика объемов импорта стран

Год	Объемы импорта, млрд. долларов	Темпы прироста объемов импорта, %
1998	0	-
1999	48,2	-
2000	44,2	-8,30
2001	60,7	37,33
2002	60,7	0,00
2003	74,8	23,23
2004	92,9	24,20
2005	125	34,55
2006	171,5	37,20
2007	223,4	30,26
2008	302	35,18
2009	191,8	-36,49
2010	248,7	29,67
2011	323,8	30,20
2012	335,7	3,68
2013	315	-6,17
2014	308	-2,22
2015	193	-37,34
2016	165,1	-14,46

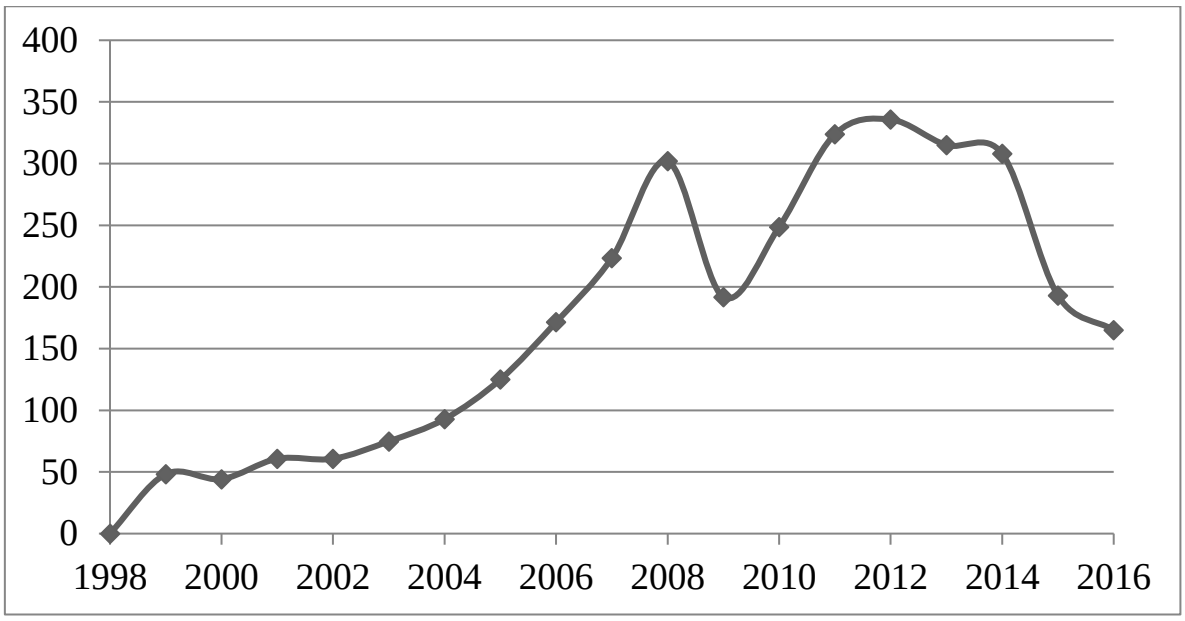


Рисунок 1. Динамика общих объемов импорта России, млрд. долларов

Наиболее положительно динамичной внешняя торговля России была в 2001, 2005, 2006 и 2008 гг. – увеличения происходили более чем на 30 %. Значительные снижения объемов импорта (более чем на 35 %) происходили в 2009 и 2015 гг.

Также проанализирована структура импорта России за 2000-2015 гг. [1]. Для удобства и наглядности анализ проведен по разным товарам за 2000, 2005, 2010 и 2015 гг. Наглядно структуры импорта этих годов проиллюстрированы на рисунках 2 и 3.

Таблица 2.

Структура импорта России, млн. долларов

	2000	**2005**	**2010**	**2015**
продовольственные товары и с/х сырье	7384	17430	36398	26584
минеральные продукты	2137	3034	5193	4976
продукция химической промышленности, каучук	6080	16275	36969	33974
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	126	275	1244	822
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	1293	3290	5893	3626
текстиль, текстильные изделия и обувь	1991	3619	14148	10841
металлы, драгоценные камни и изделия из них	2824	7652	16795	12339
машины, оборудование	10649	43436	101739	81868
прочие товары	1394	3697		7690

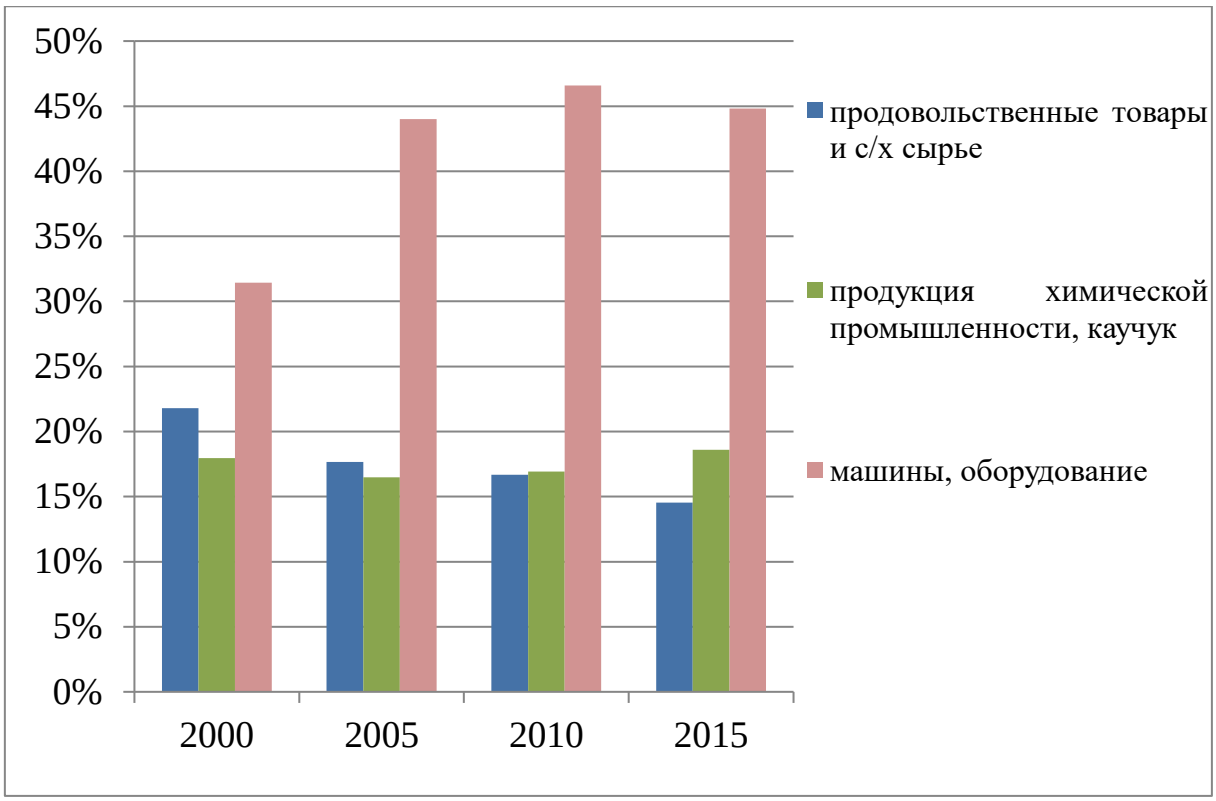


Рисунок 2. Динамика структуры российского импорта ряда товаров, %

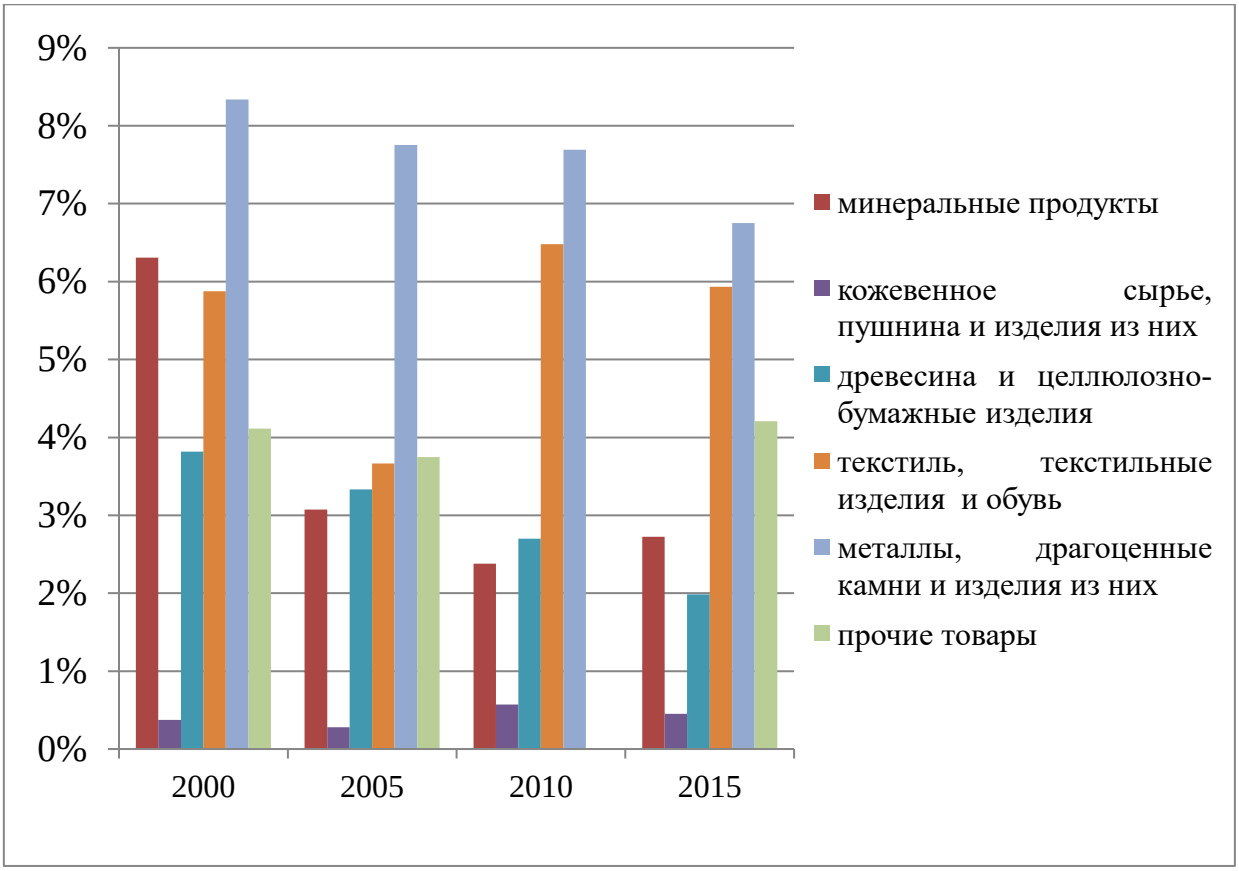


Рисунок 3. Динамика структуры малоимпортируемых товаров, %

В 2000 году структура импорта более чем на 30 % состояла из импорта машин и оборудования и достигла к 2015 году 40 %. Следующим по значимости в структуре являлся импорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья. Он составлял 20 %, однако с каждым годом постепенно снижался, в 2015 году составив 14 %. Экспорт продукции химической промышленности, машин и оборудования составлял 18 %, значительно не меняясь на протяжении анализируемого периода.

Незначительную часть в структуре импорта продукции составлял импорт металлов и драгоценных каменей – 8 %, снизившись за рассматриваемый период всего на 1 %; минеральных продуктов – 6 %, к 2015 году достигнув всего 2 %; древесины и целлюлозно-бумажных изделий – менее 4 %, постепенно снизившись до 2 %; прочих товаров – 4 %, значительно не меняясь.

В наименьших объемах импортировалось кожевенное сырье, пушнина и изделия из них, в структуре импорта занимая менее 1 % на проятжении всего рассматриваемого периода.

Список литературы:

1. Структура импорта России [Электронный ресурс]. Режим доступа: gks.ru (Дата обращения: 21.11.2017).
2. Объемы импорта России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http:// www.ereport.ru/stat (Дата обращения: 21.11.2017).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА

Александрова Ирина Романовна
студент, Институт коммерции, маркетинга и сервиса, СГЭУ
РФ, г. Самара
E-mail: alexandrovair84@gmail.com

Алексин Антон Юрьевич
научный руководитель, старший преподаватель, СГЭУ
РФ, г. Самара

На сегодняшний день горнолыжный туризм является одним из массовых видов туризма. Каждый год как отечественные, так и зарубежные снежные курорты посещают тысячи людей, а для некоторых это становится основным видом деятельности и любимым хобби. Современный горнолыжный центр включает в себя целый комплекс услуг: гостиницы, дороги подъемники, трасса спуска, маятники, спортивные организации, различные виды сооружения и так далее. Данный вид туризма имеет целый ряд особенностей, отличающих его от других, более простых, видов. Тенденция к активному туризму растет с каждым днем, также как и проблемы их связывающие. Поэтому так важно изучить, понять, проанализировать популязацию и проблематику горнолыжного вида туризма.

Исходя из этого, **актуальностью** данной работы является изучение особенностей горнолыжного туризма в зарубежных регионах и России, его популязация и основные проблемы дальнейшего развития.

Целью работы является анализ проблем и перспективы продвижения горнолыжного туризма в России и зарубежных странах.

Задачи:

1. Понять и выявить специфику горнолыжного туризма
2. Изучить основные зарубежные регионы горнолыжного курорта
3. Выяснить основную проблематику продвижения горнолыжного туризма
4. Оценить состояние рынка горнолыжного туризма России

Горнолыжный туризм является одной из главных отраслей в туристской индустрии, относится к специальным видам туризма и включает в себя лечебно-оздоровительный, рекреационный, спортивный любительский, а также экологический туризм. Данный вид туризма имеет целый ряд особенностей, отличающих его от других, более простых, видов. Выделяют следующие виды спорта: горный туризм, альпинизм и скалолазание. Горный туризм - это путешествие из пункта А в пункт Б через перевалы и через горные вершины. Альпинизм же представляет собой восхождение на вершину, а скалолазание – лазанье по стене. Тем самым, горный туризм включает в себя различные спортивные дисциплины. При том, что альпинизм и скалолазание как видами туризма не являются. Пункт, который стоит отметить - особенности средств размещения в горнолыжном туризме. Размещение предусмотрено в специализированных гостиницах типа горных шале, архитектурно вписанных в окружающий пейзаж. Вблизи гостиниц обязательно наличие подъемников. Подъемники делятся на несколько типов: бугельные, кресельные, кабинные, гондольные. Гостиницы расположены вблизи горнолыжных трасс. По степени сложности трассы делятся на зеленые, синие, красные, черные. В горнолыжном туризме большую роль в стоимостном отношении играет ассортимент дополнительных услуг: услуги инструктора, прокат снаряжения, ski pass. Следующее, это конечно медицинское страхование. Как правило, страховая премия в 2,5 раза больше, чем при обычных видах туризма. Несмотря на то, что горнолыжный туризм относится к достаточно дорогим видам туризма, с каждым годом растет число туристов, увлекающихся данным видом. Третий пункт – это уровень подготовленности туриста (как физическая, так и моральная), которая играет решающую роль, поэтому Международная федерация лыжного спорта (FIS) разработала 10 правил, которые необходимо соблюдать на лыжном курорте, например, идущим позади лыжникам следует выбирать полосу движения так, чтобы не создавать опасности тем, кто двигается впереди и так далее. Одной из главных составляющих данного вида является его природный характер, то есть высота местности, особенности рельефа, погодные условия

горнолыжного сезона, отсутствие лавин, а также разнообразие ландшафтов. Высота. От высоты зависит степень акклиматизации - способность организма приспосабливаться к недостатку кислорода, и к некоторым другим особенностям высокогорья. Вплоть до высоты 2000 м над уровнем моря человек без проблем со здоровьем не будет испытывать особых трудностей - это зона "индифферентности". Здесь существенные реакции организма проходят незаметно. На высоте от 2000 до 4000 м реакции приспособления к условиям гипоксии, то есть кислородной недостаточности проходят более остро, однако резервные возможности человека со средним иммунитетом и здоровьем вполне достаточны для приспособления [1]. При подготовке к горнолыжному сезону также рекомендуют развивать все группы мышц без исключений, тренировать свою силовую выдержку и укреплять свой иммунитет. Еще один важный пункт, правильный выбор склона для катания. В первую очередь обращают внимание на лавинную опасность, которая возникает не только от обилия снежных осадков и других погодных условий, но и от крутизны склонов и характера растительности [1]. Лавинная опасность различает 5 уровней, которая делится по европейской шкале. По форме лавины делятся на лавины от линии и лавины из точек. Наибольшее число лавин характерно для незалесенных склонов вогнутой формы с диапазоном крутизны от 25 до 50°. Исследование природно-климатических условий в различных зарубежных и отечественных горнолыжных районах показало, что наиболее популярные из них расположены на высоте 1500- 1800 м над уровнем моря, характеризуются умеренно низкими температурами (средняя температура января минус 5- 6 °С), продолжительным солнечным освещением (1900- 2000 часов в год), обилием снега (в полосе освоения до 3 м), размещением мест активного отдыха вне лавиноопасных зон [1]. Зарубежные курорты горнолыжного туризма можно разделить на несколько регионов. В большинстве из которых это страны Скандинавии и Западной Европы. Наиболее популярными являются Австрия, Франция, Андорра, Швейцария, Болгария, Швеция, Финляндия и Норвегия. По данным International Report on Snow & Mountain Tourism самым востребован-

ным местом пребывания горнолыжных любителей является Ла Плань во Франции (состоит из 10 деревень), на втором месте SkiWelt Wilder Kaiser в Австрии, а третье место занял Les Arcs также во Франции. Традиционно, горы Австрии остаются неизменно популярными у туристов. Наиболее посещаемы курорты трех австрийских провинций: Зальцбурга, Тироля и Каринтии. В Андорре сформировались две основные зоны Гран Валира на востоке и Валь Норд на западе. Гран Валира объединяет курорты Сольдеу эль Тартер, Пас де ла Каса и Грау Роч. На западе Валь Норд образует курорты Паль Аринсаль и Ордино Аркалис. Сольдеу эль Тартер - это два небольших живописных горных поселка, расположенных примерно в 3 км друг от друга по обе стороны дороги, ведущей к Пас де ла Каса. Здесь прекрасные возможности для катания. Перепад высот от 1710 до 2560 м. Спрос на отдых в Андорре на российском рынке ежегодно стабильно растет на 5- 7 % благодаря наличию экономичных отелей и постоянно совершенствующейся инфраструктуре. Зимним курортом высочайшего уровня с развитой туристской инфраструктурой также считается Италия. В стране преобладает самая длинная цепь альпийских гор в Европе. Она тянется вдоль границы с Францией, Швейцарией, Австрией и Словенией [3]. Именно здесь, зимний отдых в стране активно развивается: строятся различные отели и гостиницы с высоким сервисом, вводятся в эксплуатацию новые подъёмники, расширяется инфраструктура обслуживания. Если говорить про трассы, то здесь их в общей сложности порядка 3300 км оборудованных лыжных трасс и почти 5 тысяч подъёмников. В Швеции популярны курорты Оре, Сэлен и Вемдален. В Финляндии насчитывается всего 76 курортов, самые популярные из которых Тахко, Химос, Коли, Вуокатти, Руку, Леви и Юлляс [2]. Что же касается курортов России, то здесь горнолыжный спорт только набирает свою популярность. Федерация горнолыжного спорта и сноубординга существует с 1966 года, к функциям которой можно отнести обеспечение законных прав и интересов спортсменов, любителей и туристов горнолыжного спорта, укрепление международных связей. Основная деятельность ФГИС есть реализация программ горнолыжного спорта, координация деятельности

структурных подразделений Федерации, разработка комплекса мероприятий по решению профессиональных задач. Основными зонами отдыха являются регион Красной поляны, Камчатка и Байкал, а также Алтайский край, Якутия и Бурятия. По статистике Ростуризма на период 2014-2015 гг произошел рост активности на горнолыжных курортах (+3,1 %) и вместе с тем отечественные курорты стали вызывать интерес на международном туристском рынке благодаря Олимпиаде в Сочи в 2014 году. В 2015 году лидирующую позицию заняла Красная Поляна среди остальных горнолыжных курортов в России. Не смотря на рост активности данного вида туризма, есть ряд проблем и задач, из-за которых невозможна реализация дальнейшего развития туристской инфраструктуры в отрасли горнолыжного туризма. Во-первых это низкий уровень сервиса, а именно проблема средств размещения туристов. Ведь строительство гостиниц, санаторий и отелей требует отдельных затрат. Во-вторых проблемы цены и качества. В-третьих – это слабое продвижение туристского продукта внутри страны, на планирование и реализацию которого нужны денежные средства и определенная маркетинговая концепция для привлечения клиентуры и удовлетворения потребностей в узкой сфере туризма и гостеприимства. Подводя итоги, можно сказать, что с каждым годом возрастает интерес туристов к горнолыжному спорту, что играет значительную роль в туристской и экономической деятельности страны. Сейчас перед сферой туризма в России стоят определенные задачи, которые необходимо разрешить для дальнейшего развития зимнего туризма в стране. Разработать новые туристские комплексы мирового уровня, усовершенствовать сферу сервиса, обслуживания и гостеприимства. Тем самым возрастет спрос на туризм в дальнейшем, а Россия заявит себя как конкуретноспособная страна на международном рынке туризма [4].

Список литературы:

1. Сенин В.С Организация международного туризма: учебное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2005.

2. Воскресенский В.Ю Международный туризм: учебное пособие – 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 463 с.
3. Дерябина Ю.С Антюшина Н.М Северная Европа. Регион нового развития // М.: Издательство «Весь Мир», 2008 г.-512 с.
4. Сенин В.С Организация международного туризма: учебное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2005.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН

Алимирзаева-Рамазанова Аида Джамалутдиновна
магистрант, кафедра ГиМУ,
РФ, г. Махачкала
E-mail: aida-ramazanova-2016@mail.ru

Исакова Гулизар Казбековна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ГиМУ,
РФ, г. Махачкала

Вовлеченность российских регионов в международные экономические, научно-технические, кредитно-финансовые и гуманитарные отношения во многом определяют уровень их социально-экономического развития, что, в свою очередь, существенно сказывается на положении РФ в системе мировых хозяйственных связей.

Внешнеэкономическая деятельность включает в себя мероприятия по привлечению в экономику иностранных инвестиций, торговлю с зарубежными странами, кооперацию производственной деятельности с иностранными партнерами, в том числе совместные проекты, мероприятия по привлечению малого и среднего бизнеса к активному участию во внешнеэкономических связях. Эффективность внешнеэкономической деятельности региона напрямую зависит от того, насколько правильно выбрана стратегия развития, позволяющая сконцентрировать усилия и ресурсы на реализации внешнеэкономического потенциала [1].

Сегодня важную роль в развитии внешнеэкономических связей Республики Дагестан играет подписанное в сентябре 2013 года Соглашение между Министерством экономического развития Российской Федерации и Республикой Дагестан о взаимодействии во внешнеэкономической сфере.

Целью Соглашения является обеспечение благоприятных условий для российских участников внешнеэкономической деятельности (в том числе субъектов малого и среднего предпринимательства) за рубежом, через институт торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах.

В рамках подписанного Соглашения начата реализация 8 проектов экспортной деятельности дагестанских предприятий по поиску иностранных партнеров в соответствии с конкретными "дорожными картами" компаний.

Так, в 2015 году делегация республики Дагестан приняла участие в 19 презентационно-выставочных мероприятиях, форумах и встречах, в том числе в 16 международных и 3 межрегиональных, по результатам которых заключено 6 соглашений об осуществлении инвестиционной и торговой деятельности.

Вместе с тем, несмотря на проводимую работу по развитию внешнеэкономических связей республики, созданию необходимых условий для привлечения иностранных партнеров и совместных производств, темпы роста внешнеторгового оборота и притока иностранных инвестиций продолжают оставаться на уровне, недостаточном для устойчивого развития экономики республики [4]. Нынешнее состояние внешнеэкономических связей Дагестана требует решения целого ряда неотложных задач, прежде всего развития экспортного потенциала и повышения конкурентоспособности дагестанских товаров на мировом рынке.

На основе сведений из информационного ресурса ФТС России АСДППР «Аналитика-2000» в январе – феврале 2017 года внешнеторговый оборот участников ВЭД Республики Дагестан составил 34,33 млн. долл. США, что выше объёмов аналогичного периода 2016 года на 23,18 %.

Сальдо внешнеторгового баланса в январе-феврале 2017 года сложилось отрицательным в сумме 24,65 млн. долл. США. На его формирование в значительной степени повлияла торговля с такими странами, как Иран, отрицательное торговое сальдо с которым составило –13,30 млн. долл. США, Китай (-2,46 млн. долл. США) и Чешская республика (-2,13 млн. долл. США). В тоже время, положительное торговое сальдо было с Виргинскими островами (0,53 млн. долл. США) и Турцией (0,48 млн. долл. США).

Доля республики Дагестан в товарообороте среди субъектов СКФО в отчётном составила 13,83 % стоимостных объемов округа (в январе-феврале 2016 года – 10,88 %).

Таблица 1.

Доля республики Дагестан в товарообороте среди субъектов СКФО

Субъект Российской Федерации	Январь-февраль 2016 г		Январь-февраль 2017 г	
	СТОИМ (тыс. USD)	СТОИМ (%)	СТОИМ (тыс. USD)	СТОИМ (%)
07000 - СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	180 603,71	70,43 %	160 822,67	62,29 %
91000 - КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	12 567,76	4,90 %	34 556,01	13,38 %
82000 - РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	27 888,72	10,88 %	34 328,79	13,30 %
83000 - КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	8 347,64	3,26 %	12 089,30	4,68 %
96000 - ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	3 397,42	1,32 %	9 791,28	3,79 %
90000 - РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ-АЛАНИЯ	15 651,96	6,10 %	5 961,87	2,31 %
26000 - РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	7 959,43	3,10 %	624,12	0,24 %
Общий итог	256 416,64	**100,00 %**	**258 174,05**	**100,00 %**

Во внешней торговле преобладают страны дальнего зарубежья, удельный вес стоимостных объёмов которых составляет за прошлый год 66,60 % стоимостных объёмов. Наибольшим по величине в отчетном периоде выявлен товарооборот с такими странами как Иран (13,59 млн. долл. США), Азербайджан (5,19 млн. долл. США), Китай (2,48 млн. долл. США), Чешской Республикой (2,20 млн. долл. США) и Беларусью (1,80 млн. долл. США).

Оставляет желать лучшего и структура экспорта в республике. Так, объемы экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в январе-феврале 2017 года оказались ниже объемов 2016 года на 76,47 %, составив 1,69 млн. долл. США или 35 % стоимостных объемов экспорта. Главной статьей экспорта данной укрупненной группы товаров являлись овощи и некоторые корнеплоды, экспорт которых снизился на 75,26 %, составив 1,21 млн. долл. США. Основным потребителем данных товаров, в отчётном периоде, являлся Азербайджан. Экспорт молочной продукции; яйца птиц составил 0,11 млн. долл. США или 2,19 % стоимостных объемов экспорта, основным потребителем которых выступал Азербайджан.

Если опрокинуться вокруг ввозимых продукций, то на наш взгляд, весьма заметны положительные сдвиги. Так, крупнейшими торговыми партнерами Республики Дагестан, ввозившими продукцию в отчётном периоде, были из стран дальнего зарубежья (в процентах от стоимости импорта края): Иран (45,60 %), Китай (8,38 %), Чешская Республика (7,34 %), Словакия (3,27 %), Гонконг (1,41 %) и Франция (1,05 %). Из стран СНГ –Азербайджан (11,00 %), Беларусь (5,71 %), Армения (5,50 %) и Украина (2,47 %).

Объем внешней торговли предприятий Республики Дагестан в ее импортной части в январе-феврале 2017 года составил 29,49 млн. долл. США, увеличившись относительно 2016 года на 56,03 %. Из стран дальнего зарубежья импортировано товаров на сумму 21,11 млн. долл. США (увеличение на 92,13 %), из стран СНГ – на 8,38 млн. долл. США (рост на 6,16 %) [2].

Статистические данные позволяют делать весьма не самые лучшие выводы. Так становится ясным, что республика Дагестан скорее относится к регионам с ограниченной открытостью экономики. Показатели внешней торговли характеризуются низким уровнем внешнеторгового оборота на душу населения, отрицательным сальдо внешней торговли, низкой долей экспорта в объеме внешней торговли, и т. д. Торговые отношения субъектов предпринимательства республики, как становится видным, складываются более тесно со странами ближнего зарубежья, чем со странами дальнего зарубежья. Скорее такого рода ситуация сложилась вследствие более прочного сотрудничества с партнерами бывших республик союза. Объективным фактором, влияющим на слабый рынок с дальним зарубежьем, остается низкая конкурентоспособность на мировом рынке отечественных российских товаров, в частности производимых в нашей республике. Скорее, причины кроются и в неблагоприятном инвестиционном климате на Северном Кавказе: начиная от нестабильной общественно-политической ситуации вплоть до дефицита бюджетных средств и высоких рисков для иностранных инвесторов [3].

Конечно же, сложившаяся ситуация в республике оставляет желать лучшего. Поскольку такими темпами продвигаться вперед куда сложнее…

Впрочем, Правительство республики Дагестан отмечает, что органами исполнительной власти республики Дагестан ведется усиленная работа, направленная на дальнейшее социально-экономическое развитие республики Дагестан, расширение и укрепление ее конкурентных преимуществ посредством реализации государственной политики в области развития внешнеэкономических связей.

В настоящее время в соответствии с наказами президента со стороны Министерства торговли, инвестиций и предпринимательства, проводится большая работа по разработке и внедрению комплексной программы поддержки экспортно-ориентированных предприятий и привлечению иностранных инвесторов в реализуемые на территории республики проекты. Мероприятия по реализации государственной поддержки экспорта нацелены на увеличение числа малых и средних предприятий, ориентированных на экспорт, расширение ассортимента экспортируемой продукции, улучшение структуры экспорта и расширение рынков сбыта.

Кроме того, разрабатываются финансовые меры государственной поддержки экспорта, которые включают кредитование экспорта, гарантирование экспортных операций, возмещение части процентных ставок по экспортным кредитам, на проведение выставочной и презентационной деятельности, на сертификацию производимой продукции. Разумеется, для продвижения дагестанских товаров за рубежом недостаточно останавливаться на выше описанном. Стоит также наладить взаимодействие дагестанских экспортеров с торговыми представительствами РФ в зарубежных странах, как это проходит с некоторыми странами.

Список литературы:

1. Дагестан на экспорт. - [Электронный ресурс]-Точка доступа http://kavpolit.com/articles/dagestan_na_eksport-8588/ (Дата обращения: 19.08.14).
2. Дагестан: внешняя торговля. - [Электронный ресурс]-Точка доступа: http://sktu.customs.ru/attachments/article/7217/%D0 %94%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD.docx.
3. Перспективы развития приграничного сотрудничества Республики Дагестан. - [Электронный ресурс] - Точка доступа: https://revolution.allbest.ru/economy/00669882.html (Дата обращения: 21.04.16).
4. Постановление Правительства РД от 08.04.2016 N 86 "О стимулировании развития внешнеэкономических связей Республики Дагестан").

ПОНЯТИЕ НАДЕЖНОСТИ БАНКА, ВЗАИМОСВЯЗЬ С ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ

Алямкина Екатерина Викторовна
студент, кафедра финансы и кредит
Финансового Университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Липецк
E-mail: panarina-k91@mail.ru

Графов Андрей Владимирович
научный руководитель, д-р экон. наук, профессор
Финансового Университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Липецк

В современных условиях деятельность коммерческих банков является важнейшей частью экономической системы страны. От того на сколько надежна и устойчива банковская система зависит стабильность национальной экономики. Банкротство даже одной кредитной организации может негативно сказаться на состоянии всех финансовых институтов. Таким образом, обеспечение надежности коммерческих банков становится одной из ключевых задач банковского менеджмента.

В банковском законодательстве на ряду с «финансовой надежностью» (Закон «О банках и банковской деятельности», ст. 24), достаточно часто встречается понятие «финансовая устойчивость» (Закон «О банках и банковской деятельности», ст. 24), однако суть этих терминов не раскрывается. Тем не менее, из текста законов видно, что между устойчивостью и надежностью банка нет принципиальных отличий.

В экономике надежность отражает «устойчивость экономического финансового субъекта, например банка, к политическим потрясениям и ошибкам, просчетам партнеров» [5, с. 247], а понятие «надежность банка» трактуется как его «способность к выполнению взятых на себя обязательств; интегральный показатель, характеризующий совокупное состояние ликвидности, кредитоспособности и платёжеспособности банка» [2, с. 649]. Следовательно, одним из элементов обеспечения надежности банка является выполнение нормативов ликвидности и других нормативов, ограничивающих риски (рис. 1).

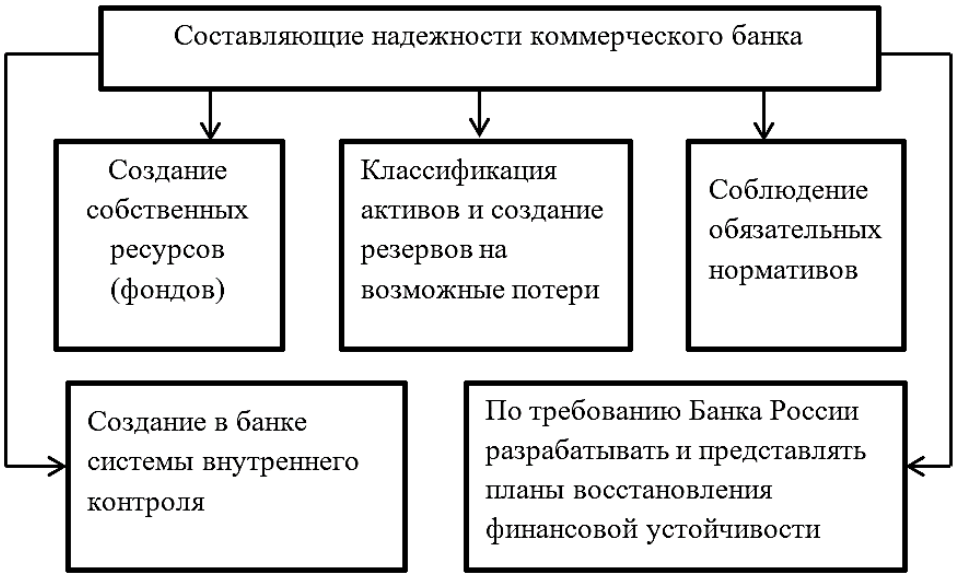


Рисунок 1. Составляющие надежности коммерческого банка

Подходов к понятию «надежность» банка достаточно большое количество, в связи, с чем нет единого понимания его сути.

Например, по мнению А.В. Буздалина, надежность банка представляет собой «способность банка выполнять свои обязательства в течение некоторого промежутка времени» [3, с. 28], т.о. понятие надежности практически отождествляется с понятием ликвидности.

Другой автор, А.М. Тавасиев рассматривает надежность коммерческого банка как «комплексную (интегральная) характеристику текущего финансово-экономического состояния банка и его перспектив на обозримое будущее, полученную, как правило, на базе более или менее глубокого дистанционного (“бесконтактного”) анализа его официальной и публикуемой отчетности» [6, с. 271].

С точки зрения различных пользователей банковского сектора, можно также дать разное определение понятию «надежность» банка. Если говорить о клиентах, то для них под этим термином понимается безукоризненное исполнением банком своих обязательств, предоставление полной информации об условиях банковских продуктов, отсутствие риска потерять вложенные на депозиты средства, а также соблюдение банком условий по заключенным договорам. Для сотрудников - это отсутствие риска потерять работу в связи

ликвидацией банка. Акционеров и инвесторов в свою очередь волнует текущее финансово-экономическое состояние банка. Их представление о надежности банка формируется, как правило, на основе глубокого анализа его финансовой устойчивости.

С понятием надежности банка очень тесно связана его финансовая устойчивость. В научной литературе также нет единого понимания понятия «финансовая устойчивость коммерческого банка».

Так Г.Г. Фетисов предлагает свое определение исследуемому термину, рассматривая его с точки зрения «равновесия или стабильности»: «Устойчивость банка – это его способность, в том числе выполнять свои обязательства перед клиентами, кредиторами и вкладчиками и обеспечивать потребности в краткосрочном кредитовании в условиях воздействия изменяющихся внешних и внутренних факторов» [7, с. 17-25]

По мнению Лукасевич И.Я. под устойчивостью понимается способность банка в динамичных условиях рыночной среды противостоять внешним и внутренним негативным факторам, обеспечивать доверие физических и юридических лиц, защищать интересы акционеров [1, с. 246].

По мнению Марковой О.М. финансовая устойчивость представляет собой «непрерывный процесс пропорционального развития банка посредством эффективного использования ресурсов» [4, с. 326]. Кроме того, она уточняет, что данный показатель, включает в себя следующие составляющие: объем и структура собственных средств, уровень доходов и прибыльность, достаточность ликвидности и прочее.

На основе изложенных суждений о надежности и финансовой устойчивости коммерческого банка можно сделать выводы о соподчиненности этих двух понятий. Надежность – это комплексная характеристика коммерческого банка, которая выражается в его устойчивом финансово-экономическом состоянии и степени доверия его клиентов, акционеров, персонала, контрагентов и регулирующих органов. Финансовая устойчивость является определяющей по отношению к понятию «надежность», то есть надежность зависит от финансовой устойчивости.

Сопоставляя понятие «финансовая устойчивость» и «надежность» коммерческого банка, выделяется следующая особенность: финансово устойчивый банк - всегда надежный. Если банк отвечает по своим обязательствам, имеет постоянную прибыль, ведет эффективную деятельность и сохраняет финансовую устойчивость, то он всегда будет внушать доверие, как успешно работающий банк, т.о. финансовая устойчивость и качество управления кредитной организацией будут определяющими по отношению к ее надежности. При этом надежный банк – это не всегда устойчивый банк. Кредитная организация, выполняя свои обязательства перед клиентами (большое количество выданных кредитов, где есть доля риска невозврата; возврат денежных средств клиентам по вкладам) может лишиться прибыли, что в дальнейшем приведет к финансово неустойчивой ситуации.

Для выработки эффективной политики банка и принятия грамотных управленческих решений необходима комплексная диагностика деятельности коммерческого банка, которая позволяет всесторонне оценить достигнутые результаты, определить организационно-экономические, финансовые и социальные резервы повышения надежности коммерческого банка.

Список литературы:

1. Антонюк О.А. Подходы к определению финансовой устойчивости коммерческого банка / О.А. Антонюк // Наука и современность. Серия: Экономика и экономические науки. 2014. № 28. С. 246-249.
2. Большой экономический словарь: 26500 терминов / под ред. А.Н. Азрилияна. - изд. 7-е, доп. – М.: Ин-т новой экономики, 2007. – 1472 с.
3. Буздалин А.В. Надежность банка. От формализации к оценке: учебник. – М.: URSS Линкорм, 2012. – 194 с.
4. Маркова О.М. Организация деятельности коммерческого банка: Учебник / О.М. Маркова. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 496 с.
5. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2017. – 512 с.
6. Тавасиев А.М. Организация деятельности коммерческих банков. Теория и практика: учебник для магистров/ А.М. Тавасиев, В.Д. Мехряков, О.И. Ларина. М.: Издательство Юрайт, 2017 г. – 735 с.
7. Фетисов Г.Г. Устойчивость банковской системы и методология ее оценки: дис. ... доктора экон. наук. – М.: 2003. – 425 с.

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Ананчева Марина Владимировна
студент, кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: anancheva.marina@mail.ru

Болмасова Дарья Игоревна
студент, кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: dbolmasova@mail.ru

Мерзико Инна Николаевна
студент, кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: infirt05@gmail.com

Наймушина Елизавета Сергеевна
студент, кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: elizavoveta@gmail.com

Матягина Татьяна Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: matyaginatv@mail.ru

В условиях современной экономики, для того чтобы добиться хорошего результата предпринимателям необходимо понимать, как грамотно установить цены на производимые товары и предоставляемые услуги. Так как для потребителей самым главным фактором в выборе покупки является цена.

Ценообразование для любого производителя служит причиной процветания и развития их бизнеса. Верные способы ценообразования, с умом установленная ценовая политика являются решающими составляющими для ведения успешного бизнеса в непростых условиях рыночных отношений.

Цена – одна из основных экономических величин, которая используется производителем для продажи единицы продукции потребителю.

С помощью цен устанавливаются отношения между покупателем и производителем, и создаются некие представления о ней, которые способны влиять на ее изменение. Цены определяют прибыльность компании, а также ее рентабельность и жизнеспособность, благодаря которым компанию можно назвать финансово стабильной и конкурентоспособной.

По словам специалистов, при выборе какой-либо покупки покупатель постоянно сравнивает цену со своими предположениями о ее величине. В итоге покупатель выбирает тот товар, у которого цена ниже предполагаемой или почти равна ей. То есть покупатель выбирает тот товар, покупка которого, по его мнению, будет наиболее выгодной. По представлению продавца же наоборот цена должна быть как можно выше, так как она является вознаграждением за его труд.

Учитывая это, цена является одним из основным показателем рынка для всех его участников. При этом рыночные цены формируются под действием множества факторов, такие как спрос, предложение, эластичность (чувствительность спроса и предложения при перемене некоторых факторов), регулирование цен и т. д. На основе перечисленных факторов построены рыночные методы ценообразования. Они заключаются в подсчете спроса на продукцию и степени конкуренции на рынке. Эти методы типичны для перспективных, конкурентоспособных рынков.

Метод «запечатанного конверта» применяется в областях, где несколько компаний принято вести тяжелую конкуренцию за приобретения контракта. При определении торга исходят из цен, которые могут назначить конкуренты, и цена назначается на более низкой по сравнению с ними степени. Если произведенная продукция обладает какими-то свойствами, отличающими его от конкурентов, или воспринимается клиентами как другая продукция, цену на него можно назначить, не глядя на цены конкурентов.

Метод ощущаемой ценности товара основывается на индивидуальной оценке клиентом ценности продукции или услуги. Эта оценка обуславливается различными факторами: от получаемой отдачи при использовании товара, от возникающих дополнительных психологических преимуществ, от уровня послепродажного обслуживания, предоставляемого продавцом покупателю. Цена рассматривает спрос, т. е. сколько клиент готов отдать за продукцию с установленными потребительскими свойствами. Когда спрос увеличивается, устанавливается высокая цена, и наоборот, когда спрос уменьшается – низкая цена.

Метод следования за лидирующим предприятием (компании) основан на том, что предприятия при установлении цен основывается на цены конкурентов. При этом продавец может отодвигать в сторону свою цену от цены лидирующей компании, но в разумных рамках, которые обоснованы совершенствами продукции.

Неотъемлемой частью методики ценообразования являются принципы ценообразования, которые характеризуют и составляют основу системы цен.

К принципам ценообразования относятся:

1. Целевая направленность цен. Т. е. выделение приоритетных экономических и социальных проблем, на решение которых должно повлиять изменение цен.

2. Научное обоснование цен. Т. е. необходимо учитывать объективные экономические законы развития экономики рынка. К таким относятся закон стоимости, закон спроса и предложения и т. д.

3. Непрерывность процесса ценообразования. В данном принципе выделяют два направления:

- с учетом изменения цен на каждом этапе производства;
- изменение действующих цен из-за снятия с производства морально устаревших товаров или освоения новых видов товаров.

4. Единство процесса ценообразования и контроль поведением цен. Т. е. данный принцип основывается на регулирование цен на продукцию государством.

А также частью этого принципа является правильное применение правил и принципов ценообразования, установленных действующим законодательством.

Кроме того, важным частью ценообразования являются внешние и внутренние факторы.

Внешние факторы в отличие от внутренних не зависят от деятельности предприятия, а обуславливаются изменением условий как внутри страны, так и за ее пределами. Среди внешних факторов можно выделить четыре основные категории: потребители, рыночная среда, участники каналов товародвижения, государство.

При все этом существует свободное ценообразование, когда цена не ограничена внешними факторами. Такая цена получается в результате договоренностей между покупателем и продавцом.

Таким образом, в условиях рынка ценообразование представляет собой непростой процесс, на который оказывает влияние множество факторов.

Установление цены - один из главных элементов экономики, который воздействует на рынок, ввиду того, что степень и соответствие цен на определённые виды товаров, особенно на те, что конкурируют между собой, оказывают основное влияние на размеры покупок, что делают потребители каждый день. Они находятся в близком контакте со всеми определяющими экономики, во многом подчиняются настоящие коммерческие итоги, а правильная или неверная ценовая политика показывает долговременное влияние на положение предприятия на рынке.

Список литературы:

1. Маренков Н. Рыночный механизм ценообразования [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://www.inventech.ru/lib/cost/cost-0036/. (Дата обращения: 24.12.2017).
2. Алексеенко Н.А. Экономика промышленного предприятия: учеб. пособие / Н.А. Алексеенко, И.Н. Гурова. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009. – 264 с.
3. Шаш Н. Рыночный механизм ценообразования [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://www.inventech.ru/lib/pricing/pricing-0002/ (Дата обращения: 24.12.2017).

РОССИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ УСЛУГ

Арсингиреева Мадина Аслановна
студент, факультет экономики и управления,
Институт Сервиса Туризма и Дизайна СКФУ (филиал) в г. Пятигорске
РФ, г. Пятигорск

Гулян Кристина Давидовна
студент, факультет экономики и управления,
Институт Сервиса Туризма и Дизайна СКФУ (филиал) в г. Пятигорске
РФ, г. Пятигорск
E-mail: k-gulyan@bk.ru

Жоглина Елена Валерьевна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры мировой экономики и таможенного дела,
факультет экономики и управления,
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске,
РФ, г. Пятигорск

Мировой рынок услуг, как и торговля товарами, является неотъемлемым элементом международных экономических отношений.

Развитая сфера услуг положительно сказывается на экономике государства, делает страну более конкурентоспособной на мировой арене. Именно развитый сектор услуг является одной из отличительных черт развитых стран-лидеров. Таким образом, развитие данного сектора экономики является залогом достижения высокого экономического роста и процветания государства. Это и обуславливает актуальность данной статьи.

Услуга представляет собой деятельность, не имеющую материального выражения и нацеленную на удовлетворение нужд других лиц [4, с. 29]. Услуги предоставляются и потребляются, в основном, одновременно и не подлежат хранению. Важно отметить, что услуга является предметом международной торговли лишь тогда, когда производитель и потребитель данной услуги – резиденты различных государств вне зависимости от места заключения сделки.

В статье 2 первой главы Федерального закона от 08.12.2003 N 164-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» дается следующее определение внешней торговле услугами:

«оказание услуг (выполнение работ), включающее в себя производство, распределение, маркетинг, доставку услуг (работ)» [1].

Данный ФЗ дает возможность регулирования международной торговли услугами посредством «введения запретов и ограничений, затрагивающих все или отдельные сектора услуг» [1].

В основном для этого используются нетарифные методы контроля, к которым в первую очередь относятся квотирование и лицензирование.

Квотирование заключается в определении наибольшей доли участия зарубежного капитала в данной сфере. Оно чаще применяется при регулировании банковских, финансовых и страховых услуг.

Порядок лицензирования услуг определен ФЗ от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности". Согласно данному ФЗ лицензия представляет собой «специальное разрешение на право осуществления конкретного вида деятельности (выполнения работ, оказания услуг, составляющих лицензируемый вид деятельности), которое подтверждается документом, выданным лицензирующим органом на бумажном носителе или в форме электронного документа». В этом же законе говорится, что лицензированию подлежат 49 видов деятельности, среди которых подавляющее большинство связано со сферой услуг [1].

В современном мире развитие международной торговли услугами происходит стремительными темпами. Основными факторами, воздействующими на динамику ее развития, являются научно-техническая революция, увеличение потребительского спроса на услуги, взаимосвязь различных видов услуг [3, с. 53].

Согласно данным Международной экономической статистики неизменным лидером на мировом рынке торговли услугами на протяжении двух последних лет является США, экспорт услуг которых составляет 14,1 % от объема мирового экспорта. Уже несколько лет вторую позицию занимает Великобритания, чей экспорт услуг составляет 6,8 % от мирового. За ней следует Германия – 5,5 % от мирового экспорта услуг [6].

В России, как и в остальных государствах, сфера торговли услугами развивается довольно динамично. Она занимает 21 место по экспорту услуг, который в денежном выражении составляет 66 млрд., а в процентном 1,3 % от мирового экспорта, и 11 место по импорту – 119 млрд. и 2,4 % от общемирового импорта.

Следует отметить, что по данным Федеральной службы государственной статистики Россия на международном рынке услуг больше выступает импортером, нежели экспортером, и постоянно имеет отрицательный баланс в сфере торговли услугами (Таблица 1) [7].

Таблица 1.

Платежный баланс России, млн дол

	2008 г	**2009 г**	**2010 г**	**2011 г**	**2012 г**	**2013 г**	**2014 г**	**2015 г**	**2016 г**
Счет текущих операций	103935	50384	67452	97274	71282	34801	58432	68943	25006
Товары и услуги	157206	95630	120875	163398	145076	123679	134459	111593	66136
Услуги	-20420	-17600	-26120	-33456	-46587	-58289	-55278	-36920	-23875
Экспорт	57136	45797	49159	58039	62340	70123	65744	51697	50504
Импорт	77555	63397	75279	91495	108927	128382	121022	88617	74379

Отрицательный баланс в сфере торговли услугами можно объяснить недостаточным уровнем развития в России большинства инфраструктур, финансовых и других организаций, возрастающей конкуренцией на мировом рынке услуг, сокращением реально располагаемых доходов населения. Все это способствует значительному уменьшению возможностей оказания услуг иностранным потребителям.

Таким образом, в РФ по-прежнему сохраняется необходимость импорта ряда определенных услуг из-за рубежа [3, с. 96-97].

Основными экспортерами и импортерами рынка услуг РФ являются страны ЕС (экспорт – 41 %, импорт – 47 %), страны АТЕС (экспорт – 13 %, импорт – 12 %). Структура экспорта и импорта услуг со странами представлена на рисунке 1 [7].

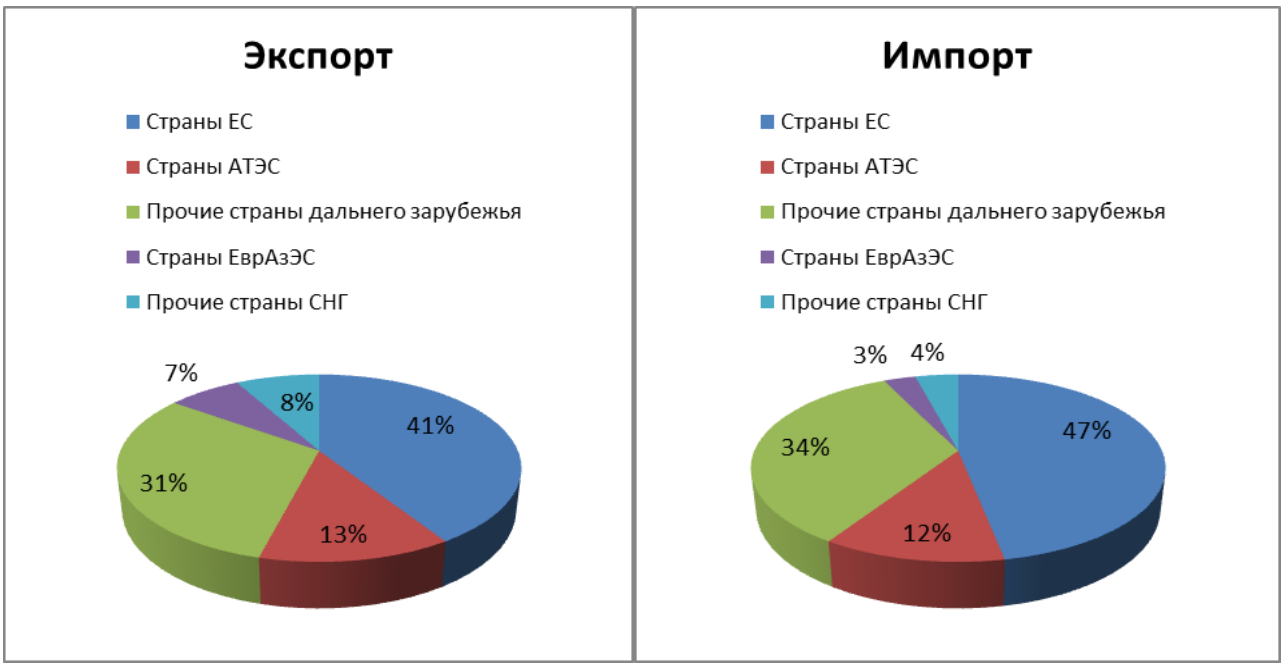


Рисунок 1. Экспорт и импорт российских услуг со странами

Анализ структуры экспорта и импорта услуг РФ с 2012 по 2016 год по укрупненным позициям на основе данных Департамента статистики Центрального банка РФ показывает, что в последние годы она имела довольно устойчивый характер.

Наиболее значимым элементом структуры экспорта услуг РФ являются транспортные услуги. Их доля в общем экспорте услуг составляет 31,2 %. Следующим по значимости элементом является категория прочих деловых услуг, удельный вес которой - 25,4 % в совокупном экспорте; доля услуг, связанных с поездками - 17,9 %; услуг строительства - 7,9 %; телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг – 7,2 %; услуг по техническому обслуживанию – 3,2 % [5].

В структуре импорта услуг РФ устойчивые лидирующие позиции занимают услуги, связанные с поездками, удельный вес которых составляет 41,7 % от общего объема импорта. Вторым по значимости элементом структуры импорта является категория прочих деловых услуг – 19,1 % от совокупного импорта. Далее располагаются транспортные услуги – 12,9 %; строительство – 6,8 %; телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги – 5,9 % [5].

Для развития сектора услуг России необходимо более эффективно использовать свои национальные конкурентные преимущества, в частности – интеллектуальный, научный, технологический потенциалы, интереснейшее культурно-историческое прошлое, а также свое выгодное географическое положение, обуславливающее наличие большого объема ресурсов. Именно рациональное использование данных преимуществ будет предпосылкой для развития экспорта туристических, транспортных и иных видов услуг.

Для увеличения экспорта российских услуг отечественным экспортерам следует расширять спектр предоставляемых услуг и ориентировать их на современные и наукоемкие виды. Также важно способствовать повышению конкурентоспособности традиционных услуг, которые связаны непосредственно с транспортом и туризмом, и внедряться на новые перспективные рынки услуг [3, с. 103].

Таким образом, позиции России на международном рынке услуг на сегодняшний день недостаточно устойчивы. Она является одной из тридцати крупных стран-участниц торговли услугами на мировом рынке, однако все еще остается нетто-импортером услуг. На долю РФ выпадает 1,3 % мирового экспорта и 2,5 % мирового импорта.

Необходимо отметить, что развитие сектора услуг, повышение его конкурентоспособности на мировом рынке представляется мало возможным без модернизации данной сферы. Важную роль здесь играет государственная поддержка отечественного сектора услуг, которая должна заключаться в создании правовых мер регулирования данной деятельности, предоставлении льготных режимов и выделении прямых ценовых субсидий из бюджета экономическим субъектам, предоставляющим услуги, оптимизации тарифов. Осуществление этих условий возможно через создание программ государственной поддержки организаций сферы услуг, использование механизма государственно - частного партнёрства, усовершенствование кредитной системы и нормативных актов в секторе услуг, оптимизации системы налогового регулирования для организаций, предоставляющих услуги населению.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 08.12.2003 N 164-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [Электронный ресурс] — Справочная правовая система «Консультант Плюс». — Режим доступа — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45397.
2. Макаров А., Пахомов А. Итоги мировой торговли товарами и услугами. Экономическое развитие России. № 5, 2015. — 35 с.
3. Спартак А.Н. Перспективные направления участия России в международной торговле услугами. — Спб.: Асток-пресс 2015. — 136 с.
4. Хасбулатов Р.И. Международная торговля: учебник для бакалавриата и магистратуры. — М.: Юрайт, 2014. — 489 с.
5. Департамент статистики Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]// — Режим доступа — URL: http://www.cbr.ru.
6. Международная экономическая статистика [Электронный ресурс]// — Режим доступа — URL: http://www.statinfo.biz/HTML/M1969F14760L1.aspx
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]// — Режим доступа — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/ftrade.

УДК 331

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК МЕХАНИЗМ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Баймухаметова Альбина Газинуровна
магистрант Института экономики финансов и бизнеса, БашГУ, РФ, г. Уфа

Даутова Карина Рифовна
магистрант Института экономики финансов и бизнеса, БашГУ, РФ, г. Уфа
E-mail: bayaalbina1993@gmail.com

Алексеев Олег Александрович
научный руководитель, канд. филос. наук, доцент БашГУ, РФ, г. Уфа

Целью любой компании является максимальная эффективность человеческих ресурсов. Эффективное управление, в том числе и социальное, необходимо для формирования модели поведения и ограничений. Человеку необходимы рамки и ограничения, поскольку в них есть нормы, образцы. Ценности, устои и прочее. В отечественной социальной науке также сложилось два основных подхода к управлению социальными процессами в организации: повышение эффективности производства за счет управления социальными факторами (Г.В. Осипов, Н.И. Лапин, Э.М. Коржева, Н.Ф. Наумова); обеспечение условий развития личности работника как субъекта общественных отношений (Ж.Т. Тощенко, Д.А. Керимов, В.Р. Полозов). Оба подхода верны лишь отчасти. Первый подход ведет к подчинению интересов человека интересам производства. Второй подход оставляет без внимания главное условие общественного развития – экономическую эффективность. Представляется, что принцип увязывания социальных целей с экономическими должен работать на всех этапах организационной социальной политики [2]. Так называемый «социально-сбалансированный подход» к организационной политике позволяет находить баланс интересов всех заинтересованных социально-экономических групп как условие формирования бесконфликтного механизма реализации экономических и социальных целей организации.

На современном этапе развития экономики закладываются новые представления о взаимоотношениях организации с внешней средой и с собственным персоналом. Можно сказать, что современная корпоративная культура является отражением самой сути бизнеса. В процессе развития корпоративной культуры одним из приоритетов, является развитие системы внутрикорпоративного мотивационного потенциала, с учетом стоящих перед компанией актуальных задач и тенденций развития современных технологий. Понимание необходимости развития корпоративных отношений в компании и управления ими есть неотъемлемая составляющая цивилизованного предпринимательства в современной экономической практике.

В связи с обозначенной актуальностью цель статьи – предложить пути формирования корпоративной культуры как механизм мотивации персонала.

Корпоративная культура – это система социально-нормативных регуляторов поведения субъектов корпоративной (совместной) деятельности.

Объектом исследования выступила компания ООО «ЭКО-сервис». Основными формами материального стимулирования труда персонала предприятия ООО «ЭКО-сервис» являются:

Материальное вознаграждение: заработная плата, бонусы, дополнительные выплаты (премии). А также дополнительные стимулы такие как: медицинское обслуживание, помощь в обучении, пенсии и сбережения, отпуск и выходные дни, страхование. После приема в организацию «новички» проходят адаптационный период, который продолжается до 1 месяца. В период адаптации сотрудники получают премию и оклад согласно штатного расписания. «Новички» участвуют в конкурсе на «Лучшего преподавателя и мастера производственного обучения» с выплатой премии. После года работы в организации сотрудники могут воспользоваться скидками на обучение как для себя, так и для ближайших родственников. Также к дням рождения сотрудникам выплачивают премии. К юбилейным датам для сотрудников организации предусмотрены разовые выплаты в размере от 9000 до 15000 рублей в зависимости от количества исполнившихся лет. К Новому году для работников, у которых есть дети в возрасте до 14 лет предусмотрены новогодние подарки.

Мотивирующие воздействия на работника оказывают не только традиционные средства стимулирования (денежные и моральные). Но и характеристики выполняемой работы. Настрой на работу, заинтересованность в конечных результатах, готовность работать с высокой отдачей, т. е., основные проявления рабочего поведения, в которых проявляется высокий уровень трудовой мотивации, в значительной степени зависит от характеристик и содержания выполняемой работы. В распоряжении руководства ООО «ЭКО-сервис» есть достаточно широкий спектр средств нематериального стимулирования: Доски почета, организация туристических поездок для лучших работников, выпуск специальных значков. Вручение почетных грамот, чествования лучших работников, статьи в многотиражках и многое другое.

Для изучения корпоративной культуры предприятия ООО «ЭКО-сервис» использовался метод корпоративной культуры К. Камерона и Р. Куина. Данная методика представляет интерес для целей практической диагностики и изучения организационной культуры. Она охватывает ключевые характеристики культур, позволяет получить их качественные и количественные оценки и осуществлять диагностику изменений культуры компаний. В качестве главных индикаторов эффективности компании К. Камерон и Р. Куинн выделяют: гибкость, склонность к переменам или стабильность, предсказуемость; внутренняя ориентация, интеграция, единство или внешняя ориентация, дифференциация, соперничество.

Для исследования было опрошено 70 сотрудников компании ООО «ЭКО-сервис». В опросе принимали участие как мужчины, так и женщины разной возрастной категории. 75 % респондентов имели высшее и незаконченное высшее образование.

Для проведения исследования использовался метод анкетирования. Респондентам была предложена анкета, состоявшая из 6 вопросов, которые касались текущего характера корпоративной культуры организации, в которой они работают. В каждом вопросе было четыре варианта ответа, между которыми сотрудник, заполнявший анкету, должен был распределить 100 баллов в

наилучшем соответствии, так чтобы максимальный бал был присвоен наиболее соответственному действительности варианту. Данные ответы заносились в колонку «Теперь». Во второй части анкетирования были те же требования, только сотрудники расставляли баллы, представляя организацию через 5 лет. А именно отдавая предпочтения тем альтернативным вариантам ответов, которые бы, по их мнению, при их усилении сделали бы организацию максимально успешной. Ответы этой части опроса отмечались в этой же анкете, только в колонке под названием «Предпочтительно» [3, с. 90].

Обработка результатов. Было подсчитано среднее арифметическое значение каждому альтернативному варианту ответа в каждой части анкетирования. Первым шагом было сложение баллов всех ответов А в колонке «Теперь», а затем полученная сумма делилась на 6, тем самым вычислялась средняя оценка по альтернативе А. Такие же вычисления повторялись для ответов B, C, D. Вторым шагом было сложение всех ответов А (А1) в колонке «Предпочтительно», а далее также делении на 6, т. е. снова рассчитывалось средне арифметическое значение, но для колонки «Предпочтительно». Такие же вычисления повторялись для ответов B, C, D (B1, C1, D1).

Таблица 1.

Результаты подсчетов корпоративной культуры ВОО ОО «ВОА»

A	A1	B	B1	C	C1	D	D1
11,6	35	21,6	21,6	27,5	25	39,16	18,3
20,83	28,3	19,16	21,6	23,3	28,3	36,6	21,6
19,1	30	15,83	26,6	20	19,1	41,6	27,5
22,5	45	30,83	21,6	25	16,6	21,6	16,6
13,3	38,3	10	20	13,3	17	63,3	21,6
5	30	10	29,16	27,5	21,6	62,5	19,16
15,38	34,43	17,9	23,42	22,76	21,26	44,12	20,79

Далее приведем обобщённые результаты подсчетов корпоративной культуры ВОО ОО «ВОА».

Таблица 2.

Обобщенные результаты подсчетов корпоративной культуры ВОО ОО «ВОА»

Альтернатива	Тип культуры	«Теперь»	«Предпочтительно»
A	Клан	15,38	34,43
B	Адхократия	17,9	23,42
C	Рынок	22,76	21,26
D	Бюрократия	44,12	20,79

На рисунке 1 представлена диаграмма общего профиля корпоративной культуры ООО «ЭКО-сервис». Из результатов мы видим, что в организации преобладает бюрократическая культура. Бюрократическая культура может быть охарактеризована не только посредством обращения к работам К. Камерона и Р. Куина, но и посредством обращения к работам немецкого социолога Макса Вебера, который впервые прописал принципы бюрократического управления

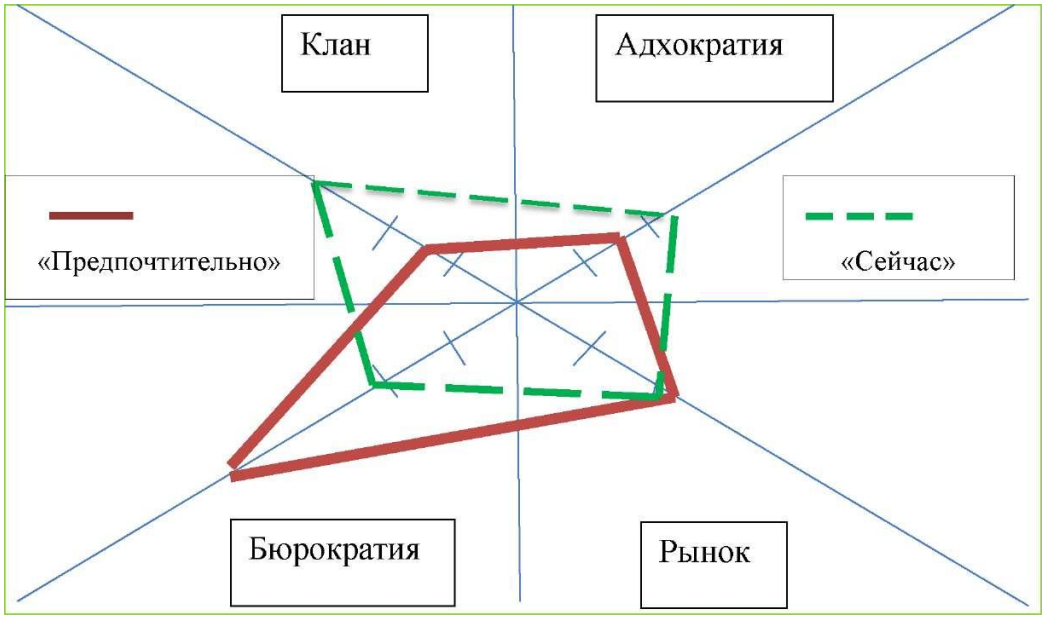


Рисунок 1.Общий профиль организации корпоративной культуры ООО «ЭКО-сервис»

Поскольку корпоративная культурана предприятии ООО «ЭКО-сервис» не соответствует задачам компании, несовершенна и не оказывает положительного влияния на реструктуризацию предприятия, к рассмотрению предлагаются следующие рекомендации по ее совершенствованию:

В настоящий момент большинство компаний пришли к пониманию необходимости вкрапления в структуру своего управления департамента корпоративных отношений. При этом к его функциям предполагается отнести [5]:

- взаимодействие с различными органами власти;
- формирование эффективных коммуникационных каналов в компании и управление их информационными потоками;
- организацию эффективного взаимодействия с акционерами, советом директоров и персоналом;
- поддержание конструктивных отношений с конкурентами;
- организацию корпоративных праздников и корпоративных семинаров;
- мониторинг конкурентоспособности и публичности компании;
- предотвращение конфликтных и кризисных ситуаций внутри компании;
- развитие связей с общественностью, формирование репутации и положительного имиджа компании;
- реализацию социальных проектов и программ.

Назначение департамента корпоративных отношений для ООО «ЭКО-сервис» в общем сводится к следующему – подача информации о компании, ее услугах и сотрудниках согласно единой концепции, нейтрализация рисков, связанных с возникновением ситуаций, угрожающих репутации или имиджу компании, а также моделирование эффективных взаимодействий между различными целевыми группами внутри корпорации. Что касается менеджера по корпоративным отношениям, то это должен быть специалист, не просто хорошо информированный о бизнесе компании, а и профессионально разбирающийся в каждом из направлений конкретных видов ее деятельности.

Самые первые решения людей, создавших компанию, наиболее важны. От них зависит то, какой будет корпоративная культура. Корпоративная культура должна быть устроена так, чтобы адаптироваться и меняться. Ее нельзя менять и адаптировать силой. В связи с этим, в обязанности департамента корпоративных отношений для ООО «ЭКО-сервис» предлагается разработать направления работы с новыми сотрудниками, внедрив проект «Адаптация персонала».

1. Внедрение проекта «Адаптация персонала»

На предприятии уже создана специальная брошюра, которая поступила во все подразделения предприятия и стала доступна каждому. Но она не решает вопрос вхождения нового сотрудника в должность, слабо помогает ему вникнуть в корпоративную культуру предприятия. Но является хорошим началом проекта, который стоит развивать.

Регламентированый процесс адаптации включает в себя:

- чёткий ритуал организации приёма в фирму новых сотрудников (вручение в день приёма на работу буклета о фирме, пропуска, справочных телефонов; организация адаптации новичков к условиям работы в фирме, включая закрепление наставников; обучение новичков);
- входное обучение (возможно, «Welcome тренинг»);
- оформление плана-отчета задач совместно с руководителем.
- знакомство с предприятием (экскурсия по заводу, подразделениям, ключевыми внутренними клиентами и руководством).

Особое внимание в рамках адаптации новичков, необходимо уделить наставничеству. Большое значение для формирования корпоративной культуры в ООО «ЭКО-сервис» имеют наблюдаемые поведенческие образцы. Наставничество необходимо в целях:

- оказания помощи молодым специалистам и руководителям в приобретении профессиональных навыков;
- ускорения процесса их адаптации и профессионального становления, развития способностей самостоятельно, качественно и ответственно выполнять возложенные функциональные обязанности в соответствии с занимаемой должностью службой управления персонала.

В разработанном положении о наставничестве должны быть четко определены цели и задачи наставничества; организация наставничества; обязанности наставника; обязанности сотрудника, в отношении которого проводится наставническая работа; руководство наставничеством.

Наставничество может поощряться материально. Но в условиях экономии бюджета компании, можно делать акцент на следующие мотиваторы для сотрудников:

- карьерный рост (возможность обратить на себя внимание руководства, карьерный рост и руководящие позиции);
- возможность прямого общения с высшим руководством;
- престиж звания «Наставник»;
- всевозможные закрытые\сообщества\мероприятия для наставников;
- приятные сюрпризы (сувениры с символикой, пиар);
- соревнование\Конкурс наставников (по итогам года награждение).

По сути мы акцентируем внимание на престиже, возможности для роста и некоей кастовости. План внедрения проекта «Наставничество» приведен на рис. 2.

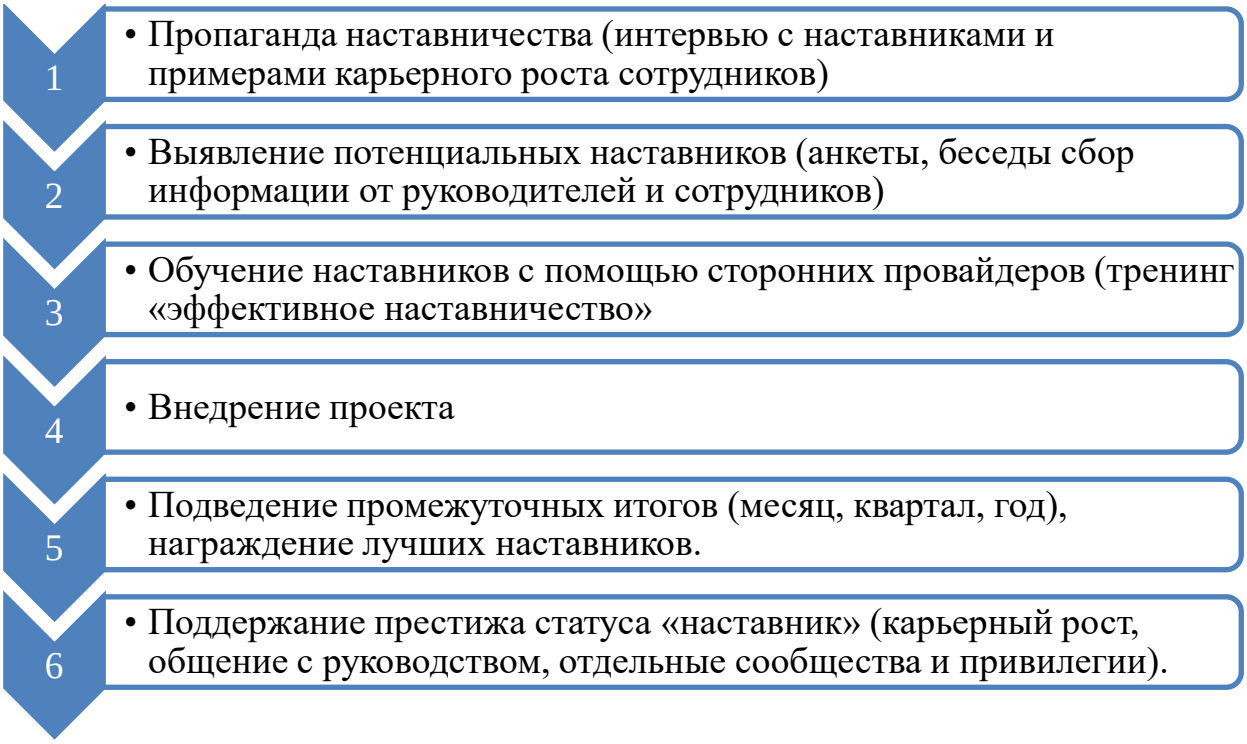


Рисунок 2 План внедрения проекта «Наставничество»

Персонал и руководство компании сознает необходимость внедрение данного проекта на предприятии. Организационная культура начинает работать на благо организации лишь в том случае, когда её реализация осуществляется на основании четко поставленных целей, тщательно разработанных процедур,

когда руководители и специалисты имеют достаточный уровень квалификации и когда разработаны документы, регламентирующие все основные направления работ в этой сфере.

Следующим мероприятием, направленным на совершенствование корпоративной культуры следует выделить повышение процента вовлеченности сотрудников в жизнь компании. Первоначально, это:

Совместная выработка внесения изменений в корпоративную культуру. После того, как сформировано мнение о существующей культуре, необходимо составить перечень компонентов культуры организации, которые были определены сотрудниками как желательные. То есть, представить, как должна выглядеть организационная культура в будущем. Следующим этапом будет сравнительная характеристика.

Важно отметить, что не все изменения могут принести положительный вклад в культуру организации, поэтому нужно сравнить элементы уже с существующей культурой в компании. Здесь возникает сложность в том, что все изменения как глобальные, так и незначительные без тщательной проработки могут отрицательно сказаться на деятельности организации. Поэтому важно на данном этапе привлечь специалистов, которые смогут обеспечить успешность проводимых преобразований.

Далее, необходимо подкрепление принципов корпоративной культуры примерами из жизнедеятельности организации.

Возможно подавать информацию в виде иллюстраций (к примеру, корпоративную культуру в виде комиксов).

Следующий этап - разработка плана реализации внесения изменений в корпоративную культуру.

Таким образом, основные изменения корпоративной культуры ООО «ЭКО-сервис» должны затронуть философию компании, корпоративную миссию организации, социальное обеспечение сотрудников.

К примеру, в рамках поддержания философии компании, были внедрены следующие мероприятия:

1. «День рождения компании». В этот день сотрудников предлагается поощрять материально в виде премии, а также это будет еще одним поводом рассказать об истории создания компании и ее основных успехах, основных целях деятельности.

2. День нового сотрудника. Мероприятие проходит с привлечением внешних экспертов и состоит из нескольких блоков: приветствие от руководителей компании; подведение итогов от руководителей отделов, командообразующие мероприятия;

3. День защиты детей. Концепция:

- Конкурс детского рисунка (подведение итогов и награждение участников являлось развлекательной частью мероприятия на территории «МЕГАМИКС».
- Экскурсия детей по заводу, знакомство с рабочим местом родителей.

4. Праздники, посвященные красным дням календаря. Концепция:

- Оповещение сотрудников о том, что мероприятие проводится на территории предприятия;
- поздравление от первых лиц;
- развлекательная часть с привлечением внешних провайдеров.

Также предлагается совершенствование внутреннего сайта компании. У компании ООО «ЭКО-сервис» существует публичный сайт, предназначенный для взаимодействия с заказчиками, партнерами, потенциальными клиентами, представителями СМИ. Однако, есть необходимость обеспечить общение и с теми, кто работает на эту компанию. Это дополнительный инструмент взаимодействия. И таким инструментом может стать внутренний сайт компании. Поскольку посетителями внутреннего сайта могут быть только сотрудники, то и информацию он может содержать только ту, что предназначена для внутреннего пользования [1, с. 23].

Целесообразно на этом интернет ресурсе размещать актуальную информацию о рынке страховых услуг России, нормативно-правовую информацию, необходимую для работы сотрудников, а также внутренние распоряжения руководства. А также, подводить итоги, проводить конкурсы, освещать социальную жизнь компании, успехи персонала.

На сайте могут содержатся множество полезных сервисов, призванных увеличить эффективность работы компании и создать выгодные условия для взаимодействия сотрудников [6, с. 92].

Корпоративный портал. Основные возможности, которые получает компания от использования корпоративного портала:

- обеспечение полного контроля над всеми процессами, происходящими в компании;
- способствование оптимизации рабочих процессов;
- повышение эффективности работы, как всей компании, так и каждого отдельного сотрудника;
- возможность экономить время на передаче информации и выдаче распоряжений;
- "стирание" географических границ между филиалами компании, находящимися в разных районах города/городах/странах;
- создание единого хранилища данных, которые могут быть использованы как для текущей работы компании, так и для накопления многолетнего опыта.

Следует сказать и то, что для полноценной работы корпоративного портала не обязательно наличие подключение к интернету [2, с. 56]. Сайт такого типа может отлично функционировать внутри локальной сети интернет.

Дополнительно так же необходимо рассмотреть возможность проведения на 2018 год следующих мероприятий, представленных в таблице 3.

Создание внутреннего сайта позволит достичь следующих целей:

- постоянный контакт сотрудников друг с другом и между собой;
- контакт сотрудников с администрацией компании;
- информирование сотрудников о текущих задачах компании;
- получение обратной связи от линейных работников;
- встраивание новых сотрудников в корпоративные стандарты и традиции предприятия;
- большие объемы информации для сотрудников (на сайте можно размещать необходимые в работе документы).

Таблица 3.

Мероприятия по формированию корпоративной культуры как механизм мотивации персонала ООО «ЭКО-сервис»

Название мероприятия	Перспективы
1. Поощрение и презентация личных проектов	Сотрудник, который хочет заниматься чем-то, что ему интересно и регулярно об этом говорит руководству, ценнее того, кто просто выполняет свои обязанности[2, с. 76]. Мы часто недооцениваем личную инициативу, зато если позволить сотрудникам внутри компании реализовывать небольшие личные проекты, это может пойти на пользу обеим сторонам.
2. Тематические дни в офисе	Тематические дни могут быть приурочены к каждому празднику (не только красным дням календаря, но и "дню шоколада", "дню спасибо", "дню Джинс"(прийти всем в джинсах). Смена настроения и типичных ролей позволяет расслабиться и взглянуть на свою работу иначе[1, с. 25].
3. Участие в программах социальной ответственности: волонтерство, благотворительность, помощь коллегам в сложных жизненных ситуациях, подарки ветеранам	Можно, например, продавать сладости прямо в офисе или поделки на новый год[5, с. 45]. Вариантов может быть множество. Ощущение общности позволит вам повысить командный дух. Не говоря уже о том, что добрые дела просто делать здорово.
4. Праздники коллег.	День рождения, уход на пенсию, рождение ребенка, личная победа, повышение — всё это поводы лишний раз сказать человеку, почему вы его в команде цените. Ему приятно, команда вновь вместе.
5. Поощрение обмена опытом по результату обучения	Поощрять обмен опытом и знаниями создать библиотеку с литературой в офисе, устраивать внутренние образовательные мероприятия — это только в школе мы учиться не хотим, а когда это дело профессионального статуса, уже совсем иначе смотришь на новые знания, тем более даваемые работодателем.
6. Вечера настольных игр.	Например, в пятницу вечером игра в Мафию [3, с. 90].
7. Конкурсы по типу «Лучший сотрудник»	Критерии оценки-профессиональные успехи. Важно, чтобы поощрение лучшего по итогам конкурса сотрудника происходило публично и в торжественной обстановке.

Целесообразно на этом интернет ресурсе размещать актуальную информацию о рынке страховых услуг России, нормативно-правовую информацию, необходимую для работы сотрудников, а также внутренние распоряжения руководства.

Предложенные мероприятия не повлекут больших материальных затрат компании, повысят мотивацию сотрудников и увеличат вовлеченность в жизнь компании.

Подводя итог можно сделать следующие выводы:

- внесение изменений в корпоративную культуру подразумевает составление перечня задач по проектированию изменений и подготовку соответствующих процедур и документов;
- процесс изменений корпоративной культуры имеет несколько этапов: анализ существующей корпоративной культуры, выявление необходимых изменений; составление плана мероприятий; непосредственно внедрение разработанного плана;
- изменение основных элементов корпоративной культуры (философии компании, миссии, социальной поддержки) позволят повысить мотивацию сотрудников ООО «ЭКО-сервис»;
- привлечение внешних консультантов и провайдеров позволит способствовать более эффективному управлению процессом внесения изменений в корпоративную культуру ООО «ЭКО-сервис».

Таким образом, корпоративная культура формирует образцы поведения персонала, через которые осуществляется ценностный и нормативный контроль. Понимание необходимости развития корпоративных отношений в компании и управления ими есть неотъемлемая составляющая цивилизованного предпринимательства в современной экономической практике.

Список литературы:

1. Демидова Е.В. Реструктуризация организации как инструмент совершенствования корпоративной культуры / Е.В. Демидова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. -№ 6. С. 23-40.

2. Жув Д., Массони Д., Подбор персонала / Пер. с франц; под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Нева, 2015. – 100 с.
3. Карташов С.А., Павлова В.В., Шкляев А.Е. Корпоративная культура и ее роль в управлении талантами//Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. -2015. -№ 1 (79). -С. 90-98.
4. Нацыпаева Е.А. Проблемы делегирования полномочий в современных компаниях // Факторы успеха. 2015. № 1 (4). С. 71-74.
5. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 126 с.
6. Франц А.С. Корпоративная культура университетов как одно из условий самопознания студентов//Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: Сборник материалов и докладов Международной конференции. -Екатеринбург, 2014. -С. 91-94.

АКТУАЛЬНОСТЬ ОЦЕНКИ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ХОДЕ АУДИТА

Баранова Александра Сергеевна
студент, факультет (направление) ОГАУ,
РФ, г. Оренбург
E-mail: baranka_96@mail.ru

Обоснование объема и качества проверяемой информации аудиторами является очень актуальной проблемой.

В настоящее время существенно увеличилось значение бухгалтерского учета, потому что он является одним из главных средств контроля и управления хозяйственными процессами предприятия. Таким образом, в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «О бухгалтерском учете» (от 06.12.11 г. № 402-ФЗ ред. 18.07.2017) бухгалтерский учет на предприятии обязан разрешать конкретные задачи:

- сформировать полную и достоверную информацию о деятельности предприятия и его имущественного положения, необходимого внутренним пользователям бухгалтерской отчетности - руководители, учредители, участники и собственники имущества предприятия, а также внешним - инвесторы, кредиторы и прочие пользователи бухгалтерской отчетности;
- гарантировать данными, что нужна внешнему и внутреннему пользователю бухгалтерской отчетности для контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации при осуществлении организацией хозяйственных операций;
- исключить отрицательные результаты хозяйственной деятельности предприятия и обнаружить внутрихозяйственные запасы обеспечения ее финансовой устойчивости [5].

Эффективность системы бухгалтерского учета в ходе проведения аудиторской проверки должна быть обеспечена только, соблюдая основные принципы его ведения, состоящие из:

- правильной денежно (стоимостной) оценки имущества, обязательства и хозяйственной операции в валюте Российской Федерации — в рублях;

- дуального отображения хозяйственных операций на взаимосвязанных счетах, основываясь на Плане счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- документирования хозяйственной операции;
- обязательности проведения инвентаризации имущества и финансовых обязательств и отображения на счетах бухгалтерского учета ее результатов;
- соблюдения учетной политики в течение года;
- точности отнесения расходов и доходов к отчетным периодам;
- разграничении в учете текущих затрат на производство (издержки обращения) и капитальных вложений;
- правильности данных на первое число каждого месяца остатка по счетам синтетического учета и аналитического учета,
- отображения в бухгалтерском балансе предприятия только имущества, которое является ее собственностью;
- непрерывности ведения бухгалтерского учета хозяйственной деятельности;
- скоротечной определенности фактов.

Совместно с этим, верное и точное соблюдение представленных принципов бухгалтерского учета зависит от правильности организации, использования методики и постановки ведения его техники в организации.

В связи с этим аудитор должен дать оценку состоянию бухгалтерского учета и системы внутреннего контроля проверяемого предприятия. С целью правильного определения вероятности возникновения значительных ошибок, которые бы повлияли на достоверность показателей финансовой отчетности, необходимо продумать и дать оценку системе внутреннего контроля. На основе такой оценки определяется сущность, размер и число аудиторских процедур.

Методические рекомендации по организации и осуществлению внутреннего контроля МР-4/2013-КпТ определяют задачи функционирования системы внутреннего контроля, являющиеся условием обеспечения

предприятием целей по определенным направлениям, представленным на рисунке 1 [9].

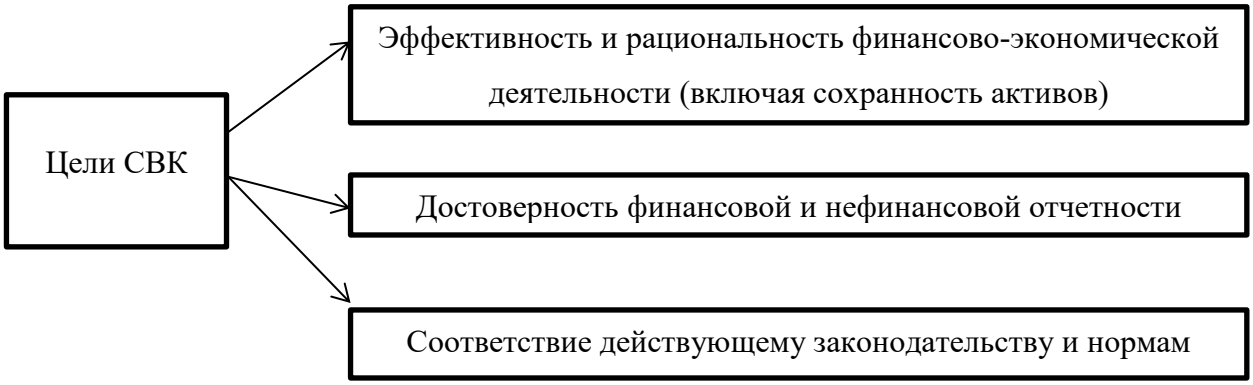


Рисунок 1. Цели функционирования системы внутреннего контроля

Непосредственно с учетом ориентира на представленные цели необходимо рассмотрение механизмов построения системы внутреннего контроля. Один из важнейших элементов системы внутреннего контроля, раскрываемый в Федеральном правиле (стандарте) аудиторской деятельности № 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности», представлен на рисунке 2.

Построить эффективную систему внутреннего контроля невозможно без осуществления качественной оценки рисков существующего бизнес-процесса. Определение целей необходимо для оценки риска, таким образом, оценить риски, значит выявить и проанализировать соответствующие риски, связанные с достижением установленных целей.

В рамках этой статьи рисками именуется вероятность появления подобных обстоятельств в перспективе, какие смогут послужить причиной к негативным результатам.

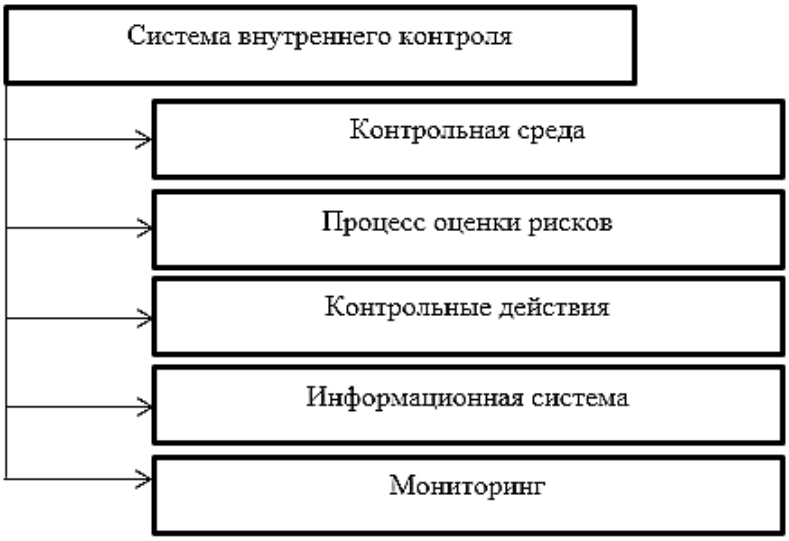


Рисунок 2. Элементы СВК

Следует определить, что аудиторская проверка является мероприятием, которое заключается в необходимости сбора, оценки и анализа аудиторских доказательств, подлежащего аудиту, и имеющее своим результатом выражение мнения аудитора о степени надежности системы внутреннего контроля.

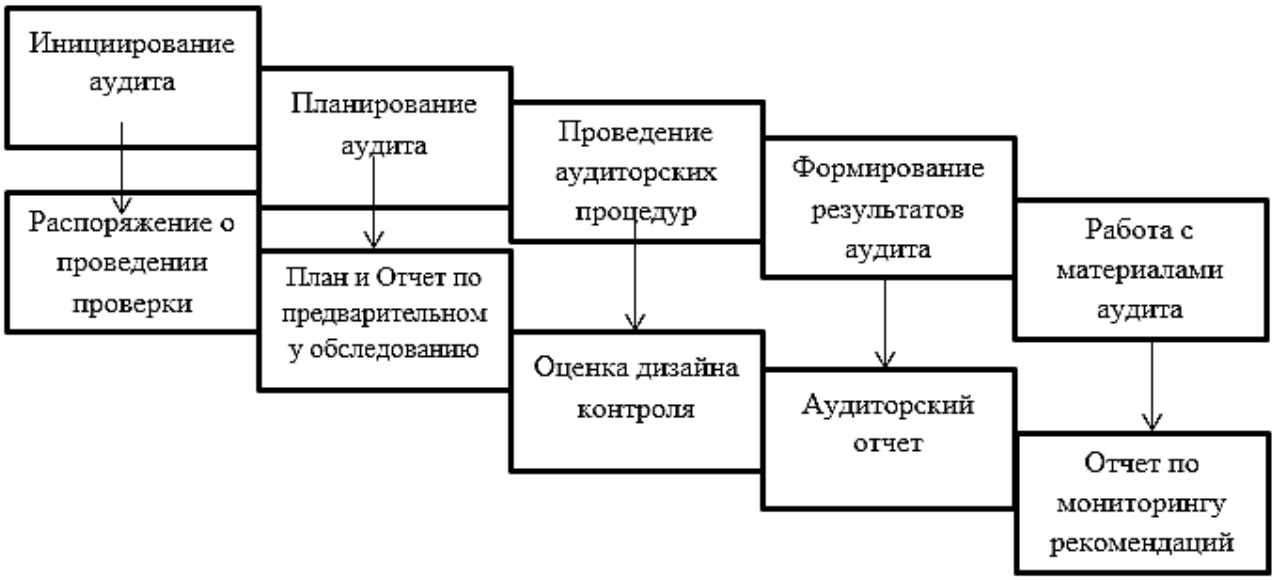


Рисунок 3. Этапы проведения внутренней аудиторской проверки эффективности системы внутреннего контроля [6]

Если в результате проверки системы внутрихозяйственного контроля аудитор установит, то, что все без исключения условия, отмеченные ранее исполняются, то он может считать функционирование системы

внутрихозяйственного контроля надежным и уменьшить объем собственной предстоящей работы.

Итогом процедуры первичной оценки надежности аудиторская организация будет считать оценку надежности всей системы внутрихозяйственного контроля и (или) отдельных средств контроля как «низкую», «среднюю» или «высокую» [10].

С 2017 г. после официального утверждения введения в действие международных стандартов аудита обязаны использоваться 30 международных стандартов согласно приказу № 192, а также еще 18 по приказу № 207. Вместе с тем, если договор в компании был заключен ранее 1 января 2017 г., аудиторская проверка должна быть осуществлена на основании ранее действующих стандартов. Примером МСА может быть «Международный стандарт аудита 220 «Контроль качества при проведении аудита финансовой отчетности» [1, 3].

Критерии описывались в Постановлении Правительства РФ от 23.09.2002 N 696 (ред. от 22.12.2011) «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности». Вместе с тем, документ утрачивает силу с 1 января 2018 года в связи с изданием Постановления Правительства РФ от 23.10.2017 N 1289.Об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности см. Приказы Минфина РФ от 16.08.2011 N 99н, от 17.08.2010 N 90н и от 20.05.2010 N 46н [2].

Министерство Финансов России в Информационном сообщении от 03.10.2016 N ИС-аудит-7 доводит до сведения, что Советом по аудиторской деятельности 22 сентября 2016 г. (протокол N 26) одобрены критерии оценки качества аудита.

При проверках аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов, которые осуществляют аудиторскую деятельность, качество их работы будет оцениваться соответствующим способом [7]:

- оценка «1» - существенные нарушения не выявлены;
- оценка «2» - выявлены существенные устранимые нарушения;
- оценка «3» - выявлены существенные неустранимые нарушения.

Итогом проверки аудиторской организации либо индивидуального аудитора, не осуществлявших аудиторскую деятельность, станет одно из следующих заключений: существенные нарушения не выявлены или выявлены существенные устранимые нарушения [8].

Таким образом, внутренний контроль и аудит в организации считается важной составляющей нынешней системы управления ими, позволяющей достигнуть поставленные цели с наименьшими затратами. В соответствии с международными стандартами внутреннего аудита контрольная среда представляет собой общее отношение высших органов управления хозяйствующим субъектом к необходимости осуществления внутреннего контроля и предпринимаемые в связи с этим действия.

Грамотная постановка системы внутреннего контроля в организации оказывает существенное воздействие на эффективную финансово-хозяйственную деятельность. Также она увеличивает финансовую устойчивость, формирует своевременную и достоверную финансовую и налоговую отчетность, сохраняет имущество и информацию, соблюдает норм законодательство, внутренние процедуры и регламенты.

Список литературы:

1. «Международный стандарт аудита 220 «Контроль качества при проведении аудита финансовой отчетности» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 09.11.2016 N 207н).
2. Постановление правительства РФ от 23.09.2002 N 696 (ред. от 22.12.2011) «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности» (утрачивает силу с 1 января 2018 г).
3. Постановление Правительства РФ от 11.06.2015 N 576 (ред. от 31.07.2017) «Об утверждении Положения о признании международных стандартов аудита подлежащими применению на территории Российской Федерации»
4. Федеральный закон от 25.04.2002 N 40-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.09.2017).
5. Кошелева А.Ю. Оценка системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля /А.Ю. Кошелева // Все для бухгалтера. - 2015. - № 2. - С. 45-49.

6. Краснова И. Методика проведения внутренней аудиторской проверки эффективности системы внутреннего контроля бизнес-процессов / И. Краснова // Институт внутренних аудиторов. - 2016. - № 7. - С. 12-18.
7. Лосева Л.А. Международные стандарты аудита и оценка качества аудиторских услуг /Л.А. Лосева // Теория и практика аудита. - 2017. - № 1.-С. 37-45.
8. Лосева Н.А. Международные стандарты аудита: признание и применение в России /Н.А. Лосева // Аудитор. - 2016. - № 11. - С. 44 - 48.
9. Мялкина А.Ф. К вопросу об аудиторских процедурах и оценке системы внутреннего контроля коммерческого предприятия / А.Ф. Мялкина // Экономика и экономические науки. - 2015. - № 5. - С. 34-39.
10. Пугачев В.В. Современные подходы к оценке надежности Системы внутреннего контроля при внешнем аудите / В.В. Пугачев // Фундаментальные и прикладные исследования сектора экономики. - 2016. - № 5. - С. 60-65.

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ШОКОВ ВАЛЮТНЫХ И ФОНДОВЫХ РЫНКОВ

Белякова Анастасия Александровна
студент, кафедра финансов и бухгалтерского учета,
Московский государственный областной технологический университет,
РФ, г. Королёв
E-mail: nastya.job169@gmail.com

Актуальность темы обосновывается нестабильным состоянием валютного и фондового рынков, из-за чего инвесторские средства переходят в более безопасные финансовые инструменты. Имея представление о макроэкономических факторах, влияющих на шоки валютных и фондовых рынках можно осуществлять мероприятия по стабилизации и развитию валютных и фондовых рынков, что позволит эффективнее перераспределять капитал из одних секторов экономики в другие. Выделяя макроэкономические факторы шоков валютных и фондовых рынков, обратимся к ниже следующему графику, отражающему динамику изменения объемов официальных золотовалютных резервов нашей страны по ряду лет.

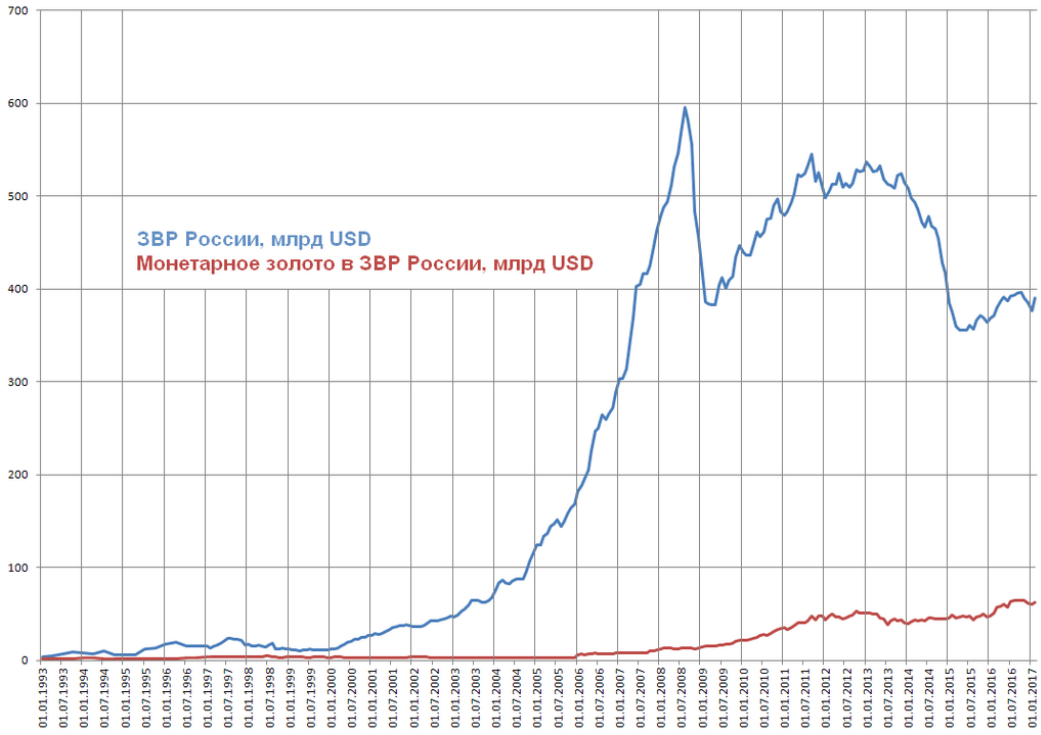


Рисунок 1. Динамика официальных золотовалютных резервов по годам (по 2015 год включительно)

В 2016 году объем рассматриваемого показателя составил 368 млрд. долл. (48 из них - в золоте).

Очевидным - обращаясь к анализу динамики потребления и сбережения в РФ - является тот факт, что собственно рост процессов накопления случился именно с начала 2000- х годов, однако не имел существенной, скачкообразной, статистики.

Очевидным - при рассмотрении и анализе динамики официальных валютных резервов по годам - является имевший место в период с 2010 по 2016 год «тренд нестабильности»: снижение объемов резервов носило краткосрочный характер, при этом каждый спад чередовался с некоторой позитивной динамикой роста.

Вместе с тем, как видно из графика, в период с 2014 года динамика официальных валютных резервов носила негативный характер: объемы снижались существенными темпами. Обратившись к графику, становится очевидным две «пиковые точки» - 1998 и 2008 год - годы экономических кризисов, которые в существенной степени инспирировали всю последующую динамику.

Имеет место следующая логика: кризисные явления снижают динамику накопления, активизируя, в то же время, процессы сбережения.

Определить факторы рассматриваемой динамики, с нашей точки зрения, справедливо следующим образом: фондовый и валютный рынок, экономический сектор России в целом – увы, это реальность дня вчерашнего и дня сегодняшнего – по-прежнему исключительно сильно зависим от экспорта углеводородсодержащего ресурсного комплекса, в значительной степени доходная часть бюджета создается в результате продажи за рубеж нефти и газа. Можно говорить о том, что именно конъюнктура цен на углеводородсодержащее сырье является доминантным фактором, определяющим динамику потребления и сбережения России. «Нефтяная игла» - тренд, имеющие исторические основания: экономика СССР была зависима от поставок нефти и газа, и именно падение цен на мировых рынках в 1980-е годы

стало фактором, определившим, кроме прочего, распад государства. Определено, что макроэкономической проблемой, имеющей в настоящее время доминантную значимость, является колоссальная зависимость доходной части федерального бюджета от импорта нефти и газа, что негативно влияет на валютный и фондовый рынок. Как известно снижение доходности от импорта нефти и газа уже не раз играл роль макроэкономического фактора шоков валютного и фондового рынков.

Отметим: «фактор нефтяной зависимости» отечественной экономики «от нефти и газа» делает ее уязвимой во всех - кратко-, средне-, долгосрочный - временных горизонтах. 60-70 % валютных доходов РФ – это доходы, извлекаемые от продажи углеводородсодержащего сырья за рубеж. Это обуславливает зависимость валютного и фондового рынка от конъюнктуры мировых цен на нефть и газ, что, в конечном счете, может привести к финансовому коллапсу.

Второй фактор рассматриваемой системы инспирирован первым: степень диверсификации экономики. Говоря об отечественных реалиях, подчеркнем: что сегодня экономика РФ - не диверсифицирована, что влечет за собой комплекс рисков и угроз.

Думается, что стратегически необходимым является последовательная переориентация экономического сектора на производство высокотехнологичной продукции: это станет фактором стабильного, прогрессивного развития валютного и фондового рынков.

Подобного рода «вектор», безусловно, требует вложения значимых инвестиционных ресурсов, однако, полагаем, эффективность переориентации экономического сектора в средне- и долгосрочном временном периодах является значимой для развития экономики. Объективно: подобная переориентация - необходима, но должна реализовываться последовательно, комплексно, системно.

Ориентация национальной экономики РФ на «сырьевой вектор» существенным образом затрудняет возможности развития валютного и фондового рынков.

В качестве третьего - в рамках условной нумерации статьи - фактора шоков валютных и фондовых рынков определим фактор эффективности внешней торговли как таковой. Важно постоянно контролировать и корректировать показатель счета текущих операций, торговое сальдо. Так одной из основных задач является использование национальной валюты как средство платежа в международной торговле. Пока наиболее успешно это реализуется со странами ЕЭП. В структуре оборота рубля заметно, что основная часть платежей приходилась на торговые сделки со странами ЕЭП.

Отметим весьма ограниченный круг эффективных бирж в нашей стране - а отечественный фондовый рынок - часть мирового фондового рынка. В России зарегистрированы около десяти бирж, при этом фактические операции с ценными бумагами осуществляются на трех из них. Речь идет о Московской бирже (возникшей при слиянии РТМС и ММВБ), а также Санкт - Петербургской бирже, Санкт-Петербургской валютной бирже.

В данном ключе объективно необходимым представляется не только достижение оптимального сочетания в системе «экспорт - импорт», но и развитие механизмов биржевой торговли.

Список литературы:

1. Шершеневич Г.Ф., Ем В.С., Козлова Н.В. Курс торгового права. Товар. Торговые сделки. - М.; Статут, 2015.
2. Салманов О.Н., Заернюк В.М., Лопатина О.А. Установление влияния денежно-кредитной политики методом векторной авторегрессии. М., Финансы и кредит, 28 (700) июль 2016, с 2 – 18.
3. Salmanov O.N., Babina N.V., Koba E.Evs., Koba E.Evg., Lopatina O.A. Efficiency of Monetary Policy Mechanisms Before and After the 2008 Financial Crisis in the Russian Economy. International Journal of Economic Research, Vol 14, Num 7, 2017. ISSN: 0972-9380 available at http://serialsjournals.com/ serialjournalmanager/pdf/1495188101.pdf
4. Электронный ресурс: www.businessinsider.com. Режим доступа: 18.12.2017.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА OEM И ODM ПРОИЗВОДСТВ

Болмасова Дарья Игоревна
студент, кафедра Технической кибернетики
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: dbolmasova@mail.ru

Ананчева Марина Владимировна
студент, кафедра Технической кибернетики
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: anancheva.marina@mail.ru

Ахметгареева Диана Тахировна
студент, кафедра Технической кибернетики
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: di.ahmetgareeva@yandex.ru

Матягина Татьяна Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: matyaginatv@mail.ru

В статье речь пойдет о том, что такое OEM и ODM производство. Акцент сделан на принципе работы OEM и ODM, рассмотрены основные преимущества и недостатки. Также приведены примеры применения данных технологий в разных сферах производства. Тема данной статьи актуальна, поскольку можно благодаря высокому уровню логистики и технологические возможности китайских производств позволяют производить здесь продукцию по высоким европейским стандартам с достаточно низкой себестоимостью.

Многие из нас в наше время пользуются китайской продукцией, одеждой, бытовой техникой или обувью, что вполне оправдано, ибо Китай — это индустриальное промышленное государство, на территории которого располагается немалое количество производств — не только местные, но и зарубежные.

В каждой стране мира имеются товары, созданные в Китае. Как раз по этой причине импорт товаров из Китая – это фактически безошибочная альтернатива для реализации бизнеса при условии, что вы знаете рынок сбыта и понимаете, как обеспечить себе надёжные поставки данной продукции [1].

Одними из популярных форм сотрудничества с китайскими поставщиками являются OEM и ODM производства. Рассмотрим каждый вид в отдельности.

ODM (Original Design Manufacturer) - договорное производство, где производитель разрабатывает абсолютно новый товар по требованиям заказчика.

OEM (Original Equipment Manufacture) - договорное производство, существующее на рынке, то есть стандартный товар, который можно изменить, но незначительно и нанести логотип компании [2].

Для более чёткого представления разберем примеры ODM и OEM производства.

ODM-производство: в случае, когда основатели торговых марок не содержат в личном владении частного производства, а поручают выпуск готовой продукции по собственным чертежам и спецификациям специальным заводам [3].

Одним из примеров является продукция Apple. Они заказывают производство всех IPhone у компании Foxconn из провинции Тайвань. Инженеры Apple разрабатывают чертежи и электронные схемы, допуская при этом множество ошибок, исправлять которые случается их партнерам во время производства. После этого продукция Apple продается в несколько раз дороже.

OEM-производство: также на автомобильных рынках одинаковые товары могут выходить как элемент или законченное изделие. Так, автомобильный генератор – это компонент на сборочном конвейере, и в то же время, завершённое устройство, когда распродаётся как отдельный товар.

Когда разработчик выбирает "Toyota", значит будет OEM Toyota. Так же заказывая по договору продукцию под брэндом "Delta AT", будет OEM "Delta AT". Задача лишь в уровне раскрученности марки [5].

Проанализируем достоинства и недостатки OEM-производства. Начнём с хорошего, плюсы:

- Скорость исполнения заказа. Подразумевается, что все основные действия заказчиком уже выполнены и соответственно запуск в производство не займёт длительного времени;
- Товарный ассортимент. Широкий спектр предлагаемых «готовых» решений на рынке Китая, а также возможность внести ряд изменений в продукцию, требуемый заказчиком;
- Себестоимость продукции. Благодаря такому производству можно сэкономить на создании и разработки оборудования или инструментария, так как производитель данные расходы берёт на себя [4].

Теперь пришло время для обратной стороны данного производства, минусы:

- Уникальность товара. Остированный товар, который необходимо распродать чем больше, тем лучше, ибо нужно окупить все расходы на его создание;
- Ориентированность. Товар может быть не направлен на определенный рынок, в таком случае обычно он к нему и не приспособлен [7].

Настала очередь ODM-производства, какими же преимуществами обладает данный вид?

Достоинства:

- Уникальность товара. Создаётся новый дизайн, какие-то необычные функции, что образует большую конкурентоспособность.

Перейдём к недостаткам:

- Себестоимость продукции. Создание и разработка желаемого продукта влечёт за собой немалые расходы;
- Скорость запуска производства. Достаточно много времени требуется на реализацию задуманного, чем скорее необходимая информация будет передана между заказчиком и производителем, буду обговорены основные детали, тем скорее запустится производство;

• Контроль. Нужно осуществлять проверку всех процессов и самого товара, так как есть маленький нюанс, что в различных странах могут действовать другие производственные стандарты [6].

Таким образом, сделаем вывод, что же всё-таки выгоднее: OEM- или ODM-производство? Всё зависит от того какую цель Вы преследуете, чего Вы хотите добиться от бизнеса?

Если Ваша цель – построить уникальный бренд, в таком случае лучше выбрать ODM-производство – это правильный выбор. В момент, когда целью является желание попросту производить и при этом сократить расходы до минимума, OEM-производство куда выгоднее и предпочтительнее, в частности в условиях кризиса.

Список литературы:

1. Импорт из Китая. [Электронный ресурс] – URL: https://osh-group.com/import-iz-kitaya/ (Дата обращения: 21.12.2017).
2. Как организовать OEM производство в Китае. [Электронный ресурс] – URL: https://www.canavara-group.ru/information/organizovat_v_kitae_oemproizvodstvo/ (Дата обращения: 24.12.2017).
3. Контрактное производство. [Электронный ресурс] – URL: http: http://www.ncie.biz/oem/ (Дата обращения: 22.12.2017).
4. Производство под своим брендом. [Электронный ресурс] – URL: http: // freeimport.ru/uslugi-dostavki-iz-kitaya/proizvodstvo-pod-svoim-brendom/ (Дата обращения: 23.12.2017).
5. Что такое ODM и OEM производство. [Электронный ресурс] – URL: http://www.delta-at.ru/odm_ocm (Дата обращения: 24.12.2017).
6. OEM, ODM производство в Китае. [Электронный ресурс] – URL: http://fastologistic.ru/o-nas/nashi-resheniya-dlya-vashego-biznesa/290-oem-odm-proizvodstvo-v-kitae (Дата обращения: 23.12.2017).
7. OEM производство. [Электронный ресурс] – URL: http://ever-pro.ru/sorsing/ (Дата обращения: 23.12.2017).

КРИМИНАЛИСТИЧЕСКИЕ И УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ НЕЗАКОННОЙ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Борисова Ольга Витальевна
студент, юридический факультет ОГУ,
РФ, г. Оренбург
E-mail: olenka1703@mail.ru

Столбоушкин Алексей Витальевич
студент, юридический факультет ОГУ,
РФ, г. Оренбург
E-mail: stolboushkin.alexey56@mail.ru

Чепрасов Михаил Геннадьевич
научный руководитель, канд. юрид. наук,
доц. кафедры административного и финансового права ОГУ,
РФ, г. Оренбург

Актуальность проведения исследования детерминируется тем, то, что преобразования, которые происходили в Российской Федерации с начала 90-х годов прошлого столетия, вызвали активное формирование банковской сферы и перевоплотили её в единственный из наиболее важных секторов экономики. При этом требуется установить, то, что либерализация экономической деятельности никак не была подкреплена адекватными механизмами её контролирования и охраны от противоправных посягательств. Это и стало одной из главных обстоятельств криминализации финансовых отношений в нашем государстве.

Так, под преступлениями в сфере банковской деятельности Р.О. Рогалев подразумевает группу деяний, как конкретно посягающих на социальные отношения, образующиеся в процессе деятельности банков, так и посягающих на социальные отношения в иных сферах, тем не менее причиняющих ущерб банкам и кредитным учреждениям, при этом субъектами определенных преступлений считаются как должностные лица банков, так и физические личности, которые воспользовались банковскими услугами [7, с. 37].

Существует множество определений понятия незаконной банковской деятельности. Например, Е.В. Мильчёхина считает, что незаконная банковская деятельность включает в себя то, что субъект, действуя посредством какой-либо организацией или прикрываясь ею, выполняет банковские операции, игнорируя существующий порядок разрешения подобного рода деятельности и (либо) контроля за её реализацией и действуя за пределами банковской системы с практическим применением её возможностей [6, с. 263].

Ю.В. Трунцевский, Е.Ю. Максимова выражают мнение о том, что наиболее верное определение понятия незаконной банковской деятельности содержится в нормах материального права [8, с. 41]. В соответствии со ст. 172 УК РФ она предполагает собой осуществление банковской деятельности (банковских операций) без регистрации либо без специального разрешения (лицензии) в случаях, если подобное разрешение (лицензия) обязательно, либо с нарушением условий лицензирования, в случае если данное деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям либо государству или связано с извлечением дохода в крупном размере.

На сегодняшний день, по сравнению с январем - ноябрем 2016 года, на 3,3 % сократилось число преступлений экономической направленности, выявленных правоохранительными органами. Всего выявлено более 102 тысячи преступлений данной категории. Подразделениями органов внутренних дел выявлено почти 86 % преступлений в экономической сфере (см. Диаграмму 1).

Многие правовые государства, проводя укрепление своей банковской системы, усиливает личные позиции в области развития экономической составляющей общества. Ввиду этого «здоровая» банковская система отражает, в основном, привлекательность государства в роли такого объекта, для которого представляется возможным инвестирование со стороны зарубежных финансовых институтов. Преступления, совершаемые в банковской сфере, опасны тем, что происходит подрыв доверия со стороны населения к государственным институтам, в обязанности которых входит осуществление контроля и надзора за субъектами, связанных с банковской деятельностью.

ПРЕСТУПЛЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Выявлено преступлений экономической направленности

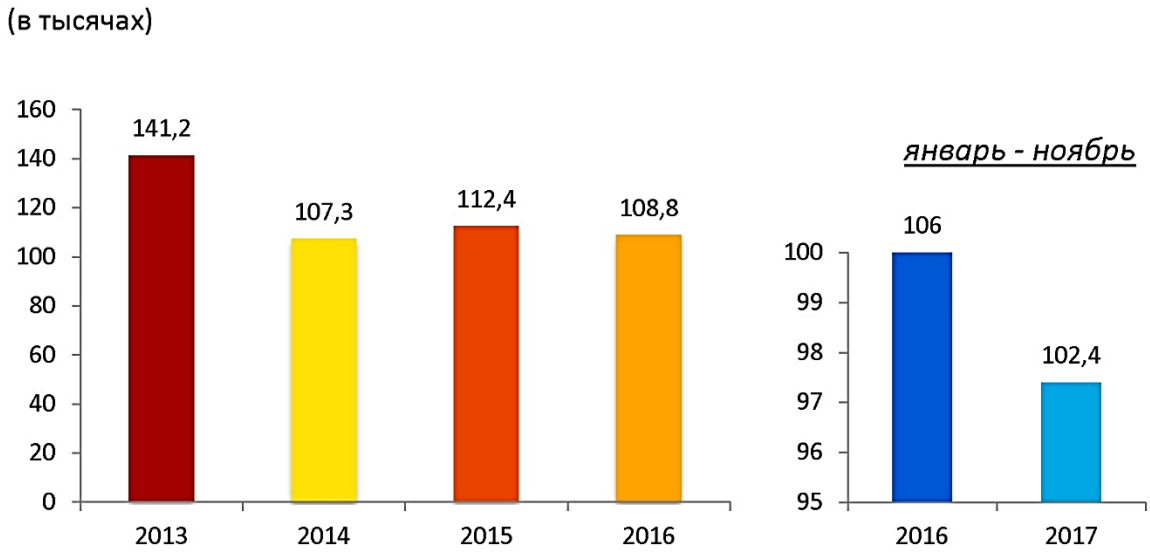


Диаграмма 1. Преступления в экономической сфере за период 2016-2017 года (сравнительный анализ)

Профилактика незаконной банковской деятельности имеет немало важную актуальность в части возможных позиций финансирования преступных организаций и лиц, осуществляющих террористическую деятельность. Незаконная банковская деятельность способна порождать и иные виды преступлений, такие как легализация (отмывание) доходов, полученных в результате преступных действий.

Криминалистическая характеристика незаконной банковской деятельности формируется из последующих системообразующих её компонентов: способов совершения, времени и места совершения, обстановки, которая способствует совершению правонарушения, типичной личности преступников, соучастников, мотивов действий преступников.

Статья 172 УК РФ учитывает ответственность за реализацию незаконной банковской деятельности, в случае если данное деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям либо государству или связано с извлечением дохода в большом размере, только лишь подобными способами, равно как:

1) реализация банковской деятельности либо операций без регистрации;

2) реализация банковской деятельности без особого разрешения (лицензии) в вариантах, если подобное разрешение обязательно;

3) реализация банковской деятельности либо операций с нарушением лицензионных условий и условий.

Обобщая судебную практику, стоит привести пример, в котором Апелляционная инстанция города Смоленска рассмотрела в открытом судебном заседании материал по апелляционной жалобе обвиняемого К. на постановление Промышленного районного суда города Смоленска от 27 декабря 2016 года о наложении ареста на денежные средства, находящиеся и поступающие на расчетные счета ИП К., установила, что 20 декабря 2016 года было возбуждено уголовное дело по признакам состава преступления, предусмотренного п. «б» ч. 2 ст. 172 УК РФ, по факту осуществления неустановленными лицами незаконной банковской деятельности.

При проведении следственных действий и оперативно-розыскных мероприятий было установлено, что причастными в совершении данного преступления являются К. и иные лица, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей, в связи с чем, им открыты расчетные счета в различных кредитных учреждениях (банках), в том числе в ПАО «ВТБ-24». Указанные расчетные счета использовались участниками преступной группы для осуществления незаконной банковской деятельности, а поступившие на них денежные средства предназначались для дальнейшего транзитирования либо обналичивания и передачи субъектам предпринимательской деятельности с удержанием комиссии, являвшейся доходом преступной группы.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 389.13, 389.14, 389.15, 389.17, 389.20, 389.26, 389.28, 389.33, 389.35 УПК РФ, постановила:

Постановление Промышленного районного суда города Смоленска от 27 декабря 2016 года изменить:

наложить арест на денежные средства, находящиеся на расчетном счете ИП К., открытом в ПАО «ВТБ-24» в размере 1000000 рублей, в виде запрета осуществления любых финансовых операций до принятия окончательного решения по уголовному делу.

В остальной части это же постановление оставить без изменения [10].

Место и время посягательства являются важным источником сведения о расследуемом событии. Действия виновного, которые сопряжены с реализацией банковских операций без регистрации, при отсутствии лицензии или с нарушением лицензионных условий и условий никак не совершаются внезапно. Как правило, им предшествует тщательная подготовка, которая включает формирование определенных обстоятельств с целью его совершения, подбор соучастников, предоставление конкретных гарантий безопасности, подготовку документов прикрытия, исследование плана преступления. Рассчитывая преступное деяние, виновный предварительно выбирает место и время посягательства. Данный выбор находится в зависимости от ряда субъективных и объективных обстоятельств: вида банковских операций, которые планируется

противозаконно реализовывать, личностных качеств виновного, наличия либо отсутствия у него технических средств, соучастников. В свою очередь, подобранное место и время в существенной степени устанавливают поведение преступника и иных лиц, непосредственно либо косвенно сопряженных с незаконной банковской деятельностью; обусловливают выбор способа и технических средств.

Незаконная банковская деятельность, в большинстве случаев, происходит в организациях, которые выступают в гражданском обороте от имени кредитных организаций. В случае реализации незаконной банковской деятельности гражданином, последний, как правило, также осуществляет банковские операции от имени действительно имеющейся или вымышленной кредитной организации.

Обстановка совершения незаконной банковской деятельности, которая влияет на выбор способа достижения преступного результата, формируется из целого ряда субъективных и объективных факторов, в которых функционирует субъект преступления.

Объективно её оформляют уровень правового регулирования банковской деятельности, положение экономики государства в целом и этого сектора экономики в частности, положение контроля за банковской деятельностью со стороны государственных органов. Преступники кроме того принимают во внимание возможности правоохранительных органов, наличие у них необходимых сил и средств, компетентность и добросовестность руководства и сотрудников кредитной организации, которая применяется с целью совершения преступления. Отталкиваясь из упомянутых отличительных черт, формируются место, время, способ преступления, выбираются помещения, технические средства и оборудование, которые необходимы с целью совершения незаконной банковской деятельности.

Субъектом преступления считаются лица, которые достигли 16-летнего возраста и имеют реальные возможности принимать решение о проведении незаконных банковских операций. Особый критерий субъекта этого

преступления заключается в том, то, что субъект, на которое возложены обязанности, сопряженные с прохождением государственной регистрации, получением лицензии на реализацию банковских операций и соблюдением лицензионных условий, владеет реальными возможностями принимать решение о проведении незаконных банковских операций. К подобным лицам принадлежат: руководитель организации, которая никак не является кредитной, однако, тем не менее, осуществлявшей банковскую деятельность, или субъект, фактически исполнявшее функции руководителя организации; руководители кредитных организаций, которые исполняют банковские операции при отсутствии соответствующей лицензии или с нарушением лицензионных условий и условий; учредители организации.

Субъектами рассматриваемого преступления, как правило, считаются личности, которые обладают особым образованием либо практикой работы в области банковской деятельности. Жизненный опыт, профессиональные навыки, служебное положение, психические качества данных лиц проявляют значительное воздействие на выбор способа незаконной банковской деятельности. Приведенные свойства проявляют непосредственное воздействие и на поведение данных лиц в случае привлечения их к уголовной ответственности. Обладая наиболее фундаментальными и обширными познаниями в области экономики, гражданского и банковского права, зная характерные черты банковской деятельности, преступники незамедлительно используют некомпетентность или недостаточную осведомленность следователя в собственных интересах: выдвигают новейшие защитные версии, оказывают воздействие на свидетелей, соучастников. Зачастую организаторами этого вида преступлений становятся личности, которые не обладают высоким образовательным и профессиональным уровнем, однако являются лидерами организованных преступных группировок. Они владеют организаторскими способностями и возможностями вербовки нужных помощников, консультантов, специалистов, исполнителей.

Следует выделить, то, что цель действий преступников является получение прибыли посредством неправомерного выполнения банковских операций. При этом виновный сознает, то, что занимается банковской деятельностью противозаконно и это причинит большой ущерб гражданам, организациям, государству либо принесет доход в крупном либо особо крупном размере.

При выяснении механизма формирования умысла следует исследовать личность и образ жизни виновного, социальную группу, членом которой он является, так как достаточно зачастую характер поведения человека находится в зависимости от норм поведения окружающей его среды.

Мотивы действий преступников имеют все шансы являться наиболее различными: жадность, желание жить не хуже других, внезапная потребность в деньгах, большие долги, приверженность к азартным играм, наркотикам, неуверенность в дальнейших экономических преобразованиях, попытка инвестировать деньги в наиболее привлекательный зарубежный объект. Зачастую мотивом преступления становится чувство неудовлетворенности от законной предпринимательской деятельности, в особенности, в случае если она связана с финансовыми затруднениями и неудачами, желание испытать собственные возможности в банковской деятельности.

В качестве уголовно-правовых аспектов стоит выделить ответственность за осуществление банковской деятельности, и непосредственно сам состав преступления, предусмотренного ст. 172 УК РФ. Согласно данной норме предусматривается уголовная ответственность за осуществление банковской деятельности (банковских операций) без регистрации либо без специального разрешения (лицензии) в случаях, если подобное разрешение (лицензия) обязательно, либо с нарушением условий лицензирования, в случае если данное деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям либо государству или связано с извлечением дохода в крупном размере.

Объект преступления, предустановленный ст. 172 УК РФ включает в себя отношения в области банковской деятельности, устойчивость и безопасность банковской системы в государстве. Противозаконная банковская деятельность

подрывает доверие к банковской системе России, порождает условия, содействующие недобросовестной конкуренции по сопоставлению с легитимными кредитными учреждениями, нанося при этом ущерб государственно-финансовой системе равно как за счет незаконной кредитной эмиссии, таким образом, и иными способами.

Сфера применения этой статьи подразумевает собой работу предпринимательских структур, незаконно исполняющих законодательно регламентированные виды банковской деятельности (банковских операций). Подобными структурами, в частности, имеют все шансы являться учрежденные на законных основаниях юридические лица, никак не обладающие правами на банковскую деятельность, незаконно действующие организации (квазибанки и квазикредитные учреждения), легитимные кредитные учреждения, вышедшие за пределы полученного разрешения (лицензии).

Так, Советским районным судом города Тамбова было установлено, что подсудимые И. и Р. осуществляли банковскую деятельность без регистрации и без специального разрешения, когда такое разрешение обязательно, сопряженное с извлечением дохода в крупном размере.

Также, подсудимый Р. представил в орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей данные, из-за которых были внесены в единый государственный реестр юридических лиц сведения о подставном лице.

Не позднее января 2015 года И., желая незаконно обогатиться, решил осуществлять незаконные банковские операции путем обналичивания принадлежащих субъектам предпринимательской деятельности безналичных денежных средств, и передачи их с удержанием за это 3,5 % от суммы операции.

Р. и И. произвели инкассацию полученных денежных средств, где вместе с деньгами, полученными в указанном городе, передали представителям, получив за осуществление незаконных банковских операций вознаграждение, тем самым извлекли доход в крупном размере.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 316 УПК РФ, суд приговорил:

Признать И. виновным в совершении преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 172 УК РФ и назначить ему наказание в виде 2 лет лишения свободы.

Признать Р. виновным в совершении преступлений, предусмотренных ч. 1 ст. 172 УК РФ, ч. 1 ст. 173.1 УК РФ и назначить наказание:

по ч. 1 ст. 172 УК РФ в виде 2 лет лишения свободы;

по ч. 1 ст. 173.1 УК РФ в виде 1 года лишения свободы [11].

Незаконная банковская деятельность заключается в том, то, что субъект, действуя посредством какую-либо организацию или прикрываясь ею, проводит банковские операции, игнорируя существующий порядок разрешения подобного рода деятельности и/или контроля за её реализацией и действуя за пределами банковской системы с практическим использованием её возможностей.

Подобно ст. 171 УК РФ (предусматривающей ответственность за незаконное предпринимательство), ст. 172 УК РФ включает признаки двух основных составов преступлений и ряда составов с квалифицирующими признаками. Субъект и субъективная сторона считаются общими. В абсолютно всех вариантах вводится ответственность за причинение крупного ущерба или извлечение дохода в крупном размере [3, с. 202-203].

Объективная сторона преступления, предустановленного ст. 172 УК РФ, проявляется в совершении банковских операций субъектом:

1) не зарегистрированным Центральным банком РФ в качестве банка либо другой кредитной организации;

2) не получившим специального разрешения (лицензии) на осуществление определенных банковских операций;

3) осуществляющим данную деятельность с нарушением условий лицензирования.

Например, кредитная организация, которая получила лицензию на реализацию банковских операций со средствами в рублях, не имеет право осуществлять подобные операции со средствами в иностранной валюте.

Банковская деятельность включает в себя множество аспектов, при этом в данной публикации стоит попытаться проанализировать механизм осуществления преступными группами незаконных действий в сфере банковской деятельности на примере незаконной деятельности пунктов приема платежей.

Граждане Российской Федерации в возрасте до 40 лет наиболее стремительно используют финансово-кредитные организации с целью реализации дистанционных платежей (посредством перевода денежных средств с банковских карт) за всевозможные виды услуг, в том числе и по услугам жилищно-коммунального хозяйства. Наряду с этим население пенсионного возраста по привычке пытается осуществлять оплату услуг напрямую в офисах поставщиков услуг либо их агентов. В предоставленном случае следует иметь в виду, что для удобства населения агенты и субагенты (на основании субагентского договора) поставщиков услуг находятся в непосредственной близости от плательщиков с целью удобства осуществления платежей.

Субагентский договор подлежит заключению после того, как будут заключены агентские договоры между «Региональными расчетно-кассовыми центрами», в соответствии с этими договорами агентами, главными поставщиками жилищно-коммунальных услуг и услуг связи, таких как водоканалы, энергетические компании, газовые компании, согласно которому «Региональные расчетно-кассовые центры» принимают и учитывают платежи потребителей за предоставленные вышеуказанными организациями услуги через пункты приема платежей, принадлежащие субагентам (на основании договоров).

Анализ практики расследуемых уголовных дел, которые предусмотрены ст. 172 УК РФ [5], показывает, что большинство нарушений действующего законодательстве прослеживаются конкретно со стороны субагентов в лице их руководителей.

В основном субагентскими организациями руководит единоличный исполнительный орган, которые, в свою очередь, состоят в форме общества с ограниченной ответственностью. Согласно положениям действующего

законодательства ООО возглавляет директор на основании Протокола общего собрания учредителей Общества. Директор призван исполнять личные обязанности в порядке, предусмотренным уставом Общества. Он имеет право осуществлять свои действия без доверенности от имени Общества, такие как представление интересов Общества и совершение сделок; выдача доверенности на право представительства от имени Общества, а также доверенности с правом передоверия, издание приказов о назначении на должности работников Общества, об их переводе и увольнении, применение мер поощрения и наложения дисциплинарных взысканий; осуществление иных полномочий, не отнесенных ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» либо уставом Общества к компетенции общего собрания участников Общества; то есть осуществлять руководство текущей деятельности Общества. В целях сокрытия незаконных действий и усложнения преступной схемы субагент (Общество) на основании протокола внеочередного общего собрания участников проводят досрочное прекращение полномочий директора и передачу полномочий единоличного исполнительного органа общества некоторой управляющей организации, имеющей идентичную учредительную форму ООО. Данное ООО на основании доверенности и трудового договора предоставляют лицу (в последующем – подозреваемому по уголовному делу) полномочия управляющего директора, обладающего возможностью осуществления оперативного руководства деятельностью ООО в пределах прав и полномочий, наделенных единоличным исполнительным органом Общества на основании устава Общества, законодательства об обществах с ограниченной ответственностью, договора и настоящей доверенности, как и правом на организацию ведения бухгалтерского учета и отчетности в Обществе, распоряжение имуществом и финансовыми средствами Общества, открытие в банках, иных кредитных организациях расчетные и другие счета Общества, распоряжение денежными средствами на счетах Общества, открытых в банках и кредитных организациях. Наряду с этим ведущая характерная черта деятельности предоставленного ООО заключается в отсутствии соответствующей

лицензии на осуществление банковских операций (банковских переводов), поскольку получить лицензию на осуществление данной деятельности довольно трудно, ООО должно соответствовать достаточно жесткому перечню требований, предъявляемых регулятором банковского рынка.

При исполнении своих обязанностей по руководству текущей деятельностью Общества подозреваемым лицом, находящееся в должности директора, а затем управляющего директора ООО, действует по фактическому, а не по юридическому адресу, затрудняя работу правоохранительных органов. Вследствие этого предполагаемый преступник, имея умысел, который заключается в систематическом получении дохода, действуя умышленно, из корыстных побуждений, преследуя цель незаконного обогащения, в период руководства ООО (указывается фактический период руководства ООО) занимался незаконной банковской деятельностью (банковскими операциями), связанной с принятием от физических лиц в пунктах приема платежей наличных денежных средств в качестве оплаты за различные услуги (жилое помещение, коммунальные услуги), без специального разрешения (лицензии) - лицензии на осуществление банковских операций, в частности, осуществления переводов денежных средств по поручению физических лиц без открытия банковских счетов (за исключением почтовых переводов), в случаях когда такое разрешение (лицензия) обязательно.

Так, в соответствии с субагентским договором, заключенным между ООО и соответствующим «Региональным расчетно-кассовым центром», ООО осуществляет прием платежей от населения за услуги (жилищно-коммунальные услуги и услуги связи) по единому платежному документу (счету-квитанции) на территории определенного административного образования (населенного пункта). Заказчик в лице «Регионального расчетно-кассового центра» обязуется принять и оплатить данные услуги. По условиям договора заказчик в лице «Регионального расчетно-кассового центра» оплачивает исполнителю в лице ООО проценты от суммы средств, поступивших на расчетный счет заказчика за отчетный период, определенный договором. Согласно дополнительному

соглашению о порядке расчетов и размере оплаты услуг размер агентского вознаграждения исполнителя по вышеуказанному договору составляет строго определенный процент от суммы средств, поступивших на его расчетный счет. Расчет между заказчиком и исполнителем производится в определенный договором срок (ежедневно, еженедельно или ежемесячно) путем безакцептного списания причитающейся суммы в размере процентов, указанных в договоре.

Поскольку после заключения субагентского договора ООО в лице директора во исполнение условий договора в пункте (пунктах) приема платежей для населения работниками указанного общества принимались денежные средства от населения по единому платежному документу за услуги (жилищно-коммунальные, связи), в ходе предварительного расследования [2, с. 68] необходимо определить период времени, в течение которого осуществлялась указанная деятельность по приему платежей за оказанные услуги, и наименование банка (с указанием точного расчетного счета).

Необходимо отметить, что основная часть денежных средств впоследствии переводилась на счета «Регионального расчетно-кассового центра», при этом ООО получало агентские вознаграждения в размере процентов от сумм, оплаченных абонентами за услуги. Указанная сумма процентов, полученных за агентскую деятельность, является размером дохода. Определение размера дохода важно для квалификации преступных действий, так как уголовная ответственность по ст. 172 УК РФ наступает в случае осуществления банковских операций (незаконной банковской деятельности) при извлечении дохода в крупном размере, а особо крупный размер дохода образует признаки состава преступления, предусмотренного п. «б» ч. 2 ст. 172 УК РФ.

Таким образом, директор (управляющий директор) ООО, осуществляя текущее руководство Обществом, деятельность которого заключалась в осуществлении незаконной банковской деятельности (банковских операций), связанной с принятием от физических лиц в пунктах приема платежей наличных денежных средств в качестве оплаты за жилое помещение и коммунальные услуги, без специального разрешения (лицензии) - лицензии

на осуществление банковских операций, в частности, осуществления переводов денежных средств по поручению физических лиц без открытия банковских счетов (за исключением почтовых переводов), в случаях, когда такое разрешение (лицензия) обязательно, сопряженной с извлечением дохода в крупном или особо крупном размере, подлежит привлечению к уголовной ответственности по соответствующему пункту или части ст. 172 УК РФ (незаконная банковская деятельность).

Отдельным аспектом данной преступной деятельности стоит рассматривать вопрос о легализации денежных средств, полученных от незаконной банковской деятельности. Так, в частности, директор (исполнительный директор), осуществляющий незаконную банковскую деятельность, как правило, суммы полученных доходов (процент от оплаченных услуг) переводит в последующем с принадлежащих ООО счетов на подконтрольные ему счета либо осуществляет финансовые операции в свою пользу (приобретает имущество, осуществляет отдых).

В целях предотвращения отмывания денег в России 7 августа 2001 года был введен ФЗ № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». Данным законом были закреплены меры, которые направлены на противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученные преступным путем, и финансированию терроризма. К ним можно отнести организацию и осуществление внутреннего контроля, обязательный контроль и запрет на информирование клиентов и других лиц о принимаемых мерах противодействия легализации (отмыванию) доходов, которые получены преступным путем, и финансированию терроризма, за исключением информирования клиентов о принятых мерах по замораживанию (блокированию) денежных средств или иного имущества, о приостановлении операции, об отказе в выполнении распоряжения клиента о совершении операций, об отказе от заключения договора банковского счета (вклада), о необходимости предоставления документов [1].

В качестве сравнения следует рассмотреть опыт зарубежных стран по противодействию отмывания доходов на примере Канады.

Канадские банки имеют долгую историю в борьбе с отмыванием денег. Банковская индустрия была первой отраслью, которая добровольно сообщала о подозрительных финансовых операциях Королевской канадской конной полиции (RCMP) задолго до того, как они были обязаны это делать.

Главная задача банковского сектора - помочь сдерживать, обнаруживать и сообщать о преступной и террористической деятельности, защищая конфиденциальность законопослушных клиентов и обеспечивая целостность банковской системы в Канаде.

Согласно Закону о доходах от преступной деятельности (отмыванием денег) и финансированием терроризма банки отвечают федеральным нормам. Для этого необходимо, чтобы банки и другие отчетные организации, такие как брокеры по операциям с недвижимостью, казино и бизнес-услуги по обслуживанию денег, выполняли требования идентификации клиентов, учета и соблюдения требований и сообщали о подозрительных транзакциях в Центр анализа финансовых транзакций и отчетов Канады (FINTRAC), независимого агентства, которое отчитывается перед министром финансов Канады. FINTRAC анализирует данные, представленные банками и другими субъектами, и, в случае необходимости, раскрывает их результаты в КККП для расследования.

Банки значительно увеличили свои средства борьбы с отмыванием денег и расширили свои отделы соблюдения в последнее десятилетие, чтобы удовлетворить все более жесткие требования по канадским и международным стандартам и обеспечить, чтобы предлагаемые ими продукты и услуги не использовались в незаконных целях. Если банк подозревает, что учетная запись используется в каких-либо преступных целях, она сообщит о деятельности FINTRAC и закроет счет. Режимы соблюдения контролируются высшим руководством в банках, а также комитетами советов директоров банков, которые назначаются для контроля за управлением рисками и соблюдения нормативных требований в отношении налогового законодательства, законов

о ценных бумагах и других правил, установленных банковскими надзорными органами [9].

Подводя итог, можно сформулировать ряд предложений, направленных на профилактику совершения преступлений, предусмотренных ст. 172 УК РФ (незаконная банковская деятельность). Необходимо внести соответствующие изменения в Уголовный кодекс РФ, выработав при этом конкретную судебную практику в данном направлении. В целях усовершенствования механизма расследования преступлений в сфере незаконной банковской деятельности и повышение коэффициента раскрываемости данной категории дел, предлагается внести следующие изменения:

1. Активное взаимодействие подразделений ЭБиПК с поставщиками услуг при организации работы учреждений, осуществляющих агентскую и субагентскую деятельность по приему платежей;

2. Применение комплексного подхода [3, с. 203] при документировании и расследовании преступлений, предусмотренных ст. 172 УК РФ;

3. Использование средств массовой информации [4, с. 195] для профилактики указанных преступлений, например, доведение до представителей предпринимательского сообщества сведений об уголовной ответственности за совершенные преступления, предусмотренные ст. 172 УК РФ;

4. Одной из проблем, появляющихся при использовании статьи 172 УК РФ, считается недостаток законодательного определения понятия «крупный ущерб». Установление крупного ущерба применительно к данной статье допустимо как посредством внесения определенных изменений в сам Уголовный Кодекс РФ, таким образом, и посредством принятия постановления Пленума Верховного Суда РФ, где было бы конкретно установлено, какой ущерб необходимо считать крупным.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 07.08.2001 № 115-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

2. Алексеев И.М. К вопросу о понятии уголовно-процессуальной формы // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. - 2014. - № 1 (35). - С. 67-70.
3. Лозовский Д.Н. К вопросу о комплексном подходе к расследованию преступлений // Общество и право. 2014. № 4 (50). С. 201-204.
4. Лозовский Д.Н. Актуальные вопросы взаимодействия средств массовой информации с правоохранительными органами в процессе расследования преступлений // Общество и право. 2015. № 5 (52). С. 194-196
5. Материалы СУ УМВД России по Белгородской области.
6. Мильчехина Е.В. Применение статьи 172 УК РФ /Е.В. Мильчехина // Российский юридический журнал. -2009. - № 5. - С. 263-266.
7. Рогалев Р.О. Проблемы ответственности за преступления в сфере банковской деятельности // Журнал российского права. - 2003. - № 10. - С. 37-44.
8. Трунцевский Ю.В., Максимова Е.Ю. Уголовно-правовая характеристика незаконной банковской деятельности / Ю.В. Трунцевский, Е.Ю. Максимова // Банковское право. -2010. - № 2. - С. 40 – 42.
9. Усилия банков по борьбе с отмыванием денег и финансированием терроризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cba.ca/money-laundering (Дата обращения 25.12.2017).
10. Апелляционное постановление судьи Смоленского областного суда № 22-1402/2017 от 17 августа 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rospravosudie.com/court-smolenskij-oblastnoj-sud-smolenskaya-oblast-s/act-559490670/ (Дата обращения 25.12.2017).
11. Приговор именем Российской Федерации судьи Советского районного суда города Тамбова № 1- 189/2017 от 23 августа 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rospravosudie.com/court-sovetskij-rajonnyj-sud-g-tambova-tambovskaya-oblast-s/act-558753724/ (Дата обращения 25.12.2017).

ФИНАНСОВЫЙ РИСК КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Гафурова Элина Маратовна
студент, кафедра Экономической безопасности УГНТУ,
РФ, г. Уфа
E-mail: Gafelina@mail.ru

Байрушина Фларида Фатиховна
научный руководитель, старший преподаватель УГНТУ,
РФ, г. Уфа

В настоящее время в сфере функционирования государственных и муниципальных финансов проблема финансовых рисков является актуальной для всех уровней системы РФ.

На современном этапе функционирования предприятий мера влияния финансовых рисков на результаты их деятельности и уровень финансовой безопасности существенно возрастает. Увеличение влияния финансовых рисков субъектов хозяйствования на результаты экономической деятельности вызвано нестабильностью внешней среды: экономической ситуацией в стране, появлением новых инновационных финансовых инструментов, расширением сферы финансовых отношений, изменчивостью конъюнктуры рынка и рядом других факторов.

Постоянные изменения происходят в условиях экономической ситуации, изменяются условия хозяйственной деятельности, меняется спрос и предложение, а так же поведение субъектов рынка. На данный момент актуальность приобретает всё, что связано с финансовыми рисками, особенно изучение, анализ и оптимизация внутри государства финансовых рисков в отраслях народного хозяйства и банковских сфер. В то же время предприятия совсем недавно начали применять систему управления рисками, так как управление рисками, это достаточно сложный процесс, который требует наличия современных технологий, высококвалифицированных специалистов и большой информационной базы. И в результате организации системы управления рисками предприятия, прибыль должна увеличиваться, расходы на организацию рисков должны покрываться доходами. Для управления

финансовыми рисками нужно уметь предполагать их наступление, рассчитывать ущерб реализации рисков, а так же видеть будущее т. е прогнозировать финансовые риски на следующие периоды.

Страхование финансовых средств напрямую связано с возмещением вероятных потерь, если застрахованные соглашения не принесут ожидаемую отдачу с истечением некоторого времени. Размер страхового возмещения определяется разницей, появляющейся между страховой суммой и приобретенным доходом от застрахованной коммерческой деятельности.

Обосновываться на российском рынке страхования начинают такие страховые продукты как:

- страхование директоров должностных лиц. Это актуально для регулируемых отраслей, особенно для финансовой и страховой отрасли.
- страхование операционных рисков банков (включая мошенничество персонала)
- страхование от кибер-вымогательства, от которого пострадало в последнее время множество российских предприятий. Оно не дает 100 % компенсации убытков от кибератак, но оно обеспечивает защиту связанную с ответственностью перед третьими лицами за утечку данных компаний, оно обеспечивает расходы на юридическую защиту, обеспечивает комплекс мер направленную на минимизацию потенциальных убытков, связанных с проведением расследования по минимизации киберинцидентов, если это например банковское страхование, возможность застраховать прямой финансовый ущерб финансового института связанного с внешней кибератакой
- страхования дебиторской задолженности. В Западной Европе – это одна из наиболее востребованных услуг. Объем российского рынка сейчас оценивается в 4,5 млрд. рублей. В данный момент на российском рынке работают всего четыре международных страховщика, специализирующихся на этом виде страхования. Сейчас от момента предъявления претензий и до получения страхового возмещения должно пройти более полугода (около 200 дней).

По сравнению с вариантом использования факторинга – это большой срок, однако оформление страховки обходится значительно дешевле.

Особенность управления финансовыми рисками в рыночных условиях заключается в том, что субъект рынка должен осознанно идти на риск, а не избегать его, если он стремится реализовать собственные цели деятельности. Каждое избегание рисков снижает эффективность деятельности предприятия, поскольку управление рисками требует дополнительных расходов и выполнения действий с определенным уровнем резервирования ресурсов, но недооценка или пренебрежение ими могут вызвать значительные потери и долгосрочные негативные последствия в деятельности предприятия. Поэтому минимизация рисков помогает устранить конкретные убытки.

Среди страховых услуг страхование кредитных и финансовых рисков занимает особое место. Суть такого страхования заключается в уменьшении или в устранении рисков при выдаче кредитов. Клиентами в основном являются банки или иные финансовые учреждения, которые выдают кредиты. Однако на страховом рынке такая услуга составляет небольшую часть – не более 12 процентов.

Такая ситуация объясняется тем, что страховые компании неохотно страхуют кредитные риски по той причине, что для этого требуется провести анализ платежеспособности заемщика. А такая процедура является не только весьма затратной, но и трудоемкой. В связи с этим средний размер тарифа страхования кредитных рисков составляет 5-7 процентов, однако процентная ставка может быть снижена, в том случае, если есть имущественные гарантии. А страховая сумма почти всегда равна сумме задолженности по обязательствам.

В большинстве случаев страховые компании не покрывают пени, штрафы, упущенную выгоду, страхованию подвергаются только прямые финансовые потери. Однако современная ситуация складывается таким образом, что существует большое количество невозвращенных кредитов, даже если кредиты возвращаются, то не вовремя. Поэтому такая услуга, как страхование

кредитных рисков, сегодня пользуется большим спросом у финансовых учреждений, но оказывают такие услуги в основном крупные страховые компании, которые работают давно.

Сейчас мы сталкиваемся с новыми проблемами, проблемы связаны:

- С отхождением от классических, стандартных сценариев (связаны с развитием информационных технологий);
- С угрозами киберрисков;
- С угрозами связанными с терроризмом;

Задача мирового риск-менеджмента:

- Адаптация к угрозам;
- возможность выстроить грамотную, эффективно работающую систему;
- обновить все стандарты финансового рынка;

Что касается Российской специфики, то деятельность нашего русского человека связана с рисками. Наш народ привык к сверхприбылям, доходам, которые сопряжены с высоким риском. Сейчас есть уникальная возможность, связанная с Российскими кризисными явлениями, есть возможность сформировать рамки в движении бизнеса, в движении квалифицированных людей, в движении системы рисков. Есть возможность создать регламенты, требования, которые позволят выбраться из кризисного положения и таким образом приблизиться к западным стандартом, к таким стандартам, которые прошли испытание временем. Рано или поздно мы все равно приблизимся к лучшей практики, но с учетом тех новых вызовов, которых сейчас есть на международной арене, у нас есть возможность все это стабилизировать и учесть, при формировании нашей новой системы в риск-менеджменте, при формировании тех моделей, которые сейчас необходимы на наших рынках.

Список литературы:

1. Выборнова О.Н. Онтологическая модель процесса оценки рисков // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: управление, вычислительная техника и информатика. 2015. № 2. С. 97-102.

2. Каранина Е.В. Оптимизация процесса систематизации и оценки рисков предприятия в кризисных условиях // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2010. № 4. С. 50-63.
3. Лукьяненко А.В., Кузьмичева И.А. Управление финансовыми рисками предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8-1. С. 129-131.
4. Макарова В.А. Формирование системы риск-менеджмента на предприятии // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2014. № 4. С. 98-108.
5. Пелипенко Е.Ю., Хялафян А.А. Информационная система поддержки принятия решения в сфере оценки финансового состояния предприятий малого и среднего бизнеса // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. С. 1-19.
6. Понукалин А.В., Понукалина Е.А. Принципы построения системы риск-менеджмента предприятия // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2012. № 3. С. 156-163.
7. Толстых А.А., Толстых Е.С. Информационная база анализа денежных потоков предприятия // Территория науки. 2013. № 1. С. 89-93.

ФИНАНСОВАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОРПОРАЦИИ

Даянова Эльвира Равилевна
студент, факультет экономики и права, БГТИ (филиал) ОГУ, РФ, г. Бузулук
E-mail: elvira.dayanova.97@mail.ru

Степанова Елизавета Николаевна
студент, факультет экономики и права, БГТИ (филиал) ОГУ, РФ, г. Бузулук

Верколаб Алла Александровна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, факультет экономики и права, БГТИ (филиал) ОГУ, РФ, г. Бузулук

Деловая активность - экономическая деятельность, конкретизированная в виде производства того или иного товара или оказания конкретной формы услуг.

Для оценки деловой активности используют качественные и количественные показатели. При проведении анализа используют показатели, которые характеризуют:

- скорость оборота (оборачиваемость);
- период оборота [1, с. 25].

Коэффициенты деловой активности дают возможность проанализировать, насколько оперативно и эффективно предприятие использует свои средства.

Проведём оценку деловой активности (табл. 1).

Таблица 1.

Показатели деловой активности ООО «У Михалыча» за 2014-2016 гг. 4]

Показатели	Значения			Абс. изменения (+,-), тыс.руб.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
Коэффициент общей оборачиваемости активов (капитала)	10,61	23,7	21,06	10,45	-2,65
Продолжительность одного оборота активов (капитала), дни	34,41	15,4	17,34	-17,08	1,93
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	13,4	27,57	30,57	17,17	3

Окончание таблицы 1.

Показатели	Значения			Абс. изменения (+,-), тыс.руб.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
Продолжительность одного оборота оборотных активов, дни	27,24	13,24	11,94	-15,3	-1,3
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	35,86	55,17	79,89	44,03	24,72
Продолжительность одного оборота дебиторской задолженности, дни	10,18	6,62	4,57	-5,61	-2,05
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	34,45	106,65	129,52	95,07	22,86
Продолжительность одного оборота кредиторской задолженности, дни	10,6	3,42	2,82	-7,78	-0,6
Коэффициент оборачиваемости запасов	107,79	178,27	147,86	40,08	-30,41
Продолжительность одного оборота запасов, дни	3,39	2,05	2,47	-0,92	0,42
Коэффициент оборачиваемости основных средств	52,68	178,84	69,56	16,88	-109,27
Продолжительность одного оборота основных средств, дни	6,93	2,04	5,25	-1,68	3,21
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	19,48	35,14	26,73	7,26	-8,41
Продолжительность одного оборота собственного капитала, дни	18,74	10,39	13,65	-5,09	3,27

Произведенный в таблице 1 анализ позволяет сделать следующие выводы об эффективности использования всех видов ресурсов, которое имеет предприятие в анализируемом периоде.

Показатель общей оборачиваемости активов (капитала) в период с 2014 по 2016 год увеличился в среднем на 10,45, что свидетельствует об ускорении кругооборота средств предприятия. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов на протяжении анализируемого периода показывает положительную тенденцию к увеличению показателя к 2016 году на 17,17, это говорит об эффективности использования предприятием оборотных средств. В динамике оборачиваемость дебиторской задолженности выросла с 35,86 до 79,89, что свидетельствует об улучшении платежной дисциплины покупателей. Также наблюдается тенденция увеличения оборачиваемости кредиторской задолженности на 95,07. Увеличение оборачиваемость запасов в 2016 году на 40,07 говорит об ускорении оборачиваемости запасов. В 2016 году фондоотдача

составила 69,56, что на 109,28 меньше, чем в 2015 году, то есть эффективность использования основных фондов снизилась. Показатель оборачиваемости собственного капитала ООО «У Михалыча» на протяжении анализируемого периода увеличился на 7,26. Таким образом, в целом можно сказать, что показатели оборачиваемости различных видов активов имеют положительную динамику, то есть наблюдается увеличение общей ресурсоотдачи имущества, увеличение коэффициента оборачиваемости совокупной величины оборотных средств.

Таким образом, в целом можно сказать, что показатели оборачиваемости различных видов активов (имущества в целом, оборотных активов) имеют положительную динамику, то есть наблюдается увеличение общей ресурсоотдачи имущества, увеличение коэффициента оборачиваемости совокупной величины оборотных средств.

Для оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия также используются показатели рентабельности. Показатели рентабельности – это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятий. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия [2, с. 87].

Произведем расчет показателей рентабельности ООО «У Михалыча» за 2014-2016 годы, и полученные данные отразим в таблице 2.

Таблица 2.

Показатели рентабельности ООО «У Михалыча» за 2014-2016 гг.

Показатели	Значения			Абс. изменения (+,-), тыс.руб.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
Рентабельность продукции, %	19,19	5,10	1,58	-17,62	-3,52
Рентабельность продаж, %	16,10	4,76	1,49	-14,61	-3,27
Рентабельность активов, %	7,91	88,21	10,05	2,15	-78,16
Рентабельность оборотных активов, %	9,99	102,61	14,60	4,60	-88,02
Рентабельность собственного капитала, %	14,52	130,78	12,76	-1,76	-118,01

Из данных таблицы 2 следует, что все показатели рентабельности ООО «У Михалыча» за 2016 год по сравнению с 2015 годом снизились, что подтверждает снижение эффективности деятельности предприятия.

Анализ показателей рентабельности показывает, что данные за 2016 год по сравнению с 2015 годом снизились, что подтверждает снижение эффективности деятельности предприятия. Проанализировав рентабельность продукции за анализируемый период снизился в динамике с 19,19 % до 1,58 %, что вызвано увеличением себестоимости продукции и снижением прибыли от реализации продукции и услуг. Рентабельность продаж в 2016 году снизилась по сравнению с 2014 годом на 14,61 %. Снижение данного коэффициента отражает увеличение затрат на продажу продукции, и следовательно это свидетельствует о неэффективной деятельности предприятия. Рентабельность активов в 2016 году по сравнению с 2015 годом снизилась на 78,16 %, что является отрицательной тенденцией. Уменьшение уровня рентабельности активов свидетельствует о падающем спросе на продукцию предприятия и о перенакоплении активов. Рентабельность оборотных активов в 2016 году по сравнению с 2015 годом показывает отрицательную тенденцию к снижению на 88,01 %, и это свидетельствует о том, что предприятие стало вести свою деятельность менее эффективно. Рентабельность собственного капитала в 2016 году по сравнению с 2014 годом снизилась на 1,76 %, что свидетельствует о низкой эффективности привлечения инвестиционных вложений в предприятие ООО «У Михалыча».

Таким образом, в целом, по результатам произведенного анализа различных представленных и изученных показателей рентабельности, можно сделать вывод о том, что за анализируемый период показатели рентабельности предприятия ООО «У Михалыча» не имеют четкой динамики. Показатели рентабельности имеют более или менее значительные колебания по годам, что является следствием изменения цен реализации и себестоимости продукции. Данное предприятие в 2014 году было малорентабельным, в 2015 году показатели значительно увеличились, а в 2016 году снова снизились.

С целью усовершенствования показателей предприятию необходимо и далее увеличивать эффективность использования производственных фондов, сокращать по мере возможности издержки обращения, при этом увеличив затраты на рекламу, улучшить товарные ресурсы, разработать ассортиментную и сервисную политику в соответствии с требованиями обслуживаемого контингента.

Усовершенствование обслуживания, создание благоприятного интерьера, оформления фасада здания, вывески, витрин, выкладки товаров на торговом оборудовании, рабочего места и внешнего вида обслуживающего персонала, исполнения рекламных материалов, фирменных символов и указателей сопроводительной документацией.

Необходимо проведение маркетинговых исследований, рекламных акций, внедрение карт постоянных покупателей, улучшение качества дополнительных услуг, оказываемых покупателям, улучшение торгово–технологического процесса магазина.

Список литературы:

1. Андреева Л.В. Коммерческое (торговое) право: учебник / Л.В. Андреева. — Москва: КноРус, 2017. — 324 с. — Для бакалавров. — ISBN 978-5-406-03737-9.
2. Дедкова А.А., Радченко А.С. Значение показателей деловой активности и финансовой устойчивости в анализе финансово-хозяйственной деятельности малых предприятий // Молодой ученый. — 2017. — № 11.3. — С. 25-30.
3. Шадрина Г.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебно-методическое пособие / Г.В. Шадрина. — Москва: Евразийский открытый институт, 2017. — 216 с. — ISBN 978-5-374-00130-3.
4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «У Михалыча» за 2014-2016 годы.

СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА АГРАРНОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА

Деляева Ирина Григорьевна
студент, кафедра «Экономика, организация и управление на предприятии»,
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ
РФ, г. Ульяновск
E-mail: irinadelyaewa@yandex.ru

Значительное влияние на формирование человеческого капитала аграрной сферы оказывают социальные условия жизни на селе. Важнейшим фактором нормального воспроизводственного процесса сельского населения является удовлетворение потребности в жилище.

В 2016 году жилищный фонд в расчете на 1 жителя сельского населения Ульяновской области составил 28,8 кв. м, что на 17,1 % или на 2,2 кв. м больше, чем в 2010 году. Рост обеспеченности жильем обусловлен ускорением процесса ввода в действие жилых домов на селе и реализацией программ, предусматривающих государственную поддержку молодым семьям при приобретении жилья.

Уровень благоустройства жилищного фонда сельского населения региона водопроводом и водоотведением (канализацией) увеличился на 7 процентных пункта, отоплением – на 9 процентных пункта, ванными и горячим водоснабжением – на 4 процентных пункта. Степень благоустройства жилого фонда сельских территорий газом не изменилась. Следует отметить медленное улучшение данных показателей на селе. В ветхом и аварийном состоянии находится более 120,1 тыс. кв. м общей площади жилых помещений сельской местности, что составляет 1,4 % от всего жилого фонда сельской местности.

Таблица 1.

Динамика показателей жилищных условий и благоустройства жилищного фонда сельского населения Ульяновской области

Показатели	**2010г.**	**2011г.**	**2012г.**	**2013г.**	**2014г.**	**2015г.**	**2016г.**	**Отклонение, +/-**
Удельный вес площади, оборудованной • водопроводом	46	47	47	49	50	51	53	+7,0
• канализацией	33	34	34	36	38	39	41	+7,0
Показатели	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	Отклонение, +/-
• отоплением	49	50	51	54	56	56	58	+9,0
• ваннами	21	21	21	21	22	24	25	+4,0
• газом	95	95	95	94	95	95	95	0,0
• горячим водоснабжением	12	12	12	13	14	15	16	+4,0
• напольными электроплитами	0,8	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,7	-0,1
Обеспеченность жильем на конец года • всего, кв. метров общей площади на одного жителя	24,6	25,1	25,7	26,4	27,1	27,9	28,8	+2,2
Ввод в действие жилых домов – всего, тыс. кв. м	92,0	93,0	129,9	174,5	156,4	151,0	239,8	+147,8

Источник: [3]

В последние годы с целью обеспечения агарной сферы кадрами значительное внимание уделяется созданию благоприятных условий проживания на селе. Так, в Ульяновской области осуществляются мероприятия по созданию благоприятных условий проживания на селе в рамках федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года». В 2016 и 2017 годы на эти цели было направлено соответственно 302,4 и 265,8 млн. руб.

Для привлечения молодых специалистов некоторые сельскохозяйственные организации области разрабатывают мотивационные меры поддержки, например, предоставляют специалистам современное комфортное жильё, активно участвующим в комплексном развитии села, уделяя внимание повышению качества жизни населения. Для поддержки сельхозтоваропроизводителей,

которые строят жильё для своих работников, разработан региональный проект «Стимулирование жилищного строительства в сельской местности Ульяновской области», который является дополнением к мероприятиям ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий» и предусматривает выплату субсидий из областного бюджета сельскохозяйственным организациям на возмещение части затрат по строительству жилых помещений с условием, что работник заключает с хозяйством трудовой договор на неопределённый срок или срочный трудовой договор на срок не менее пяти лет. При этом жилое помещение предоставляется в наём или безвозмездное пользование. В договоре может быть предусмотрено право работника приобрести жилое помещение в свою собственность. Субсидии хозяйству предоставляются по ставке до 10 тыс. руб. за 1 кв. м жилья, но не более чем на 100 кв. м построенного жилья. В 2017 году на эти цели в областном бюджете было выделено 10 млн. руб.

Одним из наиболее важных разделов является обеспечение отрасли квалифицированными специалистами. Программа предусматривает оказание единовременной материальной помощи для молодых специалистов на селе, заключившим соглашение с Министерством сельского хозяйства области на работу по специальности на срок не менее трёх лет, отработавшим один год – 40 тыс. руб., отработавшим два года - 60 тыс. руб., отработавшим три года – 100 тыс. руб. Ежемесячная доплата в течение 3-х лет к заработной плате молодым специалистам составляет 5000 руб. в месяц для выпускников высших профессиональных образовательных учреждений и 3000 руб. в месяц - для выпускников средних профессиональных образовательных учреждений.

Для поощрения студентов агрономических специальностей, достигших высоких результатов в учёбе, принимающих активное участие в общественной жизни учреждены три персональные именные стипендии, выплачиваемые за счёт областного бюджета, в размере 1500 руб. в месяц. Проводимые Правительством Ульяновской области меры позволили ежегодно привлекать для работы на селе в среднем более 60 молодых специалистов.

Таблица 2.

Динамика обеспеченности сельского населения Ульяновской области объектами социально-культурной сферы

Показатели	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	Отклонение, +/-
Число дошкольных учреждений – всего	147	137	136	138	131	92	78	-69
Численность детей, посещающие ОУ и дошкольные группы при школах, чел.	6300	6219	6349	6580	6828	7277	7381	+1081
Уровень охвата детей дошкольным воспитанием, %	56,9	58,8	61,8	62,3	62,9	65,2	66,9	+10,0
Численность обучающихся в дневных общеобразовательных учреждениях, тыс. чел.	30,0	28,6	27,5	26,3	25,0	24,1	23,8	-6,2
Всего общеобразовательных учреждений	359	338	332	325	320	274	273	-86
Число культурно-досуговых учреждений – всего, ед.	502	490	491	491	480	465	457	-45
Число общедоступных библиотек – всего, ед.	469	463	463	461	454	439	435	-34
Библиотечный фонд, тыс. экз.	4005,0	3805,0	3763,0	3717,8	3620,3	3556,2	3522,6	-482,4
Число специалистов библиотечного дела, работающие в общедоступных библиотеках – всего, чел.	508	502	499	494	485	469	463	-45
Число зарегистрированных пользователей библиотек, тыс. чел.	223,4	219,0	214,9	213,5	209,1	195,2	192,3	-31,1

Источник: [3]

Важным инструментом мотивации работников сельского хозяйства и закрепления их на местах является наличие объектов социально-культурной сферы на селе.

В динамике 2010-2016 годов, несмотря на уменьшение числа дошкольных учреждений, общая численность детей, посещающие общеобразовательные учреждения и дошкольные группы при школах в сельской местности увеличилась на 17,2 %, в том числе уровень охвата детей дошкольным воспитанием – на 10 процентных пункта. Однако, общее число общеобразовательных и культурно-досуговых учреждений, общедоступных библиотек за исследуемый период продолжает сокращаться, что негативно отражается на формировании человеческого капитала.

Одна из основных причин снижения численности высококвалифицированных специалистов в сельскохозяйственных организациях – это низкая заработная плата. На рынке труда Ульяновской области в настоящее время прослеживается тенденция не только низкого уровня оплаты труда, но и ее существенного различия по отраслям экономики.

В регионе наблюдается рост уровня оплаты труда, который, в основном, обусловлен индексацией заработной платы в связи с инфляционными процессами. Среднемесячная заработная плата за последние пять лет в Ульяновской области выросла в 1,42 раза и составила в 2016 г. 24330,8 руб. Среднегодовой темп роста уровня оплаты труда составил 9,2 %.

Уровень средней заработной платы варьируется в зависимости от отрасли, наибольший уровень оплаты труда наблюдается в финансовой деятельности, составляет 36469,6 руб. На втором месте добыча полезных ископаемых, в среднем работник получает 35957,7 руб., среднегодовой темп роста за исследуемый период составил 3,0 %. На третьем месте – государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование, составляет 32004,5 руб., темп роста – 5,8 %.

Отрасль сельского хозяйства находится на одном из последних мест, средний уровень заработной платы составляет 15515,9 руб., темп роста в год – 7,3 %.

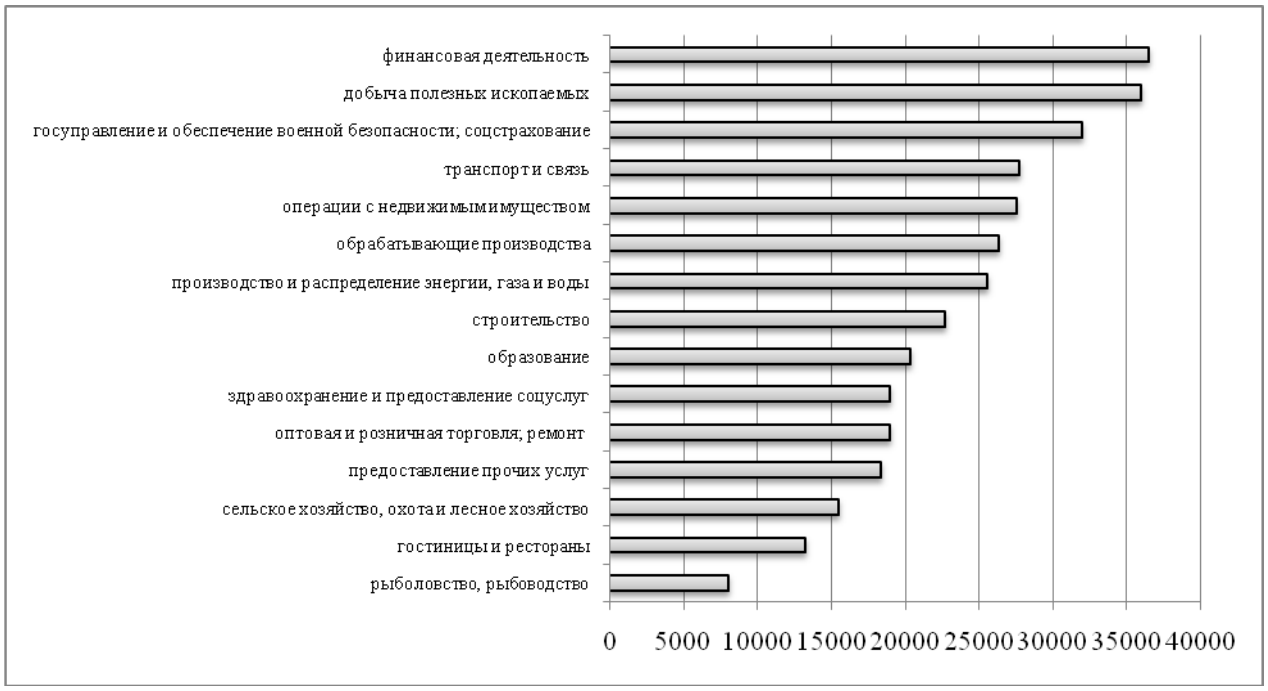


Рисунок 1. Ранжирование видов экономической деятельности по уровню среднемесячной заработной платы организаций Ульяновской области в 2016 г.

Низкая заработная плата не способствует привлечению в отрасль молодых специалистов и квалифицированны рабочих. Основной поставщик кадров высшей квалификации для аграрной сферы Ульяновской области – Ульяновский государственный аграрный университет. В 2017 году университет по всем специальностям выпустил в общей сложности 382 специалиста. При этом трудоустроено лишь 55,2 % выпускников (табл.3).

Как видно, система аграрного образования ежегодно выпускает значительное количество специалистов, а трудоустраиваются на селе ежегодно все меньше и меньше специалистов. Поэтому хозяйства с каждым годом все больше ощущают дефицит квалифицированных кадров.

Таблица 3.

Информация о трудоустройстве выпускников Ульяновского ГАУ за 2015-2017 годы (очная форма обучения)

Наименование профессии	2015 г.			2016 г.			2017 г.		
	Количество выпускников	Количество трудоустроенных выпускников	Процент трудоустроенных	Количество выпускников	Количество трудоустроенных выпускников	Процент трудоустроенных	Количество выпускников	Количество трудоустроенных выпускников	Процент трудоустроенных
Биология	9	8	88,9	4	3	75,0	7	4	57,1
Землеустройство и кадастры	97	34	35,1	33	17	51,5	43	33	76,7
Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов, механизация	83	28		18	3	-	21	8	-
Наземно транспортно-технологические средства	-	-	-	-	-	-	15	1	6,7
Автомобили и автомобильное хозяйство	14	4	28,6	-	-	-	-	-	-
Агрохимия и агропочвоведение	18	10	55,6	16	11	68,8	18	9	50,0
Агрономия	33	18	54,5	18	10	55,6	23	11	47,8
Агроэкология	26	9	34,6	-	-	-	-	-	-
Агроинженерия	50	19	38,0	31	9	29,0	56	31	55,4
Водные биоресурсы и аквакультура	12	9	75,0	10	5	50,0	11	6	54,5
Ветеринарно-санитарная экспертиза	66	28	42,4	24	8	33,3	17	12	70,6

Окончание таблицы 3.

Наименование профессии	2015 г.			2016 г.			2017 г.		
	Количество выпускников	Количество трудоустроенных выпускников	Процент трудоустроенных	Количество выпускников	Количество трудоустроенных выпускников	Процент трудоустроенных	Количество выпускников	Количество трудоустроенных выпускников	Процент трудоустроенных
Ветеринария	37	24	64,9	50	27	54,0	51	25	49,0
Зоотехния	14	8	57,1	3	3	-	15	10	66,7
Экономика	23	18	78,3	-	-		9	6	66,7
Менеджмент	6	5	83,3	-	-	-	13	8	61,5
Товароведение	13	11	84,6	-	-	-	6	6	100,0
Финансы и кредит	13	11	84,6	-	-	-	-	-	-
Бухгалтерский учет, анализ и аудит	75	27	36,0	24	3	12,5	27	7	25,9

Необходимо заметить, что основной причиной нежелания молодежи задерживаться в сельских территориях являются условия жизни на селе: низкое качество и небольшой объем сервисных услуг, отсутствие развитой инфраструктуры, отсутствие обустроенного и комфортного жилья, несмотря на реализацию программы предоставления молодым семьям выплат на строительство жилья.

Выпускникам, которые все же приходят работать в сельскохозяйственное производство, необходимо несколько лет на адаптацию, очень часто им приходится сталкиваться с такими производственными проблемами, решение которых не обеспечивает уровень подготовки в учебном заведении. Усложнение задач аграрной реформы предполагает к тому же и значительное расширение сферы компетентности и ответственности каждого работника. Для решения поставленной задачи нужна широкая профессиональная переподготовка и повышение квалификации работающих руководителей и специалистов, что также часто настораживает выпускников аграрного вуза.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что качество человеческого капитала в аграрной сфере в настоящее время достаточно низкое вследствие непривлекательности данной отрасли для молодежи, запущенности социальной сферы села, слабой государственной поддержки аграрного сектора. Для повышения человеческого капитала следует увеличивать доходы работника, развивать социальную сферу села, улучшить условия труда на основе комплексной механизации производства, обеспечить привлечение молодых специалистов на село, мотивировать повышение квалификации имеющихся кадров.

Список литературы:

1. Горбунова О.С. Определяющие факторы развития человеческого капитала аграрной сферы / О.С. Горбунова, Т.М. Лялина, Д.В. Лялин, В.В. Калицкая, И.М. Перминова // Аграрное образование и наука. - 2017. - № 2. - с. 16
2. Постнова М.В. Меры государственной поддержки по закреплению молодых специалистов в сельской местности /М.В. Постнова, Н.В. Брыкина// Меры государственной поддержки по закреплению молодых специалистов сельской местности. - 2011.- № 2. - с. 56-60
3. Статистический ежегодник. Ульяновская область, 2016: Стат.сб. - том 1 - Ульяновск, 2016. – 166 с.
4. Стукач В.Ф. Баланс трудовых ресурсов сельской местности региона: мониторинг, прогнозирование, развитие человеческого капитала / Стукач В.Ф., Асташова Е.А., Зинич Л.В., Зинич А.В., Кузнецова Н.А., Тетерева А.М., Нардина С.А., Волкова И.А. – Омск: Омский государственный аграрный университет. - 2015.-196 с.

ОЦЕНИВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Демин Михаил Николаевич
студент, кафедра экономики и управления на предприятии СГЭУ,
РФ, г. Самара
E-mail: mixademin1998@mail.ru

Алексин Антон Юрьевич
научный руководитель, старший преподаватель,
кафедра лингвистики и иностранной деловой коммуникации, СГЭУ,
РФ, г. Самара

Инвестиции – это долгосрочные вложения денежных средств в всевозможные области финансовой деятельности для получения выгоды.

Имеются несколько разновидностей инвестиций:

- Реальные (капиталообразующие) инвестиции, то есть инвестиции в создание, реконструкцию и замена технического оборудования компаний, а так же производств;
- Портфельные (финансовые) инвестиции, то есть инвестиции в различные ценные бумаги;
- другие формы (покупка лицензий, патентов нужных людей и промышленных образцов, товарных символов, ноу-хау и т. д.).

Для оценивания инвестиционных проектов применяются «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования» выпущенные в 1994 г. Оценивается с внедрением таких характеристик как:

- Чистый дисконтированный доход (ЧДД);
- Индекс доходности (ИД);
- Внутренняя норма доходности (ВНД);
- Срок окупаемости инвестиций.

ЧДД ориентируется как полная сумма текущих эффектов за целый расчетный этап, приведенный к исходному шагу или же как превышение интегральных итогов над интегральными расходами исходя из формулы:

$$ЧДД = E(Rt-3t)/(1+e)^t$$

где: Rt – итоги, достигнутые на t-ом шаге расчета;

3t – издержки, осуществляемые в том же шаге;

Т – временной этап расчета; е – норма дисканта.

Пользуясь этой формулой, мы с легкостью сможем посчитать ЧДД.

В случае если размер ЧДД инвестиционного плана неотрицателен, проект считается действительным и будет принят. Тем эффективнее план, чем больше ЧДД. Индекс доходности представляет собой суммарное отношение приведенных эффектов и величину капитальных вложений:

$$ИД = ERt(1+e)^t/E3t(1+e)^t,$$

В случае если индекс доходности равен или же более одного, то инвестиционный план считается эффективным, но в случае если меньше одного, то план неэффективен. Внутренняя норма рентабельности (ВНР) представляет собой ту норму дисконта (ЕВН), при которой величина приведенного эффекта равна приведенным инвестиционным вкладам. Из этого следует, что ЕВН рассчитывается из равенства:

$$E(Rt-3t)/(1+ВНР)^t = 0$$

Рассчитанная величина общепризнанных мерок доходности сравнивается с требуемой инвестором величины прибыли на капитал. В случае если ВНД равен или же больше требуемой нормой доходности, то план является эффективным. К этому надо стремиться.

Срок окупаемости инвестиций (Ток) – представляет собой наименьший временной промежуток (от начала действия проекта), за пределами которого интегральный эффект становится в будущем положительным, то есть это промежуток времени, начиная с которого первоначальные инвестиции и другие издержки, связанные с инвестиционным планом покрываются суммарными результатами его осуществления.

Функционально-стоимостной анализ

Для начала надо понять, что из себя представляет функционально-стоимостной анализ. Функционально-стоимостной анализ (ФСА) – это способ системного изучения объекта (изделия, процесса, системы), направленный на обеспечение наилучших соотношений между качеством и расходам на внедрение функций.

Нужда применения этого способа обоснована представлением, что в себестоимости абсолютно всякого объекта, не считая наименьших затрат, безусловно важных для исполнения данных функций, есть, как правило, дополнительные (излишние) затраты, в том числе, связанные с переменой, усложнением функциональной и принципиальной схем, вызванные неравномерным выбором функциональных элементов объекта, материалов, из которых он изготовлен, лишним ужесточением допусков, нерациональными запасами прочности, надежности и другими причинами.

Так же, ФСА применяется не только как способ поиска ликвидации лишних элементов и расходов, в ранее освоенной продукции, но и как средство предупреждения появления малоэффективных заключений в стадии проектирования, создания изделий.

Ведущими задачами ФСА считаются:

- На стадии научно-исследовательских и опытно-конструкторских дел – предупреждение появления лишних издержек;
- На стадии изготовления и использования объекта – уменьшение (исключение) неоправданных расходов и потерь.

ФСА помогает решить такие задачи, как:

- достижение оптимального соотношения между потребительской стоимостью и тратами (ценой, стоимостью) во время создания объекта;
- замена дефицитных, дорогих и привезенных из других стран материалов
- уменьшение цены создаваемой продукции и увеличение ее качества методом понижения трудоемкости, материалоемкости, фондоемкости и энергоемкости объекта.

Проведение ФСА требует внедрение конкретной системы понятий. Ведущее из них – понятие функции. Функция в открытом смысле – это работа, долг, предназначение, роль. В ФСА под функцией знают внешнее проявление качеств какого-нибудь объекта в представленной системе отношений. При проведении ФСА анализу подвергаются как внешние, так и внутренние функции. Внешние (общественные) функции производятся объектом в целом и отображают активные дела между объектом (или его составляющими) и областью его пользования, внешней областью. Внутренние (внутриобъектные) функции ориентируются элементами и их связями изнутри объекта (в изделии обоснованы особенностями конструкторско-технологических решений).

Внешние функции имеют все шансы быть как главными так и второстепенными. Главная функция объекта определяет предназначение, суть и сущность объекта в целом. Но второстепенная же функция не воздействует на функциональность объекта и отображает иные цели создания продукта. К примеру, ключевая функция магнитофона – воспроизводить стерео и монозапись с магнитной ленты, а второстепенные функции – это создавать комфорт в использовании и способствовать повышению настроения человека.

В то время, когда ФСА подвергается существующий объект, то при выявлении его функций, так же могут оказаться и антифункции (бесполезные и вредные). Первые (бесполезные) функции – это перемена функции, не понижающая функциональность объекта, но формирующая избыток, приводящий к подорожанию продукции. Другие же (вредные) функции – это негативно действующие на функциональность объекта, удорожающие его. К этим функциям возможно отнести формирующие помехи, паразитные точки, элементы и так далее.

В этой статье я попытался максимально кратко и понятно раскрыть такую обширную тему, как “оценивание инвестиционных проектов”. Этот материал поможет тем, кто хочет разобраться в этом лучше. Так же исследуя этот материал, я сам расширил свои знания, касающейся этой темы. Я уверен, что он будет многим не только полезен, но и интересен.

Список литературы:

1. Хазанович Э.С. Инвестиции: Учеб. пособие / Э.С. Хазанович. – М.: КноРус, 2011. – 320 с.
2. Янковский К.П. Инвестиции: Учебник / К.П. Янковский. – СПб.: Питер, 2012. – 368 с.
3. Меркулов Я.С. Инвестиции: учебное пособие /Я.С. Меркулов. - М.: ИНФРА-М, 2010. – 420 с.

ОЦЕНКА РИСКОВ И УГРОЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ефименко Сергей Дмитриевич
студент, кафедра Экономическая безопасность УГНТУ,
РФ, г. Уфа
E-mail: SergeyEfimenko1997@yandex.ru

Байрушина Фларида Фатиховна
научный руководитель, старший преподаватель,
кафедра Экономическая безопасность УГНТУ,
РФ, г. Уфа

Экономическая безопасность представляет собой состояние защищенности национальной экономики от внутренних и внешних угроз, при котором обеспечивается экономический суверенитет государства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов и единство экономического пространства РФ [1].

Экономическая безопасность государства имеет внутреннюю материально-вещественную основу - достаточно высокий уровень развития производительных сил, который может обеспечить существенно важную часть натурально-стоимостных элементов расширенного производства ВНП; внутреннюю социально-политическую основу - достаточно высокий уровень общественного согласия по долгосрочным национальным целям, которые дают возможность разработать и принять государственную стратегию социально-экономического развития.

На международные экономические отношения все большее воздействие оказывают факторы, представляющие угрозу для экономической безопасности. Усилилась тенденция распространения на сектор экономики вызовов и угроз военно-политического характера, а также применения экономических методов для достижения политических целей [2].

В таблице 1 представлены некоторые показатели оценки экономической безопасности за 2013-2016 года, их пороговые значения и темпы роста. Уровень

безработицы по состоянию на 2016 год, сократился до 5,4 % (5,5 млн. человек), по сравнению с предыдущем отчетным периодом (2015 г).

Таблица 1.

Основные показатели оценки состояния экономической безопасности за 2013-2016 гг. [4, 5]

Индикатор экономической безопасности	Пороговые показатели	2013	2014	2015	2016	Темпы роста, %
ВВП в текущих ценах, млрд. руб.	-	73 133,9	79 199,7	83 232,6	86 043	118
Индекс физического объема ВВП, в % к предыдущему году	100	101,8	100,7	97,2	99,8	98
Доля инвестиций в основной капитал в ВВП, %	25	21,2	20,5	19,6	20,4	96
Уровень инфляции, %	20	12,91	11,36	12,91	5,38	41,7
Сальдо торгового баланса, млн. долларов США	8 % к ВВП	180 566	188 93	148 398	90 262	49
Индекс денежной массы М2, млрд. руб.	50-70 % в ВВП	31 404,7	32 110,5	35 785,5	38 417,8	122
Внешний долг РФ, млн. долларов США	25 % от ВВП	728 864	599 901	519 101	514 132	70
Уровень преступности в экономической сфере	-	141 229	107 797	112 445	108 754	77
Уровень безработицы, %	7 %	5,5	5,2	5,6	5,4	98
Коэффициент напряженности на рынке труда	-	0,8	0,8	0,8	0,8	100
Индекс промышленного производства (к предыдущему году), %	100	101,4	101,7	99,2	101,3	99
Индекс производительности труда (к предыдущему году), %	100	102,2	100,7	97,8	99,8	98

За период с 2013 по 2016 год темпы роста ВВП составили – 118 %. Сократилась доля инвестирования в основной капитал. В 2016 году уровень инфляции снизился до 5,38 % и продолжает показывать, позитивную динамику.

По данным Министерства Финансов России на 1 декабря 2017 года, объем совокупного внешнего долга Российской Федерации составляет 51 172,4 млн. долларов США, включая обязательства бывшего СССР. Объем внутреннего долга России на 01.11.2017 достигает почти 9 138 млрд. рублей, что составляет 9,4 % от ВВП. Дефицит бюджета снизился с 2 % до 1.4 % от ВВП.

Структура госдолга России выгодно отличается от многих других стран, которые привлекают банковские займы в иностранной валюте. В структуре российского долга преобладают ценные бумаги – около 75 %, причем основная часть выражена в национальной валюте.

На 1 декабря 2017 года объем денежной массы составляет 36 433,6 млрд. рублей, по сравнению с предыдущим годом произошло увеличение на 11,1 %. На данный момент уровень денежной массы соответствует застою ВВП, чтобы войти в зону уверенного экономического роста (рост ВВП на 5 % и выше), необходим рост реальной денежной массы на 20 % и выше.

Проанализировав данные таблицы 1, можно сделать вывод, что некоторые показатели обнаруживают положительную динамику. Однако, по многим важным индикаторам экономической безопасности, Россия продолжает оставаться в зоне экономической опасности. Настораживает сохранение в опасной зоне темпов экономического роста, уровня инновационной активности и отраслевой структуры промышленного производства. Так же особую озабоченность вызывает нерешенность социальных проблем.

В таблице 2 представлены темпы роста общего объема ВВП в некоторых странах. Так, общий уровень ВВП в Российской Федерации за 6 лет с 2011 по 2016 год вырос в 1,16 раза, в США в 1,2, Япония - 1,15, Германия - 1,8, Великобритания - 1,2, Франция - 1.14.

Таблица 2.

Совокупный объем ВВП в млрд. долларов в некоторых странах мира за 2011-2016 гг.

Страна	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Темпы роста, %
США	14964,4	15517,9	16155,3	16691,5	17393,1	18036,7	121
КНР	12405,9	13864,9	15235,8	16689,4	18228,4	19695,7	158,8
Япония	4573,2	4727,1	4899,5	5004,0	5118,7	5237,8	114,5
Германия	3279,5	3471,8	3560,1	3639,0	3763,2	3860,1	117,7
Франция	2340,2	2438,1	2487,6	2542,3	2604,3	2665,9	113,9
Великобритания	2251,1	2332,3	2406,4	2492,0	2614,5	2700,6	119,9
Россия	3240,9	3441,7	3628,4	3734,2	3828,3	3759,7	116

По прогнозу ЦБ РФ рост ВВП за 2017 год составит - 1,8 %. Таким образом, денежно-кредитные условия формируют низкое инфляционное давление, не ограничивая экономический рост.

Среди основных рисков и угроз снижения экономической безопасности государства можно выделить внутренние и внешние.

К внешним угрозам можно отнести:

- Стремление развитых стран использовать свои преимущества в уровне развития экономики, высоких технологий в качестве инструмента конкуренции на мировом рынке.
- Применение дискриминационных мер в отношении ключевых секторов экономики России.
- Усиление колебаний конъюнктуры мировых финансовых и товарных рынков.
- Повышение конфликтного потенциала в зонах экономических интересов и в близи границ РФ.
- Деятельность создаваемых без участия РФ межгосударственных экономических объединений в секторе регулирования финансово-инвестиционных и торгово-экономических отношений, которая может нанести ущерб национальным интересам РФ.
- Отсутствие отечественных несырьевых компаний среди глобальных лидеров мирового рынка.

В свою очередь, из внутренних негативных угроз, можно выделить:

- Недостаточный объем инвестиций в реальный сектор экономики, обусловленный неблагоприятным инвестиционным климатом, высокими издержками бизнеса и неэффективной защитой права собственности.
- Негативная тенденция, криминализации и коррупции экономического сектора.
- Исчерпание экспортно-сырьевой модели экономического развития, резкое снижение роли факторов обеспечения экономического роста, связанное с научно-технологическим прогрессом.

- Слабая активность в инновационной деятельности, отставание в сфере разработки и внедрения новых и перспективных технологий.
- Усиления дифференциации населения по уровню дохода.
- Неравномерность территориального развития страны, усиление дифференциации регионов по темпам и уровню социально-экономического развития.
- Низкие темпы экономического роста, обусловленные ограниченностью доступа к долгосрочным финансовым ресурсам, недостаточным развитием энергетической и транспортной инфраструктуры.

В целом экономическая безопасность Российской Федерации на данном этапе можно считать удовлетворительным, постепенно Россия минимизирует последствия финансового кризиса. Приближение количественных показателей экономической безопасности к их пороговым значениям свидетельствует о нарастании социальной напряженности в обществе, превышение пороговых значений – о переходе общества в состояние возможных социальных конфликтов.

Главной мерами обеспечения экономической безопасности России, одинаково значимыми для преодоления всех угроз национальным интересам страны в области экономики - это в максимальной мере снять с нее финансовые ограничения развития.

Для укрепления экономической безопасности страны, требуется разработка и реализация правительством, мер направленных на укрепление экономического суверенитета страны, повышения устойчивости экономики к воздействию от внешних и внутренних угроз, обеспечения экономического роста, поддержания научно-технического потенциала развития и повышение его конкурентоспособности на мировом рынке, социально-экономическое развитие, повышение уровня и улучшение качества жизни населения.

Список литературы:

1. Указ президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 "О стратегии экономической безопасности РФ на период до 2030 года"

2. Корженевская Е.И., "Показатели экономической безопасности России" Вестник Екатерининского института, № 2, 2017 г.
3. Центральный Банк Российской Федерации. Статистика. - [Электронный ресурс] - http://www.cbr.ru/statistics/
4. Федеральная служба государственной статистики. - [Электронный ресурс] - http://www.gsk.ru/

АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ И ГАЗА

Тулентутова Дана Жанибековна
магистрант Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: t.d.zh@mail.ru

Жуманов Еламан Ержанулы
магистрант Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: elaman.v1@list.ru

В XX веке объём используемых энергоресурсов в мире увеличился в 15 раз, численность населения Земли – в 3,8 раза: с 1,7 до 6,3 млрд. человек [1], следовательно, потребление энергии на душу населения возросло почти в 4 раза. В 2016 году объем потребления первичной энергии составил 13,23 млрд. тонн нефтяного эквивалента (н. э.) в год (Рисунок 1).

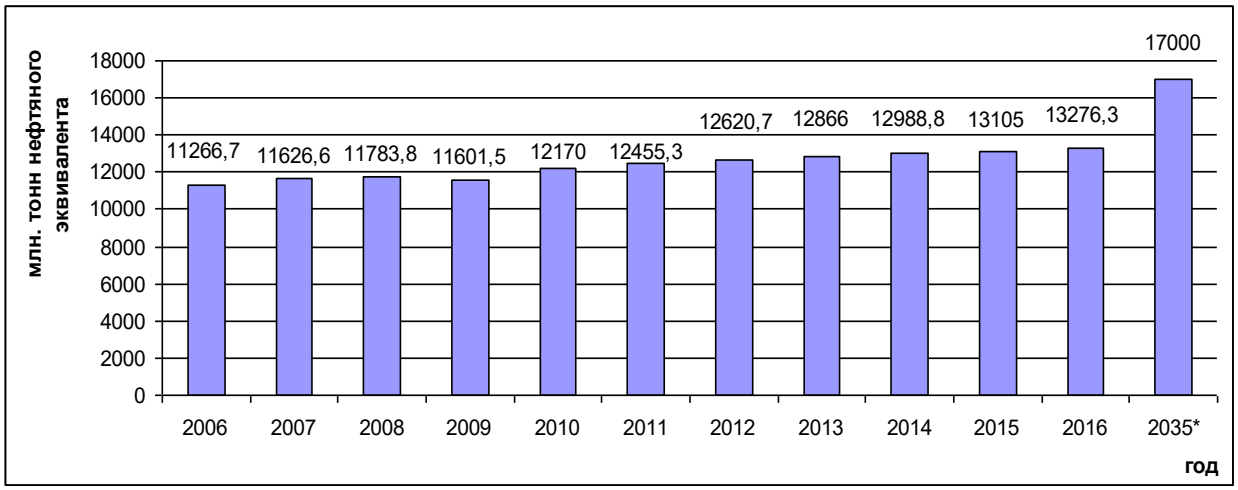


Рисунок 1. Динамика мирового потребления первичной энергии (* - прогноз) [2]

Под первичной энергией понимаются совокупность видов топлива, на которые осуществляется торговля в промышленных масштабах, включая современные возобновляемые источники электроэнергии. Общее потребление первичной энергии за 2016 год увеличилось всего на 1,3 %, что ниже среднего темпа прироста за последние 10 лет, который составил 1,8 % в год.

Согласно прогнозу аналитиков British Petroleum, к 2035 г. мировое потребление энергоресурсов вырастет на 28 % по сравнению с 2016 г. и достигнет 17 млрд. тонн н.э. [2]

Анализ территориального потребления первичной энергии (рис. 2) показывает, что по итогам 2016 года на первом месте находится Тихоокеанский регион, поглощая 42 % энергии или 5579,7 млн. тонн н.э., на втором месте – Европа (21,6 % или 2867,1 млн. тонн н.э.), на третьем месте – Северная Америка (21 % или 2788,9 млн. тонн н.э.), незначительно уступая Европе.

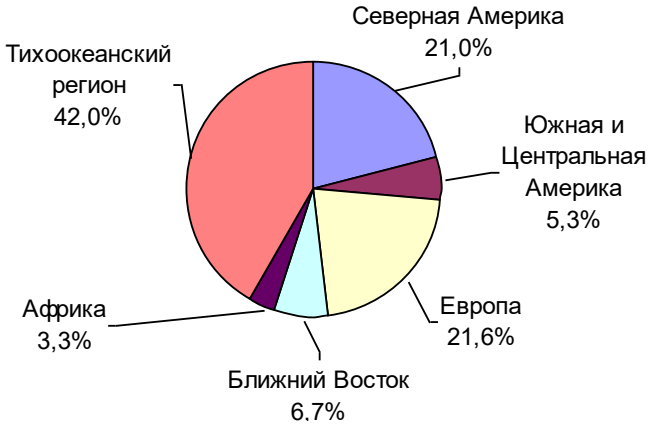


Рисунок 2. Территориальная структура потребления первичной энергии [2]

Нефть по-прежнему является топливом «номер 1» (рис. 3), составляя треть мирового потребления энергии (4418,2 млн. тонн н.э. или 33,3 %).

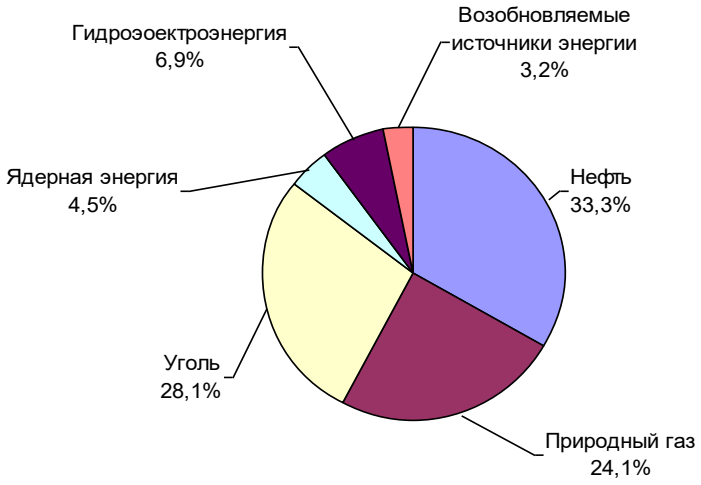


Рисунок 3. Структура мирового потребления энергоресурсов в 2016 г. [2]

Мировое потребление природного газа за 2016 год выросло на 63 млрд. кубометров или на 1,5 %, что ниже среднего темпа прироста за 10 лет, составляющего 2,3 %, и составило 3204,1 млн. тонн н.э. или 24,1 %.

Объемы доказанных мировых запасов нефти растут, и на конец 2016 года они составили 1706,7 млрд. баррелей или 240,7 млрд. тонн. За 10 лет (2006-2016 гг.) мировые запасы нефти выросли на 48,6 %.

Что касается территориального распределения, то почти половина мировых запасов нефти (47,7 % или 813,5 млрд. барр.) по данным конца 2016 года (рис. 4) находятся на территории Ближнего Востока.

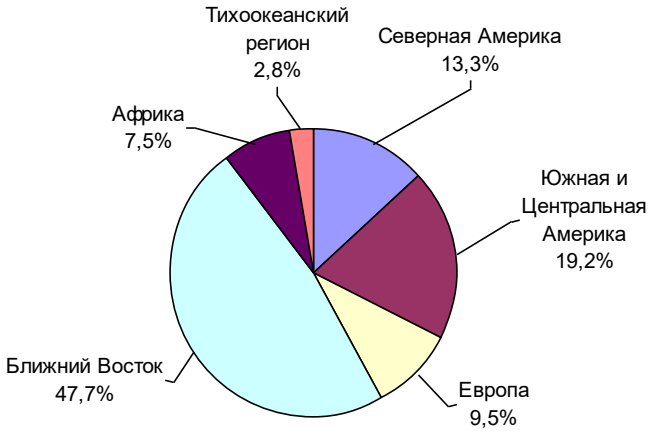


Рисунок 4. Структура территориального распределения мировых доказанных запасов нефти [2]

Объемы добычи нефти ежегодно увеличиваются (рис. 5). Исключение составил 2009 год (падение на 2 %), ознаменованный мировым финансовым кризисом. Кроме того, несущественный спад в 0,2 % наблюдался в 2007 году. Прирост добычи в 2016 году самый низкий за последние четыре года (0,4 млн. барр./сут или 0,49 %).

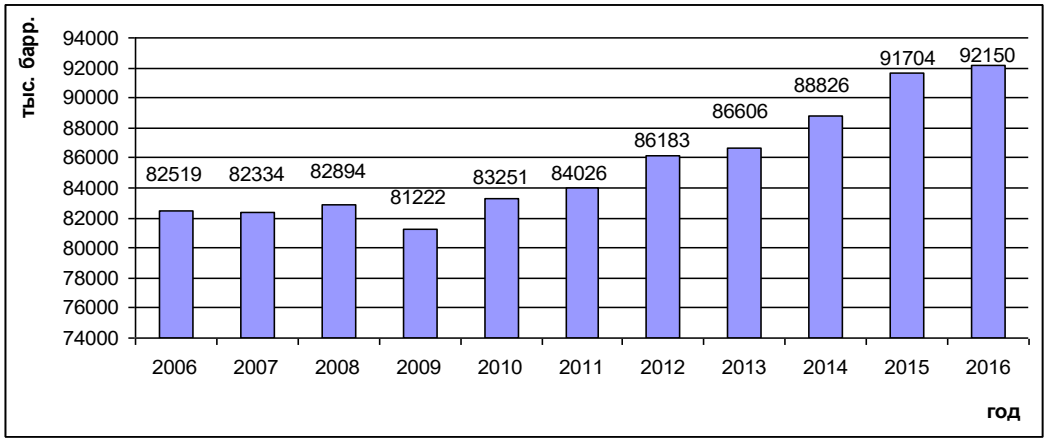


Рисунок 5. Динамика объемов добычи нефти в мире (2006-2016 гг.) [2]

Регионом-лидером по добыче нефти является Ближний Восток, ежедневно осуществляя треть (31,8 млн. барр.) мировой добычи. На втором и третьем месте находятся Северная Америка (19,3 млн. барр.) и Европа (17,7 млн. барр.) соответственно (рис. 6).

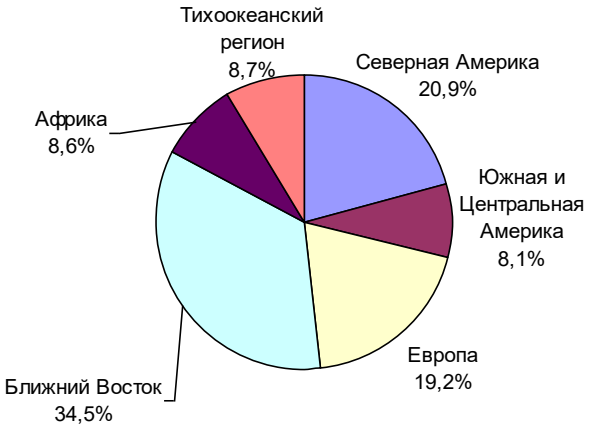


Рисунок 6. Территориальная структура добычи нефти (на 2016 г.) [2]

Объемы доказанных мировых запасов природного газа растут и на конец 2016 года составили 186,6 триллионов м^3 или 6588,8 триллионов кубических футов (рис. 7). Таким образом, за 10 лет (2006-2016 гг.) мировые запасы природного газа выросли на 51,1 %.

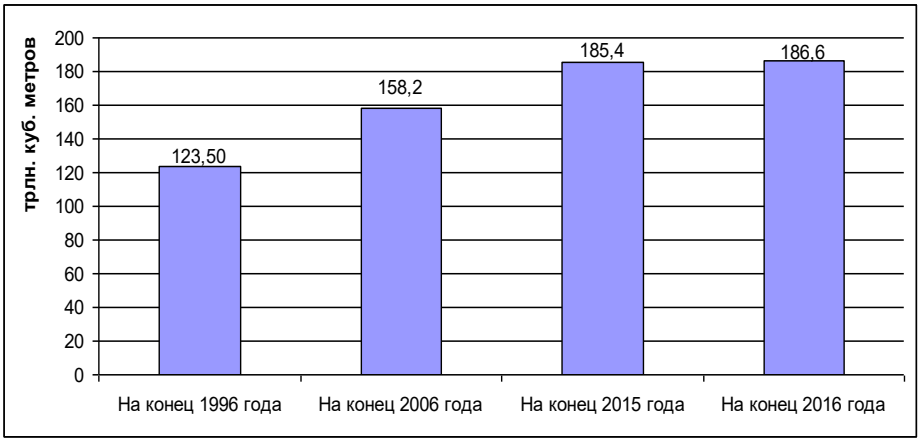


Рисунок 7. Динамика объемов мировых запасов природного газа [2]

Две трети мировых запасов природного газа приходится на Ближний Восток (42,6 % или 79,4 трлн. м^3) и Европу (30,4 % или 56,7 трлн. м^3) (рис. 8).

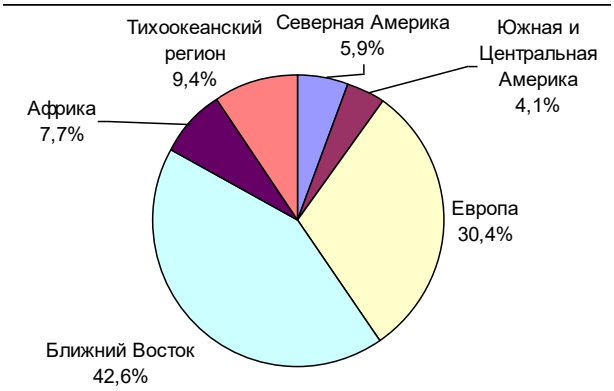


Рисунок 8. Территориальное распределение запасов природного газа [2]

Объемы добычи природного газа в мире растут ежегодно и в 2016 году составили 3551,6 млрд. м^3. Спад в добыче (2,8 %) наблюдался лишь в 2009 году по вышеназванной причине мирового кризиса. За последнее десятилетие объемы добычи газа выросли на 23,4 %.

Региональный анализ добычи природного газа (рис. 9) показал, что доминирующими регионами являются Европа и Северная Америка, добывая более половины мировых объемов. Наиболее крупным добытчиком Европы является Россия, наиболее крупным добытчиком Северной Америки – США,

являясь при этом странами-лидерами добычи природного газа по итогам 2016 года, опережая последующие страны рейтинга в 3-4 раза.

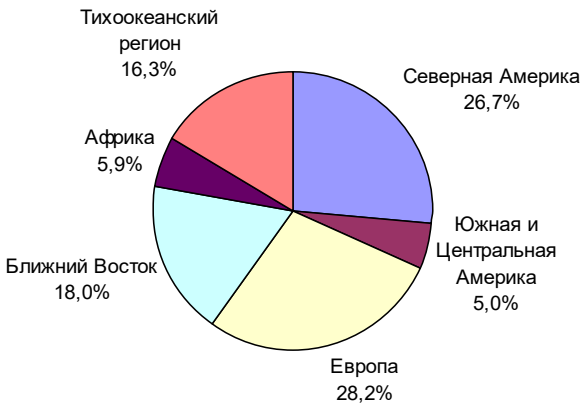


Рисунок 9. Региональная структура добычи природного газа [2]

Таким образом, был проведен анализ мирового спроса и предложения энергоресурсов. Потребление энергоресурсов ежегодно возрастает, при этом основными лидерами потребления остаются нефть, уголь и природный газ. Мировые доказанные запасы нефти и газа, их добыча также ежегодно растут.

Список литературы:

1. Васильева Ю.П., Хисамутдинов И.А. Экономический рост: эффективность и ресурсная обеспеченность [Текст] // Электронный научный журнал «Нефтегазовое дело», 2014. № 3. С. 342-358.
2. Statistical review of World Energy// British Petroleum [Электронный ресурс] – https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Ичанская Елизавета Сергеевна
студент, кафедра финансов и бухгалтерского учета,
ГБОУ ВО МО "Технологический университет"
РФ, г. Королёв
E-mail: dan_buller@mail.ru

В начале нового тысячелетия процесс глобализации на нашей планете все набирает обороты. В век наступления по всем фронтам потребительской цивилизации, не секрет, что первую скрипку во всех мировых процессах сегодня играют во многом уже не государственные власти, а капиталы. В немалой степени это касается банковской сферы.

На финансовом рынке сейчас идет жесткая конкурентная борьба. В нее вовлечены и коммерческие банки, желающие укрепиться, сохранить стабильность, захватить новые рынки. Но способны на это лишь банки, которые можно рассматривать с позиций положительных показателей, как финансовых, так и нефинансовых. Причем, важно отметить факт использования ими для сохранения либо получения лидерского положения инновационных технологий, новых методов, предложений в сфере банковского бизнеса.

Межбанковскую конкуренцию можно обозначить как вполне естественный процесс, который напрямую связан со сражением субъектов предпринимательства из банковской сферы на доступных рыночных сегментах за потенциальную клиентуру [3, с. 178].

Понятие же конкурентоспособности коммерческого банка, пожалуй, самое удачное принадлежит З.Х Зилалиевой: «банковская конкурентоспособность, по ее мнению, это наиболее производительная деятельность коммерческого банка, который использует инновационные технологии, в свою очередь, направленные на обеспечение конкурентоспособности банковских продуктов, услуг и максимальной прибыли» [2, с. 46].

Из новых методов, способствующих получить конкурентное преимущество коммерческому банку, например, стоит отметить тенденцию к увеличению банков, пошедших по пути слияния с компаниями,

занимающимися страхованием. Данное действие дает возможность одновременно предлагать страховку, банковские и финансовые продукты, с возможностью комплексных услуг, а также использовать перекрестную продажу.

Согласно данным И.Ю. Юргенса, структура распределения сборов по каналам продаж страховок продолжает меняться в сторону банкострахования. Банковский канал впервые обогнал агентский – по итогам первого квартала 2017 года 37,9 % сборов пришлось на него и только лишь 37,8 % – на долю агентов [8].

Все это было вызвано (прежде всего, в странах с высоким уровнем жизни) увеличением конкурентов на данном поприще и одновременно уменьшением прибыли в страховом и банковском сегментах мирового финансового рынка [1, с. 406].

Интеграция страховщиков и банкиров вначале была представлена созданием так называемых «универсальных» банков, которые соединяли всевозможные, в том числе, и страховое, направления деятельности в области финансов. К сегодняшнему же дню сформирован самый актуальный для клиентов инструментарий услуг в области финансовой помощи: накопление, кредитование, риск-менеджмент, текущий счет и собственно страхование [11].

Некоторые специалисты [4] считают инициаторами движения по слиянию, появлению финансовых конгломератов именно банки, которым пришлось при все возрастающей конкуренции увеличивать в своих отделениях и филиалах круг услуг в области финансов.

Еще раз необходимо отметить, что при слиянии и страховая компания, и банковская организация могут реализовывать финансовые проекты совместно, что является немалым преимуществом. Банк при этом увеличивает список своих услуг по предложениям частным лицам, расширяет возможности по кредитованию юридических и физических лиц. А компания-страховщик может размещать страховые резервы на депозитном счете партнера-банка, что превращает их в долгосрочные вложения. Это, опять же, крайне выгодно в смысле экономических показателей деятельности банка [8].

Также важно отметить следующий аспект, непосредственно связанный с конкуренцией в экономике вообще и межбанковской в частности.

Сегодня риски – неотъемлемая часть всех коммерческих предприятий, неважно, какой род деятельности у него ведущий. И насколько интенсивнее происходит развитие данного предприятия, настолько увеличиваются риски [10]. Кризис наших дней, в свою очередь, влечет серьезное увеличение числа рисков. Причем, последние крайне различаются как по источнику проявления риска, так и по величине вероятных потерь, а также по содержанию. Так и основная часть услуг банков также напрямую зависит от множества рисков: инфляционных, валютных, репутационных, кредитных, операционных и т. д. То есть, для повышения конкуренции путем снижения данных рисков коммерческому банку требуется разработать эффективную систему управления по отношению к возможным рискам [6, с. 68].

Главными же показателями конкурентоспособности коммерческого банка можно определить его кредитный портфель, активы и т. д. Согласно информации рейтинга коммерческих банков РФ по важнейшим показателям деятельности, рассчитывающегося по методике сайта Banki.ru для анализа отчетности российских коммерческих банков, в первой пятерке, а значит, самые конкурентоспособные, следующие банки (табл. 1, 2, 3) [5].

Таблица 1.

Рейтинг коммерческих банков согласно активов

№	Название банка	Показатель, тыс. рублей		Изменение	
		Декабрь 2017	**Декабрь 2016**	**тыс. рублей**	**%**
1	Сбербанк России	23 633 271 356	22 606 604 681	+1 026 666 675	+4,54 %
2	ВТБ Банк Москвы	9 353 664 727	9 959 296 564	−605 631 837	−6,08 %
3	Газпромбанк	5 613 397 081	5 267 761 099	+345 635 982	+6,56 %
4	ВТБ 24	3 719 460 785	3 207 540 431	+511 920 354	+15,96 %
5	Национальный Клиринговый Центр	3 213 300 548	2 039 319 172	+1 173 981 376	+57,57 %

Таблица 2.

Рейтинг коммерческих банков согласно чистой прибыли

№	Название банка	Показатель, тыс. рублей		Изменение	
		Декабрь 2017	Декабрь 2016	тыс. рублей	%
1	Сбербанк России	624 187 614	483 189 236	+140 998 378	+29,18 %
2	ВТБ Банк Москвы	90 118 313	69 877 667	+20 240 646	+28,97 %
3	ВТБ 24	75 040 680	35 226 902	+39 813 778	+113,02 %
4	Пересвет	66 274 905	н/д	н/д	
5	Альфа-Банк	37 694 739	−2 606 339	+40 301 078	

Таблица 3.

Рейтинг коммерческих банков согласно кредитному портфелю

№	Название банка	Показатель, тыс. рублей		Изменение	
		Декабрь 2017	Декабрь 2016	тыс. рублей	%
1	Сбербанк России	15 950 121 906	15 392 567 917	+557 553 989	+3,62 %
2	ВТБ Банк Москвы	5 220 939 977	5 266 866 752	−45 926 775	−0,87 %
3	Газпромбанк	3 633 731 899	3 437 742 193	+195 989 706	+5,70 %
4	ВТБ 24	2 016 960 376	1 783 812 010	+233 148 366	+13,07 %
5	Россельхозбанк	1 914 998 083	1 752 524 551	+162 473 532	+9,27 %

Как видно, явными лидерами являются Сбербанк России и ВТБ Банк Москвы, не меняющие позиций первого и второго места в рейтинге соответственно.

По данным рейтинга можно сделать вывод о том, что данные банки проводят инновационную, взвешенную политику с учетом потребностей клиентов.

В заключение нужно сказать, что конкурентоспособность коммерческих банков – одна из ключевых категорий в условиях современного развития финансового рынка РФ, ведь она, как было доказано выше, есть отражение финансовых, экономических, организационно-управленческих, инновационных и иных возможностей и процессов не только конкретного коммерческого банка, но банковского сектора государства и мира.

Стоит также отметить в рамках темы эссе понятие методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка, включающее способы анализа конкретного набора критериев и их показателей в отношении деятельности определенного банка, однако проблема в том, что не существует единой

общепризнанной методики подобной оценки, которая могла бы эффективно использоваться по отношению к каждому банку [9, с. 241].

Необходимо также отметить и положительные стороны конкурентной борьбы коммерческих банков: они развиваются, внедряются различные инновации, совершенствуются их бизнес-стратегии и т. д. Главное, чтобы в своем противостоянии финансовые организации не забывали о своей, все же, социальной сущности. И когда конкурентоспособность, в первую очередь, будет определяться социальным значением коммерческого банка, его вкладом в дело развития государства, можно будет констатировать: мир и в самом деле стал лучше.

Список литературы:

1. Елембаева К.Д. Участие банков в продаже страховых продуктов: финансовая оценка // Молодой ученый. – 2014. – № 3(62). – С. 406-407.
2. Зилалиева З.Х. Вопросы конкурентоспособности коммерческого банка // Реформа. – 2016. – № 69. – С. 45-48.
3. Латыпова Р.З. Оценка конкурентоспособности коммерческих банков // Инновационная наука. – 2017. – № 3. – С. 178-181.
4. Плешков А.П., Орлова И.В. Очерки зарубежного страхования. – М.: Анкил, 2007. – 200 с.
5. Рейтинг Банков //http://www.banki.ru/banks/ratings/ ?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=Reitingi_Bankov&source=yandex_cpc_reitingi_bankov&yclid=5901907643017991052
6. Чучелин А.Ю. Конкурентоспособность применительно к кредитной организации // Молодой ученый. – 2017. – № 41. – С. 67-69.
7. Шайдоров М.Ю. Конкурентоспособность коммерческого банка и его капитал как фактор, ее определяющий // Инновационная наука. – 2017. – № 5. – С. 130-133.
8. Юргенс И.Ю. Страховой рынок в 2017 году: структурные перемены, новые вызовы // http://www.insur-info.ru/analysis/1158/
9. Ярова В.В. Методика оценки конкурентоспособности коммерческого банка: применение новой методики // Известия ЮЗГУ. – 2016. – № 2(19). – С. 241-249.
10. Салманов О.Н., Заернюк В.М. Роль банковского канала в передаче денежно-кредитной политики в России. М., Финансы и кредит, № 11 (635), 2015. http://www.fin-izdat.ru/journal/fc/list.php?SECTION_ID=5068
11. Salmanov O.N., Babina N.V., Koba E.Evs., Koba E. Evg., Lopatina O.A. Efficiency of Monetary Policy Mechanisms Before and After the 2008 Financial Crisis in the Russian Economy. International Journal of Economic Research, Vol 14, Num 7, 2017. ISSN: 0972-9380 available at http://serialsjournals.com/serialjournalmanager/pdf/1495188101.pdf.

ФУНКЦИИ И РОЛЬ ВСЕМИРНОГО БАНКА В ОБЩЕМИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Кадргулова Альфина Шакировна
студент факультета информатики и робототехники
Уфимского Государственного Авиационного Технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: delfina.kadr@gmail.com

Рафикова Алия Айратовна
студент факультета информатики и робототехники
Уфимского Государственного Авиационного Технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: Inna.ramos777@gmail.com

Нурдавлетова Наиля Маратовна
студент факультета информатики и робототехники
Уфимского Государственного Авиационного Технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: nnurdavletova@bk.ru

Качкаева Надежда Юрьевна
студент факультета информатики и робототехники
Уфимского Государственного Авиационного Технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: nadysha_97@mail.ru

Матягина Татьяна Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры экономики и предпринимательства
Уфимский Государственный Авиационный технический университет
РФ, г. Уфа

Всемирный банк – международная организация, задачей которой является помощь развивающим странам финансово и технически.

Всемирный банк основали в 1945 году. Главной задачей сообщества являлось предоставление помощи Западной Европе при восстановлении после Второй мировой войны. Позже Всемирный банк поменял свою сферу работы, и начал помогать развивающимся странам решая их экономические и технические проблемы. В 1960 г. на базе Всемирного Банка была создана Международная ассоциация развития (МАР), которая предоставляет возможность получения беспроцентного займа. Основную часть средств

МАР составляют взносы ведущих стран, а также погашенные суммы ранее предоставленных денежных средств.

Основной задачей Всемирного банка является стремление разрушить экономический разрыв между ведущими и отстающими странами, а также улучшение условия жизни людей при помощи экономического роста государств, которые сотрудничают с ним.

Свое внимание Всемирный банк в большинстве случаев уделяет решению следующих проблем:

- обеспечение помощи бедным странам и нестабильным государствам;
- финансовая помощь для восстановления и развития стран со средним уровнем дохода;
- разрешение проблем, касающихся глобального общественного блага и др.

На сегодняшний день в структуру Всемирного банка входит пять организаций, которые взаимодействуют друг с другом. Их называют «Группа организаций Всемирного банка». В составе:

- Международный банк реконструкции и развития (МБРР).
- Международная ассоциация развития (МАР).
- Международная финансовая корпорация (МФК).
- Многостороннее агентство по гарантированию инвестиций (МАГИ), которая помогает развивающимся странам привлечь иностранные инвестиции за счет предоставления безопасности инвесторам.
- Международный центр по урегулированию инвестиционных споров (МЦУИС). Помогает решать инвестиционные проблемы.

Составляющими Всемирного банка являются только две из выше перечисленных организаций. Это Международный банк реконструкции и развития, а также Международная ассоциация развития.

Денежные средства, которые развивающиеся страны получают в форме кредита у Международного банка реконструкции и развития, составляются отчислениями от продажи облигаций, на мировых финансовых рынках. Капитал МБРР составляет небольшая прибыль от выданных кредитов, которые

накапливаются на протяжении многих лет. Также капитал Международного банк реконструкции и развития составляют деньги, которые вносят члены Всемирного банка (184 государств). Полученные средства Международный банк реконструкции и развития переводит на счет Международной ассоциации развития, а также используется для оплаты долгов стран.

Денежными средствами Международную ассоциацию развития, которая финансирует самые бедные страны мира, не начисляя проценты на полученную сумму, обеспечивают 40 стран-доноров. Также дополнительным доходом Международной ассоциацией развития является сумма денег, получаемая при погашении беспроцентного кредита страной, которой он был предоставлен на срок от 35 до 40 лет. После эти деньги отдают другой стране, которая в них нуждается. МАР составляет 40 % от всех кредитных операций Всемирного банка.

На сегодняшний день Всемирный банк оказывает необходимую помощь развивающимся странам, которые нуждаются в денежных средствах для улучшения жизнедеятельности своего населения. На 2017 год Группа всемирного банка предоставила средств на сумму 43 853 млн. долл. США, также зарезервировала средства на 61783 млн. долл. США. Из этих общих денег Международный банк реконструкции и развития оказал помощь на сумму 17861 млн. долл. США, а также зарезервировал средства на 22611 млн. долл. США.

Международная ассоциация развития помогла беднейшим странам, предоставив им денежные средства в общей сложности на 12718 млн. долл. США. А также ассоциация зарезервировала на сумму в размере 19513 млн. долл. США.

Международная финансовая корпорация предоставила 10355 млн. долл. США, и зарезервировала 11854 млн. долл. США.

Многостороннее агентство по гарантированию инвестиций обеспечило общий объем страхового покрытия на сумму 4 842 млн. долл. США.

Международный центр по урегулированию инвестиционных споров предоставил денежные средства на общую сумму 2919 млн. долл. США. Резерв средств составил 2962 млн. долл. США. Все эти денежные средства, которые

выделила Группа Всемирного банка, пойдут на помощь развивающимся странам, и на осуществления деятельности Всемирного банка.

Основные направления деятельности Всемирного банка

1. Финансирование образования

Всемирный банк является крупнейшим инвестором в области образования. На сегодняшний день он финансирует около двухсот пятидесяти образовательных проектов в восьмидесяти пяти странах. Показательными примерами могут послужить следующие:

1) программа начального образования в Индии. Из-за низкого процента грамотного населения (особенно среди женщин) Банк выделил около 1,5 млрд долларов США на обучение индийских детей, особенно девочек;

2) весной 2017 года, Всемирный банк выделил Узбекистану $42,2 млн на модернизацию образования. Кредитные средства были выделены правительству страны сроком на 25 лет, включая пятилетний льготный период.

2. Всемирный банк – международный источником финансирования по борьбе с ВИЧ/СПИДом

3. Финансирование программ здравоохранения по всему миру

Группа Всемирного банка пообещала помочь странам с обеспечением населения медицинскими услугами к 2030 году. Данная деятельность может значительно улучшить уровень здоровья населения.

4. Улучшение финансового положения населения

С помощью Консультативной группы по оказанию помощи беднейшему населению (CGAP) Всемирный банк заключает договоры с донорами и международными финансовыми учреждениями, чтобы оказать как можно больше финансовых услуг беднейшим группам населения.

5. Помощь странам, пережившим вооруженные конфликты

Банк работает в 42 странах, прилагает усилия по оказанию помощи пострадавшему населению, возобновлению мирного развития и предотвращению новых конфликтов. В 2017 году Всемирный банк предоставил помощь странам-соседям Сирии, принимающим беженцев.

По вышеуказанным примерам наглядно представлено, какую большую работу совершает Всемирный банк, и как важна его роль в развитии всемирного населения и международных отношений. Также Всемирный банк помогает развиваться странам с низкими экономическими показателями. Обеспечивая деньгами малоразвитые страны, банк повышает их уровень развития, финансово и технически поддерживает их. И самое главное это то, что Всемирный банк предоставляет беспроцентный кредит, а это очень важно, так как многие развивающиеся страны не могут себе позволить платить дополнительные начисления на основную сумму.

Список литературы:

1. Всемирный банк: история создания структура и деятельность. Справка [Электронный ресурс] – URL: https://ria.ru/economy/20081013/153026908.html (Дата обращения 18.12.2017).
2. Всемирный банк. Годовой отчет 2017 [Электронный ресурс] – URL: http://www.worldbank.org/en/about/annual-report (Дата обращения 18.12.2017).
3. Всемирный банк [Электронный ресурс] – URL: http://www.ereport.ru/articles/organiz/wbank.htm (Дата обращения 19.12.2017).

РОЛЬ ЗАЁМНЫХ ИСТОЧНИКОВ В ПРАКТИКЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ»)

Качалкина Елизавета Витальевна
студент экономического факультета, ЮФУ,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: el.kachalkina@gmail.com

В современных условиях, когда руководство страны поставило задачу ускорения темпов роста национальной экономики, проблема привлечения ресурсов российскими предприятиями с целью финансирования процессов обновления основных средств, расширения производства стоит наиболее остро. Особая роль в решении этой проблемы принадлежит заемным средствам. В то время как значительная часть отечественных компаний продолжает рассчитывать на собственные средства, существует возможность эффективного привлечения заемных ресурсов.

Для российских предприятий проблема управления заемным капиталом особенно актуальна, так как ощущается дефицит в его привлечении. Причиной тому служат ограничения в доступности внешних источников финансирования. В частности, банки выставляют жесткие требования к заемщикам и устанавливают высокие ставки по кредитам. В свою очередь, коммерческие кредиты в условиях волатильности курса национальной валюты стали невыгодны организациям.

Заемный капитал представляет собой часть стоимости имущества организации, приобретенного в счет обязательства вернуть поставщику, банку, другому заимодавцу деньги либо ценности, эквивалентные стоимости такого имущества [5, с. 207]. Необходимость привлечения заемного капитала должна обосновываться предварительно сделанным расчетом потребности в оборотных средствах. К основным источникам заемного финансирования в 2016 г. можно отнести банковский кредит, эмиссионное финансирование и лизинг (Рисунок 1) [3].

Рисунок 1. Структура привлеченных средств в основной капитал по источникам финансирования в 2016 года, в %.

Предприятия в качестве заемных источников преимущественно используют банковский кредит, что объясняется относительно большими финансовыми ресурсами российских банков, а также тем, что при получении банковского кредита нет необходимости публичного раскрытия информации о предприятии. Руководители большинства российских компаний не хотят раскрывать финансовую информацию о своих предприятиях, а также проводить изменения в финансовой политике.

Использование заемного капитала имеет ряд преимуществ, например, более широкие возможности привлечения; увеличение рентабельности собственного капитала; возможность использования налоговых щитов, которые снижают стоимость капитала, поскольку уплачиваемые проценты включают в себестоимость; ускоренное развитие предприятия под воздействием «финансового рычага» и другие. К недостаткам можно отнести: финансовые риски, целевой характер использования заемных средств, сложность процедуры привлечения заемных средств [4, с. 178].

Структура финансовых ресурсов корпорации в значительной степени определяется источниками их финансирования. В связи с этим, проанализируем изменения отечественных корпораций в части определения источников финансирования и оценим их влияние на эффективность компаний.

По данным Росстата (Рисунок 2) [3], в период с 2000 по 2014 гг. основным источником финансирования инвестиций в основной капитал являлись привлеченные средства. Однако с 2009 г. доля привлеченных средств в структуре инвестиций в основной капитал начала сокращаться, с 2015 г. доля собственных средств стала преобладать над заемными. Такое распределение, в первую очередь, можно связать с высокой волатильностью национальной валюты, колебаниями ключевой ставки, высоким уровнем инфляции отсутствием стабильности на рынке. Подорожавшие в таких условиях кредиты стали невыгодны организациям.

Банковские кредиты были наиболее востребованы в период финансовых кризисов 2008-2009 гг., 2014 г. Это связано с тем, что компании нуждались в денежных средствах как на пополнение оборотных средств, так и на приобретение основных средств, а также погашения внешних долгов.

Рисунок 2. Динамика структуры инвестиций в основной капитал по источникам финансирования, в млрд руб.

Таким образом, чем доступнее кредиты, и чем большей открытостью характеризуется экономика, тем проще корпорациям привлекать заемный капитал. Высокий уровень инфляции, и, как следствие, высокая неопределённость будущего значительно снижает уровень финансового рычага у компаний.

Рассмотрим структуру заемного капитала в период с 2014 по 2016 гг. на примере ПАО «Красный Октябрь», одного из крупнейших и известнейших московских производителей кондитерских изделий в России, и оценим его роль в эффективности компании в целом.

В качестве показателей, которые отражают положение компании и влияют на её финансовое положение, проанализируем показатели чистой прибыли, рентабельности собственного каптала, капитализации и соотношения собственных и заемных средств.

Анализ бухгалтерской отчетности показал, что существенных изменений в структуре пассива баланса за анализируемый период не произошло [1]. Собственные средства по состоянию на 31.12.2016 г. в 1,8 раз покрывают заемные и составляют 7 992 815 тыс. руб. В структуре заемных средств преобладают краткосрочные источники финансирования. Так, величина краткосрочных обязательств составила 3 550 449 тыс. руб., величина долгосрочных 852 410 тыс. руб. Такое распределение связано с текущей экономической ситуацией и подтверждает положение на рынке заемных источников в целом. Тем не менее, стоит отметить, что в 2014 г. ПАО «Красный Октябрь» не использовало долгосрочных заемных средств, что также связано с повышенными рисками кредитования в условиях кризиса.

Рассчитаем коэффициент финансового левериджа (финансового рычага) компании за исследуемый период. Данный коэффициент показывает, сколько приходится заемных средств на 1 руб. собственных средств (Рисунок 3).

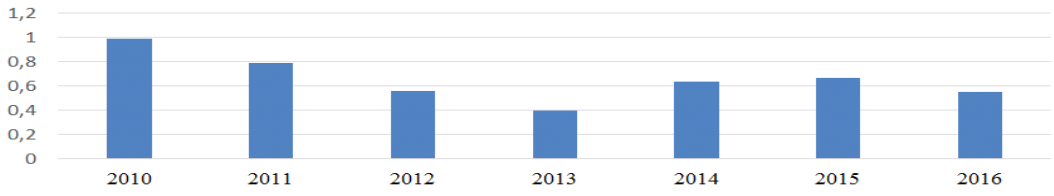


Рисунок 3. Коэффициент финансового левериджа ПАО «Красный Октябрь» за 2014-2016 гг.

По результатам расчетов можно сделать вывод, что компания поддерживает показатель финансового рычага на уровне 0,5-0,7, что характеризует высокую рентабельность после покрытия всех своих расходов. В 2016 г. на 1 рубль собственных приходилось 55 коп. заемных средств.

Нормативным значением в отечественной практике считается значение коэффициента левериджа равного 1. В развитых странах, как правило, коэффициент левериджа составляет 1,5, то есть 60 % заемного капитала и 40 % собственного. Кроме того, нормативные значения коэффициента финансового левериджа зависит от отрасли предприятия, размеров предприятия, фондоемкости и рентабельности производства и т. д. Поэтому коэффициент следует сопоставлять с аналогичными предприятиями отрасли.

Сравнение показателей коэффициента финансового левериджа и рентабельности как результат использования СК (собственного капитала) получило название эффекта финансового рычага. В итоге можно получить представление, насколько рентабельность СК зависит от уровня заемных средств.

Одной из формул расчета эффекта финансового рычага (DFL) является превышение рентабельности капитала (ROA, Return on Assets) над рентабельностью собственного капитала (ROE, Return on Equity). Формула расчета будет иметь следующий вид: DFL = ROA – ROE [2, с. 214].

Эффект показывает, что использование заемного капитала предприятием ПАО «Красный Октябрь» позволило увеличило прибыльность деятельности в 2016 г. на 0,57 % (Рисунок 4). Размер эффекта финансового рычага от рентабельности капитала составляет около 5,7 %, что говорит о нерезультативном использовании заемного капитала. В связи с этим, ПАО «Красный Октябрь» необходимо пересмотреть политику использования заемных средств на основании оптимальной величины финансового рычага, рассчитанной конкретно для их организации.

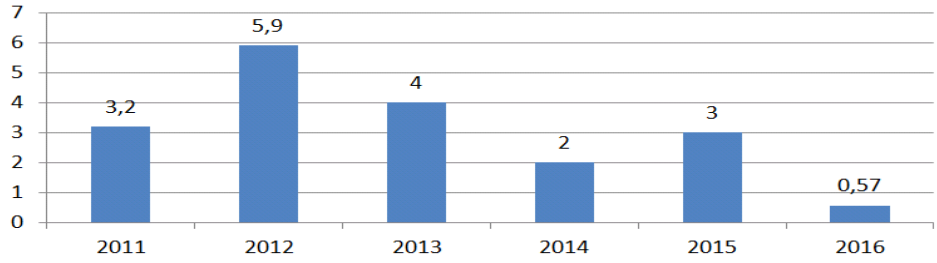


Рисунок 4. Эффект финансового рычага для предприятия ПАО «Красный Октябрь» по балансу за 2011 – 2016 гг.

Эффект финансового рычага показывает эффективность использования заемного капитала предприятием для роста его эффективности и прибыльности. Повышение прибыльности позволяет реинвестировать средства в развитие производства, технологии, кадрового и инновационного потенциала. Все это позволяет повысить конкурентоспособность предприятия. Неграмотное же управление заемным капиталом может привести к быстрому росту неплатежеспособности и возникновению риску банкротства

Таким образом, за счет увеличения уровня заемных средств можно достичь более высокого показателя ЭФЛ, то есть увеличить рентабельность собственного капитала при помощи привлечения заемных средств. Предприятие, использующее заемный капитал обладает лучшим финансовым потенциалом развития и имеет возможности прироста финансовой рентабельности деятельности, но, в то же время, больше подвержено рискам и угрозе банкротства (возрастающие по мере увеличения доли заемных средств в общей сумме используемого капитала). Поэтому обоснование наиболее целесообразного способа привлечения заемного капитала является первоочередной задачей при принятии решений по дальнейшему развитию предприятия.

Таким образом, грамотное управление заемными средствами предприятия позволяет существенно увеличить рентабельность собственного капитала предприятия, сохранить нормальную финансовую устойчивость и финансовое состояние предприятия.

Список литературы:

1. Бухгалтерская отчетность ПАО «Красный Октябрь» за 2010-2016 гг. / Центр раскрытия корпоративной информации URL:http://www.e-disclosure.ru/ (Дата обращения: 25.12.17).
2. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ бухгалтерской отчетности. – М.: Дело и Сервис, 2004 – 336 с.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru (Дата обращения: 25.12.17).
4. Фоменко Я.А. Роль заёмного капитала в практике финансирования отечественных корпораций // Аспирант. - 2016. - № 3 (19). - С. 178-182.
5. Ходеева О.П. Понятие заёмного финансирования компании // Студенческая наука XXI века. - 2016. - № 4 (11). - С. 204 - 207.

ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРОЕНИЯ СИСТЕМ ПЛАНИРОВАНИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Кириллова Елена Ростиславовна
студент, кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: lenkakirillova@gmail.ru

Мерзико Инна Николаевна
студент, кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: infirt05@gmail.com

Наймушина Елизавета Сергеевна
студент, кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: elizavoveta@gmail.com

Матягина Татьяна Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: matyaginatv@mail.ru

Главной задачей деятельности предприятия является удовлетворение нужд и потребностей общества в конкретных видах товаров и услуг. Для достижения этой цели необходимо планирование, направленное на обеспечение комплексности, равномерности и взаимосвязи всех компонентов предприятия. Основываясь на составленные планы, определяют пути улучшения технического уровня и качества производимых товаров и предоставляемых услуг, а также повышают уровень организации предприятия в целом. В условиях рыночной экономики предприятия автономно выполняют планирование и прогнозирование своей работы. При этом значительно изменяются поставленные задачи, цели и система планирования на предприятии.

Цель планирования на предприятии – это создание и конструирование системы планов, необходимых для удовлетворения потребностей потребителей,

достаточной и постоянной прибыли от продуктов его хозяйственной деятельности за длительный период времени.

Планирование – это многоуровневый процесс, основной задачей которого является оптимальное распределение финансовых, материальных и рабочих ресурсов для достижения поставленной экономической цели. Для оптимального достижения основной цели деятельности предприятия, разработка планов производится на различные периоды времени. По временным периодам выделяют следующие виды планирования:

- оперативное планирование – разработка уточненного детального плана на недлительные периоды: сутки, неделя, месяц, год.
- текущее планирование – это совокупность оперативных планов, в которых сосредоточены цели всех подразделений предприятия.
- перспективное планирование – это составление плана предприятия, который ориентирует производство в дальнейших периодах.
- прогнозирование – это оценка показателей работы предприятия, по которым в дальнейшем определяется его развитие.

Кроме того, система планирования предприятия включает в себя важную часть – планирование бюджета. Рассмотрим его описание на примере небольшого предприятия.

Разработка системы планирования на предприятии включает:

1. Постановка основной цели;
2. Формулировка задач на основе цели;
3. Конкретизация заданий исходя из поставленных задач и места их выполнения;
4. Подсчет расходов и определение желаемого результата на срок планирования.

У каждой компании есть своя миссия – смысл существования предприятия. Опираясь на миссию компании, ставятся следующие цели для ее достижения:

- увеличение объемов производства;
- увеличение объемов продаж;

- повышение качества производимой продукции;
- снижение себестоимости готовой продукции;
- повышение конкурентоспособности товара;
- повышение узнаваемости бренда компании;
- увеличение чистой прибыли.

Структура планирования определяется ожидаемым объемом продаж и количеством производимой продукции. Создание плана и прогноза работы предприятия основывается на подборе составных частей изделия и анализе рынков сырья и материала.

Планирование деятельности автомобильного завода необходимо начинать с разработки проектов его подразделений:

- плана производственного процесса;
- плана закупки необходимых материалов;
- плана по подбору персонала и фонда оплаты труда;
- план по введению нового оборудования;
- плана реализации готовой продукции.

Текущее планирование заключается в определении общего бюджета, который охватывает финансовые и операционные бюджеты и связь между ними.

Бывают следующие виды бюджетов:

Бюджет продаж. В данном бюджете прописываются характеристики финансово-экономических показателей, которые в свою очередь определяют эффективность производства. Здесь устанавливается планируемый объем производства, цена изделий и желаемая прибыль.

Цель бюджета объема производства — получить значения прогнозируемых объемов произведенной продукции, опираясь на результаты расчетов предыдущего бюджета и оставшейся нереализованной продукции.

Бюджет затрат на материалы отображает план предприятия по затратам на сырье для производства продукции.

Расчет прямых затрат предприятия на оплату труда основывается на показателях бюджета производства и на нормативах для определения суммы

затрат оплаты труда. Исходными показателями являются результаты расчета объемов производства.

Бюджет готовой продукции содержит информацию о запасах готовой продукции. Этот вид бюджета рассчитывается на основе остатков ГП и исходных материалов, себестоимости изделия и цене за единицу сырья.

Расчет себестоимости произведенной продукции основывается на показателях предыдущих бюджетов с использованием способов, определяемых технологией подсчета себестоимости.

Отчет прогнозов о прибылях и убытках получают, опираясь на рассчитанные объемы продаж, себестоимость произведенной продукции, сумму отчислений в федеральную налоговую службу и др.

Причинами, повлиявшими на формирование бюджетов предприятия, являются:

- недостаток времени из-за большого количества текущих дел;
- уверенность в том, что главной причиной хорошего результата предприятия - предпринимательская способность руководителей;
- неполная квалификация работников;
- отрицательное мнение к планированию, сопоставленное с советской экономикой.

Таким образом, эффективность работы предприятия невозможно представить без планирования, которое обязательно включает в себя расчет бюджета на будущий период. Планирование определяет будущее развитие производства компании. При составлении плана определяются такие важные факторы, как желаемый объем производства, объем продаж, прибыль и многое другое. При разработке плана учитываются результаты деятельности предыдущего периода, а также состояние рынка на данный момент.

Список литературы:

1. Алексеенко Н.А. Экономика промышленного предприятия: учеб. пособие / Н.А. Алексеенко, И.Н. Гурова. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009. – 264 с.

2. Бармашева Л.В. Цель, задачи и стадии планирования [Электронный ресурс]. – URL: http://barmashova.ru/organizazia_i_planirovania_proizvodstva/zeli_zadachi_stadi_planirovania/ (Дата обращения: 19.12.2017).
3. Ляпунова А.Н., Чеглакова А.О., Авраменко А.А., Организация системы планирования предприятия [Электронный ресурс]. – URL: https://www.scienceforum.ru/2014/561/3004. (Дата обращения: 18.12.2017).
4. Нижниковский В.С., Организация и планирование производства [Электронный ресурс]. – URL: https://studfiles.net/preview/2879513/page:20/ (Дата обращения: 21.12.2017).

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РАСХОДОВ, ДОХОДОВ И СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ ЦФО В 2012-2015 ГГ.

Коновалова Алёна Владимировна
студент, институт экономики и менеджмента, ВлГУ,
РФ, г. Владимир
E-mail: 260597alena@mail.ru

Нарышкина Ксения Степановна
студент, институт экономики и менеджмента, ВлГУ,
РФ, г. Владимир
E-mail: narush.ksenya@yandex.ru

Трофимова Галина Алексеевна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ВлГУ,
РФ, г. Владимир

В современной российской экономике инвестиционная деятельность развита недостаточно эффективно. В России, а в частности в некоторых регионах, остро стоит проблема инвестиций. Суть проблемы заключается в повышения объемов и эффективности капитальных вложений, создании более эффективных условий для инвестирования. Стоит заметить, что инвестиции непосредственно связаны с динамикой и объемом сбережений различных экономических субъектов. Проблема выявления связи между величиной сбережений и величиной расходов и доходов до сих пор изучается, в связи с этим анализ этой проблемы весьма актуален.

Рабочая гипотеза состоит в том, что с ростом доходов увеличивается объем сбережений.

Предметом исследования является категория расходов, доходов и сбережений, *объектом* – экономика выбранных регионов Центрального Федерального округа.

Цель исследования состоит в том, чтобы обосновать взаимосвязь сбережений и доходов/расходов.

Задачи исследования:

1. Представить и проанализировать структуру расходов выбранных регионов ЦФО;

2. Выявить и проанализировать взаимосвязь сбережений, доходов и расходов.

Для проведения исследования использовались методы: дедукции, обзора литературных источников, абстрагирования, анализа статистических показателей, обобщения, документального анализа.

На сегодняшний день нет четкого определения понятия «сбережения», существует большое количество подходов к определению данного понятия. Так в методологических положениях к

Национальным счетам России сбережения населения рассматриваются как часть располагаемого дохода, которая не израсходована на конечное потребление товаров и услуг [1, с. 16].

Выделить какое-то единственно правильное определение невозможно и нецелесообразно ввиду сложности и комплексности этой категории. В соответствии с определенными подходами к пониманию экономической сущности сбережений, можно дать три определения сбережениям населения [3, с. 127]:

1. сбережение – разница между доходом и потреблением (традиционный подход);

2. сбережение – отложенное потребление (потребительский подход);

3. сбережение – источник инвестиций (воспроизводственный подход).

Используя данные Федеральной службы статистики [2] были составлены диаграммы, представленные ниже, и проведен анализ взаимосвязи показателей.

На диаграмме «Всего денежных доход» (рис.1) наглядно показано изменение уровня доходов по Владимирской, Ярославской, Ивановской, Тверской и Рязанской областям в диапазоне 2012-2015 гг. Как видно, тенденция к росту доходов присутствует у всех областей, но наиболее явный скачок в росте доходов наблюдается во Владимирской, Ярославской и Тверской областях.

	Всего денежных доходов			
	2012	2013	2014	2015
Владимирская область	246 718	319 734	347 900	399 099
Ивановская область	164 973	227 492	254 714	279 756
Рязанская область	204 101	271 904	300 304	329 217
Тверская область	241 391	304 851	326 379	368 610
Ярославская область	236 545	322 408	364 352	417 683

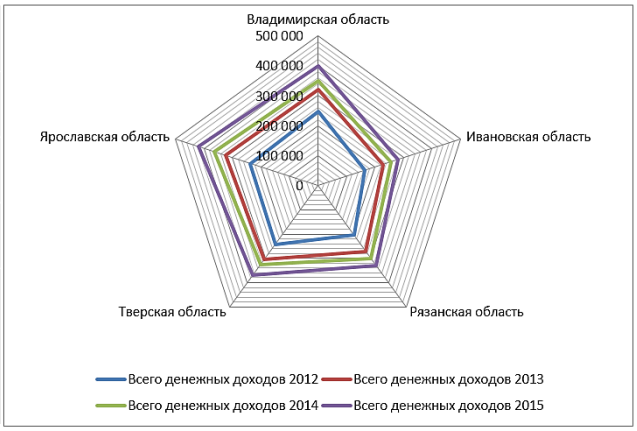


Рисунок 10. Всего денежных доходов в млн. руб.

Что же касается потребительских расходов (рис. 2), то самые высокие потребительские расходы наблюдаются во Владимирской, Тверской и Ярославских областях.

	Потребительские расходы			
	2012	2013	2014	2015
Владимирская область	172 854	234 150	257 587	274 549
Ивановская область	121 793	167 228	188 443	194 104
Рязанская область	148 668	184 449	206 182	217 446
Тверская область	183 952	229 073	255 643	269 268
Ярославская область	172 004	221 936	251 119	266 471

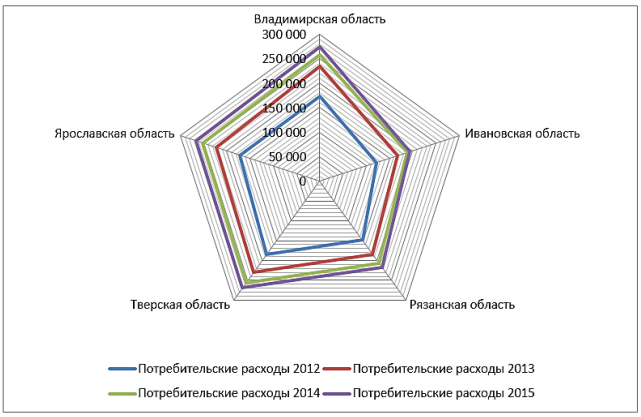


Рисунок 11. Потребительские расходы в млн. руб.

Самые высокие платежи и взносы наблюдаются во Владимирской и Ярославской областях (рис. 3).

	Обязательные платежи и взносы			
	2012	2013	2014	2015
Владимирская область	26 858	37 371	40 889	40 235
Ивановская область	13 990	21 315	23 373	24 143
Рязанская область	19 916	29 542	32 734	33 858
Тверская область	25 251	36 523	39 636	39 421
Ярославская область	26 980	36 565	40 081	40 742

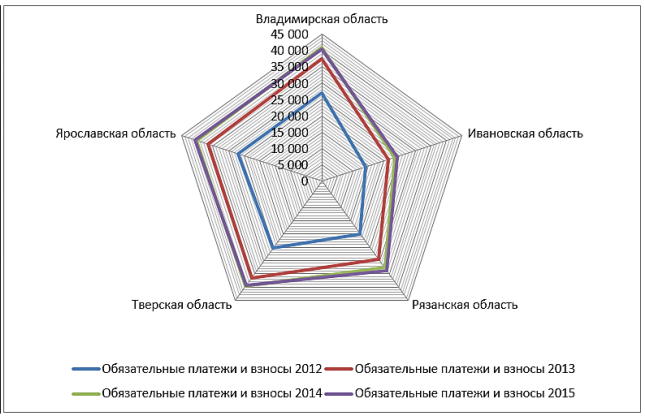


Рисунок 3. Обязательные платежи и взносы в млн. руб.

Самый большой прирост сбережений в 2012 году наблюдался во Владимирской области, в 2013 – в Рязанской и Ярославских областях. Начиная с 2014 года Ярославская область лидирует в позиции сбережений с большим отрывом от других областей (рис.4).

	Прирост (уменьшение) сбережений во вкладах, ценных бумагах и наличных деньгах			
	2012	2013	2014	2015
Владимирская область	28 466	28 690	12 896	32 756
Ивановская область	15 753	26 944	23 374	36 363
Рязанская область	17 400	39 533	30 322	41 576
Тверская область	18 357	26 142	3622	29 521
Ярославская область	14 580	44 775	41 654	75 875

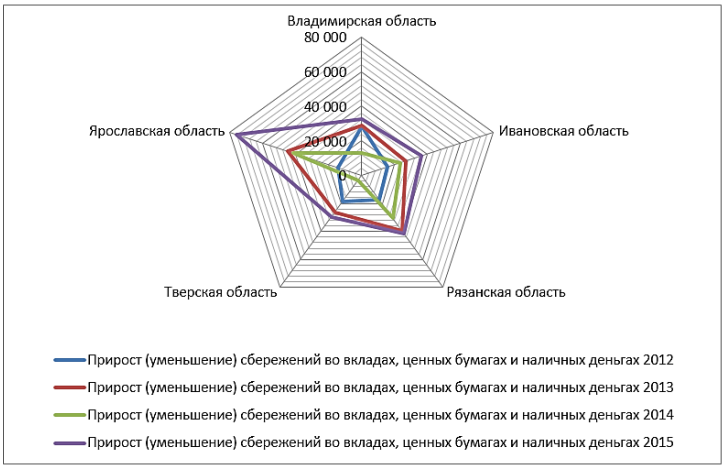


Рисунок 4. Прирост (уменьшение) сбережений во вкладах, ценных бумагах и наличных деньгах в млн. руб.

По приобретению иностранной валюты впереди идут Ярославская и Тверская области. Но в связи с валютным кризисом в России в 2014 году, который характеризовался резким ослаблением российского рубля по отношению к иностранным валютам, наблюдалось резкое повышение приобретения иностранной валюты во всех областях. Наибольший показатель в 2014 году принадлежит Ярославской области (рис.5).

	Приобретение иностранной валюты			
	2012	2013	2014	2015
Владимирская область	6 602	8 328	11 935	7 817
Ивановская область	5 231	6 747	9 189	6 823
Рязанская область	5 376	7 421	10 927	6 951
Тверская область	7 757	9 603	13 491	7 894
Ярославская область	8 282	10 554	15 500	10 188

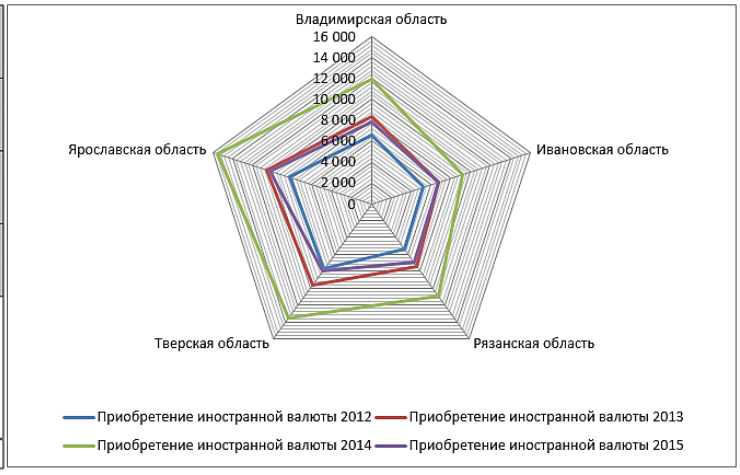


Рисунок 5. Приобретение иностранной валюты в млн. руб.

Что касается изменения задолженностей по кредитам, то в период 2012-2014 гг. наблюдалась тенденция к снижению задолженностей, но, начиная с 2015 года, они вновь начали расти (рис.6).

	(-) Изменение задолженности по кредитам			
	2012	2013	2014	2015
Владимирская область	-14 701	-18 272	-8 679	16 627
Ивановская область	-7 858	-12 923	-9 148	2 547
Рязанская область	-10 032	-15 182	-8 493	4 231
Тверская область	-12 818	-16 722	-9 334	4 453
Ярославская область	-11 023	-16 596	-9 264	5 168

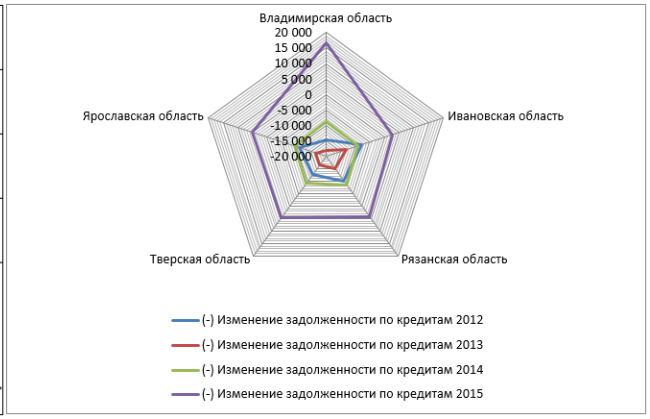


Рисунок 6. Изменение задолженности по кредитам в млн.руб.

Средства на счетах индивидуальных предпринимателей в период 2012-2014 гг. повышались, но начало 2015 года ознаменовалось понижением средств на счетах индивидуальных предпринимателей (рис.7).

	Изменение средств на счетах индивидуальных предпринимателей			
	2012	2013	2014	2015
Владимирская область	22 561	23 835	25 445	21 907
Ивановская область	11 655	12 924	13 043	11 374
Рязанская область	17 984	19 821	19 247	16 839
Тверская область	13 442	15 210	14 782	12 402
Ярославская область	19 466	16 870	15 968	13 589

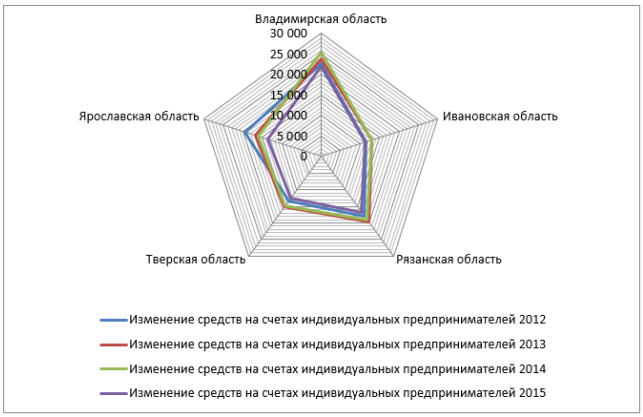


Рисунок 12. Изменение средств на счетах ИП в млн. руб.

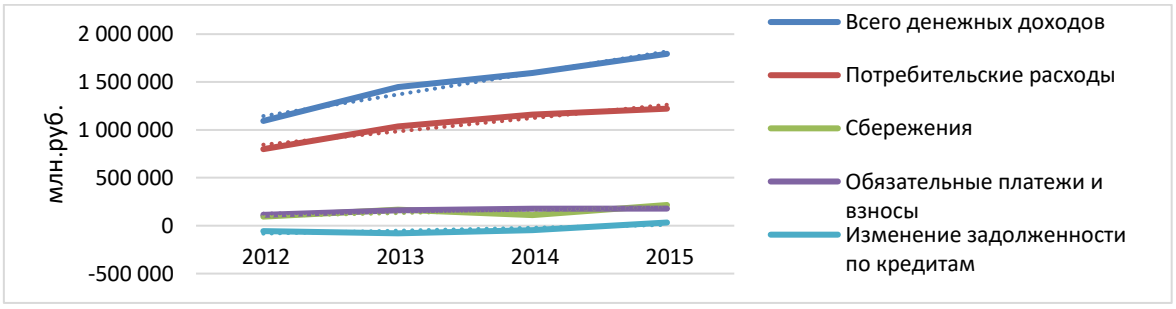


Рисунок 8. Динамика показателей

В ходе анализа взаимосвязи сбережений, доходов и расходов населения были выявлены следующие закономерности:

1. Динамика показателя сбережения населения и расходов находятся в прямой зависимости. Чем больше сбережений у населения, тем выше становятся их потребительские расходы, и наоборот. Динамика доходов, расходов и сбережений показывает, что происходит увеличение доходов и соответственно расходов, при этом уровень сбережений тоже увеличиваются. Самым отстающим регионом по показателю сбережений в 2015 году являлась Тверская область.

2. Рост обязательных платежей и взносов приводит к росту расходов, что в свою очередь сказывается на сбережениях. Рост расходов вынуждает население меньше денег направлять на сбережения. Таким образом, с понижением дохода, вероятность расходования сбережений увеличивается.

3. Валютный кризис в России в 2014 году заставил население областей скупать иностранную валюту, поэтому в 2014 году наблюдается резкое уменьшение сбережений, так по сравнению с 2013 годов в целом по ЦФО, темп прироста составил 176 %, а по рассмотренным областям в целом - 32,6 %. Но благодаря инвестициям в валюту, с начала 2015 года виден значительный скачок в росте сбережений, но резко изменилась ситуация с задолженностью по кредитам (задолженность возросла). Самым проблемным регионом по этому показателю является Владимирская область, а наиболее стабильная ситуация наблюдается в Ивановской области.

4. Количество сбережений также влияет и на изменение средств на счетах индивидуальных предпринимателей. Можно наблюдать закономерность: с ростом сбережений растет доля средств индивидуальных предпринимателей и наоборот.

Список литературы

1. Национальные счета России в 2003-2010 годах: стат. сб. / Росстат. М., 2011. – 333 с.

2. Официальный сайт Федеральной службы статистики. Денежные доходы и расходы населения в 2011-2015 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.gks.ru (Дата обращения: 21.12.2017).
3. Семке Ю.С. Научные подходы к определению понятия «Сбережения населения» // Вестник ЗабГУ— 2012. — № 12. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://cyberleninka.ru/article/n/nauchnye-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya-sberezheniya-naseleniya-1 (Дата обращения: 21.12.2017).

ВЛИЯНИЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИТКИ В РОССИИ

Кочура Роман Эдуардович
студент факультета корпоративной экономики и предпринимательства
Новосибирского государственного университета экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: adventuretime966@gmail.com

Ежов Никита Евгеньевич
студент факультета корпоративной экономики и предпринимательства
Новосибирского государственного университета экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск

Завьялов Клементий Анатольевич
студент факультета корпоративной экономики и предпринимательства
Новосибирского государственного университета экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск

Шестаков Дмитрий Сергеевич
студент факультета корпоративной экономики и предпринимательства
Новосибирского государственного университета экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск

Сарычева Елена Николаевна
научный руководитель, канд. экон. наук,
ст. преподаватель кафедры «Инноваций и предпринимательства»
Новосибирский государственный университет экономики и управления
РФ, г. Новосибирск

В связи с введенными ограничительными экономическими и политическими мерами, введенных против России в последнее время, падением курса рубля, последующей инфляцией, возрастание роли государства в регулировании экономики, а точнее, отдельных её секторов, что приводит к явному увеличению монополизации рынка, наблюдается неблагоприятный экономический климат в нашей стране вызвало необходимость рассмотрения воздействия сложившейся политики импортозамещения на логистические системы.

В настоящее время, глобализация является важнейшим признаком развития мировой экономики. Это выражено в нарастании мировой торговли, вывозе капитала, международной трудовой миграции и формировании новых

инструментов управления международного сотрудничества. Расширение объемов и увеличение частоты международной торговли является одним из направлений глобализации экономики как национальных рынков, так и более мелких, региональных и отраслевых, что в свою очередь дает развитие для глобальных логистических каналов, созданию межгосударственных логистических каналов, крупных международных транспортно-экспедиторских компаний, а также, глобальных телекоммуникационных сетей. В свою очередь, многие страны видят в увеличении импорта и экспорта условия для роста экономики. Сложившиеся научные экономические школы отмечают, что расширение форм международных связей позволяет лучше использовать имеющиеся ресурсы, производственные мощности, каналы сбыта и распределения продукции, полнее использовать мировые достижения науки, улучшать качество жизни населения. Следовательно, все эти факторы оказывают положительное влияние на развитие экономики своей страны.

Импорт товаров и услуг занимает большое место в современной международной торговле. В российской экономике импорт товаров и услуг в период с 2002-2013 гг. вырос в 5,8 раз, особенно очевидно это проявляется в таких отраслях как станкостроение, машиностроение, самолетостроение, фармацевтика. Россия является крупным импортером продуктов питания и сельскохозяйственной продукции (до 65 % потребления), особенно мясо-продуктов, молока, рыбы, овощей, фруктов и ягод.

Импорт различных товаров и услуг эффективен, потому что он позволяет преодолевать дефицитность некоторых рынков, и, следовательно, экономики, ведет к образованию новых типов производства, позволяет использовать мировые достижения науки и техники, организовывает поставку продуктов, которые не могут производиться в стране в силу неблагоприятных климатических условий. Также, импорт обуславливается тем, что в стране не хватает квалифицированных рабочих кадров, соответствующих запасов и сырьевой базы, или вызван специфическим характером той или иной

экономики страны или территории. Особенно часто встает вопрос об импорте в период экономических кризисов или различных рецессий, санкций.

По оценкам экономистов, наша страна имеет сравнительно большой объем импорта и роста его темпов. Особенно проявляется темп роста импортной продукции в областях сельскохозяйственного и продовольственного экономического производства, сельскохозяйственной техники, инновационных технологий, продукции машиностроения, станкостроения, автомобилестроения, самолетостроении, продукции военно-промышленного комплекса, медицинских препаратов [1, с. 32-41].

Также, следует уточнить, что немалая часть продукции производится иностранными фирмами на российской территории и в импорт не попадает. Все это означает, что в стране образовался особый тип экономики – экономика с большим потенциалом импортозамещения.

Но преувеличенное использование импорта в экономике может вызвать усиление зависимости национальной экономики от внешнеэкономических связей, привести к заторможенному развитию научно-технической базы, снижению экономического потенциала страны.

На современном этапе развития, одной из неотъемлемых частей российской экономической системы является логистика. Логистика осуществляет особенную роль в импортозамещении, так как эти процессы достаточно взаимозависимы: решение задач логистики помогает снизить цену на товар, стимулировать импортозамещение, когда как импортозамещение само по себе создает условия для развития логистики в целом, т. е. влияние проявляется практически во всех ее областях. Как утверждают эксперты, в том числе Сарычева Е.Н., процесс импортозамещения оказывает положительное влияние на развитие логистики в стране.

Проблемы с экономической нестабильностью в стране, как утверждалось ранее, стимулируют увеличение количества логистических процессов, например в логистике складов и обслуживающей логистике, которые считаются основной частью процесса распределения готовой продукции, поставщики

товаров, в какой-то степени, не могут существовать без взятия в аренду складских мощностей; основные участники данного рынка не могут существовать без отказа от организации собственного складского хозяйства в пользу передачи на аутсорсинг современным логистическим распределительным центрам функций по приемке-отпуску и хранению своей продукции, т. е. количество логистических процессов может увеличиваться за счет деления на более мелкие процессы, а, следовательно, будет и увеличиваться объем капитала занятого в этом процессе, что дает предпосылки к совершенствованию систем логистики.

Но на данном этапе в логистике существует проблемы для логистического развития – отставание инфраструктуры и транспорта, низкий уровень развития технологической, производственно-технической баз, недооценка структуры обращения, которые необходимо решать, с целью усиления экономики в целом.

Следует отметить, что в России ранее осуществлялась политика импортозамещения, но она не имела такового успеха, поскольку это не привело к структурным изменениям в экономике и не ослабило зависимость от цен на углеводородные ресурсы, в то время, как отмечают эксперты, это положительно повлияло на развитие логистики, т. к. отечественное производство в то время росло за счет экспорта ресурсов и фирм, направленных на внутренний рынок – осуществляющих стратегию импортозамещения. Обрабатывающая промышленность развивалась в основном за счет восстановительного роста, особенно в 1999-2000 гг., которое обеспечивала замена импортной продукции – отечественной. По оценке экспертов, это благоприятствовало росту ВВП в то время (почти 25 %), восстановлению промышленного производства и развитию материального оснащения для логистики.

Но сегодня в основу политики импортозамещения России положены не задачи полной замены импортных товаров российскими аналогами, так как импортозамещение в полной степени его проявления неэффективно с экономической точки зрения, а создание условий для диверсификации отечественного производства и экспорта, выхода на мировой рынок,

обладающий гораздо более высоким потенциалом для роста отечественных компаний, с конкурентоспособной продукцией российского производства, соответственно улучшая качество логистики в стране в целом.

Список литературы:

1. Сарычева Е.Н., Максимов С.А., Маркетинговые и логистические методы как основа проектов производства и продвижения СТМ в кризис. // Новое слово в науке и практике// Сборник статей по материалам IV международной научно-практической конференции. 2017.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ РАБОТЫ ПАО «ОРЕНБУРГНЕФТЬ» И ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-ОРЕНБУРГ»

Кушнирук Анастасия Олеговна
студент, кафедра Финансы и кредит, БГТИ (филиал) ОГУ
РФ, г. Бузулук
E-mail: Kushniruk1997@yandex.ru

Верколаб Алла Александровна
научный руководитель,
заведующий кафедрой Финансы и кредит, БГТИ (филиал) ОГУ
РФ, г. Бузулук

В настоящее время в России происходит рост количества предприятий различных форм собственности и характера деятельности, а также усложнение и рост хозяйственных связей, что ведет к значительному росту объема финансовой работы, и перед корпорациями появилась задача обеспечения финансовыми ресурсами текущей деятельности предприятия [4, с. 9].

Каждое предприятие формирует собственное самостоятельное структурное подразделение, отвечающее за успешное управление финансовой деятельностью. Признаками успешного управления финансовой деятельностью можно назвать целую систему целей: выживание предприятия в условиях конкурентной борьбы; избежание банкротства и крупных финансовых неудач; рост производства и реализации; максимизация прибыли; минимизация расходов; обеспечение рентабельной деятельности и т. д. [3, с. 7].

Далее рассмотрим финансовую работу и ее эффективность, а также сравним показатели на таких предприятиях, как: ПАО «Оренбургнефть» и ООО «Газпромнефть-Оренбург».

Публичное акционерное общество «Оренбургнефть» - одно из старейших, динамично развивающихся нефтедобывающих предприятий в Приволжском Федеральном округе Российской Федерации. Основными видами деятельности для целей бухгалтерского учета Общества являлись: добыча, сбор, транспортировка, и реализация углеводородного сырья и продуктов его переработки; передача электрической энергии; торгово-закупочная деятельность и многие другие виды деятельности.

«Газпромнефть-Оренбург» - дочернее добывающее общество «Газпром нефти». Основными видами деятельности общества является: осуществление технического обслуживания газопроводов; осуществление оптовой и розничной торговли; осуществление коммерческой деятельности и другие.

На основании данных бухгалтерских балансов и отчетах о финансовых результатов ПАО «Оренбургнефть» и ООО «Газпромнефть-Оренбург» нами были рассчитаны финансовые показатели, которые представлены в таблице 1 [1, 2].

Таблица 1.

Динамика финансовых показателей ПАО «Оренбургнефть» и ООО «Газпромнефть-Оренбург» 2014-2016 гг.

Предприятие	ООО "Газпромнефть-Оренбург"			ПАО "Оренбургнефть"		
Год	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Рентабельность продукции	1,88	50,92	-32,24	105,25	104,84	80,62
Рентабельность основных средств	0,06	3,29	-1,27	74,82	71,28	42,26
Рентабельность активов	0,38	19,41	-9,14	29,36	22,21	11,69
Рентабельность затрат	0,65	5,04	-3,67	2,04	1,34	1,13
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	0,88	3,12	3,92	4,19	9,41	7,64

Рентабельность продукции показывает сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. По данным таблицы видно, что в 2014 году и в 2015 году ООО "Газпромнефть-Оренбург" извлекало прибыль от реализации своих товаров и услуг, но в 2016 году организация производства продукции «уходила» в минус. По данным ПАО "Оренбургнефть" можно сделать вывод, что на протяжении анализируемого периода деятельность предприятия оценивалась как эффективная, приносящая хорошую прибыль в соотношении и затраченными средствами.

Фирма, которая показывает наибольшую рентабельность основных и оборотных средств, имеет больше шансов на привлечение стороннего финансирования, поэтому можно сказать что рентабельность является важным фактором коммуникации между предприятием и инвесторами. Исходя из данных графика можно сделать вывод, что для ООО "Газпромнефть-Оренбург" самым привлекательным годом для инвесторов в рассматриваемом периоде оказался 2014 год, в котором данный коэффициент составил 3,29 %.

Наименьший размер данный показатель принял в 2016 году и даже оказался отрицательным, и составил -1,27 %. Для ПАО "Оренбургнефть" самым привлекательным годом для инвесторов оказался также 2014 год, в котором данный коэффициент составил 74,8 %. Наименьший размер данный показатель принял в 2016 году и составил 42,3 %. При сравнении рентабельности основных средств данных предприятий можно сделать вывод, что инвестор, выбирая предприятие, сделал бы выбор в пользу ПАО «Оренбургнефть». Не смотря на то, что показатель и снижается в динамике, он в десятки раз выше, чем у второго предприятия.

Рентабельность активов характеризует степень эффективности использования имущества организации, профессиональную квалификацию менеджмента предприятия. Значение данного показателя у ООО "Газпромнефть-Оренбург" в рассматриваемом периоде снижается в динамике. Значение рентабельности активов ПАО "Оренбургнефть" в анализируемом периоде так же снижается. Исходя из этого можно сделать вывод, что в 2014 и 2016 годах имущество организации было использовано неэффективно.

Динамика коэффициента рентабельности затрат может свидетельствовать о необходимости пересмотра цен или усилении контроля за себестоимостью продукции. По данным графика можно сказать, что у ООО "Газпромнефть-Оренбург" значение данного показателя снижается в динамике, так же как и у ПАО "Оренбургнефть". Следовательно, можно сказать, что увеличивалась себестоимость продукции, но прибыль не увеличивалась, то есть затраченные на производство средства не окупались, но с каждым годом в меньшей степени.

Коэффициент оборачиваемости показывает сколько раз за определенный промежуток времени тот или иной вид оборотных активов совершает полный оборот. По данным таблицы видно, что в 2016 году у ООО "Газпромнефт-Оренбург" данный показатель составил 3,9 %, следовательно, можно сказать что за этот год предприятие получило выручку, втрое большую стоимости своих активов, другими словами активы за год обернулись почти 4 раза. В 2015 году активы совершили 3 оборота, а в 2014 году размер расходов

превысил количество доходов, что является негативным последствием деятельности. У ПАО "Оренбургнефть" в 2014 году данный показатель составил 4,1 %, следовательно, можно сказать что за этот год предприятие получило выручку, вчетверо большую стоимости своих активов, другими словами активы за год обернулись 4 раза. В 2015 году предприятие получило в 9 раз больше стоимости своих активов. В 2016 году коэффициент оборачиваемости составил 7,6 %, что меньше чем в 2015 году, но в целом значение коэффициента показывает положительный эффект деятельности организации.

Проведя анализ ряда финансово-экономических показателей рентабельности и коэффициента оборачиваемости мы можем выделить следующие направления совершенствования финансовой работы на предприятии для каждой организации.

Для ПАО "Оренбургнефть" исходя из полученных результатов можно выделить следующие направления совершенствования: снижение постоянных расходов; увеличение скорости роста объемов продаж; повышение качественных характеристик выпускаемой продукции; сокращение продолжительности производственных процессов; уменьшение материалоемкости и энергоемкости производственных процессов.

Рассмотрим возможные направления совершенствования финансовой работы для ООО «Газпромнефть-Оренбург: снижение постоянных расходов; уменьшение количества убытков; уменьшение количества затрат.

Выделив индивидуальные направления по результатам анализа, мы хотим подвести итог и предложить общие важнейшие направления совершенствования как для ООО «Газпромнефть-Оренбург», ПАО «Оренбургнефть», так и для других предприятий: системный и постоянный финансовый анализ деятельности; организация оборотных средств в соответствии с существующими требованиями с целью оптимизации финансового состояния; оптимизация затрат предприятия; разработка и реализация стратегической и финансовой политики предприятия.

Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод, что оба предприятия недостаточно эффективно ведут производственную деятельность, что значительно сказывается на финансовом состоянии предприятий.

Значение большинства рассчитанных показателей уменьшается, что является признаком неэффективной финансовой политики. Некоторые показатели ООО "Газпромнефть-Оренбург" в 2016 году показали отрицательное значение.

Таким образом, содержание финансовой работы не является чем-то постоянным, оно постоянно изменяется. Отдельные устаревшие виды финансовой работы уходят из ее состава. Другие, наиболее передовые, востребованные временем, наоборот вводятся в ее состав. Можно сделать вывод, что организация грамотной финансовой работы и создание оптимальной организационной структуры финансовой службы на предприятии в период развивающейся экономики является основным фактором для устойчивого функционирования и дальнейшего развития предприятия.

Список литературы:

1. Бухгалтерская отчетность ООО «Газпромнефть-Оренбург» – URL: http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=9608&type=3 (Дата обращения: 28.12.2017).
2. Бухгалтерская отчетность: ПАО «Оренбургнефть» ///Оренбург. URL: http://www.e-disclos ure.ru/portal/files.aspx?id=929&type=3 (Дата обращения: 28.12.2017).
3. Круталевич М.Г. Формирование управленческих решений на муниципальном уровне управления: учеб.-метод. пособие— Оренбург: ОГУ, 2015 .— 159 с.
4. Яковлева И.В. Организация финансовой работы на предприятии: учебное пособие— Оренбург: ОГУ, 2016. — 146 с.

НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ И НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ

Лаврик Александра Максимовна
студент, Институт Экономики и Управления КемГУ,
РФ, г. Кемерово
E-mail: alexandra.lavrik@yandex.ru

Корчагина Ирина Васильевна
научный руководитель,
доц. кафедры Экономической теории и государственного управления КемГУ,
РФ, г. Кемерово

Для того, чтобы государство могло в полной мере исполнять свои обязанности перед населением, — признание, соблюдение и защита прав и свобод гражданина, — оно должно быть по максимуму готово к своей роли, а также к тому, что на пути выполнения своего долга перед гражданами могут возникнуть неприятные обстоятельства, мешающие сему процессу. Повышение уровня жизни в стране, создание комфортных для проживания условий и инфраструктуры требует денежных средств, причем не малых, источником которых являются юридические и физические лица. Пополняется государственная казна в основном путем взимания налогов на безвозмездной и обязательной принудительной основе с каждого налогоплательщика, но не все их них в полной мере исполняют законодательные акты о налогах, в частности о том, что каждое лицо обязано уплачивать законно установленные налоги и сборы. Некоторые налогоплательщики обходят стороной данный закон, уклоняясь от уплаты налогов путем занижения своей налоговой базы или просто сокрытия ее, что в свою очередь является крупным налоговым правонарушением. Жизнедеятельность государства во многом зависит от налоговых поступлений, именно поэтому так важно, чтобы каждый налогоплательщик осознавал необходимость налоговых выплат. Однако надеяться на добропорядочное исполнение этой обязанности не приходится, поэтому налоговый контроль является важнейшим инструментом обеспечения налогообложения в полном объеме.

Налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов, плательщиками страховых взносов законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном настоящим Кодексом – так в Налоговом Кодексе определяется понятие налогового контроля. Налоговый контроль осуществляется уполномоченными на то должностными лицами налоговых органов в пределах их компетенции посредством налогового администрирования через налоговые проверки, получения объяснений налогоплательщиков, анализа данных учета и отчетности, а также в других формах, предусмотренных Налоговым Кодексом. Необходимым, а также наиболее эффективным инструментом осуществления налогового контроля является налоговая проверка. Ее суть заключается в сопоставлении отчетных данных налогоплательщиков с фактическим состоянием его финансово-хозяйственной деятельности. Основной целью налоговой проверки является противодействие уходу от налогов налогоплательщиками и обеспечение постоянного поступления дохода в бюджет. Кроме того, ее задачей стоит не только пресечение уже существующих правонарушений и наказания за них, но и предупреждение налоговых преступлений. Это одна из самых важных частей налогового контроля в Российской Федерации, поскольку путем поступления налогов в бюджет формируется финансовая основа института государства.

Но при всей видимой благополучной исполнимости налоговая система имеет ряд недостатков и противоречий. Виной тому могут быть очень частые изменения в налоговом законодательстве, многочисленные правки в котором противоречат друг другу. Как отмечают О.В. Врублевская и М.В. Романовский, «принятие каждого налогового закона в Государственной Думе сопровождается серьезной закулисной борьбой и лоббированием интересов отдельных отраслевых комплексов и социальных групп». К примеру, глава 21 НК РФ не предусматривает в качестве налогоплательщика по НДС органы местного самоуправления при реализации муниципального имущества. Так, согласно статье 161 НК РФ, при реализации государственного имущества, составляющего

казну РФ, а также муниципального имущества, составляющего муниципальную казну, налоговая база определяется отдельно при каждой операции по реализации указанного имущества; в этом случае налог уплачивают налоговые агенты. Налоговыми агентами признаются покупатели (получатели) указанного имущества за исключением физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями; указанные лица обязаны исчислить расчетным методом, удержать из выплаченных доходов и уплатить в бюджет соответствующую сумму налогов. При реализации имущества физическим лицам, не имеющим статус индивидуального предпринимателя, отсутствует налогоплательщик и налоговый агент. Обязанности по уплате налогов отсутствует и у органа местного самоуправления, и у физического лица, однако обязанность уплатить налоги на кого-то должна быть возложена. Налоговые органы своими решениями доначисляют НДС органам местного самоуправления в отношении операций по реализации муниципального имущества физическим лицам, что по мнению муниципальных органов не отвечает предписанным законом требованиям. Такие споры нередко приводят стороны в суд.

Подобные ситуации служат примером тому, к каким последствиям приводит несогласованность некоторых статей – из-за несовершенства законодательной базы налогоплательщики несут убытки. Это ведет к низкой эффективности всей налоговой системы и понижению доверия к ней налогоплательщиками. Неясная формулировка налоговых норм ведет к их неоднозначной оценке налогоплательщиками, что в свою очередь влечет уклонение от уплаты обязательных платежей. Парадокс – стремление совершенствовать налоговое законодательство с целью увеличения государственного бюджета приводит к конфликтной ситуации между положениями кодекса и непониманию их налогоплательщиками, что и не дает налоговой системе полноценно функционировать, создавая столкновения интересов из-за своей противоречивости, и действовать как отточенный механизм. Как следствие, в бюджетную систему страны не поступает значительное количество денежных средств, что ограничивает финансирование

многих государственных программ и, в свою очередь, побуждает налогоплательщиков к недовольству и стремлению к уклонению от исполнения налоговых обязательств. В целях избегания возникающих противоречий необходимо формирование эффективной налоговой системы, сочетающей интересы всех хозяйствующих субъектов, а не ее отдельных частей. Недостаточная налоговая грамотность налогоплательщика в вопросах «какие налоги я должен платить», «кому я должен платить налоги» и «почему я должен платить налоги» значительно затрудняет осуществление налогового контроля в Российской Федерации и, как следствие, само налоговое администрирование. В этом и есть, на мой взгляд, самая главная проблема налоговой системы – ее недостаточно твердая и ясная правовая основа, создающая проблемы в осуществлении налогового администрирования и затрудняющая реализацию налогового контроля.

Список литературы:

1. Белоусова Е.С., Ёлкина С.С. Проблемы налогового администрирования на современном этапе и пути их решения // Налоги и налогообложение. – 2011. - III Общероссийская студенческая электронная научная конференция "СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ 2011".
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая [Электронный ресурс]: от 31.07.1998 № 146-ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (Дата обращения: 04.12.17).
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая [Электронный ресурс]: от 5.08.2000 № 117- ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (Дата обращения: 08.12.17).

СИНГАПУРСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЧУДО

Ларионов Артём Валерьевич
студент факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: larionovtema@yandex.ru

Зачастую люди гордо отзываются о своей стране как о государстве с большим потенциалом и перспективами. Однако в 1959 году первый премьер-министр Сингапура – Ли Куан Ю - не смог бы даже назвать положение Сингапура стагнирующим. Все неуклонно катилось вниз, и многие уже ставили крест на этом мизерном кусочке суши. Сингапур импортировал даже пресную воду.

Едва отделившись от Великобритании, страна начинает «приятельские» отношения с Малайзией в надежде на помощь в преодолении кризиса и еще многих других проблем. И уже на этом этапе становится ясно, что точка зрения Ли Куан Ю сильно отличается от других политиков. В то время как все ратуют за демократию, он урезает свободы. Он начинает усиленно контролировать эмиграцию людей, чтобы оставить лучшие умы в стране. Других же это не особо заботило. Так, в начале 70-х премьер-министр Малайзии говорил: «Это не «утечка умов», а утечка проблем». С Ли Куан Ю Сингапур стал предметом вечных споров: является ли этот путь развития правильным? Или такие быстрые успехи стали скорее исключением, чем закономерностью?

Стоит заметить, что Ли Куан Ю был очень прагматичным человеком и уж точно не полагался на удачу. Он знал, что если не начать действовать, все выйдет из-под контроля. Одной из главных проблем Сингапура в конце 50-х годов была коррупция. Нужны были жестокие меры. И они последовали: «С самого первого дня нашего нахождения у власти в июне 1959 года мы добились того, что каждый доллар, поступавший в бюджет, был надлежащим образом учтен и доходил до своих получателей до единого цента, не прилипая по пути к чьим-либо рукам». Также для того чтобы «отбить» желание чиновников класть на карман, зарплаты были увеличены.

На сегодняшний день Сингапур входит в десятку наименее коррумпированных стран мира. В дальнейшем такая политика позволила увеличить темпы развития экономики, последовали многие другие преобразования, которые и превратили Сингапур в страну с ВВП $ 62 000 (5 место в мире).

Основной экономической задачей для Сингапура было активное привлечение инвесторов, потому что само государство было не в состоянии «прокормить» себя. Сингапур использовал гибкую налоговую политику, а также всячески содействовал иностранным инвестиционным компаниям. В результате в 1965-1970 годах общая сумма инвестиций составила 3 млрд. долларов (нынешний курс). Иностранные компании создали нужное подспорье для развития экономики. Сингапур стал центром переработки нефти, несмотря на ее отсутствие в государстве, а также лидером по судостроительству и производству электроники. Эти перемены показали жителям страны и всему миру, что государство имеет все шансы вырваться вперед. И до сих пор многие государства продолжают свои инвестиции в Сингапур. В 2013 году сумма прямых иностранных инвестиций (ПИИ) Сингапура составила 64 млрд. доллара.

В период глобальной перестройки экономики встал вопрос о культуре населения. Имели место постоянные межнациональные распри, сами же люди загрязняли улицы и не отличались воспитанностью и образованностью. Но как мы знаем на собственном опыте, введение новых законов часто останавливается только на их записи в документе. Для результативности политики нужен контроль. И Ли Куан Ю стал контролировать, причем многие до сих пор спорят о надобности такого ожесточенного контроля. В первую очередь были введены существенные штрафы: например, штраф за брошенный окурок доходил до $ 1000, если нарушение повторялось, он возрастал до $2000 и так далее. Помимо высоких штрафов, стал осуществляться контроль над СМИ. Премьер-министр говорил о том, что СМИ не должны оказывать влияния на правительство, поскольку такое вмешательство препятствует ведению политики. Контроль

осуществлялся над социальной сферой жизни граждан: была введена обязательная воинская повинность, жестко пресекалась оппозиция, не редкостью были решения судов о смертной казни, в судебной практике стали применяться телесные наказания и т. д. Такой контроль был осужден со стороны многих правителей и приверженцев демократии.

Несмотря на всю критику, результаты этих радикальных мер были более чем удовлетворительными. Сейчас Сингапур имеет демократические отношения не только с близлежащими государствами, но и со многими развитыми странами, в их числе Германия, Франция, Япония. Как уже говорилось, Сингапур занимает 5 место в мире по ВВП на душу населения. Также страна занимает ведущие места в рейтингах экономической свободы. Население же Сингапура заметно «выросло». Люди перестали мусорить, лепить жевательные резинки абсолютно везде, а в государстве официальными стали 4 языка: путунхуа, тамильский, малайский и английский. Тогда же вышел закон, освобождающий образованных девушек от налога на детей. Высшее образование стало выходить на новый уровень, люди хотели заканчивать университеты.

Также, было предпринято много мер по улучшению жилищных условий жителей. Была создана программа, которая обеспечивала возможность использования пенсионных счетов с целью покупки жилья. Кроме того, государство начало строительство новых домов, в которые в дальнейшем удалось переселить большую часть населения, жившую в трущобах. Вопрос о безработице был решен путем создания лояльных условий для частного бизнеса и привлечения инвесторов (увеличилось число рабочих мест). Возросла общая образованность населения, а меритократия стала основным принципом Сингапура. И ситуация продолжает улучшаться даже после ухода из жизни великого правителя.

В России же еще со времен Петра I проблема коррупции является наиболее существенной. И если раньше чиновничий аппарат активно брал взятки из-за нехватки средств на существование, то теперь все изменилось. Зарплаты государственных служащих возросли, однако традиция класть на карман

осталась. Сейчас Россия - одна из самых коррумпированных стран мира, о чем говорит ее индекс восприятия коррупции. Несмотря на то, что в Уголовный кодекс были давно введены статьи, предусматривающие штрафы за коррупцию, взяточничество только растет. Это объясняется неисполнением законов и слабым контролем власти. В частности, в 2015 году президент России утвердил поправки в Уголовный кодекс, понижающие минимальные штрафы за коррупцию. В нынешнее время ситуация становится только хуже из-за бесконтрольных действий государственных служащих. Образование в стране и вовсе стоит на месте, что замечают даже сами преподаватели. МГУ занимает 114 место в рейтинге лучших в мире вузов, МГТУ им. Баумана - 322 место (QS World University Rankings 2014/2015).

А в 2014 году министр образования в России заявил о том, что, несмотря на все вложения государства в образование, оно по-прежнему остается на низком уровне. Сам же министр подозревался в причастности к коррупционной деятельности, когда был ректором, что говорит о многом. Образованию в России уделяется крайне мало внимания. И если Ли Куан Ю говорил о том, что хочет видеть свой народ думающим, а не просто выкрикивающим лозунги, то в России система делает упор на контроль пассивных масс.

В результате такой деятельности происходит не только деградация населения (например, высшее образование имеют только 23 % людей), но и утечка умов. Лучшие ученые страны покидают ее из-за того, что государство не может предоставить нужной поддержки развития науки.

Так, всемирно известный математик Григорий Перельман (доказавший теорию Пуанкаре) был вынужден уехать из России в связи с тем, что ему не хватало денег на жизнь. С проблемой нехватки денег сталкиваются не только ученые, но и работники образовательных и медицинских учреждений. Молодые специалисты не идут работать в сферу образования как раз из-за предельно низких зарплат.

Население страны беспокоит также проблема доступности жилья. Часто дома, являющиеся аварийными, подолгу стоят и не сносятся, потому что людей

не переселяют. Люди живут в зданиях, подлежащих сносу, при этом ситуация доводится до критической точки. Дома рушатся, а жители в лучшем случае остаются ни с чем. При этом никакой активной политики по переселению людей не ведется.

Люди в России имеют мало ограничений в своем поведении из-за невысоких штрафов. Это можно было бы трактовать как положительную черту политики, но только если бы население обладало достаточной моральной образованностью. Опыт показывает, что людей в большинстве случаев могут сдержать только высокие штрафы. Вопрос «Почему такая политика не применяется?» висит в воздухе.

Несмотря на огромный потенциал. Россия находится в состоянии упадка, и абсолютный практицизм Ли Куан Ю является как никогда нужным сейчас. Нам нужно также и его умение извлекать уроки из истории других стран: например, он тщательно избегал уравнивания в обществе, придерживаясь меритократии, поскольку видел, что леволиберальные реформы только вредили политике Великобритании. А еще нам нужно простое стремление что-то изменить, которого не хватает больше всего.

Список литературы:

1. Сингапурское чудо: Ли Куан Ю / [пер. с англ. В.Н. Верченко]. — Москва: Издательство АСТ, 2016. — 288 с.
2. Tom Plate Conversation with Lee Kuan Yew: Citizen Singapore: How to Build a Nation/ Marshall Cavendish International (Asia) Private Limited, 2015. – 247 с.
3. Lee Kuan Yew. The Singapore Story: 1965 - 2000. From third world to first. HarperCollins Publishers, N.Y., USA, 2000. — 752 с.
4. QS World University Rankings 2018® [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.topuniversities.com/ (Дата обращения 10.01.2018 г.).
5. Государство – это он: как Ли Куан Ю создал процветающий Сингапур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/ins/politics/ 23/03/2015/550ff3569a79473e26caaee0 (Дата обращения 12.01.2018 г.).

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Лукина Анастасия Игоревна
магистрант, экономический факультет ВГУ,
РФ, г. Воронеж
E-mail: fcz99@rambler.ru

Ключищева Валентина Григорьевна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ВГУ,
РФ, г. Воронеж

Налоговые поступления являются главным источником доходов любого современного государства, так как они позволяют обеспечивать обороноспособность страны, выплату заработной платы работникам бюджетной сферы, финансирование государственных программ, поддерживать правопорядок, а также способствует постоянному социальному и экономическому росту страны.

На данном этапе развития Российской Федерации разработка и создание налоговой системы, удовлетворяющей всем требованиям, является первоочередной задачей. Важную роль в формировании налоговой системы играет анализ налоговых поступлений, так как конечный результат позволяет, провести оценку поступлений, изучить их динамику и структуру, что в свою очередь способствует выявлению взаимосвязи между направлениями налоговой политики и поступлениями налогов и сборов в бюджет.

Анализ налоговых поступлений в бюджетную систему можно охарактеризовать как подсистему налогового администрирования, представляющую собой относительно самостоятельную функцию налоговых органов по изучению и оценке объемов, динамики и структуры налоговых поступлений в бюджет и государственные внебюджетные фонды во взаимосвязи с оценкой состояния и развития социально-экономического положения страны, территорий, крупнейших и бюджетообразующих налогоплательщиков под воздействием происходящих изменений в налоговой политике, законодательстве о налогах и сборах, мотивации поведения налогоплательщиков.

Проведем вертикальный и горизонтальный анализ поступления налоговых доходов в бюджет РФ в 2012–2016 гг. Расчеты сведем в аналитические таблицы 1 и 2.

Таблица 1.

Динамика поступлений налоговых доходов в консолидированный бюджет России в 2012-2014 гг. (млрд. р.)

	2012 год	**2013 год**	**Изме-нение за год (+, -)**	**Темп дина-мики, %**	**2014 год**	**Изме-нение за год (+, -)**	**Темп дина-мики, %**
Всего поступило в консолидированный бюджет РФ	10959,3	11327,2	367,9	103,4	12670,2	1343	111,9
Налог на прибыль организаций	2355,4	2071,7	-283,7	88,0	2372,8	301,1	114,5
Налог на доходы физических лиц	2260,3	2497,8	237,5	110,5	2688,7	190,9	107,6
Налог на добавленную стоимость: на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	1886,1	1868,2	-17,9	99,1	2181,4	313,2	116,8
Акцизы	783,6	952,5	168,9	121,6	999,0	46,5	104,9
Имущественные налоги,	785,3	900,5	115,2	114,7	955,1	54,6	106,1
из них:							
налог на имущество физических лиц;	17,6	22,3	4,7	126,7	27,1	4,8	121,7
налог на имущество организаций	536,3	615,1	78,8	114,7	634,6	19,5	103,2
Транспортный налог:	90,2	106,1	15,9	117,6	117,5	11,4	110,8
транспортный налог с организаций;	22,9	24,8	1,9	108,3	27,2	2,4	109,8
транспортный налог с физических лиц	67,3	81,3	14,0	120,8	90,3	9,0	111,1
Земельный налог	141,0	156,6	15,6	111,1	175,3	18,7	111,9
Налог на добычу полезных ископаемых, из него:	2459,4	2575,8	116,4	104,7	2904,2	328,4	112,7
нефть;	2132,6	2190,2	57,6	102,7	2463,6	273,4	112,5
газа горючего природного из всех видов месторождений углеводородного сырья;	257,4	311,7	54,3	121,1	357,2	45,5	114,6
газового конденсата из всех видов месторождений углеводородного сырья	9,8	12,6	2,8	128,6	16,0	3,4	127,1
Утилизационный сбор		0,0	0,0	-	58,8	58,8	-

Таблица 2.

Динамика поступлений налоговых доходов в консолидированный бюджет России в 2015-2016 гг. (млрд. р.)

	2015 год	Изменение за год (+, -)	Темп динамики, %	2016 год	Изменение за год (+, -)	Темп динамики, %
Всего поступило в консолидированный бюджет РФ	13 788,3	1 118,1	108,8	14 482,9	694,6	105,0
Налог на прибыль организаций	2 598,8	226,0	109,5	2 770,2	171,4	106,6
Налог на доходы физических лиц	2 806,5	117,8	104,4	3 017,3	210,8	107,5
Налог на добавленную стоимость: на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	2 448,3	266,9	112,2	2 657,4	209,1	108,5
Акцизы	1 014,4	15,4	101,5	1 293,9	279,5	127,6
Имущественные налоги, из них:	1 068,4	113,4	111,9	1 116,9	48,5	104,5
налог на имущество физических лиц;	30,3	3,2	111,6	36,1	5,8	119,2
налог на имущество организаций	712,4	77,8	112,3	764,5	52,1	107,3
Транспортный налог, из него:	140,0	22,4	119,1	139,1	-0,9	99,4
транспортный налог с организаций;	30,2	3,0	110,9	29,9	-0,3	99,0
транспортный налог с физических лиц	109,8	19,5	121,6	109,2	-0,6	99,5
Земельный налог	185,1	9,8	105,6	176,4	-8,7	95,3
Налог на добычу полезных ископаемых, из него:	3 226,8	322,6	111,1	2 929,4	-297,4	90,8
нефть;	2 703,5	240,0	109,7	2 342,1	-361,4	86,6
газа горючего природного из всех видов месторождений углеводородного сырья;	346,5	-10,8	97,0	368,2	21,7	106,3
газового конденсата из всех видов месторождений углеводородного сырья	80,5	64,4	502,6	119,7	39,2	148,8
Утилизационный сбор	62,1	3,3	105,5	89,8	27,7	144,6

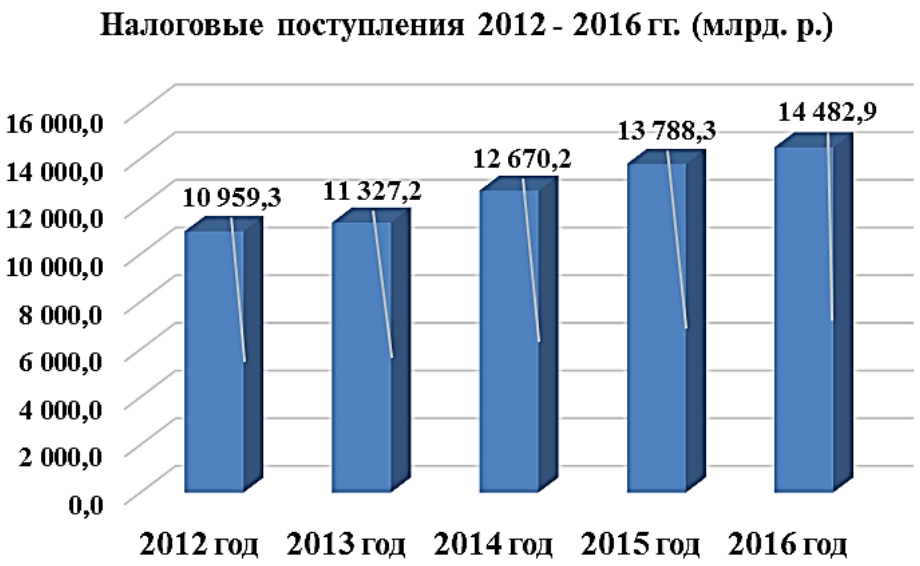
Из аналитических таблиц 1 и 2 видно, что налоговые поступления имеют тенденцию роста. Наибольшее увеличение произошло в 2014 году, которое составило 11,9 % по сравнению с предыдущим 2013 годом, за счет значительного увеличения поступления налога на прибыль организации (14,5 %), налога на имущество физических лиц, составившее 21,7 %, и налога на добавленную стоимость (16,8 %). В последующие годы темп динамики был положительным, но в процентном соотношении меньшим, чем в 2014 году. В целом за анализируемые 5 лет, налоговые поступления в бюджет РФ возросли на 32,15 %, что в денежном эквиваленте составило 694,6 млрд. руб.

Отрицательная динамика налоговых поступлений наблюдается в 2013 и 2016 годах. В 2013 году произошло резкое сокращение поступлений в бюджет по налогу на прибыль организаций на 12 %, что составило 283,7 млрд. руб. и по НДС на 8,9 % (17,9 млрд. руб.). В 2016 году заметно сокращаются поступления налога на добычу полезных ископаемых на 9,2 %, при этом снижается поступления от добычи нефти, но растут на 48,8 % поступления от добычи газового конденсата. Также незначительные изменения произошли по поступлениям от транспортного и имущественного налогов. Во всех остальных случаях наблюдается положительная динамика.

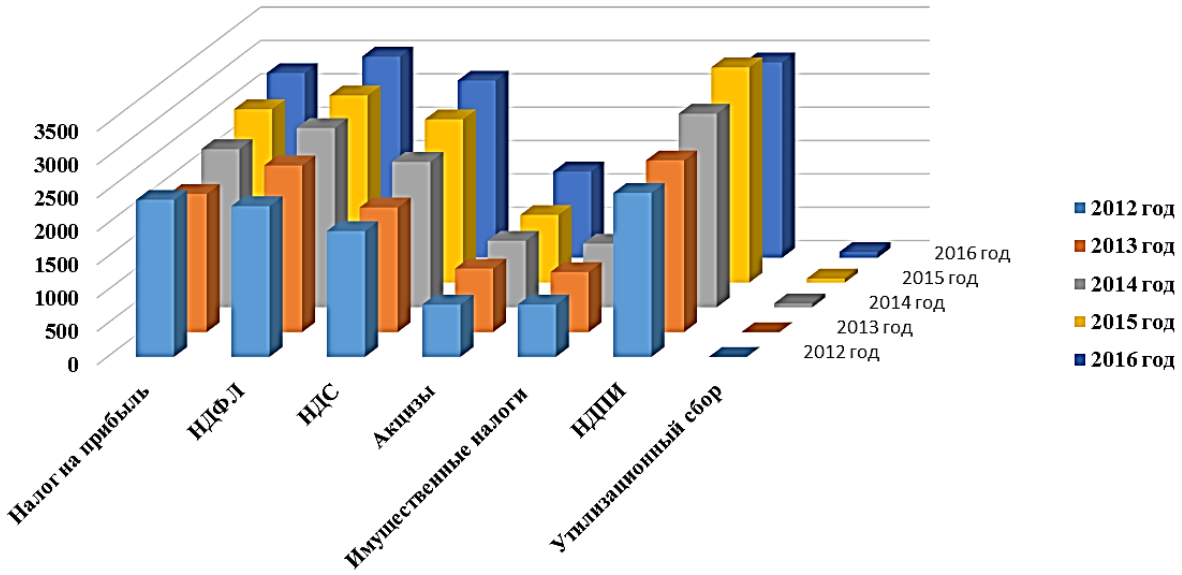
В соотношении налоговых доходов 2016 года к 2012 наибольший рост наблюдается по акцизам - 65,12 %, имущественным налогам - 42,23 % и налогу на добавленную стоимость - 40,89 %.

Также значительное увеличение произошло конкретно по налогу на имущество физических лиц – 105,11 %, транспортному налогу с физических лиц – 62,26 % и НДПИ, за счет уплаты налога на добычу газа горючего и газового конденсата.

Для наглядности представим динамику налоговых поступлений (рис. 1).



а) всего поступило в бюджет РФ;



б) поступило в бюджет РФ по видам налогов

Рисунок 1. Динамика налоговых поступлений

Важно заметить, что с 2014 года в структуру налоговых поступлений включается утилизационный сбор – разовый платеж в пользу государства, взимаемый с покупателя транспортного средства для обеспечения экологической безопасности окружающей среды и охраны жизни и здоровья, который, в свою очередь имеет прогрессирующую тенденцию роста.

Для построения максимально точных прогнозов поступлений и рационального планирования бюджета необходимо проводить не только анализ налоговых поступлений в бюджет, но и анализ задолженностей по налогам.

Налоговая задолженность до сих пор является не решенной экономической проблемой налоговой политики государства. Каждый год растет ее абсолютное значение, снижающее объем финансовых ресурсов России в целом и ограничивающее возможности решения и развития социальных программ.

Основной причиной возникновения налоговой задолженности в анализируемый период является ухудшение финансового положения налогоплательщиков, в связи с общим экономическим кризисом в стране.

Проведем анализ задолженностей по налогам в бюджет РФ за исследуемый период 2012-2016 гг. (см. табл. 3,4).

Таблица 3.

Задолженность по налогам в бюджет Российской Федерации в 2012-2014 гг.

2012		**2013**			**2014**		
по состоянию на 01.01.2013 г.		**по состоянию на 01.01.2014 г.**			**по состоянию на 01.01.2015 г.**		
Всего по России	**тыс. р.**	**Всего по России**	**тыс. р.**		**Всего по России**	**тыс. р.**	
Задолженность по:	**Сумма**	**Задолженность по:**	**Сумма**	**в % к 2012 г.**	**Задолженность по:**	**Сумма**	**в % к 2013 г.**
Налогу на доходы физических лиц	43784439	Налогу на доходы физических лиц	43524189	99,41	Налогу на доходы физических лиц	47727436	109,66
Налогу на имущество:	35198737	Налогу на имущество:	40164648	114,11	Налогу на имущество:	47905679	119,27
по физическим лицам;	10683228	по физическим лицам;	13883391	129,96	по физическим лицам;	18532924	133,49
по юридическим лицам	24515509	по юридическим лицам	26281257	107,20	по юридическим лицам	29372755	111,76
Транспортному налогу, в том числе:	55463330	Транспортному налогу, в том числе:	67838553	122,31	Транспортному налогу, в том числе:	82478364	121,58
по физическим лицам;	53223617	по физическим лицам;	65500762	123,07	по физическим лицам;	79745097	121,75
по юридическим лицам	2239713	по юридическим лицам	2337791	104,38	по юридическим лицам	2733267	116,92
Земельному налогу, в том числе:	19515036	Земельному налогу, в том числе:	23826402	122,09	Земельному налогу, в том числе:	29949880	125,70
по физическим лицам;	9960640	по физическим лицам;	12838908	128,90	по физическим лицам;	17072095	132,97
по юридическим лицам	9554396	по юридическим лицам	10987494	115,00	по юридическим лицам	12877785	117,20

Окончание таблицы 3.

Налогу на добычу нефти	1048536	Налогу на добычу нефти	1448855	138,18	Налогу на добычу нефти	1466766	101,24
Налогу на добычу газа горючего природного	5777	Налогу на добычу газа горючего природного	8010	138,65	Налогу на добычу газа горючего природного	96405	1203,6
Налогу на добычу газового конденсата	13475	Налогу на добычу газового конденсата	14072	104,43	Налогу на добычу газового конденсата	10952	77,83
Итого	155029330		176824729			209635482	

Таблица 4.

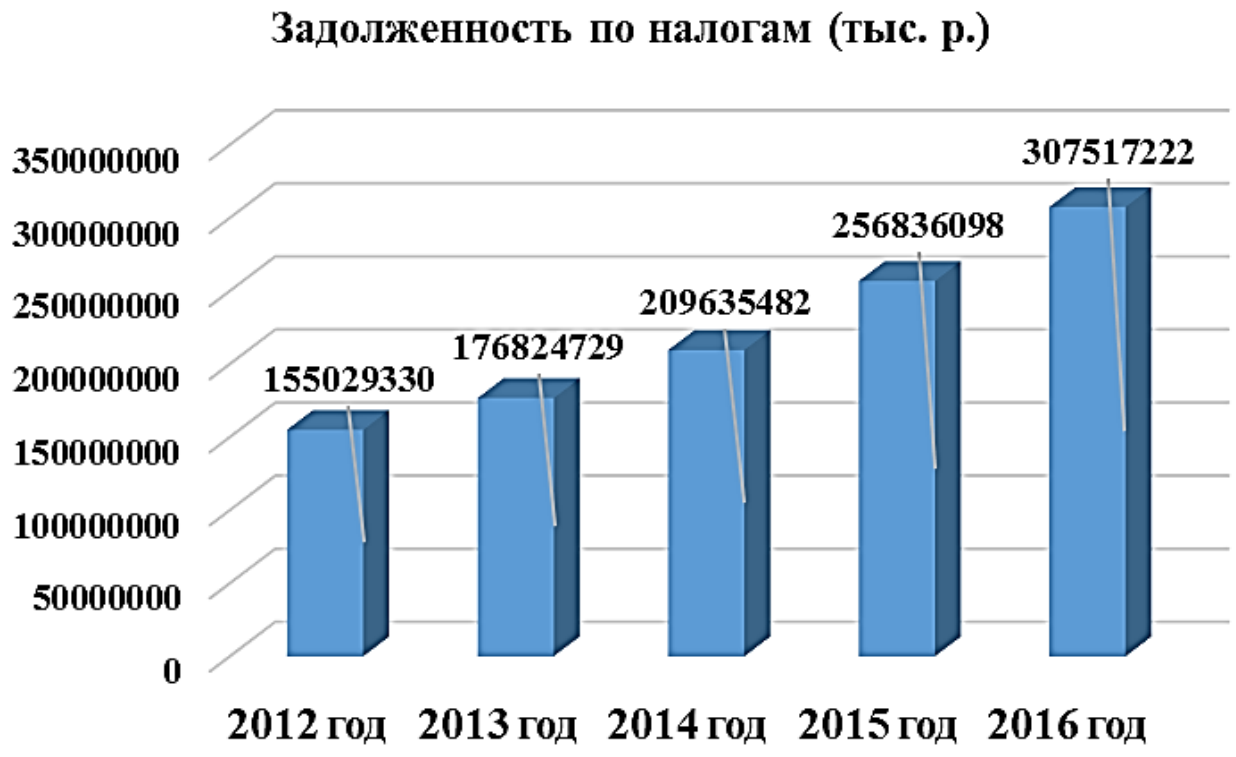
Задолженность по налогам в бюджет Российской Федерации в 2015-2016 гг.

2015			**2016**		
по состоянию на 01.01.2016 г.			**по состоянию на 01.01.2017 г.**		
Всего по России	**тыс. р.**		**Всего по России**	**тыс. р.**	
Задолженность по:	**Сумма**	**в % к 2014 г.**	**Задолженность по:**	**Сумма**	**в % к 2015 г.**
Налогу на доходы физических лиц	52884509	110,81	Налогу на доходы физических лиц	68554586	129,63
Налогу на имущество:	54956233	114,72	Налогу на имущество:	70036372	127,44
по физическим лицам;	21601591	116,56	по физическим лицам;	31011798	143,56
по юридическим лицам	33354642	113,56	по юридическим лицам	39024574	117,00
Транспортному налогу, в том числе:	102058977	123,74	Транспортному налогу, в том числе:	121036372	118,59
по физическим лицам;	98817201	123,92	по физическим лицам;	117219479	118,62
по юридическим лицам	3241776	118,60	по юридическим лицам	3816893	117,74
Земельному налогу, в том числе:	37143079	124,02	Земельному налогу, в том числе:	45209877	121,72
по физическим лицам;	22184446	129,95	по физическим лицам;	27318706	123,14
по юридическим лицам	14958633	116,16	по юридическим лицам	17891171	119,60
Налогу на добычу нефти	1735624	118,33	Налогу на добычу нефти	2628849	151,46
Налогу на добычу газа горючего природного	8052966	8353,27	Налогу на добычу газа горючего природного	1275	0,02
Налогу на добычу газового конденсата	4710	43,01	Налогу на добычу газового конденсата	49891	1059,26
Итого	256836098			307517222	

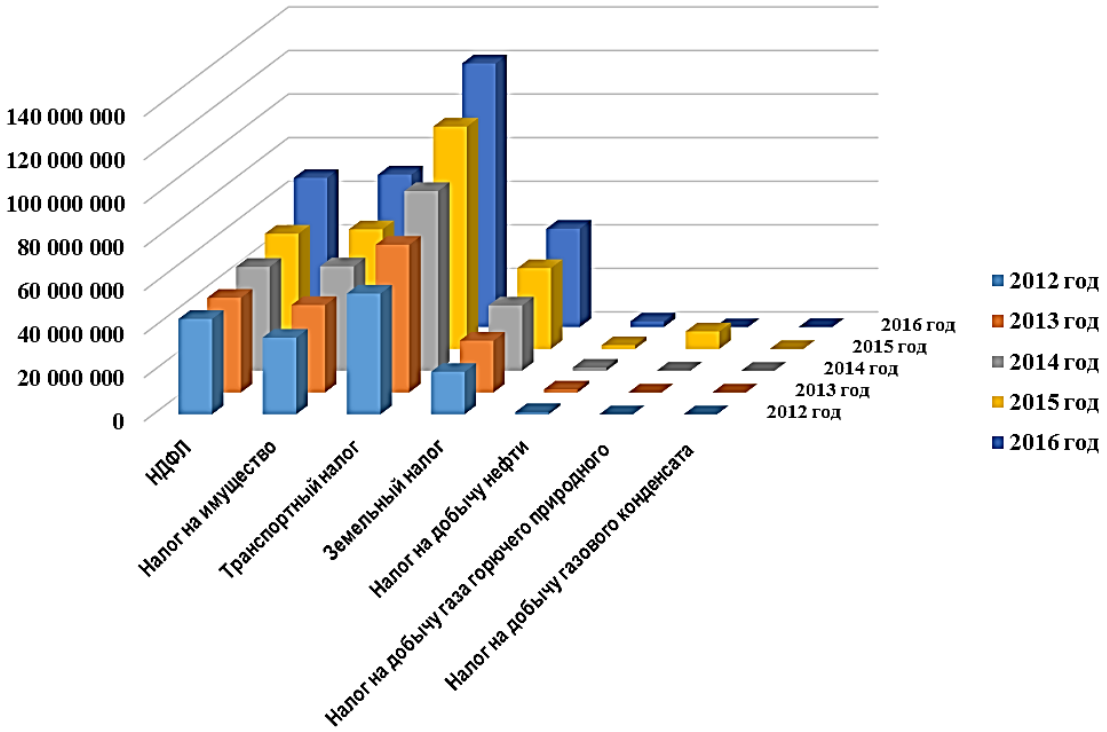
Как видно из представленного в таблицах 3 и 4 анализа, задолженность по налогам имеет постоянную тенденцию роста, при чем практически по каждому налогу. Исключением была задолженность по налогу на добычу газового конденсата, по которой наблюдается высокая амплитуда: в 2014 году снизилась на 22,17 %, в 2015 году ее снижение составило 56,99 %, тем не менее к 2016 году задолженность по данному налогу значительно возросла.

Наибольший размер среди остальных имеют задолженности по налогу на доходы физических лиц, налог на имущество по юридическим лицам и основную долю задолженности составляет транспортный налог. По всем перечисленным задолженностям наблюдается низкая амплитуда изменений. В свою очередь мы наблюдаем значительную динамику роста по задолженности по налогам на добычу полезных ископаемых, в частности по налогу на добычу нефти в 2016 году произошло увеличение на 51,46 %, на добычу газа горючего в 2014 и 2015 годах процент увеличения неумолимо растет.

Для наглядности представим динамику задолженности за анализируемый период в соответствии с рисунком 2.



а) задолженность по налогам в бюджет РФ



б) задолженность по видам налогов в бюджет РФ

Рисунок 2. Динамика задолженности по налогам 2012-2016 гг.

Таким образом, из представленного выше анализа видно, что параллельно с ростом поступлений в бюджет Российской Федерации, по всем видам налогов, растет и задолженность по ним. Возникновение налоговых задолженностей перед бюджетом объясняется, прежде всего, ухудшением финансового состояния субъектов налогообложения в результате общего экономического кризиса в стране. Помимо этого, на образование и увеличение налоговой задолженности юридических лиц влияет растущий уровень налоговой нагрузки.

Налоговая задолженность негативно влияет на экономику страны, так как не в полной мере обеспечивает бюджет финансовыми ресурсами и ограничивает государство в возможности выполнения социальных программ.

Своевременный и жесткий контроль со стороны налоговых структур за деятельностью налогоплательщиков даст возможность снизить недоимки бюджета. При этом, особое внимание должно уделяться проведению своевременных принудительных взысканий задолженностей как налоговыми органами, так и судебными приставами.

Вывод: проведение анализа налоговых поступлений - неотъемлемая часть налоговой политики государства. Несмотря на это, для построения максимально точных прогнозов поступлений и рационального планирования бюджета необходимо проводить анализ задолженностей по всем видам налогов. Качественно проведенная аналитическая работа предоставляет возможность для извлечения максимальной выгоды из налоговых поступлений.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ (редакция с изменениями от 28.12.2017) / КонсультантПлюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (Дата обращения 05.12.2017).
2. Жалонкина И.Ю. Анализ основных причин образования налоговой задолженности по СФО на современном этапе / И.Ю. Жалонкина // Проблемы современной экономики: материалы Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). - Челябинск: Два комсомольца, 2011. - С. 71-73.
3. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение. Теория и практика: учеб. для бакалавров. – М.: Юрайт-Издат, 2014. - 772 с.
4. Щепотьев, А.В., Налоги и налогообложение: учеб. пособие / А.В. Щепотьев, С.А. Яшин. - Тула: НОО ТИЭИ, 2015. - 161 с.
5. Федеральная налоговая служба: официальный сайт. - URL: https://analytic.nalog.ru/portal/analytical_information.ru-RU.htm (Дата обращения 15.012.2017).

СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА ТЕХНОЛОГИИ, РАСЧЕТ ПОТЕНЦИАЛА НА ПРИМЕРЕ НЕСКОЛЬКИХ АКТИВОВ

Маркабаева Гульнур Шавкатовна
студент кафедры стандартизации и метрологии, ИАТМ, УГАТУ
РФ, г. Уфа
E-mail: alua6565@mail.ru

Мустаев Тимур Ирекович
студент кафедры Автоматизация технологических процессов, ИАТМ УГАТУ
РФ, г. Уфа

Целью данной работы является изложение результатов анализа структуры информации, используемой при определении накопленного потенциала технологии, реализуемой на промышленном предприятии, на примере нескольких активов расчет и анализ изменение накопленный и прогнозный потенциала.

Определение прогнозного потенциала

Термин «потенциал» - сила. В данном случае это означает источники, возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы для достижения каких-либо целей. В данном случае имеются в виду прогнозирование стоимости актива. Прогнозный потенциал –это функция, определяемая по формуле:

$$П_x^{(Прогн)}(t, p) = \int_{\tau=0}^{t_{пр}} x(t+\tau)\psi(\tau, p)d\tau \qquad (1)$$

Смысл прогнозного потенциала заключается в определении рыночной стоимости будущих платежей. Предполагается, что в совокупности платежи определяют рыночную стоимость актива, связанного с ними.

Определение накопленного потенциала

Накопленный потенциал, согласно [1] − это функция, которая позволяет определить каким должен быть платеж, чтобы инвестируя в него средства он привел к текущей величине данного актива Анализ накопленного потенциала связан с прошлыми изменениями стоимости данного актива. Отсчеты времени

производятся против течения времени. Таким образом при вычислении стоимости актива, изготавливаемого на предприятии, поздний платеж q_{i+1} менее значим чем платеж, сделанный ранее, то есть q_i. Определим каким должен быть платеж в момент времени t_i чтобы, будучи инвестированным он привел к номинальной стоимости технологической оснастки A_0 ?

$$A_0 = \sum_i q_i$$

Накопленный потенциал–это интеграл по времени [1]:

$$П^{(Нак)}(t, p) = \int_{\tau=0}^{t_{пр}} x(t-\tau)\psi(\alpha, \sigma, \tau)d\tau \quad (1)$$

Интеграл *(1)* определяет потенциал к моменту времени t. Если $t_{пр}$ устремить к бесконечности, то выражение даст величину накопленного потенциала за все время его существования.

Потенциал технологии вычисляется как накопленный потенциал всех потоков, формирующих оснастку [1]. Необходимым элементом является построение бизнес-модели процесса, включающей модель данных, модель организационной структуры подразделений, участвующих в технологическом процессе и функциональную модель процесса [2].

Таким образом, поставленная задача определения и анализа структуры информации определяется указанными элементами.

Структура модели данных, представлена на рис. 1. Она включает организационно-распорядительную информацию, информацию о нормативной себестоимости элементов затрат, фактических затратах и технологическую информацию. В свою очередь, технологическая информация представляет собой описание технологии в виде маршрутных карт.

Организационная модель выполнения технологических работ, представленная на рис. 2 включает в себя фактический перечень участников работ с их должностями. Это позволяет определить фактические затраты на выполнение работ. Установлено, что организационная структура предприятия является

фактически линейной и соответствует характеру выполнения работ на предприятии.

Функциональная модель, представленная на рис. 3, строится по результатам анализа процессов реализации технологии. Были выделены следующие элементы: заключение договоров на выполнение технологических работ; собственно, выполнение договорных работ и сдача готовой продукции. Одним из критериев функционального деления является информационная достаточность описания. Другими словами, информация должна быть в таком объеме и регистрироваться с такой частотой, чтобы можно было говорить об информационной полноте описания функции.

Бизнес-процесс выполнения работ отражает связь между тремя моделями– функциональной, организационной и моделью данных и позволяет установить соответствие выполнения функции конкретным исполнителем и используемой информации. Фрагмент бизнес- процесса приведен на рис.4. Показано, что реализация заказа начинается с получения заявки на проектирование и изготовление оснастки. Далее проходит этап заключения договора, выполнения работ по договору, а также сдача готовой продукции.

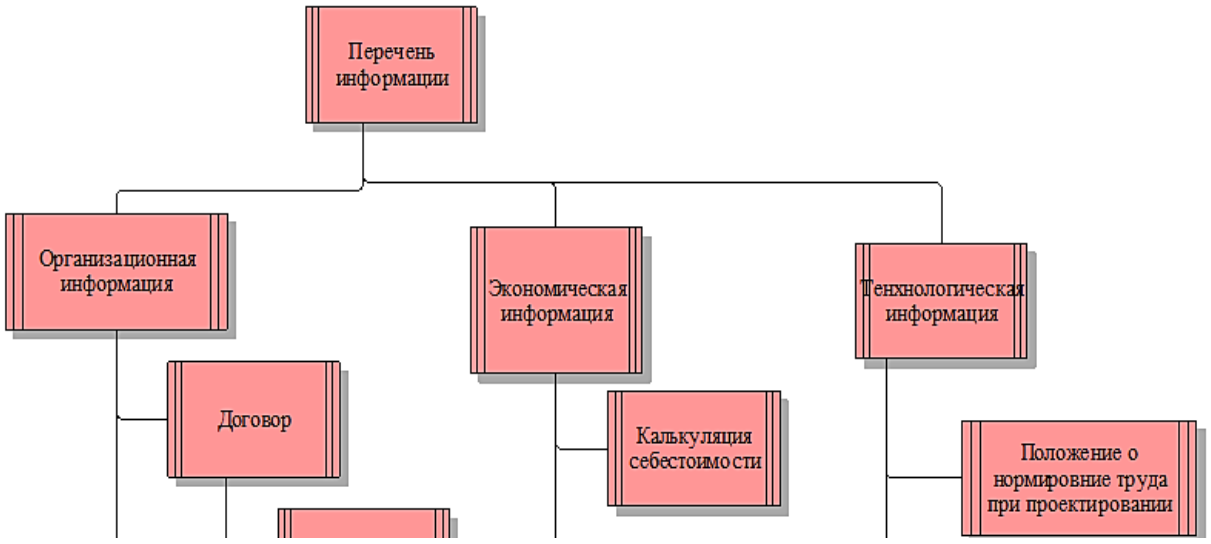


Рисунок 1.Фрагмент модели данных

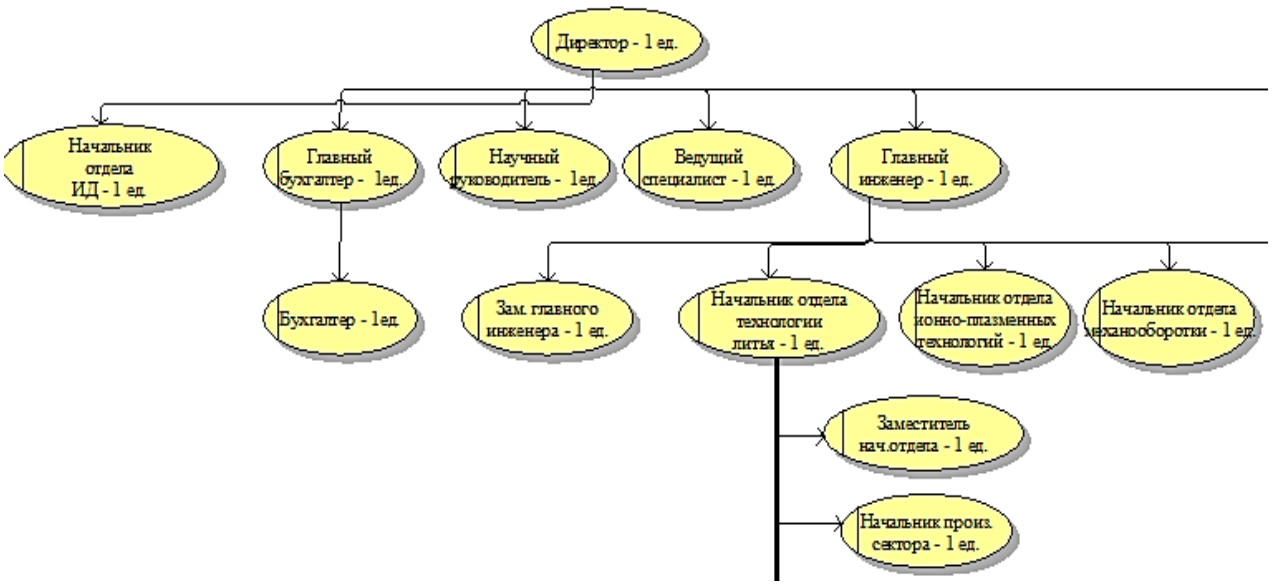


Рисунок 2. Фрагмент организационной модели поддержки выполнения договоров

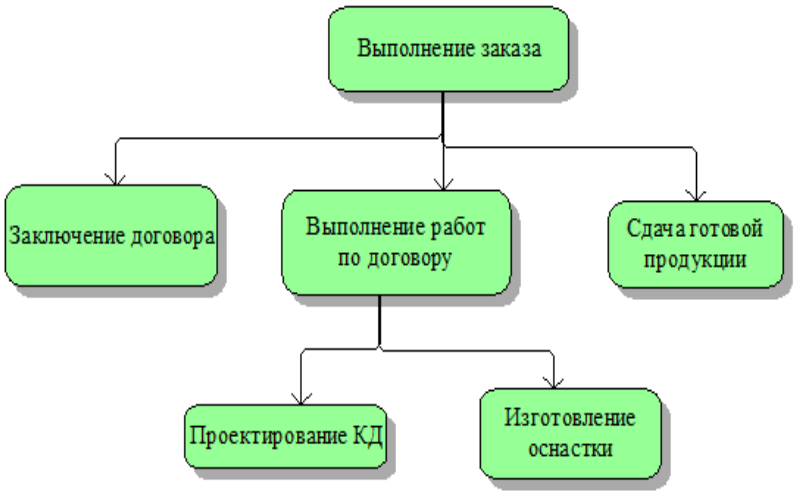


Рисунок 3. Функциональная модель

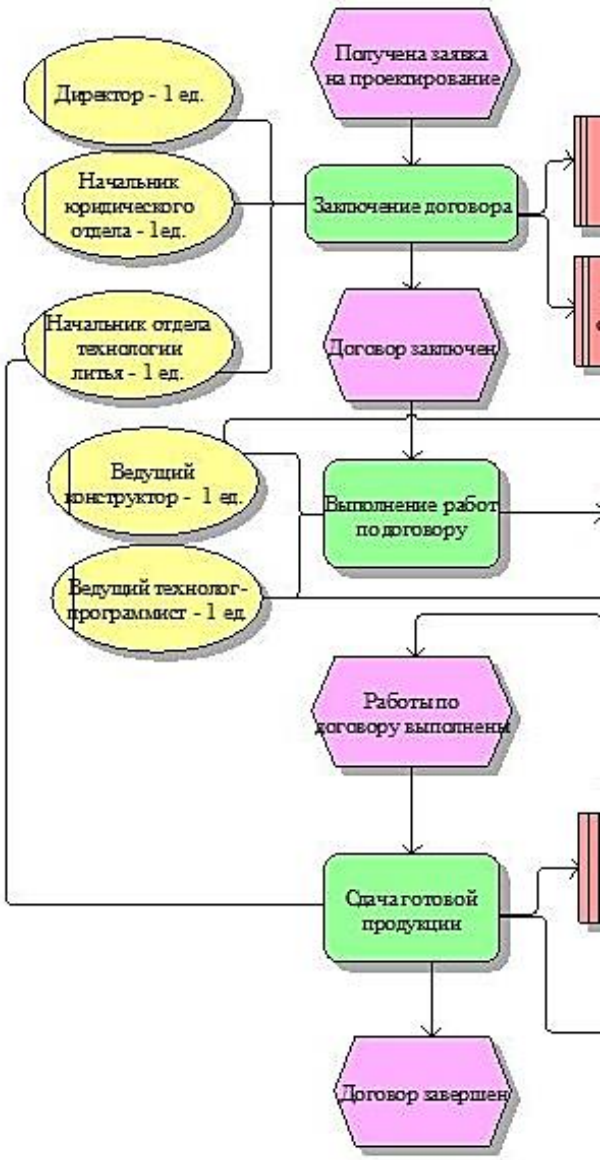


Рисунок 4. Фрагмент бизнес модели

Приведем пример на котором можем наблюдать изменение накопленного и прогнозного потенциала. На примере 15 активов я провел вычисления и во всех случаях зависимость накопленного и прогнозного потенциала линейная. В качестве примера я приведу несколько активов где видна эта зависимость.

Соевые бобы США

Пшеница США

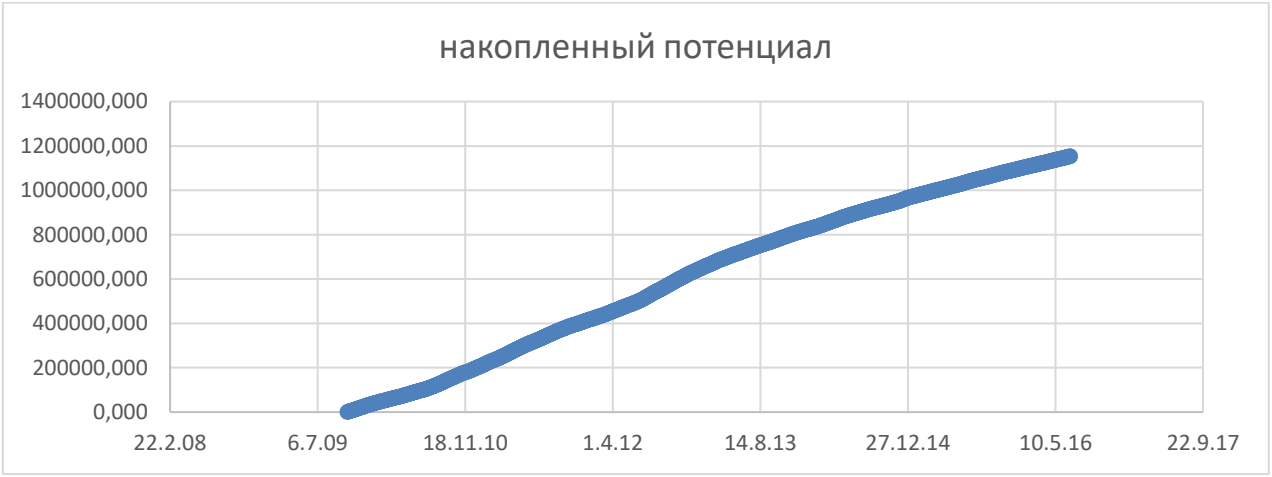


Рисунок 5. Примеры активов

Вывод:

1) Существующая структура организационных, функциональных элементов и элементов данных на предприятии достаточно для определения накопленного потенциала.

2) Действительно применительно к активам можно посчитать прогнозный и накопленный потенциал где наблюдается четкая тенденция изменения потенциалов.

Список литературы:

1. Мустаев И.З. Социофизические модели инноватики: монография / И.З. Мустаев; Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т.−Уфа: РИК УГАТУ, 2017−174 с.
2. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов. М.: Весть- Мета технология. 2000. -222 с.

УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РОССИИ

Михайлова Елена Сергеевна
магистрант,
кафедра государственного и корпоративного управления ИМСИТ,
РФ, г. Краснодар
E-mail: elena_mixajlova_93@mail.ru

Базык Елена Федоровна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ИМСИТ,
РФ, г. Краснодар

Важным условием для человеческого развития является возможность его измерения. Одним из самых востребованных мировых показателей сравнения качества жизни населения стал индекс развития человеческого потенциала. Такое название у индекса было до 2013 года. Сегодня, это индекс человеческого развития (ИЧР). Данный интегральный показатель был разработан для Программы развития ООН (ПРООН) и ежегодно рассчитывается для всех стран ООН с 1990 г.

При подсчете ИЧР используются три вида показателей:

1) ожидаемая продолжительность жизни – показатель, который в равной степени оценивает как уровень развития медицины в стране, так и состояние окружающей среды, качество питания, доступность для основных групп населения лекарств, медикаментов и пр.;

2) уровень грамотности населения страны (среднее количество лет, потраченных на обучение) - оценивает доступность для населения страны базовых образовательных услуг, а также дает представление о качестве трудовых ресурсов; 3) уровень жизни населения страны, оцениваемый через валовый национальный доход (ВНД) на душу населения, по паритету покупательной способности [1].

Индекс измеряется в диапазоне от 0 до 1. Все страны, участвующие в рейтинге (в 2015 г. их было 188), классифицируются по четырем группам по уровню развития:

1) страны с очень высоким уровнем ИЧР – от 0,800 до 1;

2) страны с высоким уровнем ИЧР – от 0,700 до 0,799;

3) страны со средним уровнем ИЧР – от 0,550 до 0,699;

4) страны с низким уровнем ИЧР – 0 до 0,549.

Сегодня уверенно лидируют Норвегия, Австралия и Швейцария. В группу с очень высоким уровнем развития вошла и Россия (таблица 1).

Таблица 1.

Рейтинг стран по уровню Индекса человеческого развития [1]

Страна	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	
				ИЧР	место
Норвегия	0,955 (1)	0,944 (1)	0,944 (1)	0,949	1
Австралия	0,938 (2)	0,933 (2)	0,935 (2)	0,939	2-3
Швейцария	0,913 (9)	0,917 (3)	0,930 (3)	0,939	2-3
Германия	0,920 (5)	0,911 (6)	0,916 (6-7)	0,926	4
Дания	0,921 (4)	0,900 (10)	0,923 (4)	0,925	5-6
Нидерланды	0,921 (4)	0,915 (4)	0,922 (5)	0,924	7
Ирландия	0,916 (7)	0,899 (11)	0,916 (6-7)	0,923	8
Исландия	0,906 (13)	0,895 (13)	0,899 (16)	0,921	9
Канада	0,912 (10)	0,902 (8)	0,913 (9-10)	0,920	10-11
США	0,937 (3)	0,914 (5)	0,915 (8)	0,920	10-11
Россия	0,788 (55)	0,778 (57)	0,798 (50)	0,804	49
Бразилия	0,730 (85)	0,744 (79)	0,755 (75)	0,754	79
Китай	0,699 (101)	0,719 (91)	0,727 (90)	0,738	90
ЮАР	0,629 (121)	0,658 (118)	0,666 (116)	0,666	119

Российская Федерация в рейтинге 2015 г. заняла 49-е место (очень высокий уровень развития; ИЧР 0,804). Показатель поднялся на одну позицию по сравнению с 2014 г., когда ИЧР составлял 0,798 (высокий уровень развития), и из второй группы Россия перешла в первую.

Необходимо отметить, что среднее значение ИЧР в первой группе в 2015 г. составляло 0,892, а в целом по миру – 0,717.

В нижней части табл. 1 расположились страны с быстрорастущей экономикой (БРИКС). Среди этих стран Россия занимает ведущее место, Бразилия 79 место, Китай 90 место, ЮАР 119 место, Индия 131 место.

Лидерами рейтинга среди регионов России в 2014 г. стали три региона:

г. Москва, г. Санкт-Петербург и Тюменская область (таблица 2).

Таблица 2.

Индекс человеческого развития в регионах России, 2014 г.[2]

№ пп	Регионы	ИЧР в 2014 г.	№ пп	Регионы	ИЧР в 2014 г.
1	г. Москва	0,946	70	Амурская область	0,829
2	г. Санкт-Петербург	0,921	71	Республика Бурятия	0,825
3	Тюменская область	0,903	72	Забайкальский край	0,821
4	Республика Татарстан	0,894	73	Карачаево-Черкесская Республика	0,817
5	Белгородская область	0,891	74	Кабардино-Балкарская Республика	0,815
6	Республика Саха (Якутия)	0,884	75	Республика Алтай	0,814
7	Республика Коми	0,883	76	Псковская область	0,813
8	Томская область	0,880	77	Ивановская область	0,812
9	Сахалинская область	0,880	78	Чеченская Республика	0,799
10	Красноярский край	0,877	79	Еврейская автономная область	0,797
			80	Республика Тыва	0,775

Список отстающих: 78-е место занимает Чеченская Республика, 79-е место – Еврейская автономная область и завершает список Республика Тыва. Причины попадания в список отстающих для всех регионов разные. Еврейскую АО и Республику Тыву отличает сравнительно невысокий индекс долголетия, в Чеченской Республике низкие индексы дохода и образования [3].

На изменение индекса человеческого потенциала оказывают влияние сразу три основных показателя, поэтому каждый рассмотрим в динамике (таблица 3).

Таблица 3.

Динамика основных показателей ИЧР Российской Федерации

Показатель	Значение		
	2012 год	2013 год	2014 год
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет	69,1	69,9	70,1
Ежегодные изменения, лет	-	0,8	0,2
Ожидаемая продолжительность обучения, лет	11,7	14,5	14,7
Ежегодные изменения, лет	-	2,8	0,2
ВНД на душу населения, доллары США	21 852	22 470	22 352
Ежегодные изменения, доллары США	-	618	-118

Из трех показателей значительно снизился ВНД на душу населения. Несмотря на положительную динамику двух других показателей занимаемая позиция России в рейтинге говорит о том, что этот рост недостаточно высокий.

Негативное влияние на динамику показателей России оказывает относительно низкая продолжительность жизни (65,3 лет в РФ в 2014 г.[1]; к примеру, в Норвегии в том же 2014 г. она составляла 82,1 лет[5]), так как остается высокая смертность среди населения.

Таким образом, можно заключить, что в международном рейтинге 2015 г. по индексу человеческого развития Россия заняла 50-е место и впервые за последние четыре года (2012 – 2015 гг.) вошла в группу стран с очень высоким уровнем человеческого развития. Государственные программы по улучшению качества жизни граждан страны, вкладывает значительные бюджетные средства в здравоохранение, образование и науку, что улучшит качество жизни населения и отразится положительно в международных рейтингах.

Список литературы:

1. Доклад о человеческом развитии 2013. Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире. URL: http://hdr.undp.org/sites/ default/files/hdr_2013_ru.pdf.
2. Доклад о человеческом развитии 2014. Обеспечение устойчивого прогресса человечества: Уменьшение уязвимости и формирование жизнестойкости. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr14_a_full_ rus_ 21-01-15_0.pdf.
3. Доклад о человеческом развитии 2015. Труд во имя человеческого развития. Резюме. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/ hdr15_standalone_ overview_ru.pdf.
4. Доклад о человеческом развитии 2016. Человеческое развитие для всех и каждого. Резюме. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016 _RU_Overview_Web.pdf.
5. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации 2016. Цели устойчивого развития. ООН и Россия. URL:http://ac.gov.ru/files/ publication/a/11068.pdf.

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РФ

Мустафина Альбина Рафаилевна
студент,
кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: mustafina-albina97@yandex.ru

Сергеева Любовь Сергеевна
студент,
кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: luba_s11@mail.ru

Хабибуллина Илнара Фанилевна
студент,
кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: xilnara@yandex.ru

Яляева Юлия Ирековна
студент,
кафедра Технической кибернетики (Системный анализ и управление)
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: yalyaeva.julia@yandex.ru

Матягина Татьяна Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Уфимского государственного авиационного технического университета,
РФ, г. Уфа
E-mail: matyaginatv@mail.ru

Экономическая система – исторически возникшая или законодательно установленная, действующая в стране совокупность принципов, правил, норм, определяющих форму и содержание основных экономических отношений, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономического продукта [2, с. 857].

Экономика страны во многом зависит от партнеров, с которыми у нее налажен товарооборот.

Россию со странами запада всегда связывали экономические отношения. На данный момент экономическое сотрудничество с Западной Европой претерпевает значительные трудности из-за наложенных санкций и политических разногласий. Однако, следует отметить, что РФ имеет достаточное количество природных ресурсов, необходимых западу, и является одним из главных импортеров.

Два фактора способствовали развитию эффективной современной экономики Западной Европы. Во-первых, рынок, частное предпринимательство, конкуренция, интеграционные процессы, во-вторых, развитие демократизации и правового государства, которые обеспечили свободу и суверенитет личности, защиту человеческих ценностей. В последнее время наблюдается снижение доли Западной Европы во внешней торговле, однако она все равно занимает лидирующие позиции и оказывает огромную роль на мировую экономику. Западная Европа обеспечивает свой рост за счет вывода ресурсов из стран с развивающимися рынками, грамотного использования трудового потенциала, наличия современных технологий, позволяющих производить конкурентоспособную продукцию и экспортировать ее в крупных масштабах.

На экономику России сильно повлияли два фактора: географическое влияние и историческое прошлое.

Географическое положение страны оказывает огромное влияние на ее экономику. Страны, имеющие обилие природных ресурсов и располагающиеся в умеренных климатических зонах, обладают некоторыми привилегиями. Однако не всегда эти привилегии приводят к положительным последствиям. Рассмотрим влияние географического фактора на экономику России. Российская Федерация обладает огромной территорией, достаточным запасом природных богатств. Наряду с этим, в нашей стране широкий климатический диапазон. Обширность территории РФ позволяет использовать природные ресурсы и ориентировать экономику на добычу сырья, а не на производство готовой продукции. Добыча сырья обходится российским производителям гораздо дешевле, чем его переработка и превращение в готовое изделие.

К тому же, сырье, на данный момент, экспортируется в крупных масштабах, что приносит неплохую прибыль. Близкое соседство с развитыми в плане производства государствами позволяют нам импортировать готовую продукцию и торговать ею на рынках сбыта.

Помимо географического фактора экономику определяют исторические предпосылки. В России очень тяжело зарождалась частная собственность. Крепостное право, коллективные хозяйства тормозили экономическое развитие. Основным двигателем экономического роста всегда выступал стимул. К сожалению, ни крепостничество, ни колхозы не содержали в своей системе подобного понятия. Интересы общества и государства долгое время в России оставались приоритетными, замедляя тем самым появление частной собственности. Обилие революций, войн истощали экономику шаг за шагом. После каждого переломного момента ей приходилось возрождаться, как «фениксу из пепла».

Как и у любой страны в экономике РФ есть свои преимущества и недостатки.

Минусы: отсутствие благоприятного климата; повышенные транспортные расходы из-за обширности территории; изношенность основных фондов. Плюсы: экономия на трудовых ресурсах; подразумевающая сочетание низкой оплаты труда и высокий уровень профессионализма; наличие уникальных современных технологий в отдельных отраслях.

Из-за того, что достоинств меньше, чем недостатков экономика Российской Федерации нуждается в модернизации.

Валовой внутренний продукт (ВВП) — это один из важнейших показателей системы национальных счетов и измеряет стоимость товаров и услуг произведенных этими единицами для конечного использования [1, с. 233].

Доля отраслей в ВВП России (%) представлена на рисунке 1 [3].

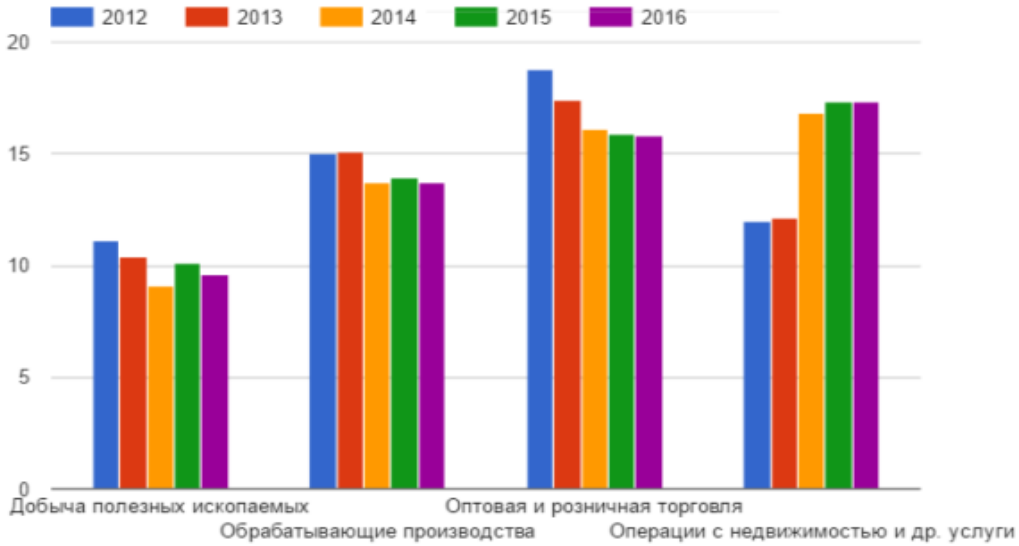


Рисунок 1. Доля отраслей в ВВП России (%)

В 2016 г. на добычу и обработку полезных ископаемых приходилось 23,3 %, в 2015 г. — 24 %, а в 2012 все 26,1 %. Что касается сельского хозяйства, его доля в 2012 г составляла 3,8 %, а на 2016 г. повысилась до 4,4 %. В 2016 г. доля услуг составила около 61,5 %, а доля производства – 38,5 %. Таким образом, чтобы Россия стояла на одном уровне со странами с развитой экономикой, ей необходимо развивать производство.

В настоящее время РФ играет в мировой экономике роль экспортера сырья и импортера потребительских и инвестиционных товаров и услуг. Наша экономика реализует «сырьевую» модель, которая не в состоянии повысить благосостояние населения и вывести Россию на ведущие позиции в плане производства. Для решения этих проблем необходимо перейти к «не сырьевой» модели.

Будущее России и стран запада должно основываться на взаимном сотрудничестве, предполагающем передачу передовых технологий и нововведений, свободную торговлю. Россия и Западная Европа необходимы друг другу. Россия нуждается в инновационных решениях, а Запад – в сырьевом запасе и рынках сбыта.

В заключение следует сказать, что если российская экономика будет стоять на месте, то рискует стать лишь «тенью» экономически более развитых

стран. Для предотвращения таких последствий требуется изменить внешнюю политику, но в первую очередь начать меняться самим, чтобы стать независимым сильным государством, способным обеспечить благосостояние народа.

Список литературы:

1. Бабенко Ю.И., Уланова Л.С., Пономарев С.В. Валовой внутренний продукт России: состояние и перспективы // Молодой ученый. – 2017. – №20. – С. 233-235. – URL: https://moluch.ru/archive/154/43422/ (Дата обращения: 06.12.2017).
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 1999. – 895 с.
3. Какова структура ВВП России. [Электронный ресурс] – URL: http://elitetrader.ru/index.php?newsid=326252 (Дата обращения: 8.12.2017).

ОЦЕНКА ЧАСТНЫХ РИСКОВ БАНКОВСКОГО ДОЛГОСРОЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Мухина Ирина Васильевна
студент, кафедра финансов и бухгалтерского учета, МГОТУ,
РФ, г. Королёв
E-mail: muhina2401@mail.ru

Среди рисков, присущих долгосрочному банковскому кредитованию, особое место занимают риски определенных видов долгосрочных кредитов (частные риски), каждый из которых имеет свои особенности происхождения и формулу расчета. В экономической литературе существует значительное количество работ, посвященных этому вопросу, однако представленные формулы для расчета рассматриваемых рисков носят неравномерный методологический характер, что усложняет их рассмотрение в одном контексте.

Результаты исследования.

Одним из ключевых вопросов долгосрочного банковского кредитования является исследование рисков, которые сопровождают эту деятельность.

Если краткосрочные кредиты ориентированы, как правило, на пополнение оборотного капитала и покрытие наличных разрывов, то долгосрочное кредитование в большей степени связано с расширением, развитием и обновлением основных средств. Соответственно, за счет краткосрочных кредитов текущая операционная деятельность заемщика финансируется, и из-за долгосрочных кредитов осуществляется финансирование стратегических инициатив.

Рассмотрим статистические данные кредитования инвестиций (см. рисунок 1).

Рисунок 1. Структура выданных кредитов за 2016 г в России [3, с. 263-268]

Проведя анализ данных диаграммы заметно то, что в 2016 году в структуре выпущенных долгосрочных кредитов самой большой долей (53,3 %), обладают кредиты, которые предоставлены нефинансовым предприятиям, за ними идут кредиты, которые предоставлены физическим лицам, то есть резидентам, величина кредитования насчитывает 19,2 %, что на 5,4 % меньше, чем в прошедшем периоде.

Большая часть банков ограничили такой вид кредитования, что связано с негативным совершенствованием экономической ситуации в стране на макроуровне, повышением безработицы, снижением прибыли и большой закредитованностью населения: примерно 60 % жителей России имеют более одного непогашенного кредита.

На третьем месте находятся кредиты, которые предоставлены сектору финансов и на них приходится 8,1 %. Наименьшей долей обладают кредиты для юридических лиц, то есть нерезидентов, за исключением банков, и их размер 5,2 % и иные кредиты — 2,1 %. Помимо этого, нужно отметить, что по кредитам, которые предоставлены физическим лицам - нерезидентам доля составляет 0,1 %.

Вследствие этого, в исследуемом периоде большая доля кредитов приходится на нефинансовые предприятия. Согласно этому, можно сделать вывод о том, что значительную часть денежных средств система банка России инвестирует именно в такой сектор экономики в целях его совершенствования.

Ко второму направлению инвестиционной деятельности банков России относится вложение ресурсов банка на длительный срок в высоко прибыльные ценные бумаги [1, с. 102].

Управление долгосрочными кредитными рисками позволит банку более эффективно осуществлять свою деятельность, поддерживать финансовую надежность и стабильность в долгосрочной перспективе. Невозможно выделить риски долгосрочного кредитования без учета банковских рисков в целом, которые прямо или косвенно влияют на кредитные операции банков, включая долгосрочное кредитование.

Банковское долгосрочное кредитование - это деятельность, связанная с повышенным риском, что сопровождается кредитным риском как основным риском определенных видов долгосрочных кредитов и банковских рисков. Однако специфический характер долгосрочных кредитных рисков не полностью учитывается в экономической литературе. Основываясь на анализе сути банковских рисков, с учетом изучения финансовых аспектов и типов долгосрочных кредитов, мы обобщили классификацию рисков долгосрочного банковского кредитования, среди которых целесообразно выделять частные риски.

Частные риски сопровождаются особыми условиями долгосрочного кредитования и определяются спецификой определенного вида долгосрочного кредита. Частные риски долгосрочного кредитования могут быть определены как риски дефицита доходов и / или возникновения дополнительных расходов и / или убытков в результате долгосрочного кредитования, связанных и определяемых объектом займа, типа предоставленного обеспечения и кредитор (заемщик). Следует отметить, что основными формами долгосрочных банковских кредитов, которые разрабатываются на практике, являются

ипотечные, инвестиционные, потребительские и лизинговые ссуды. Поэтому риски, присущие ипотечному, инвестиционному, потребительскому и лизинговому кредитованию, которые имеют свои собственные характеристики и факторы, которые формируют их, могут быть классифицированы как частные риски долгосрочного кредитования.

Так согласно последним статистическим данным, банки ТРАСТ и «Русский Стандарт» насчитывают в своих кредитных портфелях 47 % и 42 % задолженности, а это практически половина от общего числа выданных кредитов. В первую десятку попали такие банки, как «Росгосстрах», МТС-Банк, Бинбанк, МДМ Банк, «Восточный экспресс» и Альфа-Банк (см. табл. 1) [2].

Таблица 1.

Анализ кредитного портфеля коммерческих банков

Название банка	**Место в кредитном рейтинге**	**Доля просрочен кредитов**	**Размер задолженности в млн.рублей**	**Общий объём выданных кредитов**
ТРАСТ	19	47,15 %	44941	95309
Русский стандарт	10	42,69 %	61437	143906
Росгосстрах	44	39,53 %	9004	22779
МТС-Банк	35	35,28 %	14998	42507
Бинбанк	43	31,65 %	7498	23688
МДМ Банк	40	27,24 %	8481	31133
Восточный Экспресс	13	24,91 %	29945	120210
Альфа-Банк	5	24,46 %	56366	230409
ФК Открытие	11	23,55 %	30379	129023
Кредит Европа	30	22,13 %	10884	49192

Несмотря на данные таблицы 1 следует отметить, что наблюдаются высокие темпы сокращения просрочки в январе-феврале 2017 года по сравнению с 4 кварталом 2016 года демонстрирует сегмент кредитных карт – на 1,1 процентного пункта до 17,8 %. Единственным видом розничных кредитов, показавшим рост просрочки, оказалось автокредитование (+0,3 п.п. до 9,9 %).

По предварительной оценке, основанной на данных от 4 000 кредиторов, передающих сведения в Национальное бюро кредитных историй (НБКИ),

в январе-феврале 2017 года доля просроченной задолженности свыше 30 дней к общему объему действующих кредитов снизилась почти во всех сегментах розничного кредитования, за исключением автокредитов. Так, по сравнению с 4 кварталом 2016 года уровень просроченной задолженности сильнее всего сократился в сегменте необеспеченного кредитования: по кредитным картам – на 1,1. п.п. (с 18,9 % до 17,8 %), а по кредитам на покупку потребительских товаров – на 0,4 п.п. (с 21,7 % до 21,3 %). В то же время ситуация с просрочкой в обеспеченном кредитовании характеризуется разнонаправленностью. Доля просроченной задолженности по автокредитам увеличилась на 0,3 п.п. (с 9,6 % до 9,9 %), а по ипотеке – снизилась на 0,4 п.п. (с 3,9 % до 3,5 %) (см. рис. 2).

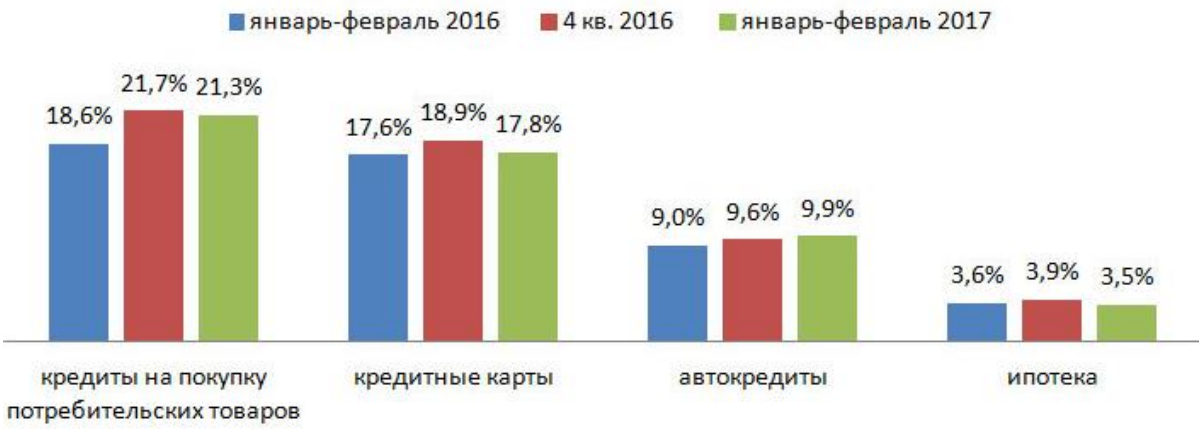


Рисунок 2. Динамика «просрочек» по кредитам [4]

В 2015-2016 гг. пик роста просроченной задолженности был пройден и в ситуации с «плохими» долгами наступила стабилизация. В начале 2017 года, по предварительным оценкам, в ситуации с просрочкой наметилась тенденция к улучшению. Однако, объемы «плохих» долгов все еще остаются довольно значительными. Поэтому кредиторы продолжают следить и за качеством новых кредитов, и за риск-профилем своих заемщиков с действующими обязательствами. Важно, что новые данные и решения НБКИ позволяют кредиторам проводить детализированную оценку риск-профиля заемщиков и управлять рисками. Если же говорить о факторах, продолжающих сдерживать развитие розничного кредитования, то, по нашему мнению, главным из них по-прежнему остается снижение реальных доходов населения [4].

Для банка оценка кредитоспособности является одним из методов минимизации риска. Конкретные выводы и предложения по результатам оценки кредитоспособности заемщиков позволяют уклониться от неоправданных рисков при осуществлении кредитных операций. Достоверность оценки является важной также и для заемщика, именно от нее будет зависеть решение о получении кредита и о его возможном объеме.

Необходимо заметить, что к основным классификационным свойствам можно отнести: срок заемных средств, статус кредитора и заемщика, региональную и отраслевую принадлежность, масштаб деятельности. Такая классификация позволяет учесть специфику различных аспектов кредитоспособности при принятии конкретного кредитного решения [6, с. 147-153].

Цель определение кредитоспособности заемщика – оценка возможности заемщика своевременного возврата предоставленных банком средств.

В связи с этим коммерческому банка необходимо решить ряд задач:

- обоснование оптимальной суммы кредита, срока и способа погашения;
- определение эффективности использования заемщиком данных средств;
- анализ текущей оценки кредитоспособности заемщика и ее изменение после предоставления кредита;
- контроль банка за соблюдением заемщиком по отношению к показателям его финансового состояния;
- своевременное выявление факторы кредитного риска и оценка их влияния на принятие решения о выдачи кредита;
- проверка предоставленного заемщиком обеспечения [5, с. 191-194].

В современных условия методики оценки кредитоспособности заемщиков банками строятся на основе количественных и качественных критерием и выделяются классификационные модели оценки и модели, построенные на основе комплексного анализа [6, с. 147-153].

Классификационные модели в большинстве своем разделены на группы (классы) и используются в качестве дополнительного способа определения возможности исполнения кредитной заявки. Среди данной группы моделей

можно выделить бальную (рейтинговую) оценку кредитоспособности и методы прогнозирования вероятности банкротств. Рейтинговая оценка (общая сумма баллов) строится на основе умножения значений коэффициент на вес его значимости в интегральном показателе. На практике используется ряд показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия-заемщика, среди которых коэффициенты финансового рычага, оборачиваемости, ликвидности, прибыльности, обслуживания долга.

Особенности показателей, входящих в состав расчета частных рисков долгосрочных кредитов, представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Составляющие показателей риска отдельных видов долгосрочных кредитов статистическим методом

Показатели	**X_i**	**M (x)**
Ипотечный риск	Стоимость обеспечения	Математическое ожидание стоимости обеспечения
Инвестиционный риск	Доход от реализации инвестиционного проекта	Математическое ожидание доходов от инвестиционного проекта
Лизинговый риск	Сумма лизингового платежа	Математическое ожидание лизингового платежа
Потребительский риск	Сумма просроченных кредитов	Математическое ожидание просроченных кредитов

Наиболее полное исследование рисков долгосрочного кредитования позволило выделить общие и частные риски, оказывающие непосредственное влияние на кредитную деятельность банка. Воздействие рисков со свойственными им особенностями, отражающими специфику долгосрочного кредитования, усложняет их оценку и контроль со стороны банка. Изучение и учет частных рисков с позиции развития банковского долгосрочного кредитования имеет важное значение для планирования и реализации эффективной кредитной деятельности банка. Использование предлагаемой методологии оценки частных рисков долгосрочного кредитования в банковской практике позволит банкам более внимательно следить за уровнем риска

некоторых видов долгосрочных кредитов. Предлагаемый подход к оценке рисков долгосрочного кредитования, выступая в качестве одного из инструментов методического обеспечения долгосрочного банковского кредитования, способствует формированию аналитической базы для принятия эффективных решений и рекомендаций по управлению рисками в этой области.

Вывод. Использование дополнительных индикаторов для оценки частных рисков долгосрочного кредитования позволит банкам учитывать особенности долгосрочного кредитования, что укрепит базу банковской информации и анализа. Использование в банковской практике подхода к оценке рисков определенных видов долгосрочных кредитов позволит банкам регулировать объемы и направления использования долгосрочных банковских ресурсов, привлеченных с минимизацией банковских рисков и повышения эффективности долгосрочного банка кредитование.

Список литературы:

1. Инвестиции: Учебник / Склярова Ю.М., Скляров И.Ю., Латышева Л.А. - Ростов-на-Дону, 2015. – 256 с.
2. Кредитная амнистия в 2018-2019 году - будет ли для физических лиц и на каких условиях // http://sovets.net/15424-kreditnaya-amnistiya-v-2017-2018-godu.html.
3. Магомедова А.И. Оценка эффективности инвестиционной деятельности банков в России // Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. Под общей редакцией А.И. Вострецова. - 2017. - С. 263-268.
4. НБКИ: в 2017 году уровень просрочки снижается по всем видам розничного кредитования, кроме автокредитов // https://microcredit-rf.ru/nbki-v-2017-yroven-prosrochki-snizaetcia.html.
5. Плотникова Ю.Н. Платежеспособность российских предприятий в условиях нестабильности экономики // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. - 2016. - № 2 (12). - С. 191-194.
6. Сидорова С.А. Развитие методов анализа ликвидности баланса и платежеспособности организации // Путеводитель предпринимателя. - 2016. - № 31. - С. 147-153.

ПРОБЛЕМА КВАЛИФИКАЦИИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК НЕЗАКОННОЙ С ПОЗИЦИИ ОРГАНОВ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

Некрасова Светлана Владимировна
магистрант, кафедра финансового мониторинга НГУЭУ,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: svetanekr12@yandex.ru

Одной из главных проблем государственных структур в современных условиях является противодействие финансовой преступности. Под финансовой преступностью следует понимать «совокупность преступлений, непосредственно связанных с посягательством на отношения по формированию, распределению, перераспределению и использованию фондов денежных средств (финансовых ресурсов) субъектов экономических отношений» [9, с. 87]. Цель выявления и предотвращения финансовых преступлений достигается на государственном уровне. Сферы экономической деятельности, затрагиваемые финансовыми преступлениями, многочисленны – налогообложение, рынок ценных бумаг, страхование, валютный рынок, кредитная сфера, рынок товаров и услуг.

В последнее время наблюдается усиление налогового контроля в части противодействия деятельности «фиктивных» компаний, а также активизация работы Федеральной службы по финансовому мониторингу (далее - Росфинмониторинг) и подконтрольных ему организаций.

Это обуславливается, во-первых, тем, что с 2016 года ФНС России начала активно проверять на достоверность сведения, содержащиеся в Едином государственном реестре юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ). Кроме того, налоговыми органами на постоянной основе проводится работа по выявлению «фиктивных» организаций, формированию их перечня, сбора доказательств использования реальными налогоплательщиками таких фирм для создания схем ухода от налогообложения. Внедрение в 2015 году программы АСК НДС-2 (Автоматизированная система контроля за уплатой НДС) позволило значительно усовершенствовать данный процесс. Цель данных мероприятий – улучшение конкурентной среды, ликвидация специально созданных для

сокращения налогового бремени организаций и, как следствие, повышение уровня финансовой безопасности страны.

Во-вторых, количество правонарушений в области финансов и денежного обращения, совершаемых как юридическими, так и физическими лицами, в особенности с использованием финансовых институтов (банков, страховых компаний, ломбардов и др.), сохраняется на достаточно высоком уровне [8], что создает возможность для легализации преступно полученных доходов и финансирования терроризма, противодействие которым является целью Росфинмониторинга.

В данной статье приводится анализ законодательных актов и научной литературы, касающейся проблемы квалификации финансово-хозяйственной деятельности организации в целом или отдельных ее хозяйственных операций как не соответствующих требованиям действующего законодательства по противодействию незаконным финансовым операциям. В данном случае речь пойдет о Росфинмониторинге, ЦБ РФ и ФНС России, которые внесли наибольший вклад в создание и развитие законодательной базы по предупреждению и пресечению незаконных операций в сфере финансов.

Федеральная служба по финансовому мониторингу в своей деятельности руководствуется положениями Федерального закона "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма" от 07.08.2001 N 115-ФЗ. В статье 6 данного Федерального закона перечислены операции с денежными средствами или иным имуществом, которые имеют подозрительный характер, и подлежат обязательному контролю [1].

Следует отметить, что процедура квалификации операции в качестве подозрительной надзорными органами не установлена, а отдана на откуп самим организациям, осуществляющим операции с денежными средствами.

Так, Центральным банком Российской Федерации (далее – ЦБ РФ) в письме от 04.09.2013 N 172-Т «О приоритетных мерах при осуществлении банковского надзора» используется термин «сомнительные операции».

«Сомнительные операции - это операции, осуществляемые клиентами кредитных организаций, которые имеют необычный характер и признаки отсутствия явного экономического смысла, очевидных законных целей, которые могут осуществляться для вывода капитала из страны, финансирования "серого" импорта, перевода денежных средств из безналичной в наличную форму и последующего ухода от налогообложения, а также для финансовой поддержки коррупции и других противозаконных целей» [7].

Для целей квалификации операций в качестве сомнительных также используются признаки, отраженные в приложении к Положению Банка России от 02.03.2012 N 375-П "О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма". Приведем некоторые пункты из признаков, указывающих на необычность операций [6]:

- запутанность или необычность сделки, которая не преследует цель получения дохода, прибыли или иную законную цель;
- несоответствие сделки видам деятельности организации, установленным учредительными документами этой организации;
- чрезмерная озабоченность клиента вопросами конфиденциальности в отношении осуществляемой операции;
- необоснованная торопливость клиента или его представителя в проведении операции;
- явное несоответствие операций, проводимых клиентом (представителем клиента) с участием кредитной организации, сложившейся практике совершения операций;
- проверка представляемых клиентом сведений сопряжена со сложностями, клиент безосновательно откладывает предоставление необходимых документов и информации;
- клиент отказывается от совершения разовой операции, в отношении которой у работников кредитной организации возникают подозрения, что

указанная операция осуществляется в целях легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, или финансирования терроризма и т. д.

Сама по себе вышеприведенная трактовка сомнительной операции достаточна размыта. Она не содержит ни одного объективного признака «сомнительности». Признаки «сомнительности» являются оценочными (необычный характер, отсутствие явного экономического смысла, очевидных законных целей) и определяются самим банком.

Также в «Методических рекомендациях о подходах к управлению кредитными организациями риском легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма» от 21.07.2017 № 18-МР ЦБ РФ отражены признаки, характеризующие клиентов, которые осуществляют сомнительные операции. Например, с расчетного (-ных) счета (-ов) клиента уплата налогов или других обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации не производится или производится в небольших размерах, не сопоставимых с масштабом его деятельности. При оценке деятельности клиента с использованием критерия уплаты налогов и других обязательных платежей, ЦБ РФ рекомендует исходить из его значения, приближенного к 0,9 % от дебетового оборота по счету (-ам) клиента, либо незначительно превышающего данное значение [5].

В качестве дополнительных критериев сомнительности операций ЦБ РФ указывает следующие:

- со счета (-ов) не производятся расчеты с работником клиента по заработной плате, связанные с ними перечисления по налогу на доходы физических лиц (далее - НДФЛ) и страховым взносам;
- фонд заработной платы сотрудников не превышает или ниже официального прожиточного минимума;
- по счету (-ам) уплачивается НДФЛ, в отличие от страховых взносов;
- отсутствие или незначительность остатков денежных средств на счете (-ах) по сравнению с объемами операций, обычно проводимыми клиентом;

- отсутствует связь между основаниями операций по поступлению денежных средств на счет (-а) клиента и основаниями их последующего списания;
- отсутствуют платежи, соответствующие ведению реальной финансово-хозяйственной деятельности (например, арендные платежи, оплата коммунальных услуг, покупка канцелярских товаров и др.) и т. д. [5]

Данные признаки дают более четкое представление о том, что по мнению ЦБ РФ является сомнительным в деятельности его клиентов-организаций. Применение данных рекомендаций позволяет существенно улучшить работу специалистов кредитной организации по направлению противодействия незаконным финансовым операциям.

Из анализа вышеприведенных источников следует, что в них отсутствуют дефиниции понятий «подозрительность», «подозрительные операции», однако приводится перечень операций, подпадающих под указанную категорию, а также дается трактовка термина «сомнительные операции».

М.М. Прошунин, доктор юридических наук, профессор кафедры административного и финансового права РУДН, считает, что различие между данными терминами – «подозрительные» и «сомнительные» операции - заключается в том, что критерии и признаки сомнительности или необычности операций разрабатываются агентом финансового мониторинга на основании рекомендаций вышестоящих государственных органов. К таким операциям, как отмечает М.М. Прошунин, могут быть отнесены любые операции, которые, по мнению агента финансового мониторинга, могут совершаться с целью легализации преступных доходов и (или) финансирования терроризма. В отличие от этого, подозрительные операции являются частью сомнительных операций, в отношении которых «в результате реализации мер внутреннего контроля возникают подозрения в том, что такие операции могут осуществляться в целях легализации доходов, полученных преступным путем, или финансирования терроризма, и в отношении которых агентом финансового мониторинга принято решение о направлении информации в Росфинмониторинг» [10].

То есть основное различие между данными терминами состоит в том, что сообщения о подозрительных операциях направляются в Росфинмониторинг так как здесь у агента финансового мониторинга появляются для этого соответствующие основания, тогда как информация о сомнительных операциях не направляется в уполномоченный орган по причине отсутствия каких-либо подозрений в их незаконности. Таким образом, сомнительные операции - более широкое понятие, нежели подозрительные операции.

В налоговом законодательстве понятие «подозрительности» в каком-либо виде не закреплено. Однако налоговой службой используются термины «фирма-однодневка», «проблемный» контрагент, «фиктивная» организация и др., которые можно считать аналогами понятия «подозрительности».

Так, в соответствии с Приказом ФНС РФ от 30.05.2007 № ММ-3-06/333@ "Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок" [3] к признаками «проблемного» контрагента или «фирмы-однодневки» можно отнести отсутствие личных контактов между руководителями двух организаций при обсуждении условий поставок, при подписании договоров; отсутствие документального подтверждения полномочий руководителя компании-контрагента или его представителя, копий документов, удостоверяющих их личности; отсутствие сведений о фактическом местонахождении контрагента, о местонахождении его складских, производственных и/или торговых площадей; отсутствие информации о способе получения сведений о контрагенте (нет рекламы в СМИ, нет рекомендаций партнеров, нет Интернет-сайта контрагента и т. п.); отсутствие информации о государственной регистрации контрагента в ЕГРЮЛ. По утверждению ФНС России «наличие подобных признаков свидетельствует о высокой степени риска квалификации подобного контрагента как проблемного (или "однодневки"), а сделки, совершенные с таким контрагентом, сомнительными» [3].

Согласно письму Департамента налоговой и таможенно-тарифной политики Минфина России от 17.12.2014 N 03-02-07/1/65228 «О подтверждении добросовестности контрагента налогоплательщика» [2], такие признаки, как

наличие «массового» учредителя (участника), «массового» руководителя, не нахождение организации по адресу регистрации, отсутствие налоговой отчетности либо ее представление с минимальными показателями, среднесписочная численность организации не превышает 3 человек, отсутствие собственных либо арендованных основных средств, транспортных средств свидетельствуют о том, что организация относится к категории «фирмы-однодневки».

В письме ФНС РФ от 11.02.2010 N 3-7-07/84 "О рассмотрении обращения" [4] термин "фирма-однодневка" понимается как «юридическое лицо, не обладающее фактической самостоятельностью, созданное без цели ведения предпринимательской деятельности, как правило, не представляющее налоговую отчетность, зарегистрированное по адресу «массовой» регистрации, и т. д.»

Следует отметить, что только Росфинмониторингом на законодательном уровне закреплен перечень подозрительных операций и сделок. Налоговым законодательством Российской Федерации понятия «проблемный» контрагент, «фирма-однодневка» не закреплены по настоящее время, что является существенным упущением, так как умышленное использование в хозяйственной деятельности «фирм-однодневок» является одним из самых распространенных способов уклонения от налогообложения.

В каждом из проанализированных источников приводятся многочисленные характеристики тех операций, которые можно определить как подозрительные, сомнительные, необычные.

Однозначного понятия о том, что является подозрительным либо сомнительным в финансово-экономической деятельности организации среди органов финансового контроля нет, что обуславливается спецификой их деятельности, разными целями использования полученной информации так как и Росфинмониторинг, и ФНС России и территориальные налоговые органы, и ЦБ РФ с подведомственными организациями, на нижнем иерархическом уровне непосредственно контактируют с организациями, подходящими под вышеупомянутые критерии, но полученная информация применяется для

выполнения функций и задач, возложенных на данные государственные органы законом. То есть, для налоговой службы это контроль за исполнением налогового законодательства, что предполагает также доначисления определенных налогов по результатам камеральных и выездных проверок, если будет установлена связь организация с «фиктивной» компанией. Для Росфинмониторинга – это сбор и анализ информации, получаемой от агентов финансового мониторинга с целью последующей передачи в правоохранительные органы для возбуждения уголовного дела. Кроме того, разница в подходах финансовых органов объясняется объемом доступной информационной базы, особенностями хозяйственной деятельности той или иной организации так как всех «под одну гребенку» равнять нельзя, что и объясняет размытость и разрозненность определений понятий сомнительной или подозрительной операции, отсутствие установленной правовой процедуры квалификации таких операций.

На основании вышенаписанного следует вывод о том, что наступило время разработки Федерального закона, в котором бы более конкретно давалась формулировка подозрительным и сомнительным операциям, руководствуясь которыми соответствующие органы финансового контроля имели бы возможность принимать объективные и достоверные решения о проводимых финансовых операциях, об отнесении фирм к «однодневкам», и т. д.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 07.08.2001 N 115-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма".
2. Письмо Департамента налоговой и таможенно-тарифной политики Минфина России от 17.12.2014 N 03-02-07/1/65228 "О подтверждении добросовестности контрагента налогоплательщика".
3. Приказ ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ (ред. от 10.05.2012) "Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок".
4. Письмо ФНС РФ от 11.02.2010 N 3-7-07/84 "О рассмотрении обращения".

5. "Методические рекомендации о подходах к управлению кредитными организациями риском легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма" (утв. Банком России 21.07.2017 N 18-МР).
6. "Положение о требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма" (утв. Банком России 02.03.2012 N 375-П) (ред. от 05.10.2017).
7. Письмо Банка России от 04.09.2013 N 172-Т "О приоритетных мерах при осуществлении банковского надзора".
8. Генеральная прокуратура Российской Федерации. Портал правовой статистики [Электронный ресурс]. - URL: http://crimestat.ru (Дата обращения: 03.01.2018).
9. Иванов А.В. Предотвращение финансового мошенничества в целях противодействия легализации преступных доходов // Управленческий учет. – 2016. - № 2. – С. 86-93.
10. Прошунин М.М. Финансовый мониторинг (противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма): Учебное пособие / Под ред. проф. С.В. Запольского. – М.: РАП, Статут, 2009. – 224 с.

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ГИБКОЙ ЗАНЯТОСТИ

Низаметдинова Айгуль Раисовна
магистрант кафедры экономики труда и социологии предпринимательства
Башкирский Государственный Университет
РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа
E-mail: finvarrra@yandex.ru

Развитие хозяйственной деятельности в условиях рыночных отношений связано с изменением уровня занятости и постоянной мобильностью работников, что является одним из основных критериев развития гибкого рынка труда. Вместе с тем изменение требований к рынку труда, диктует изменение требований работодателей к персоналу. Организациям необходимы гибкие, динамичные, эффективные, своевременно занимающиеся переобучением и повышением квалификации кадры, реализующие профессиональные, интеллектуальные и общекультурные компетенции, оперативно реагирующие на новые экономические вызовы.

В развитых странах в последние годы все отчетливее проявляется тенденция к сокращению рабочего времени совместно с возрастающим разнообразием рабочих графиков [1, с. 144-145].

Гибкая занятость может достигаться за счет нестандартного режима рабочего времени, нестандартной организационной формы и нестандартного рабочего места. К гибким формам занятости на работах с нестандартными рабочими местами и организацией труда относятся работа на дому, работа по вызову, дистанционная занятость. Среди нестандартных организационных форм занятости выделяют временную занятость, совместительство, заемный труд. Наиболее распространенными разновидностями заемного труда являются аутсорсинг и аутстаффинг. [2] К нестандартному режиму рабочего времени можно отнести гибкий режим рабочего времени (неполная занятость, сжатая рабочая неделя) и гибкий рабочий график (гибкий рабочий год).

На рисунке 1 представлены основные формы гибкой занятости.

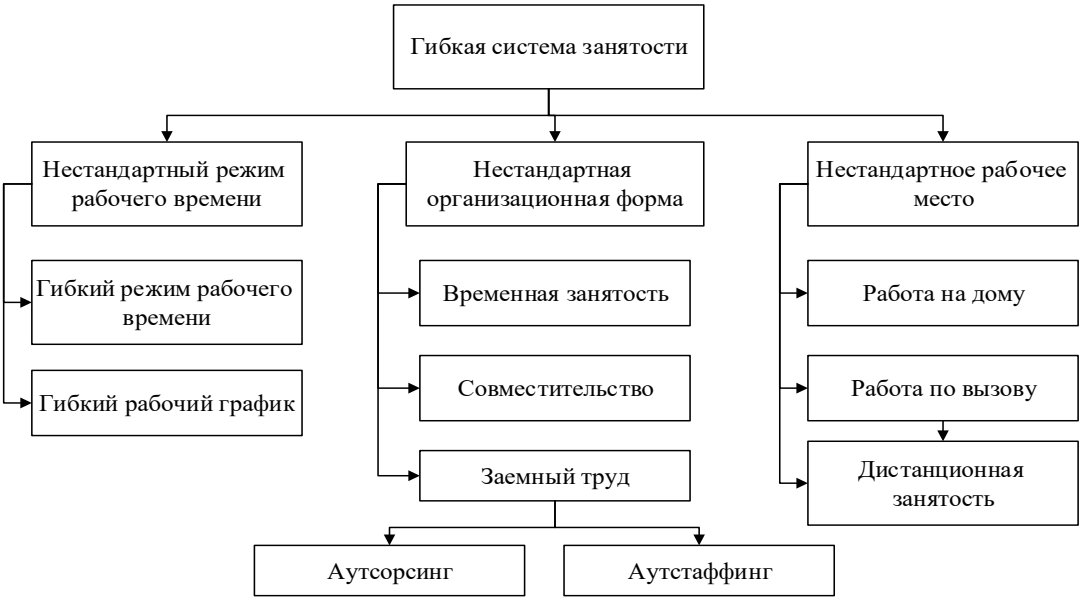


Рисунок 1. Формы гибкой занятости

Гибкие формы занятости сегодня становятся фактором устойчивости регионального рынка труда. Усиленное развитие гибких форм занятости можно рассматривать как проявление механизма саморегулирования экономики, форму адаптации населения к изменяющейся социально-экономической ситуации. Внедрение гибких форм занятости будет способствовать привлечению и закреплению на рынке труда дополнительной рабочей силы в лице уязвимых слоев населения (пенсионеры, инвалиды, молодежь). Гибкая занятость и ее разновидности в значительной степени способствуют росту уровня жизни населения, снижению безработицы, увеличению числа рабочих мест, быстрому и эффективному реагированию на изменения между спросом и предложением и снижением профессионально-квалификационного дисбаланса на рынке труда, манипулированию количеством и качеством рабочей силы.

На микроуровне они позволяют работодателям быстрее реагировать на структурные изменения рынка товаров и услуг, изменять режим работы предприятий, повышать эффективность использования рабочего времени, оптимизировать использование рабочей силы, повышать производительность труда, предоставлять работникам возможность выбора режимов рабочего времени и отдыха [3, с. 95-110].

Однако с внедрением гибких форм занятости работодателю необходим персонал, обладающий компетенциями, которые соответствуют требованиям рынка, быть мобильными, эффективными, постоянно заниматься самообразованием, совершенствовать свои квалификационные знания. В связи с этим возникает вопрос поиска наиболее важных компетенций, соответствующих определенным стадиям развития организации, какими компетенциями должен обладать требуемый персонал, какие методы оценки этих компетенций будут наиболее приемлемы и как максимально использовать существующий потенциал персонала в условиях гибкой занятости. Востребованность оценки персонала организации на основе компетентностного подхода все больше становится популярной. По сути компетентностный поход, являясь отражением изменений в характере и содержании труда, профессиональном обучении и образовании, выступает политикой в развитии организации и рынка труда в целом.

В соответствии с теорией ключевых компетенций, предложенной в работе Хэмела и Прахаллада [5, с. 79-91], которая получила особую популярность в середине 90-х гг. XX века можно выделить следующие факторы развития системы конкурентных преимуществ региона, включающую уровни формирования компетенций на индивидуальном уровне (компетенции и технологии: корпоративные, профессиональные, личностные, управленческие и др.), организационном уровне (потенциал (как возможности), ресурсы (как преобразованный потенциал), и организационные способности (как совокупность технологий и компетенций): нематериальные активы, организационный капитал и пр.), региональном и национальном уровнях (конкурентные преимущества территории, национальные интеллектуальные активы и пр.) (рис. 2) [4, с. 361-364].

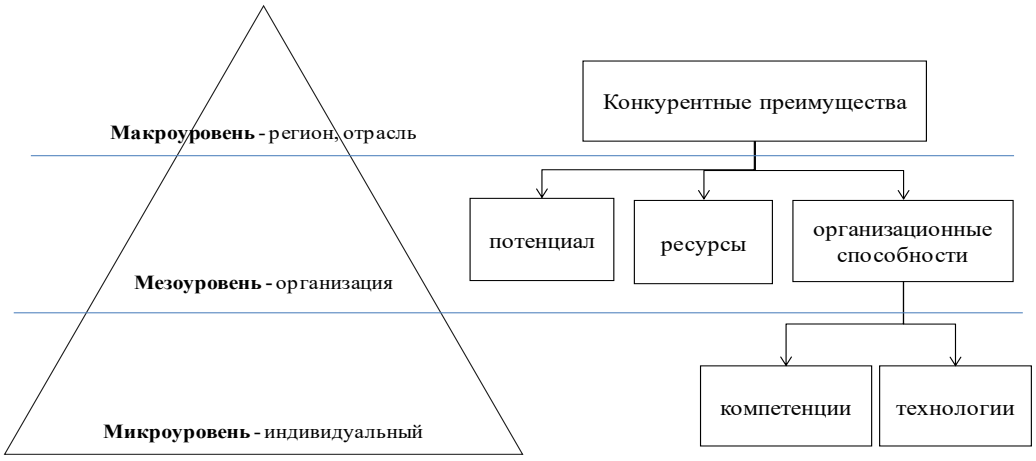


Рисунок 2. Иерархия ключевых компетенций

Согласно теории ключевых компетенций микроуровень, т. е. человек (работник) представляет собой главную ценность организации, является основными носителем компетенций. На рисунке 3 представлены основные этапы проведения оценки персонала с использованием компетентностного подхода.

Оценка персонала проходит в четыре этапа:

1) Разработка модели компетенций для конкретной должности. Модель компетенций – это логическое описание элементов и функций компетенций, применяемых в организации. Модель компетенции содержит детальное описание стандартов поведения работника конкретной организации, занимающего конкретную должность, ведущих к достижению конкретных целей. [6]

2) Разработка процедуры оценки персонала, включает в себя разработку этапов проведения и выбор инструмента оценки. Можно использовать как один инструмент, так и несколько в совокупности на усмотрение профессионализма оценщика.

3) Проведение оценки персонала представляет собой непосредственно саму оценку, сравнение кандидата с образом идеального работника, имеющего в наборе все необходимые компетенции для выполнения своих функции и задач в организации.

4) Заключение. На данном этапе необходимо разработать шкалу оценок кандидата и дальнейший план действий по обучению, переобучению или переподготовки в зависимости от результата оценки.

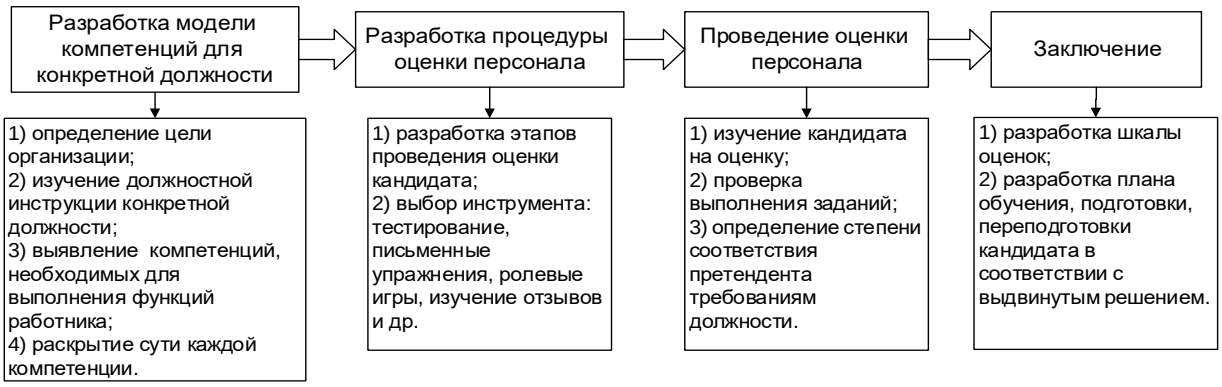


Рисунок 3. Основные этапы оценки персонала

Следует отметить, что компетентностный подход позволяет связать между собой такие процессы как отбор, оценка, развитие и вознаграждение. Модель компетенций – это фундамент всей системы управления персоналом. Применение компетентностного подхода позволяет привести в соответствие значимые процессы управления персоналом со стратегическими целями организации [7].

В условиях гибкой занятости оценка компетенций персонала становится особо актуальной задачей. Поскольку нестандартные формы занятости требуют постоянного совершенствования профессиональных компетенций (например, фрилансеры), то и персонал, работающий на этом месте должен отвечать высоким требованиям работодателя. Соответственно и модель компетенций данной должности должна постоянно совершенствоваться и изменяться, вместе с тенденциями, новшествами и изменениями в определенной сфере экономики. Необходимо определять новые направления развития отраслей, технологий, продуктов, практик управления и в соответствии с этими изменениями вносить изменения в модель компетенций, выстраивать образ актуальных в будущем компетенций.

В качестве вывода можно отметить, что внедрение моделей компетенций в условиях гибкой занятости позволяет работодателю эффективно управлять кадровыми вопросами, повышает производительность труда персонала и эффективную деятельность всей организации, позволяет получать информацию об образе будущих актуальных компетенций и производить эффективные кадровые перемещения без урона для организации.

Список литературы:

1. Абсалямова С.Г. Гибкие формы занятости как фактор устойчивости регионального рынка труда [Текст] / С.Г. Абсалямова, Г.И. Жирнова // Эффективное управление устойчивым развитием территории: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Казань: ВШГМУ КФУ, 2013. – Том I. – 340 с.
2. Багирова А.П. Эффективность использования гибких форм занятости на региональном рынке труда: теория и методика оценки: монография [Текст] / А.П. Багирова, И.И. Турсукова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014 – 78 с.
3. Костюнина Г.М. Гибкие формы занятости: мировой опыт и практика Сингапура [Текст] / Г.М. Костюнина // Труд за рубежом. – 2004 – № 2.
4. Сайфуллина Л.Д. Формирование ключевых компетенций региона как основа повышения качества образования [Текст] / Л.Д. Сайфуллина, Л.И. Мигранова // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Материалы XIII Международной научной конференции. – Уфа: УГАТУ, 2013.
5. Prahalad C.K. The Core Competence of the Corporation [Text] / C.K. Prahalad, G. Harvard // Business Review. – 1990. – Vol.68. – №3.
6. Чуланова О.Л. Управление персоналом на основе компетенций: монография [Текст] / О.Л. Чуланова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 122 с. (+ Доп. мат. znanium.com. – Научная мысль).
7. Эсаулова И.А. Развитие персонала организации: новая концепция и практика [Текст] / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова, И.А. Эсаулова и др. // Управление персоналом в России: история и современность: Монография под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2013.

НАЛОГОВЫЕ КАНИКУЛЫ НОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЯМ КАК ТОЛЧОК К РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА В СТРАНЕ

Педант Павел Юрьевич
студент, Института Экономики и Управления, КемГУ,
РФ, г. Кемерово
E-mail: ppyrich@bk.ru

Корчагина Ирина Васильевна
научный руководитель,
доц. кафедры Экономической теории и государственного управления КемГУ,
РФ, г. Кемерово

Проблема развития малого бизнеса всегда остается актуальна в условиях рыночной экономики. Ведь предприятия данного рода – это, в первую очередь источник доходов государства (путем взимания налоговых сборов) и рабочих мест. По данным Федеральной службы государственной статистики, в мае 2017 года уровень безработицы в России составил 5,2 %, что в пересчете с относительных показателей на количественные составляет более 7,5 миллионов человек. Пособие по безработице в России составляет от 850 до 4900 рублей в месяц. Если учесть среднеарифметический размер пособия и количество безработных, исходя из представленных выше данных, то ежемесячные затраты для государства, необходимые для обеспечения пособием данной категории людей превышают 21562 миллионов рублей. Предприниматель (или создатель фирмы) при начале своей деятельности в первую очередь обеспечивает рабочим местом себя. По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, по состоянию на 01.08.2016 количество микро-предприятий и малых предприятий (как индивидуальных предпринимателей, так и юридических лиц) составляет 5503386. Также любое предприятие для ведения своей деятельности и в целях расширения рынка присутствия компании нуждается в работниках. Это может быть как бухгалтер, необходимый для ведения отчетности предприятия, продавец, стоящий за прилавком, торговый представитель, ищущий новые рынки сбыта, так и сотрудник другого профиля. Очень редко для ведения деятельности фирмы

достаточно одного человека. Согласно критериям МСП (малых и средних предприятий), на микро-предприятиях занятость составляет до 15 человек, на предприятиях малого бизнеса от 16 до 100 человек. Оперируя этими данными, несложно представить количество людей, которые не только обеспечивают сами себя и, таким образом, уходят из-под опеки государства, но и платят налоги (13 % от всей прибыли – налог на доход физических лиц) в его пользу. И, ведь, большую часть безработных можно задействовать в трудовой деятельности по данной схеме (работа на малых предприятиях). Но для того, чтобы сделать это, необходимо увеличение рабочих мест, что возможно двумя путями: либо увеличение мест на уже существующем предприятии, либо создание новых предприятий. Второй способ выглядит более эффективным, так как при расширении действующего малого предприятия, безусловно, потребуется новые рабочие руки, но, вероятнее всего, численность управленческого персонала, бухгалтерии при открытии, например, второй или третей торговой точки мелкой торговой сети, вряд ли увеличится. Чего нельзя сказать при выходе на рынок новой торговой фирмы: наряду с персоналом, имеющим непосредственный контакт с потребителем, потребуются так же и сотрудники бухгалтерии, управленцы. Таким образом, для людей, готовых к открытию собственной фирмы или желающих начать предпринимательскую деятельность, необходим дополнительный стимул, который уменьшит их альтернативные издержки в случае, если их трудовая деятельность перейдет в разряд предпринимательской. Одним из побудителей к данной деятельности являются налоговые каникулы.

Налоговые каникулы – это период времени, установленный государством или иным контролирующим органом, в течение которого налогоплательщику предоставляется льгота в виде частичного или полного освобождения от уплаты налоговых сборов. С одной стороны, при данной мере поддержания нового предприятия, государство теряет часть своего дохода (налог на предприятия: ЕНВД, ПСН, УСН и другие). Но с другой стороны, новый предприниматель или юридическое лицо, как правило, создает несколько

рабочих мест. Это уже освобождает государства от уплаты нескольких пособий по безработице. Но, более того, даже в случае, если полностью освободить начинающего бизнесмена от налогов (как налогов на фирму, так и на собственный доход), то освободить от уплаты НДФЛ работников фирмы никто не в праве. На данном этапе вывод напрашивается только один: государство выигрывает в любом случае, тем более, что налоговые каникулы не будут длиться вечно, они существуют лишь временно для того, чтобы облегчить деятельность фирмы на начальном этапе своего развития, в дальнейшем же данное юридическое лицо или ИПБОЮЛ станет полноценным плательщиком налоговых сборов. Более того, при отсутствии налоговых каникул или каких-либо других льгот начинающим предпринимателям, намного меньшее количество людей готовы были бы попробовать себя в новом деле. Выходит что в результате временных льгот начинающему бизнесу, государство в дальнейшем получает большее количество налогоплательщиков, тем самым увеличивает размер государственного бюджета.

Практика показывает, что к данным методам (налоговые льготы, в т. ч. налоговые каникулы) прибегают не только развивающиеся страны, такие как Таиланд, Китай, Россия, но и развитые: США, Германия и др. В каждой стране программы налоговых каникул реализуется определенным образом. Например, в Китае существует программа освобождения от налогов на доходы предприятия в течение трех первых лет деятельности фирмы и сниженная в два раза ставка налога в течение последующих двух лет для проектов в области развития инфраструктуры, экологии, энергосбережения и ресурсосбережения. В Таиланде время от времени частными королевскими указами все малые и средние предприятия освобождаются от налога на прибыль. Последний раз такой указ вышел в 2016. Также на постоянной основе годовая прибыль, не превосходящая 300000 бат, налогом не облагается.

В Российской Федерации с принятием закона №477-ФЗ от 29.12.2014 также вступила в действие политика налоговых каникул, а именно: субъекты Российской Федерации были наделены правом предоставлять двухлетние

налоговые каникулы для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, перешедших в течение двух лет со дня регистрации в качестве индивидуального предпринимателя на упрощенную систему налогообложения или патентную систему налогообложения и работающих в производственной, социальной и (или) научной сферах. Однако конкретные виды деятельности определяются на уровне регионального законодательства. Данная программа действует до 2020 года. Но, помимо безграничных плюсов программы, существует и несколько минусов. Несмотря на то, что данные льготы изначально предусмотрены для малого бизнеса, на момент 2017 года налоговые каникулы действуют только для ИП и не действуют для ООО, что, по мнению бизнесменов, не совсем справедливо, ведь ИП занимает менее 20 % всего малого бизнеса. Однако государство не планирует вводить данные льготы для ООО, объясняя это тем, что с точки зрения рисков ИП менее защищено, и человек, ведущий предпринимательскую деятельность посредством регистрации в качестве ПБОЮЛ, рискует всем своим имуществом, в отличие от ООО. Еще одним недостатком данной политики является, то, что ограничения введены по роду деятельности организации. Как правило, новое предприятия открывается в условиях жесткой ограниченности ресурсов, а производственная и научная отрасль, не смотря на то, что являются очень привлекательными для предпринимателей и инвесторов, также являются и капиталоемкими. В свою очередь рынок социальных услуг по оценкам бизнесменов является не самым привлекательным для вложения средств. Сферы, в которых предприниматель может добиться успехов за недолгое время: услуг, торговли, перспективные как в развитых, так и в развивающихся странах, а так же не требующие больших материальных вложений, так и остаются в стороне.

Исходя из проанализированной информации, справедливо отметить, что введение налоговых каникул положительно сказывается на начинающем предпринимателе в краткосрочном периоде, а на государстве – в долгосрочном. Однако ограниченность действия данных льгот по сферам деятельности не дает

необходимого толчка к развитию всей экономики, а лишь помогает ее малой части. Также на примере России видны недостатки в возможностях использования данных льгот (только для ИП). Намного больший экономический эффект можно получить введя данную политику для всех организационных структур и всех родов деятельности, а государство, отказавшись на первом этапе от взимания части налогов в перспективе получит большее количество налогоплательщиков с более устойчивой экономической ситуацией внутри предприятия.

Список литературы:

1. Оперативные данные об исполнении федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – М.: Федеральное казначейство, 2015. – Режим доступа: http://www.roskazna.ru/ konsolidirovannogo-byudzheta-rf.
2. Акционерные общества, РМСП, субъекты МСП [Электронный ресурс]. – М.: Федеральная налоговая служба, 2017. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/regbusiness.
3. Налоговые каникулы, льготы для малого бизнеса, закон №477-ФЗ [Электронный ресурс]. – М.: Юридическая и налоговая консультация онлайн, 2017. – Режим доступа: https://yuridicheskaya-konsultaciya.ru/ nalogi/nalogovye-kanikuly.html.
4. Налоговая амнистия и налоговые каникулы в Таиланде [Электронный ресурс]. – М.: East-west Group, 2017. – Режим доступа: http://ewrgroup.ru/ru/info/amnesty-thailand.
5. Статистика МСП [Электронный ресурс]. – М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2017. – Режим доступа: https://rcsme.ru/ru/statistics.

МЕХАНИЗМ ПРОВЕРКИ ИНТЕГРАРИВАННОЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ

Плаксицкая Ольга Геннадьевна
студент, экономика «Управленческий учет и контроллинг»
ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: plaksic-olga@yandex.ru

Основной задачей процесса управления группы компаний является достижение поставленных стратегических целей путем выработки управленческого решения и целенаправленного воздействия на объект управления. В этой связи, одним из ключевых элементов эффективной системы информационного обеспечения менеджмента группы компаний, позволяющим координировать производственно-хозяйственную деятельность организаций на всех этапах развития, выступает интегрированная управленческая отчетность, где проверка обоснованности ее формирования, полноты и значимости является, необходимым критерием развития корпорации.

Современные корпорации имеют многоступенчатую организационную структуру, являются динамичным объектом хозяйствования и представляют собой законченную финансово-экономическую систему, имеющую внутренние и внешние цели, которые определяют состав и содержание формируемой и анализируемой в экономическом субъекте информации.

Интегрированная управленческая отчетность корпораций «отчетность устойчивого развития» является источником получения информации о результатах деятельности организации на **о**снове совокупности финансовых, маркетинговых, сбытовых, снабженческих и других показателей коммерческой деятельности [2].

Отчетная управленческая информация корпорации, в зависимости от места возникновения и движения проходит разные уровни управления: нулевой уровень – возникновение первичной учетной документации об объектах основных видов производств; первый уровень – включает информацию формируемую отделом материально-технического снабжения, складского

хозяйствования, сбыта и планово-экономического отдела, последующие уровни объединяют и формируют сводную отчетную управленческую информацию по центрам ответственности организации, на заключительном этапе происходит обобщение сводной управленческой информации из структурных подразделений и ее преобразование в результирующую отчетную документацию по всей корпорации [4].

Детальность раскрытия каждого компонента интегрированной управленческой отчетности рассмотрим в таблице 1 [5].

Таблица 1.

Стандартные элементы отчетности устойчивого развития

№ п/п	Аспект	Наименование показателя	Базовый индикатор результативности
1	2	3	4
Показатели экономической результативности			
1.1	Экономическая результативность	Созданная и распределенная прямая экономическая стоимость, включая доходы, операционные затраты, выплаты сотрудникам, пожертвования, нераспределенная прибыль	Объем реализованной продукции (работ, услуг); начисленные к уплате налоги; инвестиции в основной капитал; выплаты поставщикам капитала
2.1	Присутствие на рынках	Планирование закупочной деятельности, обеспечение возможности оперативного принятия решений о корректировке параметров закупок	-
Показатели экологической результативности			
1.1.	Материалы	Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы	Доля используемого вторичного сырья
2.1	Энергия	Прямое использование энергии с указанием первичных источников	Удельное потребление энергии в натуральном выражении
3.1	Вода	Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	Удельное потребление пресной воды в натуральном выражении
4.1	Биоразнообразие	Полные прямые и косвенные выбросы в окружающую среду	Выбросы парниковых газов; сбросы загрязненных сточных вод
5.1	Общие	Суммарные инвестиции на охрану окружающей среды	Инвестиции в объекты охраны окружающей среды
Показатели результативности подходов к организации труда			
1.1	Занятость	Общее количество и доля вновь принятых сотрудников, текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону	Уровень текучести кадров
2.1	Обучение и образование	Среднее количество часов обучения	Число часов обучения на одного работника; уровень затрат на обучение

Из таблицы 1 следует, что интегрированная управленческая отчетность - это формат отчета, который объединяет финансовую и нефинансовую информацию, все существенные данные о стратегии компании, корпоративном управлении, показателях ее деятельности и перспективах таким образом, чтобы они отражали ее экономическое, социальное и экологическое состояние.

Проверка достоверности (надежности, значимости) информации, содержащейся в интегрированной управленческой отчетности по всем уровням ее формирования, имеет название: верификация. Так, предметом верификации интегрированной управленческой отчетности является совокупность организационно-экономических проблем, связанных с функциональной деятельностью компании, а именно менеджмент, финансово-хозяйственная деятельность.

Целью верификации является формирование независимого мнения о соответствии деятельности и отчетности корпорации принципам социально ответственного ведения бизнеса, определенными рамками международных стандартов. В настоящее время методология верификации нефинансовой информации активно стандартизируется, таблица 2.

Таблица 2.

Характеристика международных стандартов верификации управленческой отчетности по нефинансовым показателям

Вид стандарта	Организация разработчик	Вид отчета	Краткая характеристика
Стандарт «Саншайн»	«Альянс стейкхолдеров», 1996 г.	Корпоративный отчет для заинтересованных сторон	Стандарт «Саншайн» закрепляет принципы подбора и предоставления информации для отчета: о продукции и услугах; о структуре собственности, финансовых показателях; налоговых выплатах; созданных рабочих местах; инвестициях; благотворительной деятельности; о госзаказах и штрафах.
Международный Стандарт Интегрированной отчетности Версия 1.0	Международный Совет по интегрированной отчетности, 2013 г.	Отчет о социальной и экологи ческой ответственности	Интерпретированная информация в отчете должна содержать анализ стратегии компании и объяснять, как эта стратегия соотносится со способностью компании создавать стоимость в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах.

Окончание таблицы 2.

AA1000AS «Стандарт верификации»	Институт социальной и этической отчетности, 2003 г.	Отчет устойчивого развития организаций	Принципы верификации: существенности – определяется значимость информации, раскрывающей влияние решений на продуктивность компании и ее участников; полноты - отражение информации о фактических и потенциальных последствиях деятельности; реагирование - скорость реакции на запросы заинтересованных сторон, касающихся хозяйственной деятельности организации

Из таблицы 2 следует - анализ стандартов, содержащих требования к верификации интегрированной отчетности позволяет выделить следующие группы требований: требование к полноте верификации, определяющие этапы верификации и выполняемые задачи по обеспечению полноты верификации требований; требование к независимости участников верификации; требование к документированию процесса верификации.

При этом стоит отметить, что процесс верификации регламентируется множеством международных стандартов, что зачастую создает проблемы в определении методологии верификации интегрированной управленческой отчетности конкретной организации. В этой связи актуальным вопросом становится разработка единого комплексного метода верификации управленческой отчетности группы компаний, рисунок 1.

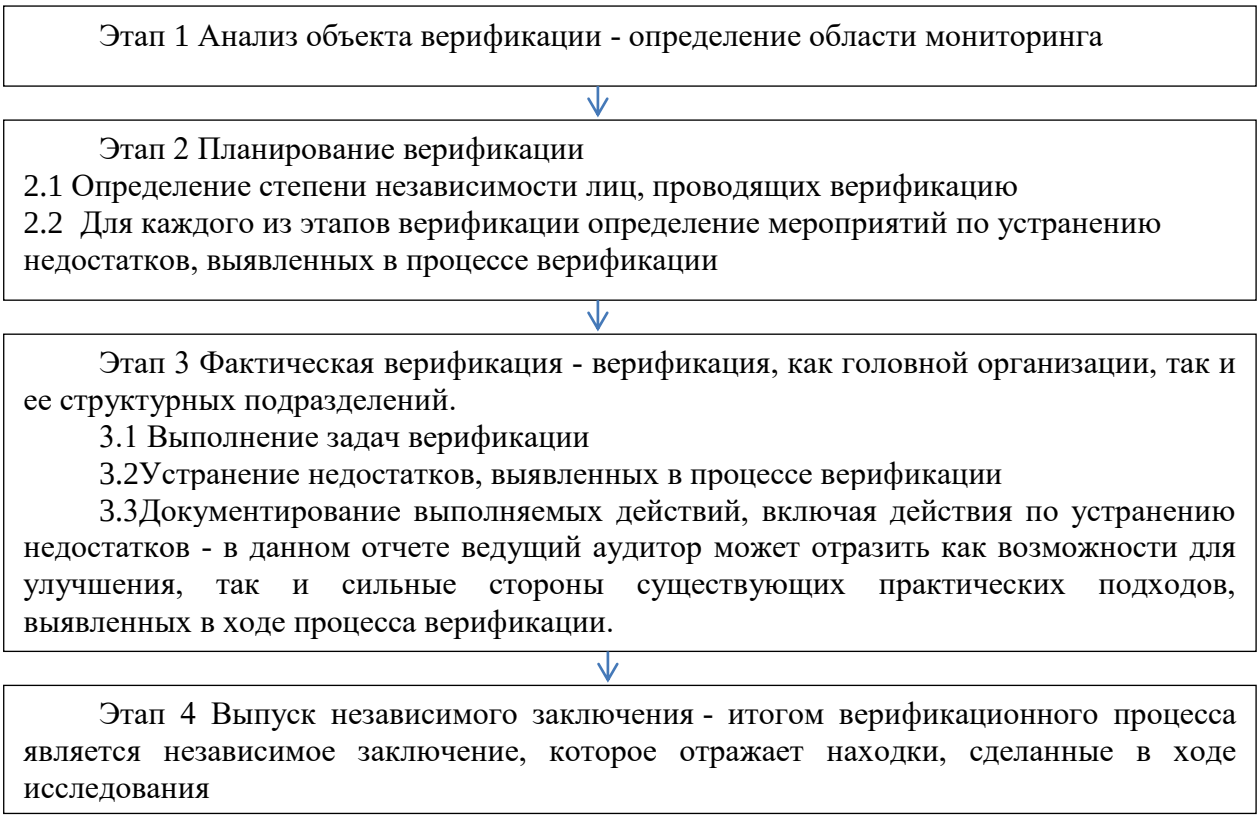


Рисунок 1. Структура метода комплексной верификации

Из рисунка 1 следует - разработанный метод комплексной верификации основан на учете требований международных стандартов и включает набор действий по анализу конкретного объекта верификации, планированию верификации, а также поэтапному проведению верификации. Действенность метода комплексной верификации подтверждается в ходе работ по выполнению экспертной оценки информационных и управленческих систем организации.

Таким образом, интегрированная управленческая отчетность корпорации в рамках организованной системы управленческого учета может служить индикатором состояния финансово-хозяйственной деятельности на основе, которой принимаются важные стратегические управленческие решения. А верификация интегрированной управленческой отчетности помогает компаниям повысить качество управления процессом сбора данных и подготовки отчетности; заинтересованным сторонам дает большую уверенность достоверности представленной в отчете информации.

Список литературы:

1. Когтенко В.Г., Мельник М.В. Интегрированная отчетность: вопросы формирования и анализа // Международный бухгалтерский учет. — 2014. — № 10. — С. 2-15
2. Махонина Е.А. Проблемы внедрения интегрированной отчетности в Российской Федерации // Молодой ученый. — 2014. — № 20. — С. 340-343
3. Шамонин Н.Н. Интегрированная отчетность и ее аудит – современное состояние и направления развития // Международный бухгалтерский учет. — 2014. — № 41. — С. 41-49
4. Управленческий учет затрат в сельскохозяйственном производстве / Татаринова М.Н., Гришанова С.В. // Вестник АПК Ставрополья. 2015. № 1 (17). С. 356-360.
5. Современные технологии управления затратами в системе производственного учета / Татаринова М.Н., Бездольная Т.Ю. // Вестник Института дружбы народов Кавказа Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 3 (39). С. 22.
6. Management accounting in russia: problems of theoretical study and practical application in the economic crisis / Bobryshev A.N., Elchaninova O.V., Tatarinova M.N., Frolov A.V. // Journal of Advanced Research in Law and Economics. 2015. Т. 6. № 3. С. 511-519.
7. Стратегический аспект учета затрат организации / Татаринова М.Н., Гришанова С.В., Башкатова Т.А. // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. 2016. № 4 (20). С. 67-73.

К ВОПРОСУ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Погосян Диана Мисаковна
студент, напр. «Экономика»
Институт Сервиса Туризма и Дизайна
(филиал) Северо-Кавказского Федерального Университета
РФ, г. Пятигорск

Жоглина Елена Валерьевна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры мировой экономики и таможенного дела
Институт Сервиса Туризма и Дизайна (филиал)
Северо-Кавказского Федерального Университета
РФ, г. Пятигорск

На сегодняшний день одной из основных задач международных экономических отношений выступает проблема привлечения инвестиций. Ограниченность инвестиционных ресурсов не позволяет в полной мере удовлетворить все существующие в мире потребности. Этот тезис в особенности актуален в условиях финансово-экономической нестабильности, когда инвесторы, принимая во внимание стремительно возросшие риски, ещё более основательно оценивают потенциальные объекты инвестирования. Все это и обуславливает актуальность выбранной темы.

Для того чтобы получить финансирование на более выгодных условиях, страна должна иметь хороший инвестиционный климат. Это достигается путем создания положительных экономических, политических и социальных условий.

В настоящее время многие экономисты и эксперты сходятся в суждении, что инвестиционный климат в России ухудшается. Начиная с 2014 года, на экономику страны в целом и, в частности, на инвестиционный климат и на настроение зарубежных инвесторов оказывает влияние ряд политических и экономических событий. Максимальное воздействие на данный процесс оказывают санкции западных государств в отношении России, в первую очередь сопряженные с позицией РФ относительно украинского кризиса как политического аспекта. Действия властей РФ в отношении Крыма, в частности

и Украины, в целом были восприняты западными странами как непозволительные.

Колоссальное значение на состояние инвестиционного климата России имело падение цен на нефть. Это обусловило существенное смещение макроэкономической ситуации в сторону ухудшения, нестабильный курс рубля, затруднения привлечения зарубежных финансовых средств, высокие процентные ставки, ограничения во внешней торговле и сложности в работе на отраслевых рынках.

Наиболее остро осложнение международных отношений и ухудшение макроэкономической ситуации в России проявилось на настроениях иностранных инвесторов. Примером тому может послужить сложившаяся ситуация в России в 2014 году. Так объем прямых иностранных инвестиций в экономику сократился на 70 % — до 22 млрд. долл. США, достигнув минимального уровня с 2006 года [1]. Динамика изменений объемов прямых инвестиций в экономику РФ отражена в таблице 1.

На основании представленных данных можно отметить, что рост прямых иностранных инвестиций наблюдается до 2013 года (за исключением 2012 года, где произошло их снижение по сравнению с 2011 годом на 8,2 % или 4496 млрд. долл.). Резкое снижение прямых иностранных инвестиций произошло в 2014 году: их объем упал на 68,2 % по сравнению с предыдущим годом и составил всего 22031 млрд. долл. В 2015 году, в виду введения санкций, объем прямых иностранных инвестиций продолжает уменьшаться по сравнению с 2014 годом на 68,9 % или 15178 млрд. долл. 2016 год демонстрирует увеличение притока иностранных инвестиций в экономику России в 4,7 раза по сравнению с 2015 годом, в абсолютном выражении размер прямых инвестиций увеличился на 26123 млрд. долл. Таким образом, динамика прямых иностранных инвестиций в Россию весьма неоднозначна и демонстрирует неустойчивость экономического положения страны.

Таблица 1.

Прямые иностранные инвестиции в экономику РФ (млрд. долл. США) за 2010-2016 гг.[2]

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Банки	5164	5081	7786	9158	4394	589	1608
Иные секторы	38004	50003	42801	60061	17637	6264	31369
Итого:	43168	55084	50588	69212	22031	6853	32976

Россия обладает огромным экономическим потенциалом. Инвестиционный потенциал, являясь его составной частью, оказывает непосредственное влияние на развитие ресурсного, предпринимательского, инновационного и технологического потенциала, создавая возможности для предприятий, хозяйств осуществлять производственно-экономическую деятельность, выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, общественные потребности, обеспечивать развитие производства и потребления [3].

Однако РФ не входит в число ведущих стран по инвестиционной привлекательности. Зарубежные и российские инвесторы в последнее время все больше испытывают недоверие по отношению к России. Это во многом связано с существованием многочисленных рисков в России, которые являются препятствием для российских и зарубежных инвесторов. Так, например, во втором полугодии 2014 года Банк России впервые с 2005 года зафиксировал чистый отток прямых иностранных инвестиций [4].

Бесспорно, Россия имеет необходимость в существенных вложениях (в человеческий капитал, в институты, в производственные технологии, в инфраструктуру) для того чтобы осуществить многостороннюю модернизацию и реконструкцию, сформировать социально-экономическую систему, способную успешно совершенствоваться в нынешних условиях. Невзирая на прилагаемые усилия, весь потенциал страны ещё не был реализован. На наш взгляд, состояние инвестиционного климата России в ближайшие десятилетия станет проявлять все большее воздействие на формирование экономики государства.

Значительный приток средств от экспорта энергоносителей снизил мотивацию российских властей к проведению радикальных реформ. Благоприятное время было недостаточно активно использовано для подготовки экономики к вступлению в следующую фазу развития, когда внешние и внутренние проблемы роста обострятся.

Перед экономикой государства встает вопрос: осуществить модернизацию и сформировать условия для эффективного развития в долгосрочной перспективе, или двигаться по инерционному пути, шаг за шагом увеличивая отставание от прогрессивных стран и скатываясь на позиции недостаточно конкурентоспособной экономики.

В настоящее время исключительно верным решением является выбор пути модернизации. Это связано с тем, что определяющей в текущих условиях, при которых на экономическое состояние оказывает влияние глобализация, становится конкурентная борьба национальных рыночных и государственных институтов.

С целью улучшения инвестиционного климата в России функционирует Национальный Совет по развитию инвестиционного климата. Это особая некоммерческая организация, представляющая собой объединение предпринимателей, бизнесменов и финансистов, обладающих схожим видением касательно вопросов развития экономики страны и готовых оказывать поддержку в форме общественной деятельности. Данная организация стремится путём анализа ситуации и выработки конкретных предложений найти взаимодействие со всеми заинтересованными сторонами по вопросам привлечения инвестиций и улучшения инвестиционного климата.

Мы считаем, что Россия имеет все шансы стать более привлекательной страной с точки зрения инвесторов. Для этого необходимо осуществить ряд системных мероприятий, направленных на улучшение корпоративной культуры; поддержку инновационной и исследовательской деятельности; внедрение эффективных методов борьбы с коррупционными явлениями; усовершенствование имеющегося на текущий момент инвестиционного

законодательства; модернизацию существующей инфраструктуры; разработку системы льгот и гарантий для иностранных инвесторов, в том числе создание адекватных механизмов страхования иностранных инвестиций.

Список литературы:

1. Инвестиции в России: экономический и социокультурный подходы / Под ред. Л.С. Тарасевича и С.Г. Ковалева. СПб.:2011. – 112 с.
2. Азатян М.О. Анализ структуры и динамики прямых иностранных инвестиций в РФ - Краснодар: Новация, 2017. - С. 10-14.
3. Жоглина Е.В. Согласование механизмов управления развитием экономического потенциала: автореф. дис… канд. экон. наук. - Ставрополь, 2008. – 26 с.
4. Сотский С.В. Анализ инвестиционной привлекательности проекта. - М.: ЦЭМИ РАН, 2011. – 58 с.
5. Шулепов А.А. Системный подход к анализу эффективности инвестиционных проектов // Проблемы современной экономики. 2012. № 4. – 124 с.

ПРИМЕНЕНИЕ КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОАО «МУКОМОЛ»)

Попова Екатерина Сергеевна
студент, СГЭУ,
РФ, г. Самара
E-mail: popovakatarina@yandex.ru

В целях анализа и планирования экономической и хозяйственной деятельности предприятия широко используется корреляционно-регрессионный анализ.

Корреляционно-регрессионный анализ - один из способов решения проблем и поиска информации, позволяющий определить совместное влияние совокупности взаимосвязанных и одновременно действующих признаков, а также отдельное влияние каждого признака на экономический процесс. Такой тип анализа дает возможность оценить степень взаимосвязи между несколькими признаками и полученным результатом и смоделировать уравнение регрессии, которое описывает форму взаимосвязи.

Регрессионный анализ определяет выбор формы связи и типа модели для определения расчетных значений результативного признака.

Методы корреляционного и регрессионного анализа используются в совокупности. Наиболее выработанной в теории и популярной на практике является парная корреляция, которая исследует соотношения между результативным и одним факторным признаком. Это - однофакторный корреляционный и регрессионный анализ.

Покажем применение данного анализа на примере ОАО «Мукомол»:

Таблица 1.

Данные о выручке и величине оборотных средств ОАО «Мукомол»

Период	Выручка, тыс.руб. (X)	Оборотные средства, тыс.руб (Y)
2012	246	122
2013	386	157
2014	447	199
2015	786	236
2016	821	288

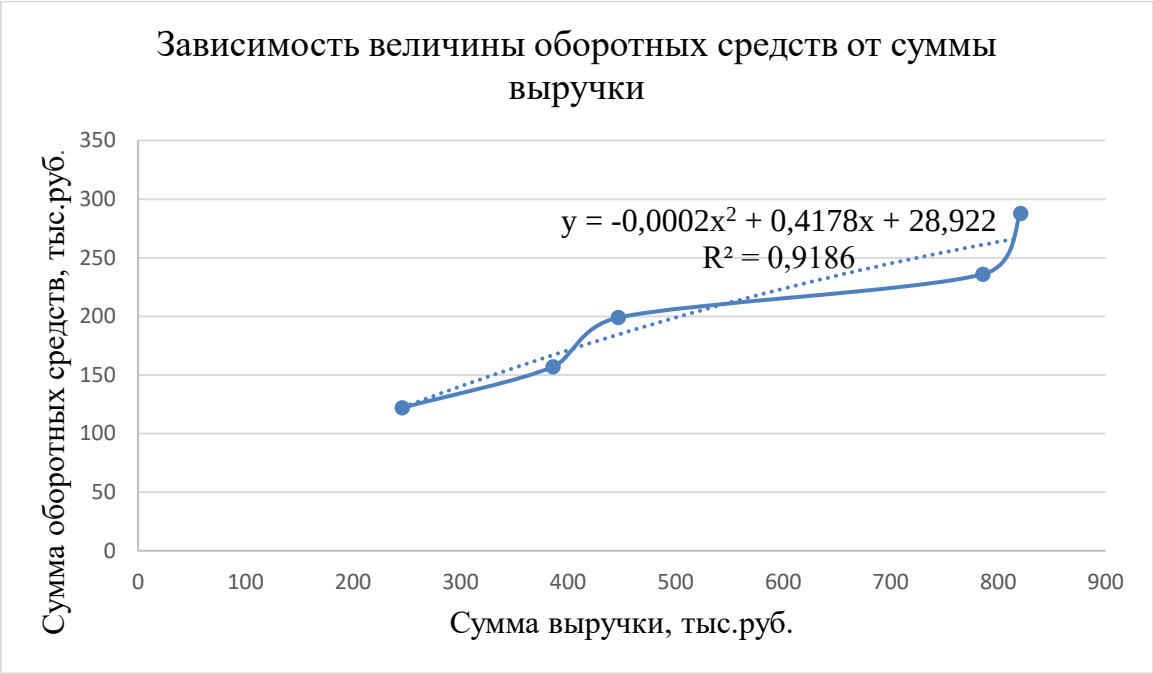


Диаграмма 1. График зависимости величины оборотных средств от суммы выручки

Исследовав пять видов функций, которые характеризуют зависимость величины Y от величины X: линейная, экспоненциальная, логарифмическая, степенная и полиномиальная, было выявлено, что наилучшим образом тенденцию зависимости величины оборотных средств от суммы выручки описывает полиноминальная функция, т. к. индекс детерминации наибольший R^2=0,92, таким образом, 92 % исходных данных подчиняются выбранной тенденции.

Парабола второго порядка характеризует полиномиальную зависимость Y от X. Ее уравнение имеет вид:

$$Y_x = a + bx + cx^2 \quad (1)$$

По требованиям МНК, значения параметров a, b и c вычисляются путем решения следующей системы уравнений:

$$\begin{cases} na + b\sum x + c\sum x^2 = \sum y \\ a\sum x + b\sum x^2 + c\sum x^3 = \sum xy \\ a\sum x^2 + b\sum x^3 + c\sum c^4 = \sum x^2 y \end{cases} \quad (2)$$

где: n — количество наблюдений.

Подставив полученные значения в систему уравнений получим:

$$\begin{cases} 5a + 2686b + 7214596c = 1002 \\ 2686a + 7214596b + 19378404856c = 2691372 \\ 7214596a + 19378404856b + 52050395443216c = 7229025192 \end{cases}$$

Параметры уравнения регрессии:

A=28,92

B=0,41

C=0,0002

Следовательно, уравнение параболы имеет следующий вид:

$$Y_x = 28{,}92 + 0{,}41x - 0{,}0002x^2$$

Чтобы получить выровненные значения оборотного капитала в зависимости от суммы выручки(Y_x), необходимо подставить в уравнение соответствующие значения X:

Таблица 2.

Выравненные значения результативного признака Y

Период	(X) тыс.руб.	(Y) тыс.руб.	Y_x тыс.руб
2012	246	122	119,59
2013	386	157	160,49
2014	447	199	175,77
2015	786	236	233,76
2016	821	288	237,13

Для измерения тесноты взаимосвязи между факторным и результативным показателем для нелинейного отношения, рассчитывается корреляционное отношение:

$$\eta = \sqrt{\frac{\delta_y^2 - \delta_{yx}^2}{\delta_y^2}} \quad (3)$$

$$\text{Где: } \delta_y^2 = \frac{\sum(y_i - \bar{y})^2}{n} \quad (4)$$

$$\delta_{yx}^2 = \frac{\sum(y_i - y_{x_i})^2}{n} \quad (5)$$

$$\delta_{yx}^2 = \frac{(1002 - 926{,}74)^2}{5} = 1132{,}8$$

$$\delta_y^2 = \frac{(1002 - 201{,}6)^2}{5} = 128128$$

$$\eta = \sqrt{\frac{(128128) - (1132{,}8)}{128128}} = 0{,}99$$

Корреляционное отношение способно принимать значение от 0 до 1. Если эта величина ближе к единице, то связь более тесная между изучаемыми явлениями. Оно показывает, на сколько процентов в среднем изменяется признак Y при изменении признака X на 1 %.

Полученное значение корреляционного отношения равняется - 0,99. То есть связь между факторным и результативным признаком сильная. Так, при изменении выручки на 1 % величина оборотных средств предприятия изменится на 0,99 %.

Высокий уровень корреляционного отношения позволяет сделать вывод о том, что прогнозирование и планирование величины оборотных средств ОАО «Мукомол» с использованием методов регрессионного анализа - возможно и целесообразно.

Определим индекс детерминации для оценки качества связи при нелинейной зависимости, равный квадрату корреляционного отношения:

$$R^2 = \eta^2$$

0,92=0,99

Для оценки качества построенной модели необходимо рассчитать среднюю ошибку аппроксимации, показывающую, на сколько процентов в среднем отличаются фактические значения результативного показателя от значений, рассчитанных по построенной модели.

Если величина средней ошибки аппроксимации не превышает 10 %, то модель регрессии считается наиболее точно описывающей связь между фактором и результативным показателем.

Средняя ошибку аппроксимации определяется по формуле:

$$\overline{A} = \frac{\sum|Y_i - Y_x|/Y_i}{n} \times 100\ \% \qquad (6)$$

где: $|Y_i - Y_x|$ — отклонение выравненных значений Y от фактических.

$$\overline{A} = \frac{|1002 - 926{,}74|/1002}{5} \times 100\ \% = 1{,}5\ \%$$

Полученное значение не превышает 10 %, таким образом, можно говорить о хорошем качестве построенной модели.

Проведем расчёты прогнозных значений величины оборотных средств на 2017 и 2018 гг.

Если предприятие планирует каждый год увеличивать выручку на 10 % по сравнению с предыдущим, то в 2017 и 2018 гг. сумма выручки будет равна:

821 + 0,1·821 = 903,1 (тыс. руб.) — 2017 г.

903,1 + 0,1·903,1 = 993,41 (тыс. руб.) — 2018 г.

Для расчета прогнозных значений величины оборотных средств, подставим полученные значения в уравнение регрессии:

28,92 + 0,41·903,1 — 0,0002·903,1 = 339,01 (тыс. руб.) — 2017 г.

28,92 + 0,41·993,41 — 0,0002·993,41 = 436,01 (тыс. руб.) — 2018 г.

Таким образом, для увеличения выручки по итогам двух планируемых лет на 10 % сумма необходимых предприятию ОАО «Мукомол» оборотных средств составит 339,01 тыс. руб. и 436,01 тыс. руб. в 2017 и 2018 гг. соответственно.

Список литературы:

1. Гладилин А.В., Герасимов А.Н., Громов Е.И. Эконометрика: учебное пособие / — Москва: КноРус, 2017. — 232 с.
2. Дайитбегов Д.М. Компьютерные технологии анализа данных в эконометрике / Д.М. Дайитбегов. - Москва: ИЛ, 2015. – 592 с.
3. Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия: Учебник для бакалавров /. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2016. – 256 с.

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КОМПАНИИ

Ребенщикова Ирина Сергеевна
студент, кафедра финансов и кредита, БГТИ (филиала) ОГУ,
РФ, г. Бузулук
E-mail: wwwerkolab@mail.ru

Верколаб Алла Александровна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
БГТИ (филиал) ОГУ,
РФ, г. Бузулук

Осуществление практически любых видов деятельности предприятия связано с определенным движением денежных средств в форме их поступления или расходования. Это движение денежных средств функционирующего предприятия во времени представляет собой непрерывный процесс и определяется понятием «денежный поток».

В МСФО дается следующее определение: денежные потоки - это приходы и выбытие денежных средств и их эквивалентов [6]. Однако данное понятие носит относительно узкий смысл, так как его используют пользователи финансовых отчетов. Специалисты по финансовому менеджменту дают более широкое понятие денежному потоку.

Ю. Бригхем дает такое определение: «Денежный поток - это фактически чистые денежные средства, которые приходят в фирму (или тратятся ею) на протяжении определенного периода» [3, с. 49]. Данная формулировка непосредственно связана с оценкой целесообразности осуществления капитальных вложений, т. е. с учетом чистого денежного потока.

Такие авторы, как Р.А. Брейли и С.С. Майерс предлагают определить поток денежных средств так: «Поток денежных средств от производственно-хозяйственной деятельности определяется вычитанием себестоимости проданных товаров, прочих расходов и налогов из выручки от реализации» [1, с. 576].

Дж. К. Ван Хорн отмечает: «Движение денежных средств фирмы представляет собой непрерывный процесс. Для каждого направления

использования денежных фондов должен быть соответствующий источник. В широком смысле: активы фирмы представляют собой чистое использование денежных средств, а пассивы и собственный капитал - чистые источники» [4, с. 321].

Бочаров В.В. формулирует определение таким образом – «Денежный поток - это объем денежных средств, который получает или выплачивает предприятие в течение отчетного или планируемого периода» [2, с. 69].

Таким образом, денежный поток – это совокупность распределенных во времени поступлений и выплат денежных средств в результате реализации какого-либо проекта или функционирования того или иного вида активов.

Рассмотрим движение денежных средств в ПАО «Оренбургнефть» в 2014-2016 гг.

Таблица 1.

Показатели денежных потоков ПАО «Оренбургнефть»

Показатели денежного потока	Абсолютная сумма, в тыс. руб.			Удельный вес, в процентах		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Поступления денежных средств от текущих операций	242 022 380	243 620 612	84 932 866	98,48	79,25	28,80
Поступления денежных средств от инвестиционных операций	3 746 321	63 769 162	209 934 897	1,52	20,75	71,20
Выплаты по текущим операциям	186 027 504	176 777 435	135 280 206	75,71	57,57	45,97
Выплаты по инвестиционным операциям	59 687 929	130 299 427	159 024 407	24,29	42,43	54,03

Как показывают расчёты, наибольший удельный вес в сумме поступлений денежных средств в 2016 году занимают поступления по инвестиционной деятельности - 71,2 %. Поступления денежных средств от текущих операций составили в 2016 году 28,8 %. По финансовой деятельности у Общества денежных поступлений нет.

Анализируя динамику поступлений денежных средств от текущих операций, можно прийти к выводу, что существует тенденция уменьшения поступлений за последние три года, причем темпы уменьшения довольно высокие - изменение в 2015 году по сравнению с 2014 годом составило 19,23 %,

а в 2016 году по сравнению с 2015 годом составило 50,45 %. Таким образом, поток поступлений денежных средств по основным видам деятельности в 2016 сократился в 2 раза, что является довольно рисковой ситуацией для предприятия, так как именно раздел текущих операций позволяет оценить эффективность и прибыльность бизнеса. Операционный поток должен преобладать над финансовым и инвестиционным, то есть быть для компании основным генератором денег.

В составе выплат наибольший удельный вес в 2016 году занимают платежи денежных средств от инвестиционных операций – 54,03 %, удельный вес текущих платежей меньше – 45,97 %. Платежей денежных средств от финансовых операций нет на протяжении исследуемого периода.

В нормальной ситуации текущая деятельность предприятия должна обеспечивать растущий приток денежных средств, полностью покрывая их инвестиционный отток. На исследуемом предприятии ПАО «Оренбургнефть» ситуация прямо противоположная: на протяжении исследуемого периода 2014-2016 годов поступления денежных средств от текущей деятельности сокращаются, а инвестиционный отток увеличивается. То есть, поступления от текущей деятельности не только не перекрывают инвестиционные платежи, а уже их меньше практически в 2 раза в 2016 г.

Рассмотрим факторы, которые повлияли на уменьшение денежного потока по операционной деятельности:

1) существенное сокращение выручки от реализации;

2) снижение цены на нефть вследствие действия санкций и, как следствие, сокращение продажи нефти на экспорт;

3) повышение затрат по показателям «Себестоимость нефти на внутреннем рынке», «Себестоимость газа на внутреннем рынке» и «Себестоимость газа на экспорт»;

4) повышение ставок налога на добычу углеводородного сырья;

5) рост расходов, которые связаны с разведкой и оценкой запасов нефти и газа в 2016;

6) увеличение расходов привело к снижению чистой прибыли;

7) снижение суммы краткосрочных финансовых обязательств.

В целях совершенствования управления денежными потоками ПАО «Оренбургнефть» необходимо оптимизировать денежные потоки от различных видов деятельности. Оптимизация денежных потоков — это процесс реализации совокупности мероприятий, направленных на стимулирование роста денежных поступлений и повышение эффективности их использования.

Повышение суммы чистого денежного потока предприятия может быть обеспечено за счет осуществления следующих основных мероприятий:

- снижения суммы постоянных и переменных издержек;
- разработки эффективной налоговой политики, которая способна обеспечить снижение уровня суммарных налоговых выплат;
- реализации эффективной ценовой политики для обеспечения роста уровня доходности основной деятельности;
- применения ускоренной амортизации основных средств для генерирования реального притока денежных средств;
- реализации непрофильных активов;
- совершенствования работы с дебиторами с целью обеспечения своевременной и полного оплаты обязательств, а также своевременного взыскания штрафных санкций.

Таким образом, предприятию следует оптимизировать текущий денежный поток и сократить инвестиционные платежи для достижения сбалансированности денежных потоков; обратить внимание на способы увеличения поступлений по текущей (основной) деятельности путем увеличения выручки от продажи продукции, товаров, работ и услуг и сокращения себестоимости; оптимизировать управление дебиторской задолженностью, не допускать наращивание и застой запасов; осуществлять эффективную налоговую и ценовую политику, обеспечивающих снижение уровня суммарных налоговых выплат. Всё это позволит оптимизировать денежные потоки компании.

Список литературы:

1. Брейли Ричард, Майерс Стюарт. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997. –1120 с.
2. Бочаров В**.** В**.** Финансовый анализ. Краткий курс. 2-еизд. — СПб.: Питер, 2009. – 240 с.
3. Бригхэм Ю., Хьюстон Дж. Финансовый менеджмент. Экспресс-курс. 4-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 544 с.
4. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами: Пер. с англ./Гл. ред. серии Я.В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 800 с.
5. Годовая бухгалтерская (финансовая) отчётность ПАО «Оренбургнефть» и годовой отчёт ПАО «Оренбургнефть». Сайт раскрытия корпоративной информации. [Электронный ресурс]. - URL: http: // www. e-disclosure.ru/ portal/files.aspx?id=929&type=3 (Дата обращения: 17.12.2017 г.)
6. Отчет о движении денежных средств: Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 7, введенный в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина РФ от 25.11.2011 № 160н. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». - Режим доступа: http://www.consultant.ru (Дата обращения: 15.12.2017 г.)
7. Управление денежными потоками: учебник / И.Я. Лукасевич, П.Е. Жуков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 160 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ С ПОМОЩЬЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Рипях Юлия Васильевна
студент, кафедра технологии продуктов питания и организации ресторанного дела ОГУ имени И.С. Тургенева, РФ, г. Орел
E-mail: ripyahusya@yandex.ru

Ковалёва Татьяна Дмитриевна
студент, кафедра технологии продуктов питания и организации ресторанного дела ОГУ имени И.С. Тургенева, РФ, г. Орел
E-mail: kawaishinoda@mail.ru

Владимирова Ольга Георгиевна
научный руководитель, доцент ОГУ имени И.С. Тургенева, РФ, г. Орел
E-mail: olenkage@mail.ru

В мировой экономике происходят непрерывные изменения. На фоне глобализации осуществляется процесс создания единой мировой сетевой рыночной экономики. И одним из признаков данного процесса является конкурентная борьба за ресурсы, капитал, интеллект и т. д.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что социальные сети представляют собой составляющую процесса глобализации, именно на их просторах разворачивается конкурентная борьба. Использование социальных сетей позволяет формировать инновационные инструменты управления, чем активно пользуются крупные компании и организации.

Общество уже давно перенеслось в мир онлайна. На различных сайтах, форумах и в социальных сетях путешественники давно привыкли выкладывать фото и видео, а также делиться своими мнениями и рассказывать о брендах. Руководители компаний, в том числе и отельеры все чаще начинают понимать, что социальные сети можно использовать в качестве дополнительных площадок для маркетинга и продвижения своей продукции и услуг.

Для этого был создан Social Media Marketing, SMM (Маркетинг в социальных сетях) – комплекс мероприятий по продвижению в социальных

сетях. На Западе использование социальных сетей для продвижения бренда и управления услугами более свойственно, чем в России. Однако гостиничная индустрия в РФ постоянно развивается, поэтому в последующие годы возможно возникновение новых тенденций, в том числе и наиболее интенсивное использование социальных сетей для продвижения гостиничных брендов.

Такие крупные сетевые операторы гостиничного бизнеса, как Hilton, Best Western, Accor имеют свои аккаунты в Twitter и большое число ссылок на Facebook, что обеспечивает им рост популярности на рынке. Не смотря на то, что социальные сети - это эффективные способы продвижения и оценки качества своего сервиса, большая часть отелей не использует эту возможность. Согласно исследованию TravelClick - одного из ведущих поставщиков услуг электронной коммерции для отелей, только 20 % гостиничных объектов используют сеть Twitter, 10 % - Groupon и другие сервисы коллективных скидок, только 8 % - геосервис FourSquare. Самой популярной сетью среди отельеров стал Facebook, который используют около 65 % [2].

Использование социальных сетей для продаж является одной из целей большинства гостиничных предприятий. Так как социальные сети дают возможность найти потенциального потребителя и работать с ним в режиме онлайн. Социальная сеть позволяет определить свою целевую аудиторию и информировать ее о предлагаемых услугах. Данные извещения пользователи воспринимают более нейтрально, так как, подписавшись на страницы и аккаунты компании, они проявили согласие их получать. Затем уже заинтересованных подписчиков можно перенаправить на свой сайт или же рассказывать о продукции и услугах на площадке общения в режиме онлайн.

Так как социальные сети являются своеобразным внешним каналом продаж, который предлагает маркетологам разные возможности, результатом деятельности на этом канале должно стать приобретение клиентомгостиничного продукта. Соответственно охват рынка потенциальных клиентов необходимо увеличивать.

Важно отметить, что данный канал продаж служит не только для привлечения новых клиентов, но и для работы с постоянными.

Социальные сети – это равный потенциал, как для гостиничных сетей, так и для небольших отелей, потому что это важное средство для продвижения гостиничных услуг. Благодаря социальным сетям представителям гостиниц с небольшим числом постояльцев не обязательно иметь большой бюджет для того, чтобы найти возможных клиентов или партнеров. Что касается отелей, которые имеют интересные предложения или необычные услуги, социальные сети откроют безграничные возможности для общения с клиентами, партнерами и коллегами. Отельеры могут контактировать со своими будущими клиентами, отвечая на их запросы, что очень удобно. Так же социальные сети подойдут для работы с отзывами.

Основной характеристикой социальных сетей является то, что они удобны для мгновенной передачи информации. Непосредственно здесь лучшим способом реализуется механизм сарафанного радио, которое всегда было самым эффективным средством распространения информации и обширно используется для продвижения товаров и услуг. Пользователи социальных сетей размещают ссылки на своих ресурсах, передают их друг другу, рекомендуя друзьям зайти на тот или иной сайт и ознакомиться с интересной информацией. Активная деятельность в социальных сетях создает взаимоотношения со своей целевой аудиторией и может помочь развить бренд. Кроме того, контент, которым делятся, повышает видимость гостиницы и ее услуг. Нельзя ограничиваться только бронированием номеров, чем больше услуг можно разместить в социальных сетях, тем лучше для отеля. Социальные медиа - это возможность сообщить историю своей гостиницы и показать будущим гостям, как гостинца может удовлетворить их самые обычные и необычные потребности.

Использование социальных сетей в работе гостиничных предприятий помимо имеющихся преимуществ, имеет и определенные недостатки:

- работа на ресурсе, не принадлежащем компании (высока вероятность сбоя работы, взлома, блокировки);

- ограничение функционала (социальные сети имеют лишь определенный набор функций);
- вопросы безопасности (часто возникают ситуации, когда оказывается, что работа социальных сетей не конфиденциальна);
- высокая конкуренция (в связи с небольшими затратами в социальных сетях, предприятие будет вынужденно постоянно бороться за внимание клиентов).

Соответственно, деятельность в социальных сетях должна идти совместно со всей деятельностью компании, так как нет универсального образца для организации работы в цифровых медиа.

Еще одним преимуществом социальных сетей является наличие возможности для таргетинга аудитории (фокусировки рекламной кампании на конкретный сегмент целевой аудитории). Что дает возможность фокусировать кампанию настолько глубоко, насколько это будет необходимо.

Данный процесс незатруднителен, так как пользователи уже зарегистрированы в социальных сетях и сообщили о себе максимум сведений: возраст, место жительства, семейное положение, образование, профессию, увлечения и другие факты. Таким образом, имеется значительно больше информации, в отличии от использования других маркетинговых инструментов, что позволяет работать только с теми пользователями, которые максимально соответствуют вашему представлению о целевой аудитории [1].

Примерами работы туристских предприятий с аудиторией через социальные сети будут являться: Новозеландская туристическая фирма и сети отелей Best Western.

Новозеландская туристическая фирма применила Facebook с целью привлечения на свой веб сайт эффективного трафика. Немаловажно, чтобы при рациональных расходах привлекалась публика, которая интересуется отдыхом и развлечениями в Новой Зеландии. Они создали кампанию: когда пользователи намеревались закрыть сайт, запускалось видео, которое привлекало их внимание, затем использовалась мультимедийная реклама с напоминанием о путешествии по Новой Зеландии. В результате, трафик на

веб сайт увеличился на 50 %, а стоимость одного посетителя сайта была на 72 % ниже других источников.

Сети отелей Best Western применили цифровые каналы, для того чтобы увеличить продажи из числа делового сегмента и повысить результат ежегодной весенней кампании. Запустив цифровую кампанию согласно различным маркетинговым площадкам, гостиничная сеть сумела отыскать деловых туристов при помощи Facebook-приложения «Стань ТурГероем», через которое пользователи делились со своими друзьями и семьей путешествием своей мечты. В результате мультимедийной рекламы и правильно выбранных цифровых инструментов компания увеличила доход на 20 %, а рекламная кампания стала лучшей в истории весенней кампании Best Western [3].

Таким образом, именно социальные сети – хорошая площадка для общения и привлечения новых клиентов. Social Media Marketing является одним из лучших маркетинговых инструментов в работе гостиничных предприятий.

Список литературы:

1. Владимирова О.Г. Инновационные методы управления гостиничным бизнесом / О.Г. Владимирова, И.А. Ляпина // Материалы международной научно-практической конференции «Экономика. Социология. Право». – Саратов: Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», 2016. - С. 58-61.
2. Владимирова О.Г. Маркетинг в туризме: продвижение турфирм в социальных сетях / Владимирова О.Г. // Сборник материалов VI международной интернет-конференции: «Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма». – Орел: ОГУ имени И.С. Тургенева, 2016. – С. 52-55.
3. Чернов Д.С. Социальные сети как способ продвижения гостиничных услуг // Технико-технологические проблемы сервиса. – 2015 - № 3 (33). – С. 93-99.
4. Профессионалы используют социальные медиа для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://prohotelia.com/2015/03/social-media-means-business/ (Дата обращения 05.01.2018).

РОССИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ

Савина Елизавета Вячеславовна
студент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, СГЭУ,
РФ, г. Самара
E-mail: liza_savina_1994@mail.ru

Алексин Антон Юрьевич
научный руководитель,
кафедра лингвистики и иноязычной деловой коммуникации,
старший преподаватель, СГЭУ,
РФ, г. Самара

Мировая энергетика вступила в 2017 г. в период изменения технологических укладов, как в производстве топлива, так и отдельных его видов. Это отразилось на структуре рынков энергоресурсов и их количественных показателях. Но эти процессы происходили при обострившихся геополитических реалиях, которые начались с середины 2014 г.

Самое большое негативное значение получил фактор информационных войн, в которых участвовали влиятельные СМИ и навязывали мировой общественности политические фальсификации и надуманные обвинения, имеющие антироссийский смысл. Все это негативным образом отразилось на рынке энергоресурсов, деформируя их и оказывая на них депрессивное влияние.

Технический прогресс позволил мировому сообществу экономнее расходовать топливо на единицу продукции. При среднегодовом росте внутреннего валового продукта за пятилетку с 2011 по 2015 гг. в размере 4 % - массовое потребление энергии выросло лишь на 1,5 % (в 2014 г. на 1 %, а в 2015 на 1,1 %). Несмотря на это в индустриально развитых странах в 2007 г. был пик потребления, но после чего оно стало снижаться в абсолютном объеме и снизилось за последние годы на 4 %.

Страны Евросоюза поставили перед собой задачу к 2020 г. довести долю возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в своем энергобалансе до 20 %. В 2015 г. этот показатель в целом по ЕС достиг 9 % (в частности в Италии – 9 %, в Дании – 26 %, Швеция и Испания – 12 %). Но в целом общемировое

расширение энергопотребление росло за счет быстро развивающихся стран – на 45 % (Китай, Бразилия, Индия).

В то же время на основе освоения новаций в области эффективного энергопотребления и замедления роста – расширялись способы добычи традиционных углеродов и привлечения альтернативных видов топлива. При этом Соединенные Штаты Америки взяли курс на расширение топливного самообеспечения, опираясь на внедрение новых технологий добычи сланцевых залежей нефти и газа.

Достаточно серьезное воздействие на международную торговлю в целом и рынок энергоресурсов оказала агрессивная антироссийская кампания санкций, которые начало правительство Обамы и привлекло Запад.

Эта кампания оказала влияние на финансовую, экономическую и даже спортивную сферы. Так же она привела к свертыванию и перекройке многих товаропотоков с нашей страной и отказу от взаимовыгодных проектов. Правительство Соединенных Штатов Америки отказало компании ExxonMobil в участии в 9 из 10 проектов с «Роснефтью» по разработке месторождений на Карском и Черном морях. Но в проекте «Сахалин-1» участие было разрешено, так как он приносил хороший доход, и была самая протяженная скважина в мире – 13500 м при длине участка 12000 м.

В условиях подешевевшей в 2014-2016 гг. нефти и антироссийских санкций, лидер отрасли «Роснефть» смогла выйти на мировой рынок и укрепить там свои позиции за счет инвестиционных операций. Были привлечены зарубежные технологии и сбытовые возможности путем продажи 22 % своих акций консорциуму суверенного фонда Катара (за счет этого государство получило в бюджет 1,2 трлн. рублей). Но в то же время у итальянской фирму ENI была приобретена 37 % доля газового блока на египетском шельфе в Средиземноморье, а так же выкуплено у индийской нефтяной компании Essar Oil Limited 50 % акций. Уже в 2016 г. «Роснефть» увеличила добычу нефти на 5 %, газа на 8 %. Это означало, что Россия вышла на новый уровень международного влияния.

Характерной особенностью мирового рынка угля является то, что почти половина его добычи находится в Китае. Там добывается 48 % мирового производства (40с% в 2006 г.).

В 2010-2015 гг. назревало перепроизводство. Цены на уголь постепенно снижались, на энергетический почти в 2 раза, а на коксующийся почти в 3 раза. После этого власти Китая объявили о том, что они радикально сокращают выпуск до 2020 г. в секторах: угольном и металлургическом. Вместе с этим, Китай сократил работы шахт до 275 дней в году. В июне 2016 г. цены начали расти и к концу ноября поднялись до 310 $/т (коксующийся уголь).

Наименование показателя/Год	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Нефть средневзвешенная APSP, долл. США/барр.*)	79,0	104,0	105,0	104,1	96,2	50,8	42,8
Нефть марки Brent, долл. США/барр.	79,5	111,0	112,0	108,8	98,9	52,4	44,0
Нефть марки WTI, долл. США/барр.	79,5	95,0	94,1	97,9	93,1	48,7	43,2
Природный газ, поставки из России в ФРГ, долл/млн БТЕ	8,3	10,6	12,0	11,2	10,5	7,3	4,6
Газ на внутреннем рынке США, долл/млн БТЕ	4,4	4,0	2,8	3,7	4,4	2,6	2,5
СПГ индонезийский в Японии, долл/млн БТЕ	10,9	15,6	18,1	10,0	17,3	17,0	16,3***
Уголь австралийский, фоб Ньюкасл, долл.т	99,0	130,1	103,2	90,6	75,1	61,6	70,8***
Урановый концентрат U3, долл/фунт **)	46,0	46,2	38,9	28,5	33,5	36,8	26,0***

**) На базе средних ежедневных котировок Brent, Dubai Crude, WTI в равных долях.*
***) По разовым сделкам компании Nuexco (США).*
****) Предварительно.*
Источник: World Bank Commodities Price Data (The Pink Sheet), 9-Jan-2017 [4].

Рисунок 13. Цены на основные виды топлива за 2010-2016 гг.

В России угольная промышленность продолжала работать размеренно, увеличивая добычу угля на 5 %, а экспорт угля на 10 %, испытывая при этом лишь нехватку подвижного состава.

По словам некоторых авторитетных исследовательских фирм, в лучшем случае спрос на уголь будет расти 1,5 % в год, причем уже существующие угольные мощности покроют этот спрос до 2025 г.

Нельзя не обратить внимание на тот факт, что наиболее значимой становиться торговля нефтепродуктами. Их доля в нефтяных товаропотоках возросла с 20 % в 2004 г. до 36 % в 2015 г.

По мере развития технологий возрастает объем на торговлю сжиженным природным газом. Более 20 лет назад сжиженный газ составлял 25 %, а в наше время он составляет 34 %. Россия, как главный поставщик природного газа, осуществляет поставки (20 % рынка) традиционным способом через трубопроводы, как и Норвегия, которая занимает 11 % мировых поставок. Достаточно новые поставщики, такие как Катар (12 %), Малайзия и Австралия (4 %), другие страны – в виде СПГ. Катар располагает 1/6 мирового танкерного флота для СПГ, которым доставляет в Америку, Японию, Италию, Корею, Великобританию и еще 16 стран.

Россия, которая испытывала давление на рынках Запада, подписала соглашение с Турцией о строительстве по дну Черного моря газопровода «Турецкий поток» из двух каналов, один для Турции, другой для Италии и Греции. Завершение строительства назначено на вторую половину 2019 г. Турция при этом приобретает роль распределительного хаба, что объясняет ее заинтересованность в этом проекте.

Если верить прогнозу развития мировой энергетики в России до 2035 года, то мировой спрос на энергоресурсы с 2015 по 2035 гг. вырастет на 30 %, увеличиваясь в среднем за год на 1,5 %.

Рост спроса на энергоресурсы будет ниже роста внутреннего валового продукта (ВВП), который по прогнозу будет увеличиваться на 3,5 % в год. Это объясняется тем, что повышается энергоэффективность за счет совершенствования технологий и экологических факторов. Нефть, газ и уголь останутся основными источниками энергии для мировой экономики, так как они будут обеспечивать свыше 75 % всех мировых поставок энергоносителей в 2035 г. по сравнению с 86 % в 2015 г.

Спрос на нефть будет расти примерно на 1 % в год, но темпы роста будут замедляться. При этом темп роста на спрос нефти контрастирует с избытком

мировых ресурсов нефти. За последние 35 лет объем запасов нефти увеличился более чем в 2 раза. Весь спрос на нефть до 2035 г. обеспечивается развивающимися рынками, при условии, что на Китай приходится половина прироста спроса.

Список литературы:

1. Астахов К. Стресс мировой энергетики // НГ «Энергия». 13.12. 2016.
2. Иванов А.С., Матвеев И.Е. Мир топлива и энергии в середине второго десятилетия: борьба обостряется // Бурение и нефть. 2016.
3. Воздвиженская А. «Турецкий поток» газует // Российская газета. 11.10.2016.
4. Барсуков Ю. Нефтяники делятся сокращением // Коммерсантъ. 02.12. 2016.

ПРОВЕДЕНИЕ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ ИМУЩЕСТВА И ФИНАНСОВЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Саушкина Виктория Владимировна
студент, кафедра экономики ОГТИ (филиал) ОГУ,
РФ, г. Орск
E-mail: tori56rus@mail.ru

Бондаренко Елена Константиновна
студент, кафедра экономики ОГТИ (филиал) ОГУ,
РФ, г. Орск
E-mail: aleka1796@mail.ru

ПАО «Орскнефтеоргсинтез» – нефтеперерабатывающее предприятие установленной мощностью более 6 млн. тонн нефти в год. Завод производит высококачественную, конкурентоспособную продукцию. Предприятие работает по давальческой схеме переработки нефти и выручка складывается, в основном, за счет оплаты услуг по переработке нефти.

Основной продукцией нефтеперерабатывающего завода являются автобензины марки АИ-95, АИ-92, АИ-80; дизельное топливо европейского стандарта – летнее, зимнее; битум строительный; дорожный и дорожный модифицированный, разработанный специально для резко континентального климата, под заказ автодорожный служб; масла [3].

Для обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и годовой бухгалтерской отчетности на предприятии проводится инвентаризация имущества и обязательств, в ходе которой проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние и оценка.

В учетной политике предприятия не определены сроки и порядок проведения инвентаризаций на предприятии. Вместе с тем, инвентаризация материально-производственных запасов осуществляется с периодичностью один раз в год, по состоянию на 1 декабря, а также в случаях, которые предусмотрены законодательством, таких как смена материально ответственных лиц; установлении фактов хищений, злоупотреблений и порчи ценностей; в случаях пожара, стихийных бедствий или других чрезвычайных ситуаций, вызванных экстремальными условиями [2, с. 12].

Инвентаризация основных средств проводится один раз в три года. Последний раз она проводилась в октябре 2014 г. Инвентаризация расчетов проводится во второй половине декабря, с тем, чтобы урегулировать все разногласия в случае их возникновения с дебиторами и кредиторами.

На предприятии не утвержден состав постоянно действующей инвентаризационной комиссии. Поэтому на проведение инвентаризации генеральный директор издает приказ и утверждает рабочую инвентаризационную комиссию. Данные фактического наличия имущества отражаются в инвентаризационной описи товарно-материальных ценностей, составленной по форме № ИНВ-3 и подписанной всеми членами комиссии. Результат инвентаризации определяется путем сравнения фактических остатков материалов с остатками по данным бухгалтерского учета на дату проведения инвентаризации в сличительной ведомости. В приказе руководителя на проведение инвентаризации утверждается персональный состав комиссии, объект инвентаризации, срок ее начала и окончания [4, с. 43].

Рассмотрим порядок учета результатов инвентаризации товарно-материальных ценностей, проведенной перед составлением годовой бухгалтерской отчетности.

В ноябре 2015 г. на складе хранения сырья и материалов № 2 была проведена плановая инвентаризация. С материально-ответственными лицами заключен договор о полной материальной ответственности. По итогам сверки фактических данных с данными бухгалтерского учета на складе была установлена недостача следующих товарно-материальных ценностей:

- спирт этиловый высшей очистки «Экстра» на сумму 109 руб.;
- порошковая краска, марка 7040 на сумму 477 руб. (3×159);
- нефрас, марка 3-80/120 на сумму 136 руб. (2×68).

В этот же период времени были выявлены излишки порошковой краски марки 7042 в количестве 3 кг (фактическая стоимость краски – 150 руб./ кг).

Так как одновременно обнаружены излишек и недостача одного и того же вида ценностей, но разных марок у одного материально ответственного лица,

то по решению руководителя ПАО «Орскнефтеоргсинтез» произведен взаимный зачет излишков и недостачи. То есть на предприятие имеет место так называемая пересортица материальных ценностей.

Согласно приказу № 413 от 01.12.2015 г. был произведен зачет излишков и недостач краски на складе хранения химикатов и нефтепродуктов. Сумма недостачи краски порошковой марки 7040 – 477 руб., излишки краски порошковой марки 7042 – 450 руб., следовательно, по результату взаимозачета по данному виду материала недостача определилась в сумме 27 руб.

После взаимозачета сумма недостачи составила 272 руб. (109+27+136).

Руководителем предприятия также было подписано распоряжение об удержании суммы причиненного ущерба из заработной платы материально-ответственных лиц пропорционально заработной плате и отработанному времени.

При расчете суммы недостачи, подлежащей взысканию с материально-ответственных лиц, было учтено, что в соответствии с действующим законодательством на не фасованные спиртосодержащие продукты распространяется норма естественной убыли в размере 0,65 % от оборота. Поэтому бухгалтером был составлен расчет естественной убыли, приведенный в таблице 1

Таблица 1.

Расчет естественной убыли на сумму оборота спирта этилового технического высшей очистки «Экстра» в ПАО «Орскнефтеоргсинтез» с 1 ноября 2014 г. по 1 декабря 2015 г.

ПАО «Орскнефтеоргсинтез» К инвентаризационной описи товарно-материальных ценностей (форма № ИНВ-3) на 01.12.2015 г. Склад № 2 - химикаты и нефтепродукты	
Расчет естественной убыли на оборот спирта этилового технического «Экстра», руб.	
Естественная убыль на остаток спирта этилового по описи предыдущего учета на 01.11.2014 г.	3,97 (610,74×0,65 %)
Начислено естественной убыли на поступивший этиловый спирт «Экстра»	57,34 (8821,8× 0,65 %)
Всего начислено вместе с остатком	61,31
Исключается: • начисленная естественная убыль по документам на выбывший этиловый спирт «Экстра»	–
• начисленная естественная убыль по инвентаризационной описи материальных ценностей на 01.12.2015 г.	3,09 (475×0,65 %)

Всего исключается из начисленной суммы	3,09
Сумма естественной убыли к списанию на оборот спирта этилового за инвентаризационный период	58,22
Руководитель предприятия Главный бухгалтер	

По состоянию на 01.11.2014 г. остаток спирта этилового на складе составил 9 л. Себестоимость одного литра спирта этилового - 67,86 руб., следовательно, стоимость остатка спирта этилового на 01.11.2014 г. составит 610,74 руб. (9×67,86).

За инвентаризационный период с 01.11.14 г. по 01.12.2015 г. поступило 130 литров спирта этилового на сумму 8821,8 руб. (130×67,86), а его остаток на 01.12.2015 г. составил 7 литров на сумму 475 руб.

Естественная убыль спирта этилового за инвентаризационный период составляет 58,22 руб. Сумма недостачи установлена в размере 109 руб., что больше нормы естественной убыли. Следовательно, сумма недостачи спирта этилового в пределах норм естественной убыли будет списана на издержки производства, а сверх норм естественной убыли - взыскана с виновных лиц.

Кроме того, бухгалтером был произведен расчет суммы НДС по недостающим материала для его возврата в бюджет. При приобретении материалов, НДС с их стоимости, был учтен на счете 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» и предъявлен к возмещению из бюджета. Бюджет возмещает данный налог в том случае, если материальные ресурсы используются в производственном процессе. В противном случае, ранее возмещенный налог должен быть начислен и уплачен в бюджет государства. Учитывая, что материальные ценности утрачены, но есть виновное лицо, возмещающее причиненный ущерб предприятию, следовательно, и сумма НДС отнесена в начет виновному лицу. Восстановленная сумма НДС по недостающим ценностям составила 48,96 руб.

Таким образом, общая сумма, недостачи по результатам проведенной инвентаризации определилась в размере 320,96 руб. (109+27+136+48,96). При этом недостача спирта этилового в размере 58,22 руб. будет списана

на издержки производства. Схема учетных записей результатов инвентаризации представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Отражение на счетах учета ПАО «Орскнефтеоргсинтез» результатов инвентаризации с 01.01.15 г. по 01.12.2015 г.

Содержание хозяйственной операции	Сумма, руб.	Корреспонденция счетов	
		Дебет	Кредит
Отражена недостача материалов на складе	272	94	10
Сумма недостачи в пределах норм естественной убыли включена в состав издержек обращения	58,22	90/2	94
Сумма недостачи предъявлена виновным лицам к возмещению	213,78	73/2	94
Начислен НДС со стоимости недостающих ценностей, подлежащий уплате в бюджет	48,96	73/2	68
Сумма недостачи погашена материально-ответственным лицом наличными денежными средствами: • МОЛ 1	147,13	50	73/21
• МОЛ 2	115,61	50	73/22

Если в ходе проведения инвентаризации выявляются излишки, то их принимаются к учету по рыночной стоимости и учитывают в составе прочих доходов. При этом в учете дается проводка:

Дт 10 «Материалы» Кт 91/1 «Прочие доходы» – оприходованы излишки материальных ценностей по рыночной стоимости, выявленные в результате инвентаризации.

Сумма недостачи списывается на финансовые результаты деятельности предприятия в том случае, если виновное лицо не установлено или судом отказано во взыскании недостачи. Данная операция на счетах бухгалтерского учета будет отражаться следующим образом:

Дт 91 «Прочие доходы и расходы» Кт 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей».

В соответствии с приказом руководителя от 30.12.2015 г. № 456 перед составлением годовой бухгалтерской отчетности была проведена инвентаризация наличных денежных средств в кассе предприятия. С кассиром заключен

договор о полной материальной ответственности. Инвентаризация проводилась в присутствии материально-ответственного лица. Пересчету наличных денежных средств предшествовало составление кассового отчета на дату проведения инвентаризации. В кассе был проведен полный пересчет всех денежных знаков и денежных документов.

Для отражения результатов инвентаризации фактического наличия денежных средств и документов был использован акт по форме № ИНВ-15 «Инвентаризация наличных денежных средств». В результате инвентаризации были выявлены излишки денежных средств в сумме 56 руб. На основании приказа руководителя ПАО «Орскнефтеоргсинтез» денежные средства были оприходованы, а в учете сделана бухгалтерская запись:

- Дт 50 «Касса» Кт 91 «Прочие доходы и расходы» – 56 руб. учтены в составе прочих доходов.

В ходе инвентаризации расчетов суммы задолженности были подтверждены в полном объеме. Данные счетов учета послужили основанием для составления годовой бухгалтерской отчетности ПАО «Орскнефтеоргсинтез».

Для обеспечения достоверности данных инвентаризации при ее проведении ПАО «Орскнефтеоргсинтез» соблюдает положения Методических указаний, утвержденных Приказом Минфина РФ от 13.06.95 г. № 49 [1, с. 7].

Инвентаризации проводятся инвентаризационными комиссиями, утверждаемыми руководителем предприятия. В их состав включаются представители администрации, работники бухгалтерии, технические специалисты – инженеры, техники. В обязательном порядке в состав комиссии включаются материально-ответственные лица.

При отражении недостач материальных ценностей в начет виновным лицам относится балансовая стоимость недостающего имущества и приходящаяся на нее сумма налога на добавленную стоимость, ранее возмещенная из бюджета.

В данном случае предприятие несет скрытые убытки в виде упущенной выгоды.

В случае продажи материальных ценностей, оказавшихся недостающими, их отпускная стоимость определялась бы исходя не из балансовой, а из рыночной стоимости. Получение дополнительного дохода имело бы место и в случае их использования в производстве.

В случае их использования в процессе производства, и при реализации продукции, при изготовлении которой они были бы использованы, предприятием был бы получен доход в сумме торговой наценки, исходя из уровня рентабельности.

Следовательно, для исключения потерь, которые образуются на предприятии в результате обнаружения недостач материальных ценностей, списывать стоимость потерь со счетов учета материальных ценностей необходимо по балансовой стоимости, а относить в начет виновным лицам – по рыночной стоимости. Разницу между балансовой стоимость недостающих материалов и их рыночной оценкой отражать в составе доходов будущих периодов. В этом случае, оформление выявленной недостачи материальных ценностей при проведении инвентаризации перед составлением годовой бухгалтерской отчетности должно быть отражено в порядке, представленном в таблице 3.

Таблица 3.

Рекомендованный порядок взыскания суммы недостачи материальных ценностей с виновных лиц

Хозяйственная операция	**Сумма, руб.**	**Корреспонденция счетов**			
		применяется на предприятии		**рекомендованная**	
		дебет	**кредит**	**дебет**	**кредит**
Отражена недостача материалов на складе по балансовой стоимости	272	94	10	94	10
Сумма недостачи в пределах норм естественной убыли включена в состав издержек производства	58,22	90/2	94	90/2	94
Сумма недостачи предъявлена виновным лицам к возмещению (в оценке по балансовой стоимости)	213,78	73/2	94	73/2	94
Начислен НДС со стоимости недостающих ценностей, подлежащий уплате в бюджет	48,96	73/2	68	73/2	68

Окончание таблицы 3.

Хозяйственная операция	Сумма, руб	Корреспонденция счетов			
		применяется на предприятии		рекомендованная	
		дебет	кредит	дебет	кредит
Сумма упущенной материальной выгоды, исчисленной исходя из уровня рентабельности 15 %, отнесена в начет виновным лицам	40,8	-	-	73/2	98
Сумма недостачи погашена материально-ответственным лицом наличными денежными средствами: • МОЛ 1	147,13	50	73/21	-	-
• МОЛ 2	115,61	50	73/22	-	-
Сумма недостачи погашена материально-ответственным лицом наличными денежными средствами: • МОЛ 1	169,98	-	-	50	73/2
• МОЛ 2	133,56	-	-	50	73/2
Упущенная выгода учтена в составе прочих доходов	40,8	-	-	98	91/1

Для большей наглядности в таблице представлены записи, ранее отраженные в учете предприятия и рекомендованные, с учетом взыскания с виновного лица упущенной материальной выгоды ПАО «Орскнефтеоргсинтез» в результате допущенной недостачи на складе материалов.

В целях совершенствования порядка проведения инвентаризации перед составлением годовой бухгалтерской отчетности рекомендуется:

- руководителю необходимо утвердить постоянно действующую инвентаризационную комиссию. Это позволит обеспечить повышение эффективности внутреннего контроля на предприятии;
- главному бухгалтеру включить в график документооборота сроки проведения и сдачи документов по плановым инвентаризациям. Это позволит повысить контроль и обеспечить своевременную сдачу инвентаризационных документов в бухгалтерию;
- заносить в инвентаризационные описи сначала данные о фактическом наличии ценностей и лишь потом данные бухгалтерского учета. При

проведении инвентаризации на предприятии поступают наоборот: в ведомость вносятся в автоматизированном режиме учетные данные, а затем проставляются данные фактического пересчета, перемера, перевеса. Данная рекомендация позволит предотвратить фальсификацию проведения инвентаризации;

- после окончания инвентаризации и выявления ее результатов практиковать проведение выборочных повторных проверок. Это позволит исключить допущение ошибок при количественном подсчете материальных ценностей.

Все выше предложенные рекомендации направлены на повышение качества проводимых инвентаризаций в ПАО «Орскнефтеоргсинтез».

Список литературы:

1. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 г. № 49 «Об утверждении методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств» (ред. от 08.11.2010 г.).
2. Самойлова И.В. Случаи и порядок проведения инвентаризации имущества и обязательств организации // Бухгалтерский учет и налоги. – 2016. – № 11. – С. 10-15
3. Официальный сайт ПАО «Орскнефтеоргсинтез» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://orpz.ru (Дата обращения 10.12.17).
4. Положение об учетной политике ПАО «Орскнефтеоргсинтез» для целей бухгалтерского учета. Приказ от 25.12.2014 г. № 488.

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ РИСКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Сафина Ильзида Ильшатовна
студент, институт экономики и сервиса УГНТУ,
РФ, г. Уфа
E-mail: MishkaVBashkirii@yandex.ru

Байрушина Фларида Фатиховна
научный руководитель, ст.преподаватель,
институт экономики и сервиса УГНТУ,
РФ, г. Уфа

Инвестиционная деятельность в любом государстве, особенно в стране с переходной экономикой, подобной России, связана с некоторым набором рисков на макро- и микроуровнях. Вложения в форме инвестиционных проектов возможны только на основании комплексной инвестиционной стратегии, фундаментом которой должен быть процесс управления инвестиционными рисками на всех стадиях инвестиционной деятельности.

Необходимость инвестиций обусловлена разными причинами, такими как: потребность обновить, модернизировать либо сменить существующую материально-техническую базу; необходимость нарастить и ввести новые производственные мощности по причине роста объёмов производства и овладения новыми видами деятельности.

Инвестиционная деятельность всегда сопровождается риском, поскольку вероятность недополучения прибыли либо даже появления прямых финансовых и иных потерь сохраняется даже при самых благоприятных условиях экономики. Именно поэтому самой важной задачей проектирования инвестиций является оценка и управление рисками.

Оценкой рисков является процедура, при которой обнаруживаются факторы риска и оценивается их значимость. Его производят для того, чтобы предоставить потенциальным партнёрам необходимые сведения для принятия заключений о целесообразности участия в проекте и выработки мер по защите от возможных финансовых потерь.

Главная проблема в оценке инвестиционных рисков заключается в том, что оценка долгосрочных инвестиций всегда основан на прогнозах будущих денежных потоков, но прогнозы не всегда абсолютно достоверны. Чем крупнее проект и больше период его реализации, тем значительнее ошибки прогнозов. Ещё одна проблема возникает из-за того, что каждый проект является уникальным, поэтому необходим поиск совершенно новых решений, различное применение и сочетание всевозможных инструментов и методов для достижения намеченных целей.

Оценка рисков подразделяется на два взаимодополняющих вида: качественный и количественный. В ходе разработки бизнес-плана применяется *качественный анализ* рисков. Во время данного анализа выявляются конкретные виды проектных рисков, определяются возможные причины их возникновения, анализируются предполагаемые результаты их реализации и предлагаются решения по минимизации выявленных рисков. А так же осуществляется стоимостная оценка всех данных мероприятий, минимизирующих риски конкретного проекта, поэтому результатом качественного является его количественный результат.

Разберём наиболее часто использующиеся методы анализа среди качественных методов оценки инвестиционного риска:

1. *Анализ уместности затрат*, основанный на предположении о том, что перерасходование средств возможен из-за следующих факторов: изначально недооценена стоимость проекта; изменены границы проектирования, вследствие непредвиденных обстоятельств; производительность машин и механизмов отличаются от предусмотренной проектом и т. п.

Во время анализа, исходя из условий конкретного инвестиционного проекта, детализируются указанные факторы и составляется контрольный перечень возможного увеличения издержек по статьям для каждого варианта проекта либо его элементов. При первых признаках того, что риск инвестиций растёт, инвестор имеет право прекратить финансирование проекта либо начать искать меры, обеспечивающие снижение затрат.

2. *Метод аналогий*, при котором оценка происходит основываясь на знания количественных характеристик рисков, сопровождающих реализацию аналогичных проектов. При этом учитывается специфика отрасли, политическая и экономическая ситуации [3].

Проблемы при использовании данного метода возникают во время подбора аналога, поскольку формальные критерии, которые позволяют определить степень аналогичности ситуаций не существуют. Но даже если удается подобрать аналог, то весьма сложно сформулировать предпосылки для анализа, полный и правдоподобный набор возможных сценариев срыва проекта.

3. *Экспертный анализ рисков***.** Данный анализ позволяет на основе мнения специалистов осуществлять технико-экономические расчёты проекта, поэтому методика бизнес-плана должна содержать обоснованные элементы экспертизы [1]. В тех случаях, когда мнения экпертов расходятся, ситуация обсуждается всеми экспертами с целью выработки более согласованной позиции.

Эксперты, которых привлекают для оценки рисков, должны иметь доступ ко всей имеющейся в распоряжении разработчика информации о проекте, иметь креативное мышление, а так же обладать необходимым уровнем знаний в соответствующей предметной области.

Проблемы при применении данного метода связаны с подбором неквалифицированных экспертов, возможностью группового обсуждения, доминированием мнения «авторитетных лидеров». Все перечисленные факторы влияют на объективность и точность получаемых результатов.

С целью составления полной оценки рисков инвестиционного проекта логично выполнить количественный анализ, в ходе которого все единичные виды рисков измеряются в количественных единицах, а после переводятся в денежное выражение.

Рассмотрим наиболее распространённые количественные методы.

1. *Статистический метод* заключается в необходимости расчёта вероятностей возникновения убытков на базе статистических данных о результатах функционирования фирмы, поэтому методика бизнес-плана должна

опираться на статистическую информацию и оценивать прибыль от реализации проекта.

Основная проблема при применении данного анализа заключается в том, что для использования этого метода необходимо большое количество информации и данных за длительный период времени.

2. *Анализ показателей предельного уровня,* при котором оценивается степень устойчивости проекта по отношению к возможным изменениям условий его реализации. Одним из наиболее важных показателей данного анализа является точка безубыточности, характеризующая объём продаж, при котором выручка от реализации продукции равна издержкам производства. Устойчивым признаётся проект, у которого значение точки безубыточности не превышает 75 % от номинального объёма производства.

Главной проблемой при применении анализа предельного уровня является то, что даже удовлетворительные значения точки безубыточности не гарантируют эффективность проекта, поскольку при определении точки безубыточности в величине издержек обычно не включаются выплаты на компенсацию инвестиционных затрат, процентов по кредитам и т. д.

3. *Анализ чувствительности проекта*. Суть данного анализа заключается в определении наиболее критических переменных, которые в наибольшей степени влияют на осуществимость и эффективность проекта.

Основная проблема при применении анализа чувствительности в том, что не всегда анализ правомерен поскольку изменение одной переменной расчёта может повлечь изменение другой, а этот метод однофакторный.

4. *Анализ сценариев развития проекта.* Во время этого анализа оценивается влияние на проект возможного одновременного изменения нескольких переменных через вероятность каждого сценария.

В качестве возможных вариантов целесообразно построить как минимум три сценария: пессимистический, оптимистический и наиболее вероятный [2].

Основным недостатком и проблемой при применении сценарного анализа является рассмотрение только нескольких возможных исходов по проекту, хотя в действительности число возможных исходов не ограничено.

5. *Имитационное моделирование (метод Монте-Карло)*, при котором исследуемая система заменяется моделью, с достаточной точностью описывающей реальную систему. Данный метод объединяет в себе методы анализа сценариев и анализа чувствительности на основе теории вероятности. Вместо того, чтобы создавать отдельные сценарии, компьютер генерирует сотни допустимых комбинаций факторов проекта с учётом их вероятностного распределения.

Однако и при применении данного метода существуют ряд проблем, поскольку реализация этой довольно сложной методики возможна только при помощи современных информационных технологий, а так же при разработке реальных моделей может появиться необходимость привлечения специалистов либо научных консультантов со стороны.

Таким образом, сложно предусмотреть, какой из методов является преимущественным для оценки. Следует подбирать тот способ, который соответствует возможностям этого проекта. Так же немаловажно то, что каждый из имеющихся методов только даёт возможность получить более точное представление о направлениях операций, но никак не может заменить человека, принимающего решение.

Список литературы:

1. Балабанов В.С., Дмитриева Е.В. Оценки рисков инвестиционных проектов промышленных предприятий // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2013. – Апрель-июнь. – С. 28.
2. Кулыгин В.В., Мерсопян К.Э., Патракеева О.Ю. Методика оценки крупномасштабных инвестиционных проектов межрегионального характера // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – №22 (301). – С. 10.
3. Николаева И.П. Инвестиции : учебник. – М.: Дашков и Ко, 2015. – С. 61.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ДЕНЕЖНОЙ МАССЫ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Седова Елена Андреевна
студент финансово-экономического факультета,
Московский Государственный Технологический университет,
РФ, г. Королёв
E-mail: elenasedovaes@yandex.ru

Объём денежной массы в обращении играет главную роль в определении уровня цен. Любое изменение темпов роста денежной массы повлияет на процентную ставку, объёмы производства, на курс национальной валюты. Увеличение денежной массы происходит при выдачи банком ссуд своим клиентам, а при погашении кредита денежная масса уменьшается. Причиной увеличения денежного обращения может служить накапливание денег. Из-за этого необходимо выпускать больше платёжных средств. Постоянный уровень цен обеспечивается стабильным и умеренным ростом денежной массы, при соответствующем росте объёма производства. Только таким образом можно добиться эффекта при воздействии рыночных отношений на экономическую систему.

Актуальность данной темы заключается в том, что для правильного измерения объема денежной массы нужно определить ее структуру. Структуру можно охарактеризовать, расположив денежные агрегаты по мере их укрупнения и определив их состав и особенности с точки зрения выполнения деньгами тех или иных функций.

При повышении или понижении официальной учётной ставки, Банк России влияет на возможности коммерческих банков при выдаче кредита, что оказывает влияние на денежную массу и экономический рост в целом.

Чтобы проанализировать изменения в денежном обращении за определённую дату или период и разработать необходимые мероприятия по регулированию объёма денежной массы и темпов роста, необходимо использовать денежные агрегаты.

Рассмотрим в таблице 1основные денежные агрегаты, применяемые в финансовой статистике промышленно развитых стран [3].

Таблица 1.

Основные денежные агрегаты

Название агрегата	Характеристика
М0	Агрегат МО охватывает банкноты и монеты в обращении, кассовую наличность банков в центральном банке. МО отражает роль, которую играет центральный банк в эмиссии денежных знаков и в создании кредитных ресурсов банковской системы.
М1	Агрегат М1 –включает в себя наличные деньги, обращающиеся вне банков, а также деньги на текущих счетах в банках, другие чековые вклады, дорожные чеки, иногда кредитные карточки.
М2	Агрегат М2 – это деньги, которые включают в себя все компоненты М1+срочные и сберегательные депозиты в коммерческих банках т. е. сбережения, легко обратимые в наличные деньги.
М3	Агрегат М3 включает в себя М2 + крупные срочные вклады в специализированных кредитных учреждениях, а также ценные бумаги, обращающиеся на денежном рынке.
М4	Агрегат М4 включает в себя М3 +различные формы депозитов в крупных кредитных учреждениях.

Нарушение денежного обращения происходит в том случае, если между агрегатами нет равновесия. Доказано, что равновесие происходит при М 2>М 1, оно укрепляется при М 2 + М 3 > М 1. Таким образом, денежный капитал переходит в безналичный оборот. При другом соотношении будет наблюдаться рост цен, нехватка денежных знаков и тому подобное. Чтобы определить денежную массу страны, необходимо использовать разное количество агрегатов, но сопоставить все.

Рассмотрим структуру денежной массы М2 на 01.11.2017 года (рис. 1).

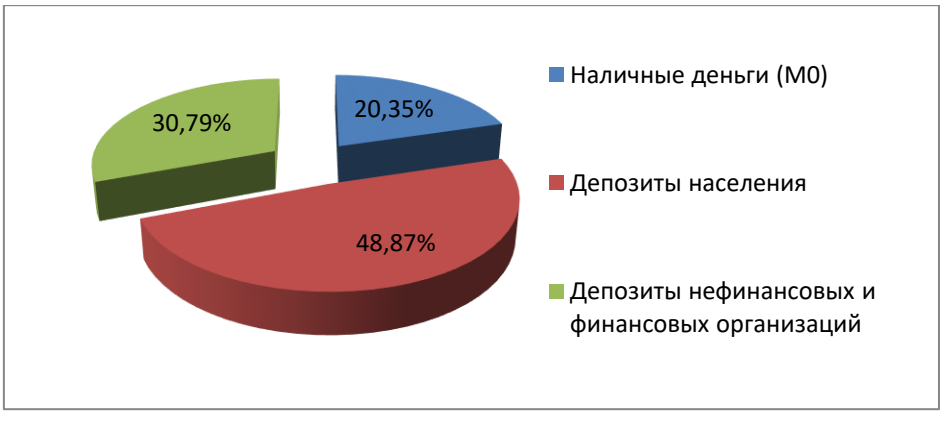


Рисунок 1. Структура денежной массы М2 на 01.11.17

Можно увидеть, что депозиты населения составляют наибольшую часть денежной массы, а именно 48,87 % (19384 млрд руб.). Депозиты финансовых и нефинансовых (кроме кредитных) организаций составили 30,79 % (12212 млрд руб.).

Как известно, наличный оборот денег равен сумме платежей, которые совершаются за определенный срок. Независимо от экономического развития любой страны, наличный оборот денег составляет малую часть обращения средств. И за данный период составил часть равную 20,35 % (8072 млрд руб.).

Рассмотрим агрегированные показатели структуры денежной массы в РФ за 2011-2017 гг., являющиеся основными макроэкономическими индикаторами, на примере данных таблицы 2.

Таблица 2.

Динамика денежной массы (М2)1) в 2011-2017гг. на начало года

Год	Денежная масса в млрд. руб.	Виды			Удельный вес М0 в М2 (%)
		Наличные деньги	Переводные депозиты	Другие депозиты	
2011	20011,9	5062,7	5797,1	9152	25,3
2012	24204,8	5938,6	6818,3	11447	24,5
2013	27164,6	6430,1	7264	13470,6	23,7
2014	31155,6	6985,6	8526,3	15643,7	22,4
2015	31615,7	7171,5	8170	16274,3	22,7
2016	35179,7	7239,1	9276,4	18664,1	20,6
2017	38417,9	7714,8	9927,6	20775,5	20,1

Можно заметить, что за несколько лет динамика денежной массы подверглась изменениям. В таблице 2 мы можем проследить заметное увеличение с 2011 по 2017 года денежной массы (М2). Но также заметно сокращение удельного веса (М0) на 5,2 %, что означает уменьшение объёма денег, выпущенных Центральным Банком РФ. В таблице хорошо заметно, что наличные деньги составляют наименьшую часть, что было доказано ранее на рисунке 2 и составили разницу по сравнению с 2011 годом на 265,1.

По оценке Банка России, процесс восстановления кредитной активности в 2017 г. в целом был сбалансированным. При этом рост денежного предложения в целом соразмерен увеличению экономической активности и не создает дополнительных проинфляционных рисков как показано на рисунке 2. С учетом этого Банк России сохраняет прогноз динамики денежной массы на 2017 г., а также среднесрочные прогнозы денежного предложения и кредита.

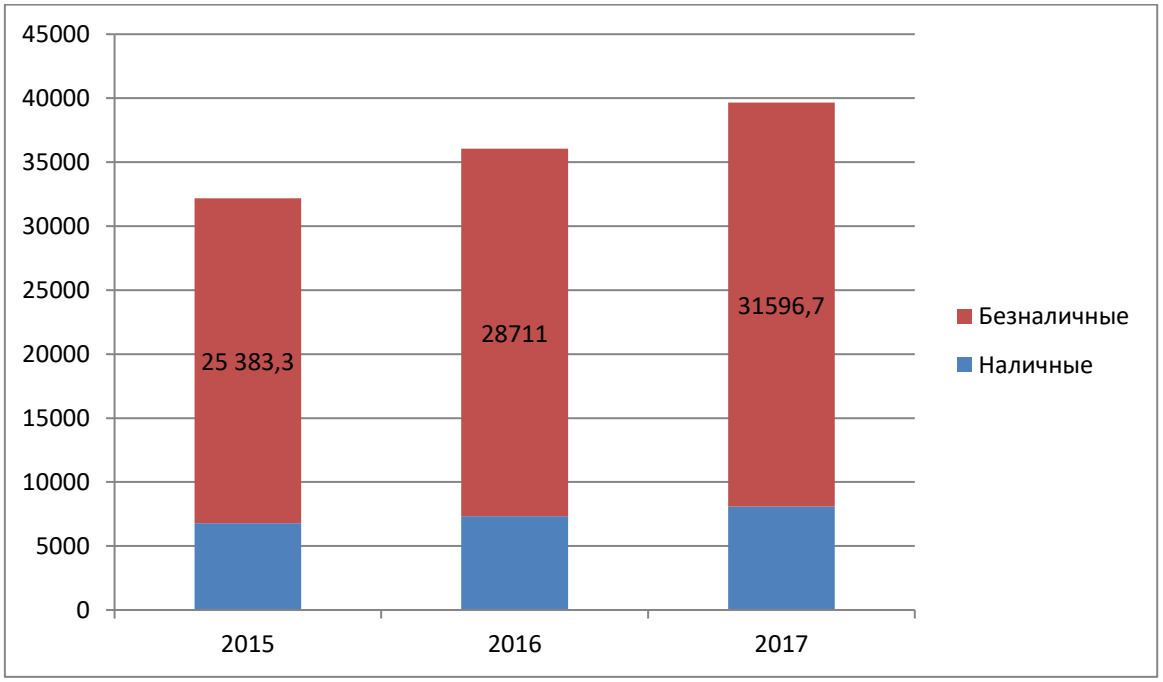


Рисунок 2. Наличная и безналичная составляющие М2

Как совокупность денежных потоков, денежное обращение принято делить на наличное и безналичное. В развитой рыночной экономике безналичное обращение превышает наличное обращение, это мы можем заметить на рисунке 2. По сравнению с 2015 годом на сегодняшний день безналичное обращение увеличилось на 6213,4 млрд руб. Наличное обращение тоже подверглось увеличению, хоть и такому значительному, на 1284,6 млрд руб.

Из проведённого анализа структуры денежной массы можно сделать вывод, что в условиях экономической нестабильности при проводимой политики Центрального Банка РФ по сдерживанию темпов инфляции, можно заметить последствия, которые отрицательно складываются на экономике России. В том числе на уменьшении денежной массы и темпов роста ВВП,

а снижение темпов роста в экономике ведет к практически отсутствующему росту денежных агрегатов, а значит, к ухудшению большинства показателей.

Но также невозможно без повышения коэффициента монетизации решить проблему повышения инвестиционной активности. Поскольку при анализе денежной массы важным показателем является денежная база, а именно наличные деньги и резервы коммерческих банков, находящиеся в обращении.

Список литературы:

1. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http: //cbr.ru (Дата обращения: 10.12.17).
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http: //www.gks.ru/wps/ wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics (Дата обращения: 10.12.2017).
3. Никонова Ю.С., Власенко Р.Д. Анализ структуры и динамики денежной массы России // Молодой ученый. — 2016. — №10. — С. 797-800.
4. Салманов О.Н., Заернюк В.М., Лопатина О.А. Особенности функционирования каналов денежно-кредитной трансмиссии до и после финансового кризиса. Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16. № 7 (466). С. 1317-1336.
5. Salmanov O.N., Babina N.V., Bashirova S.V., Samoshkina M.V., Bashirov R.R. The Importance Of The Country’s GDP In The Evaluation Of Companies Using Multiples On The European Stock Market. Regional and Sectoral Economic Studies. Journal published by the Euro-American Association of Economic Development Studies. RSES Vol. 16-1. January-June of 2016, http://www.usc.es/economet/status.htm.

ПЕРСПЕКТИВЫ ICO ИЛИ КАК МЫ ПОЛУЧИЛИ НОВУЮ ФОРМУ КРАУНДФАНДИНГА?

Ежов Никита Евгеньевич
студент факультета корпоративной экономики и предпринимательства
Новосибирского государственного университета экономики и управления
РФ, г. Новосибирск

Кочура Роман Эдуардович
студент факультета корпоративной экономики и предпринимательства
Новосибирского государственного университета экономики и управления
РФ, г. Новосибирск

Семенов Дмитрий Сергеевич
студент факультета корпоративной экономики и предпринимательства
Новосибирского государственного университета экономики и управления
РФ, г. Новосибирск
E-mail: dsstfuture@gmail.com

Храмцова Ольга Олеговна
научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры
«Информационно-аналитического обеспечения и бухгалтерского учета»
Новосибирский государственный университет экономики и управления
РФ, г. Новосибирск

Одной из наиболее частых проблем, встающих у молодых новаторов является проблема поиска финансирования. Большое количество проектов не доходят до стадии реализации, потенциал развития бизнеса как общей категории идет на спад. Сама процедура привлечения инвестиций напоминает сложную математическую формулу, где наиболее сложной переменной является составление и подготовка необходимой документации, подготовка и разработка ряда математических моделей, анализов и т. п. Это сильно отягощает процесс реализации проекта или идеи. Но необходим ли подобный подход?

Во-первых, математические модели, проведение анализов и подготовка всей документации в целом – это необходимый предмет, в первую очередь, для того, чтобы будущему инвестору было на что-либо ссылаться и работать для правильной оценки рисков своих вложений и, соответственно, от того насколько правильно выполнены расчеты, подготовлен бизнес-план и т. д. будет зависеть результат принятого решения. Во-вторых, данные нужны самим

участникам проекта поскольку регулируют отношения внутри коллектива и обозначают иерархию в случае появления новых участников, распределение будущего дохода и т. д.

Существует ли другой вариант, при котором можно сократить время на подготовку документов, направить его на реализацию проекта и при этом получить требуемое финансирование? В данном случае может помочь коллективное финансирование, которое существует достаточно давно, но как термин ввелся в научный оборот сравнительно недавно, в 2006 году, и носит название «краундфандинг» или в дословном переводе с английского языка «народное финансирование».

При чем же краундфандинг, а самое главное – как это может помочь начинающим новаторам? Ответ прост, краундфандинг основан на добровольной основе. В данном случае потенциальный инвестор финансирует проект не с целью получения прибыли от него в дальнейшем, а скорее, потому что ему уж очень хочется, чтобы данная технология, продукт, услуга существовали на рынке, и он мог этим воспользоваться.

С появлением криптовалюты краундфандинг получил возможность перейти в несколько иную форму. Теперь любой желающий независимо от своего территориального местоположения, а соответственно и местной валюты, может свободно (при наличии купленной криптовалюты) профинансировать проект, не взирая на разницу в курсе.

Что же такое ICO, что данная форма под собой подразумевает и какие перспективы ее ожидают? ICO – форма привлечения инвестиций посредством создания и продажи единиц новой криптовалюты (токена). Покупая токены проекта/организации, инвестор получает возможность обменять ее позже на то, что указано в его проспекте.

В данный момент различают 4 вида токенов:

1) Главный токен

Предоставляет право владения и распределяется между основателями проекта и продается в крайних случаях.

2) Кредитный токен

Предполагает выпуск токенов с продажей и последующим ежегодным процентом отчислений инвестору в собственной криптовалюте.

3) Пользовательский (внутренний) токен

В обмен их можно получить услугу или товар, производимый организацией/проектом эмитентом.

4) Обыкновенный (Equity) токен

Предполагает использование токена как акции и, соответственно, его характеристики четко прописываются в проспекте.

Первоначально ICO использовалась только при сборах денежных средств на новые проекты, но в последнее время все более активно подключается реальный сектор экономики. Это вызвано тем, что новая форма привлекательней тем, что требует меньше времени на подготовку и сертификацию документов и, как следствие, данная форма требует меньше материальных затрат.

Однако с другой стороны появляется повышенный риск того, что деньги инвесторов попадут в руки мошенников, ведь без подготовленных и проверенных документов инвестору попросту неоткуда будет взять насколько реален данный проект и кто является ответственным за его реализацию. Однако от повышенного риска невозможно избавиться, т. к. сама форма построена на технологии блокчейн и будет работать по тем же принципам, т. е. отрицать любую форму централизации. Соответственно, никаких строго установленных правил быть не может, ведь в противном случае это пойдет в разрез с принципами самой технологии.

Но это не безвыходная ситуация, как может показаться на первый взгляд. На самом деле никакие подобные правила попросту не нужны, ведь участники проекта сами заинтересованы, чтобы потенциальный инвестор смог без труда узнать все необходимое как про сам проект, так и про его участников, а потому самостоятельно публикуют ссылки на профили в социальных сетях, бизнес-план и другую информацию, которая по мнению участников может являться важной для инвестора.

Что же касается перспектив, то данная форма появилась сравнительно недавно и в данный момент трудно сопоставлять ее популярность с IPO, а причина этого довольна проста. Дело в том, что совокупный оборот денежных средств, по крайней мере сейчас, у этих форм несоразмерно отличается, однако отрицать наличие довольно стремительного роста популярности ICO – нельзя. Согласно исследованию исследовательской группы Smith&Crown, заметен огромный рост в количестве проведенных ICO и, следовательно, объема продаж токенов. По данным на начало 2017 года рост наблюдается в среднем от 1,5 % до 2,75 % в неделю. В итоге, интерес у разного круга инвесторов активно увеличивается, что подтверждается попытками инвестиционных фондов участвовать в торгах на криптовалютных биржах.

Биткоин принято считать резервной криптовалютой. Когда инвестор думает о покупке альтернативных криптовалют (альткоинов), работающих поверх криптовалют биткоин или эфириум, схема выглядит в большинстве случаев так: доллар или евро (фиатные деньги) продают за биткоин, биткоин продают за токен или альткоин. При повышении спроса на альткоины и токены повышается спрос на биткоины – цена биткоина идёт вверх.

В последнее время прошло много ожидаемых продаж токенов (например, Gnosis – предсказательный рынок на Ethereum, Cosmos – интерблокчейн, организующий операции между реестрами, TokenCard – дебетовая карта с кошельком для токенов, Blockchain Capital – токенизированный венчурный фонд), и это послужило причиной роста курса биткоина.

Ещё один фактор роста – позитивные новости регуляторов об избежании двойного налогообложения (Австралия), признания биткоина валютой (Япония), инвестиционным активом (Вермонт, США).

В близкой по архитектуре и коду валюте лайткоин в мае активировали ключевую функцию, расширяющую функционал и скорость транзакций в сети (SegWit). В биткоин-мире за активацию этой функции два года идёт борьба между развитием сети и видением Сатоши Накамото (псевдоним человека или группы людей, разработавших биткоин). После того как в лайткоине функцию

активировали и сеть продолжила надёжно работать, появилось ожидание активации подобной функции в биткоине. Такие изменения повысят пропускную способность биткоин-транзакций и позволят им составить конкуренцию платёжным системам в потребительском сегменте.

Рост биткоина обусловлен несколькими основополагающими факторами:

Вход в децентрализованную экономику в основном происходит через биткоин. Другими словами, даже если вы хотите купить какие-то другие активы, вам, скорее всего, придётся сначала купить биткоин.

Интерес к децентрализованной экономике растёт. В первую очередь все обращают внимание на биткоин и хотят приобрести его.

Биткоин – это цифровое золото. Многие хранят его с прицелом на будущее. Увеличивается спрос – увеличивается стоимость.

Эмиссия ограниченна. Биткоины нельзя напечатать сколько вздумается, как доллар. Это придаёт биткоину дополнительную ценность.

Список литературы:

1. Исследовательская группа Smith&Crown: https://www.smithandcrown.com.
2. Информационный ресурс: https://bitcoinwiki.org.
3. Информационный ресурс: https://cryptorussia.ru.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Исламутдинова Алия Альфировна
студент, кафедра экономики предпринимательства УГАТУ,
РФ, г. Уфа

Сиражетдинова Гулькай Рустамовна
студент, кафедра экономики предпринимательства УГАТУ,
РФ, г. Уфа
E-mail: gulkai1997@yandex.ru

Матягина Татьяна Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент УГАТУ,
РФ, г. Уфа

Проведение крупных мероприятий, такие как Олимпиада или чемпионаты мира по футболу, которые проводятся под эгидой FIFA, часто требуют огромных вложений. Перемены, связанные с использованием отлично продуманной инфраструктуры, дают долгосрочный экономический и социальный эффект. Государственные органы (на государственном, региональном или муниципальном уровне) планируют использовать объекты инфраструктуры, которые построены во время проведения мероприятий, и это может повлиять на развитие региона на значительное количество лет вперед.

Например, проведение Олимпийских игр позволяет привлечь колоссальные инвестиции, благодаря чему возможны такие преобразования, как строительство дорог, модернизация систем общественного транспорта, обустройство парков, садов и т. д. При этом значительная часть средств используются на воплощение проектов городского развития, а не на спортивную инфраструктуру.

Так, проведение Российской Федерацией Олимпийских игр в Сочи в 2014 году имело колоссальное значение для Краснодарского края. Регион получил финансовые вложения, которые оказали эффект на функционирование и развитие территории. Сочи- престижный горнолыжный курорт мирового уровня, в котором с каждым годом увеличивается число гостей. Было

построено огромное количество новых отелей, гостиниц, кафе и ресторанов, введено в эксплуатацию 367,3 км мостов и новых дорог, около 200 км железнодорожных путей, 22 тоннеля, газопровод протяженностью 480 км и современный международный аэропорт, была создана новая телекоммуникационная инфраструктура. А еще было создано более 230 тыс. рабочих мест, то есть значительно уменьшился уровень безработицы.

Российская Федерация в 2018 году планирует провести еще одно важное мероприятие – Чемпионат мира по футболу, который пройдет в 11 городах – «это огромные инвестиционные вложения и возможности». При подготовке к данному мероприятию в стране планируется строительство 16 стадионов в 13 городах России, 7700 км автомагистралей и 1920 км железных дорог, а также еще ряд инфраструктурных объектов, что требует использования значительного объема финансов. На сегодняшний день фактически началось строительство новых объектов, что ведет к развитию территорий за счёт инвестиций со стороны государства и бизнеса. Гарантировано, что в плюсе после турнира останется только международная федерация футбола FIFA. Исторически так сложилось, что она забирает основной доход от продажи телевизионных и коммерческих прав, а основные издержки ложатся на принимающую сторону.

Планируется инвестировать 33,4 % из основной суммы за счет средств федерального бюджета, 21,5 % - за счет бюджетов субъектов федерации и местных бюджетов, 45,1 % - за счет внебюджетных источников. Согласно рамкам плана, вложения в транспортную инфраструктуру составят 41,2 %, в гостиничную - 13,8 %, в спортивную - 27,3 %, в инфраструктуру связи и IT - 3,7 %, в коммунальную инфраструктуру - 8,8 %, прочие вложения - 5,3 %. Оценивая по прогнозам, бюджет операций Оргкомитета ЧМ-2018 (источником являются субсидии FIFA) оценивается в 700 млн. долл.

Необходимо подчеркнуть, что проведение спортивных мероприятий не дает точного ответа на вопрос. Они выгодны принимающей стороне с коммерческой точки зрения. Мундиаль в 2010 году принес ЮАР прибыль. Чиновники отвечали, что при подготовке к нему использовалось 3,5 млрд. евро, но эксперты оценивали в 5-9 млрд евро.

Германия в 2006 году использовала 6 млрд. евро. Большая часть вложений – примерно 4 млрд евро - была вложена в строительство и усовершенствование транспортных магистралей, а около 2 млрд. евро ушли на построение и обновление стадионов по всей стране.

Затраты Южной Кореи и Японии на проведение совместного чемпионата мира (2002 г.) составили по 4,7 млрд. долл. с каждого государства.

По данным SwissAppraisal доходы РФ должны быть в 10 раз меньше затрат, запланированных на организацию чемпионата. Международная федерация футбола FIFA при этом получит выручку (предположительно около $6,4 млрд.). Отклонение от этой суммы выручки составит 10 % в большую или меньшую сторону. Информация об основном потоке выручки содержится в финансовой отчетности. В нее входят реализация телевизионных прав трансляции матчей, продажа лицензионных прав на символику, депозиты спонсоров, продажа билетов на матчи и размещения болельщиков в отелях. Данный финансовый прогноз сделан на основе финансовой отчетности за 2014 г. Стоимость билетов будет определять международная федерация футбола FIFA (минимальная цена билета на матчи группового этапа составит 1280 руб., а для болельщиков других стран- 105 долл., минимальная цена билета на матч открытия ЧМ-2018 составит для граждан РФ 3200 руб., а на финал-7040 руб.). По данным аналитиков SwissAppraisal чемпионат посетят около4 млн. человек, из которых около 1,5 млн. иностранцы.

«Плюсы»:

- государственная поддержка, которая является важной для любой страны, в которой запланированы спортивные меропрятия;
- FIFA «подтянет» футбольную инфраструктуру большей части Европы
- освоение рынка спонсорами
- сама страна наконец попытается обустроиться, а также повысить международную репутацию.

«Минусы»:

- крупные российские города расположены друг от друга достаточно далеко, а еще разные часовые пояса;
- транспорт, так как напрямую из некоторых городов нельзя прибыть, а количество аэропортов оставляет желать лучшего;
- прогнозирование дальнейшей эксплуатации спортивных сооружений с точки зрения экономической эффективности.

Таким образом, мы считаем, что даже краткосрочный эффект для экономики государства, в которой проводится крупное международное мероприятие, очень мал. Увеличение числа рабочих мест и расширение сектора услуг, связанные с потоком зрителей-туристов являются временными эффектами, которые сразу после окончания турнира сойдут на нет. За счет временного перераспределения ресурсов из других городов или сфер деятельности. Деловая активность в городах проведения матчей увеличивается. Это значит, что вероятность получения именно экономического эффекта мала.

Итак, развитие механизма государственно-частного партнерства (ГЧП) является наиболее оптимальным вариантом решения обозначенной выше задачи. Можно эффективно решить ряд вопросов не только социального, но и экономического значения, если приложить усилия на развитие ГЧП. Требования на развитие этих отношений:

- применение инновационных подходов (особенно в области организационно-управленческого механизма);
- усовершенствование и повышение эффективности эксплуатации дорожной и транспортной систем;
- реклама массового спорта;
- эффективное использование имеющегося потенциала гостиничного и туристического комплексов;
- улучшение структуры вложения в части модернизации экономических комплексов регионального значения;
- развитие пограничной инфраструктуры.

Список литературы:

1. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2006. – 320 с.
2. Галкин В.В. Экономика физической культуры и спорта как наука. М. -2011.
3. Литвин А.В. Особенности маркетинга взаимоотношений в спорте. // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - № 1.
4. Денис Романцов. Экономика Чемпионата мира 2018. //www.sportdiplom.ru
5. Спорт и бизнес. //http://www.championat.com/business.
6. Официальный сайт Олимпийских игр в Сочи 2014. // www.sochi2014.com.

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МЕТОДЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Сысолов Максим Владимирович
студент, кафедра Экономическая безопасность УГНТУ,
РФ, г. Уфа
E-mail: maxom1997@gmail.com

Байрушина Фларида Фатиховна
научный руководитель,
ст. преподаватель кафедры Экономическая безопасность УГНТУ,
РФ, г. Уфа

В России малые предприятия стали зарождаться еще в начале 90х гг. 20-го века, что связано с внесением поправки в закон СССР от 4 июля 1990 г. «О предприятии в СССР», признающей такие предприятия как отдельно правовую форму. Дальше в течение многих лет в Российской Федерации принималось множество федеративных законов, которые способствовали достаточно устойчивому положению малому бизнесу. В 1998 г., в РФ произошел дефолт, впоследствии которого государство объявило о прекращении платежей по ряду обязательств, вместе с этим упал и уровень жизни населения. Однако к 2000г.малые предприятия вновь стали набирать прежние обороты, теперь они стали более независимыми, сегодня небольшие предприятия являются самостоятельным сектором экономики, непосредственно влияющим на социально-экономическое положение в стране.

На сегодняшний день, финансовые риски в России очень ощутимы. Это касается и недоступности кредитных ресурсов, высокой процентной ставки по кредитам, и очень сильного административного управления. Маленькие предприятия вынуждены конкурировать с более крупными, а это не совсем правильно, так как существует огромная пропасть как в экономическом, так и в организационном плане.

Финансовый риск предприятия – представляет собой вероятность возникновения неблагоприятного исхода, при котором предприятие теряет или недополучает части дохода, капитала.

Всяческие виды финансового риска по-разному, и в большей или в меньшей степени, влияют на малый бизнес. На сегодняшний день государственная поддержка малого бизнеса в России заключается не только в применении мер налогового избавления, но и из различных дотаций, вкладах, ссудах на льготных условиях. В последние пять лет в нашей стране создается огромное количество фондов, которые выполняют некоторые программы, связанные с поддержкой малого бизнеса. Единым помощником, который способен вывести малый бизнес в целом на новую экономическую ступень в нашей стране, является именно государство. Конечно же, финансовые риски для малого бизнеса имеют не только отрицательное значение, на также имеется и положительный момент в частности, финансовый риск для малого предпринимательства способствует динамичности и эффективности экономики страны в целом.

Наиболее актуальным аспектом рассмотрения вопроса является то, что малые предприятия стали довольно независимым субъектом, даже в условиях быстро развивающихся экономических отношениях, малый бизнес стал незаменимым субъектом рыночной площадки, который способен насытить рынок всеми нужными товарами и оказанием различных услуг в условиях дефицита финансовых ресурсов.

Наряду с этим малый бизнес с легкостью способен отреагировать на изменения потребительского спроса и с помощью этого обеспечить устойчивое равновесие на рынке. А финансовый риск, который влияет на маленькие предприятия, способен и влияет на них. В этом случае происходит некий дефицит товаров и услуг, который в будущем отразится на настроении в обществе. В настоящее рынок финансов диктует производителям предприятий условия, которые вынуждают их производить перепроизводство или огромный поиск путей и решений для того чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке, не неся больших потерь.

Конечно же, данные решения и действия вынуждают производителей идти на риск, так как не всегда движения рынка может совпадать с заданным планом

предприятия по реализации собственной деятельности. Именно поэтому множество предприятий в их числе и малые вынуждены прекратить свою деятельность из-за отсутствия определённых ресурсов. По большому счету возможностей, которые позволяют предприятию развиваться в нужном направлении без оглядки на влияние как внутренних, так и внешних факторов.

Степень риска, которая появляется у предприятия при формировании активов, характеризуется показателями его финансовой устойчивости. То есть, они дают предприятию возможность измерить уровень его устойчивости, определить насколько возможна его бесперебойная работа. Начнем с одного из самых важных показателей, характеризующих финансовую устойчивость - коэффициента автономии, который показывает отношение собственного капитала к общей сумме капитала (активов) организации. С помощью этого коэффициента можно увидеть, насколько организация независима от кредиторов. Чем меньше его значение, тем в большей степени субъект хозяйствования зависит от заемных средств, то есть тем менее устойчивое у нее финансовое положение. Если сравнивать малые строительные предприятия с крупными и средними, то у первых финансовая устойчивость значительно ниже, а это, в свою очередь, сопровождается высоким уровнем финансовых рисков. Нормальное значение коэффициента автономии в российской практике: 0,5 и более (оптимальное 0,6-0,7).

Следующим опасным финансовым риском является потеря финансовой независимости строительной организации. Проведя анализ финансовых источников малых предприятий, получили, что преобладают заемные средства. Поэтому для снижения финансовых рисков, нужно повышать финансовую независимость предприятий. Значимый показатель, который характеризует риск потери ликвидности малым хозяйствующим субъектом, является показатель платежеспособности. Данный показатель показывает возможность строительной организации расплачиваться по своим обязательствам. При оценке рисков малого предпринимательства большой интерес вызывает анализ убыточности. По данным статистики 32 % предприятий в России работают

с убытками. Безусловно, это создает дополнительные финансовые риски. При снижении финансового состояния малых предприятий снизиться и финансовое состояние государства в целом. Управление финансовыми рисками - представляет собой совокупность различных методов, подходов для уменьшения вероятности появления угрозы и размера убытков. Оценка вероятности возникновения угрозы и размера потерь является ключевым из этапов управления рисками. Самым простым методом в системе снижения финансовых рисков малых строительных предприятий является их избежание. Заключается в разработке таких мероприятий, с помощью которых полностью исключают конкретный вид финансового риска. Например, отказ от проведения финансовых операций, которые имеют высокий уровень риска. Однако хоть эта мера и эффективна, ее использование носит ограниченный характер, ведь большинство финансовых операций предприятия связано с осуществлением деятельности, обеспечивающей регулярное поступление доходов и формирование его прибыли. Отказ от работы с партнерами, систематически нарушающими свои обязательства. Это очень распространенная формулировка избегания риска. Отказ от использования в высоких объемах заемного капитала, благодаря этому можно избежать существенного финансового риска - потеря финансовой устойчивости.

Важным методом в управлении финансовыми рисками малых предприятий является диверсификация хозяйственной деятельности. Она основана на разделении рисков. Рассмотрим подробнее основные формы диверсификации финансовых рисков. Диверсификация видов финансовой деятельности — это использование альтернативных возможностей получения дохода от различных финансовых операций, т. е. краткосрочных финансовых вложений, формирования кредитного портфеля, инвестирования и т. п. Снижение уровня депозитного портфеля без изменения уровня его доходности возможно благодаря диверсификации этого портфеля. Нужно размещать временно свободные денежные средства на хранение в нескольких банках, так как условия размещения денежных активов примерно одинаковы в различных

банках. С помощью диверсификации кредитного портфеля можно уменьшить риск за счет расширения круга покупателей продукции у малого предприятия. В целом следует отметить, что механизм диверсификации обеспечивает несомненный эффект в нейтрализации комплексных рисков, но он не дает эффекта в устранении таких рисков как - инфляционного, налогового и других. Поэтому использование этого метода носит ограниченный характер. Следующим, в борьбе с финансовыми рисками малых строительных предприятий выступает трансферт финансовых рисков. Он основан на передаче этого риска партнерам по отдельным финансовым операциям. При этом хозяйственные партнеры получают ту часть финансовых рисков предприятия, по которой они имеют большую возможность устранения их негативных последствий.

Вследствие всего сделать вывод, что финансовый риск для предприятия сравним с появлением на горизонте деятельности предприятия ожидаемое банкротство. В итоге все это приводит к потере накопленного с годами опыта, работы в определенной сфере, потери своих клиентов, а самое главное своей ниши на финансовом рынке.

Поскольку ни для кого не является секретом то, что нарастающая с каждым годом конкуренция во всех отраслях экономики так и норовит «подмять под себя» как можно больше устоявшихся предприятий. В итоге финансовые риски обязательно будут влиять на экономическое развитие в отрицательном направлении. Но в этом одновременно заключается, на наш взгляд, и положительное влияние: вероятность финансового риска предоставляет как менеджерам, так и управляющим предприятий возможность так называемого «творчества», то есть поиска нестандартных решений и путей выхода предприятия из угрожающего состояния. Положительный итог такого опыта позволит руководителям предприятий в дальнейшем более мягко реагировать на финансовый риск. Главным аспектом управления финансовыми рисками являются целенаправленный поиск и организация работы по снижению риска.

Таким образом, финансовые риски для экономического развития - это категория, пользующаяся отрицательным воздействием на экономическое развитие, но вместе с этим дающая отличный опыт поиска путей и решений, которые направлены на его минимизацию. Поскольку влияние финансового риска на экономическое развитие, будь то предприятие либо другой экономический субъект, не является единственным процессом; это постоянный процесс, который зависит от влияния множества факторов на экономическое развитие.

Список литературы:

1. Москвин В.А. - Механизмы нейтрализации финансовых рисков // Финансы. – 2013.
2. Патрушева Е. Финансовые риски // Финансы. – 2012.
3. Шапкин А.С. - Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций // 2013.
4. Финансовые риски - [Электронный ресурс] URL: http://www.risk24.ru/ finriski.htm (Дата обращения: 25.12.17).
5. Федеральная служба государственно статистики- [Электронный ресурс]- URL: http://www.gks.ru/ (Дата обращения 25.12.17).

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРИВОЛЖСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Терновая Екатерина Анатольевна
студент, кафедра «Экономика, организация и управление на предприятии»,
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ
РФ, г. Ульяновск
E-mail: ketprn@mail.ru

Животноводство играет особую роль в обеспечении продовольствием страны по разным причинам: во-первых, мясо, молока, яйца и продукты их переработки необходимы для обеспечения сбалансированного питания и здоровья людей; во-вторых, высокая импортозависимость страны по продуктам питания животного происхождения сформированная в годы перестройки экономической системы и аграрного кризиса. Программа поддержки развития сельского хозяйства, активно реализуемая правительством Российской Федерации в последние годы способствует ускорению развития животноводства.

Таблица 1.

Динамика поголовья сельскохозяйственных животных в Российской Федерации, тыс. гол.

Вид с.-х. животных	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2016г. к 2012г. (+, -)	2016г. к 2012г., %
Коровы	8858,63	8661,00	8531,10	8379,20	8250,10	-608,53	93,13
Крупный рогатый скот	19930,40	19564,00	19264,30	18992,00	18686,90	-1243,5	93,76
Овцы и козы	24180,00	24337,40	24711,20	24881,10	24796,90	+616,90	102,55
Птица	495158,90	494578,50	527326,00	547202,80	552896,30	+157737,40	111,66
Свиньи	18816,40	19081,40	19546,10	21506,50	22033,30	+3216,90	117,10

Ключевыми отраслями современного животноводства в России являются скотоводство, свиноводство, овцеводство и птицеводство. С 2012 по 2016 год рост численности поголовья свиней составил 17,1 %, птицы почти 12 %, овец и коз только 2,55 %. Поголовье коров и крупного рогатого скота за аналогичный период сократилось более чем на 6 %.

12 % поголовья КРС в 2016 году приходилось на долю крестьянских фермерских хозяйств, 45 % - на сельскохозяйственные организации и 43 % - на хозяйства населения. Основная доля КРС в Приволжском федеральном округе сосредоточена в сельскохозяйственных организациях - около 52 % (рис. 1).

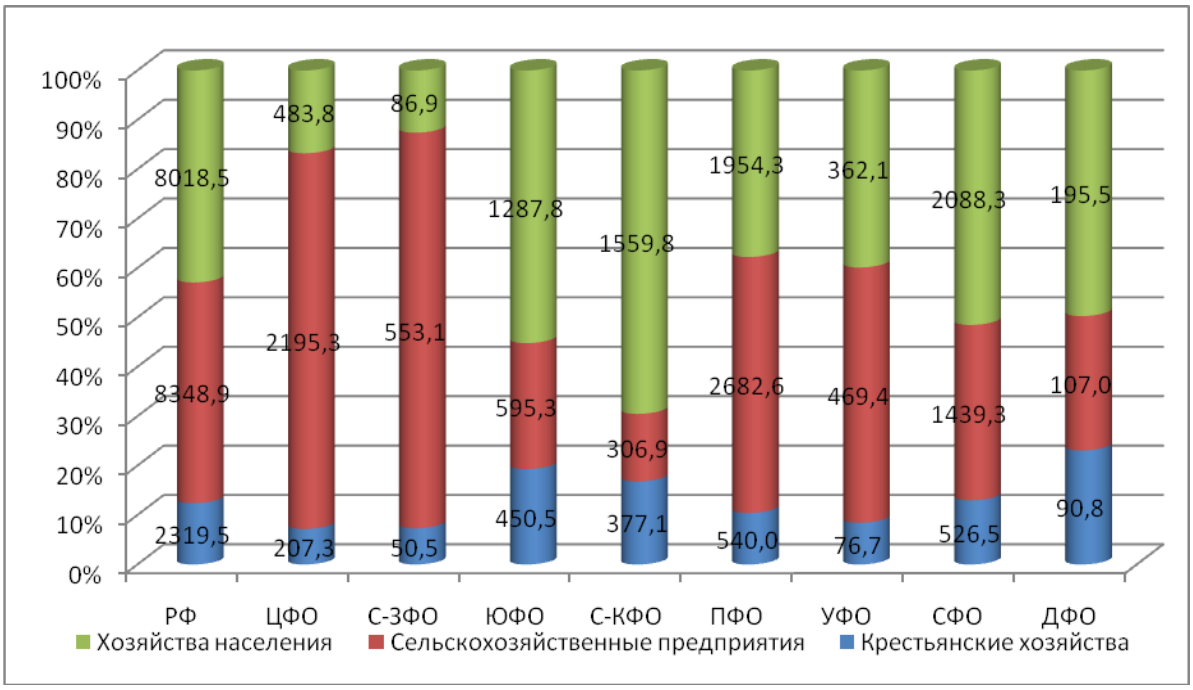


Рисунок 1. Структура поголовья КРС в 2016г. по категориям хозяйств, тыс. гол.

Свиноводство и птицеводство сосредоточено в сельскохозяйственных предприятиях и составляют примерно 82 %, лишь 2 % приходится на крестьянские хозяйства, 16 % - на хозяйства населения (рис. 2, 3). По ПФО соответственно-83 %, 3 % и 14 % по поголовью птицы и 76 %, 3 % и 21 % по поголовью свиней.

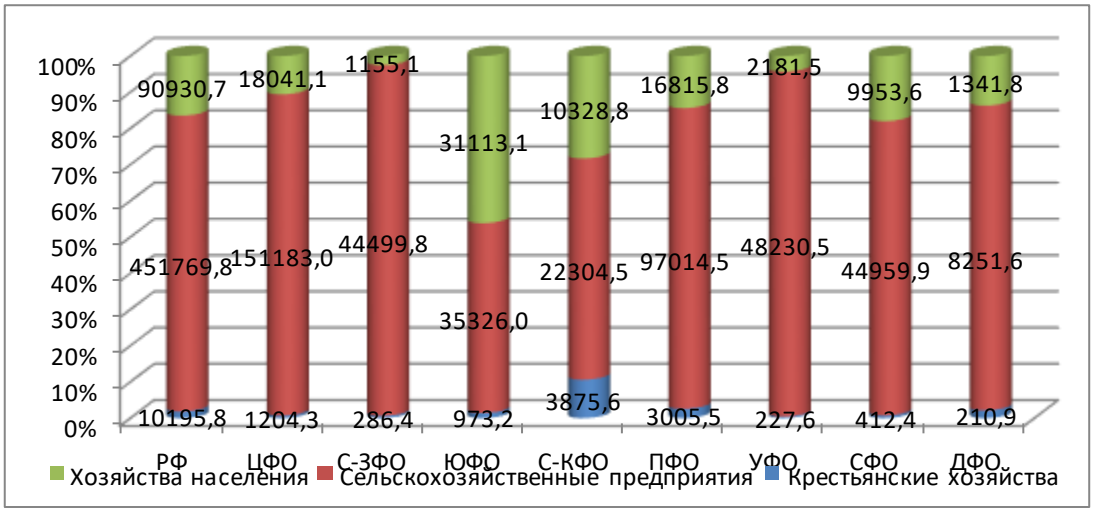


Рисунок 2. Структура поголовья птицы по категориям хозяйств в 2016 г., тыс. гол

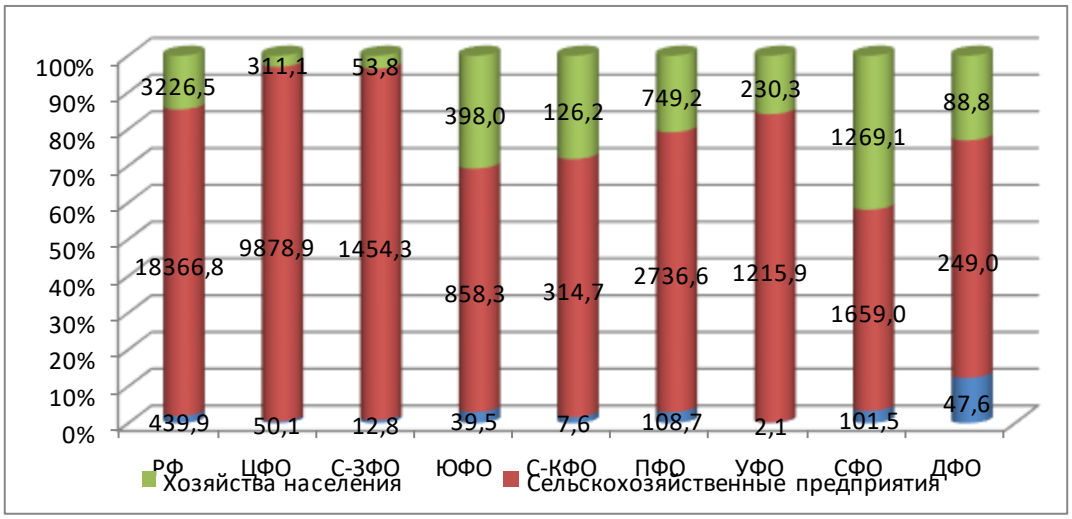


Рисунок 3. Структура поголовья свиней по категориям хозяйств в 2016 г., тыс. гол

За исследуемый период произошло сокращение поголовья коров по всем федеральным округам Российской Федерации. Рост поголовья КРС наблюдается только по ЦФО - на 1 %. Рост поголовья овец и коз произошел по ЦФО, СЗФО –10 %, на ЮФО – на 9 %, СФО – на 5 %. Поголовье птицы выросло в ЦФО, ЮФО на 16 %, СКФО – на 22 %, ПФО – на 15 %, УФО – на 11 %, СФО – на 1 %. Рост поголовья свиней в ЦФО составил 34 %, СЗФО – на 70 %, ЮФО – на 3 %, СКФО – на 15 %, УФО – на 20 %, ДФО – на 22 %.

Лидером по росту поголовья всех основных видов сельскохозяйственных животных за 2012-2016 гг. является ЦФО.

Таблица 2.

Поголовье скота и птицы в хозяйствах всех категорий, тысяч голов

Субъекты РФ	Вид с.-х. животных	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. к 2012 г., %
ЦФО	Коровы	1209,98	1192,3	1173,1	1168,1	1169,2	96,00
	Крупный рогатый скот	2854,6	2834,9	2833,2	2874,1	2886,4	101,00
	Овцы и козы	1033,9	1048,8	1083,5	1136,1	1132,6	110,00
	Птица	147214,3	147580,8	159035,3	164335,9	170428,4	116,00
	Свиньи	7635,9	8234,6	8671,9	9612,5	10240,2	134,00
СЗФО	Коровы	321,69	310,2	311,8	310,7	216,9	67,00
	Крупный рогатый скот	693,8	681,5	672	683,2	690,5	100,00
	Овцы и козы	213,2	198,7	204,9	224,0	235,3	110,00
	Птица	47678	44443,1	46291,6	46231,7	45941,3	96,00
	Свиньи	890,2	1047,2	1187,9	1381,7	1520,9	170,00
ЮФО	Коровы	1273,31	1256,4	1217,1	1185,5	1219,7	96,00
	Крупный рогатый скот	2470,7	2441,7	2340,8	2265,8	2333,6	94,00
	Овцы и козы	6008,1	6266,9	6231,6	6215,0	6531,7	109,00
	Птица	58019,8	59889,5	58014	59600	67412,3	116,00
	Свиньи	1253,9	1111,8	1059,7	1203,8	1295,8	103,00
СКФО	Коровы	1123,81	1134,4	1145,8	1131,8	1114,3	99,00
	Крупный рогатый скот	2273,7	2307,2	2316,2	2299,3	2243,8	99,00
	Овцы и козы	9665,0	9531,5	9680,5	9719,1	9467,4	98,00
	Птица	29754	28618,7	31267,9	33669,4	36508,9	122,00
	Свиньи	389,6	365,3	360,5	397,8	448,5	115,00
ПФО	Коровы	2410,56	2319,8	2237,7	2176,6	2121,4	88,00
	Крупный рогатый скот	5838,3	5664,3	5487,7	5315,1	5177	89,00
	Овцы и козы	2929,3	2940,7	2941,3	2927,1	2932,9	100,00
	Птица	101780,5	103917,3	111388,7	118145,2	116835,7	115,00
	Свиньи	3834,6	3558,6	3408,1	3742,4	3594,5	94,00
УФО	Коровы	482,58	466,9	425,7	411,4	401,2	83,00
	Крупный рогатый скот	1069,6	1045,4	953,5	927,5	908,1	85,00
	Овцы и козы	512,6	523,3	506,4	503,5	495,1	97,00
	Птица	45454,1	46270,8	47749,1	50881,3	50639,6	111,00
	Свиньи	1268,3	1299,4	1290,9	1467,0	1518,2	120,00
СФО	Коровы	1839,95	1797,01	1785,2	1763,3	1735,2	94,00
	Крупный рогатый скот	4279,0	4771,2	4149,2	4119,1	4054,1	95,00
	Овцы и козы	3740,2	3757,4	3794,8	3875,1	3930,7	105,00
	Птица	54958,6	54077,7	54259,8	54291,5	55325,9	101,00
	Свиньи	3226,9	3158,9	3139,8	3205,2	3029,6	94,00
ДФО	Коровы	196,74	183,7	176,1	172,5	172,2	88,00
	Крупный рогатый скот	450,8	417,8	399,6	395,2	393,3	87,00
	Овцы и козы	77,7	70,1	70,1	69,4	70,6	91,00
	Птица	10299,4	9780,7	10162,3	10125,2	9804,2	95,00
	Свиньи	316,9	305,6	286,2	334,2	385,5	122,00

Рассмотрим подробнее изменение численности поголовья основных видов сельскохозяйственных животных в регионах ПФО. Аналогично общероссийскому показателю все регионы ПФО за исследуемый период допустили сокращение поголовья коров и крупного рогатого скота, за исключением Самарской области (рост на 5 %).

Поголовье овец и коз возросло на 4 % в Республике Башкортостан, на 5 % в Республике Мордовия, 11 % в Оренбургской области, 12 % в Самарской области, на 7 % в Ульяновской области.

В 9 субъектах ПФО произошло увеличение численности птицы: в Республике Башкортостан на 12 %, в Республике Марий Эл на 64 %, в Республике Мордовия на 58 %, в Республике Татарстан на 8 %, в Удмуртской Республике на 11 %, в Чувашской Республике на 8 %, в Нижегородской области на 8 %, в Пензенской области на 32 %, в Самарской области на 13 %. Следует отметить резкий спад поголовья птицы в Ульяновской области - на 64 %.

В семи субъектах ПФО увеличилось поголовье свиней: в Республике Башкортостан – на 51 %, в Республиках Марий Эл и Мордовии - на 7 %, в Кировской области – на 2 %, в Нижегородской области – на 51 %, в Саратовской области – на 10 %, в Ульяновской области – на 16 %.

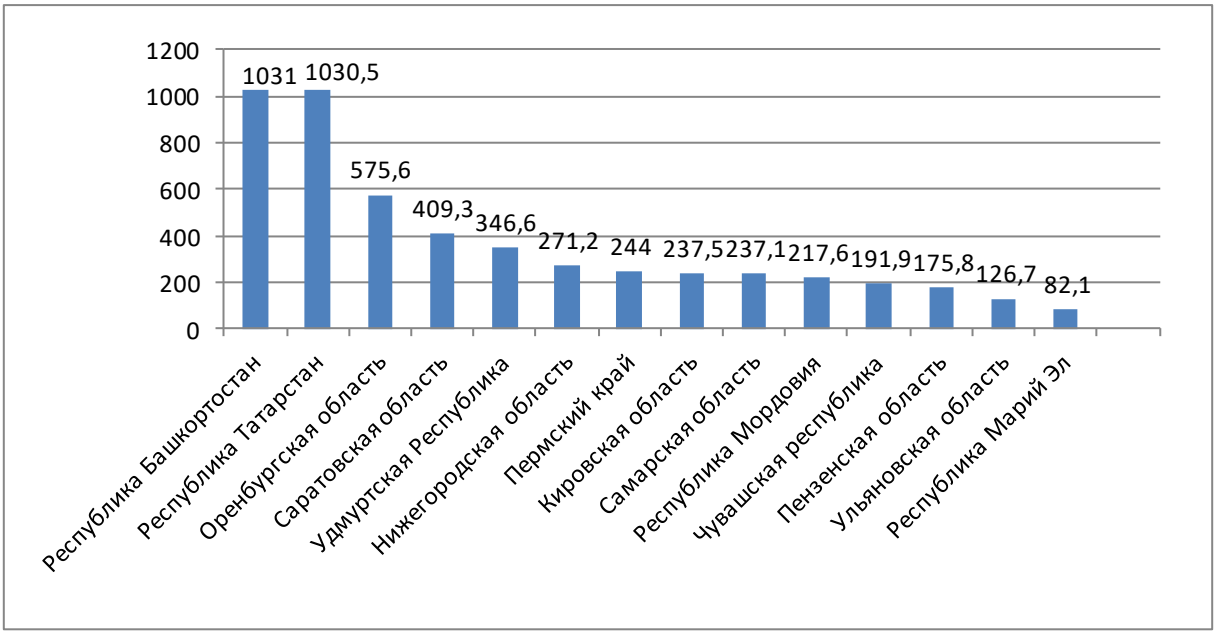


Рисунок 4. Ранжированный ряд поголовья КРС в Приволжском федеральном округе за 2016 год, тыс. голов

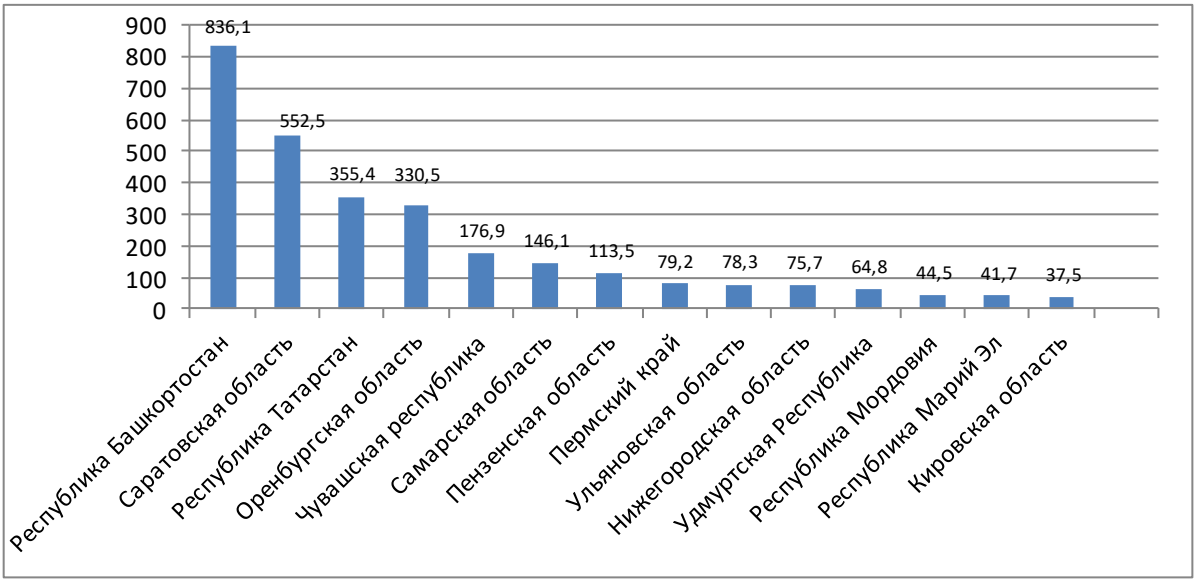


Рисунок 5. Ранжированный ряд поголовья овец и коз в Приволжском федеральном округе за 2016год, тыс. голов

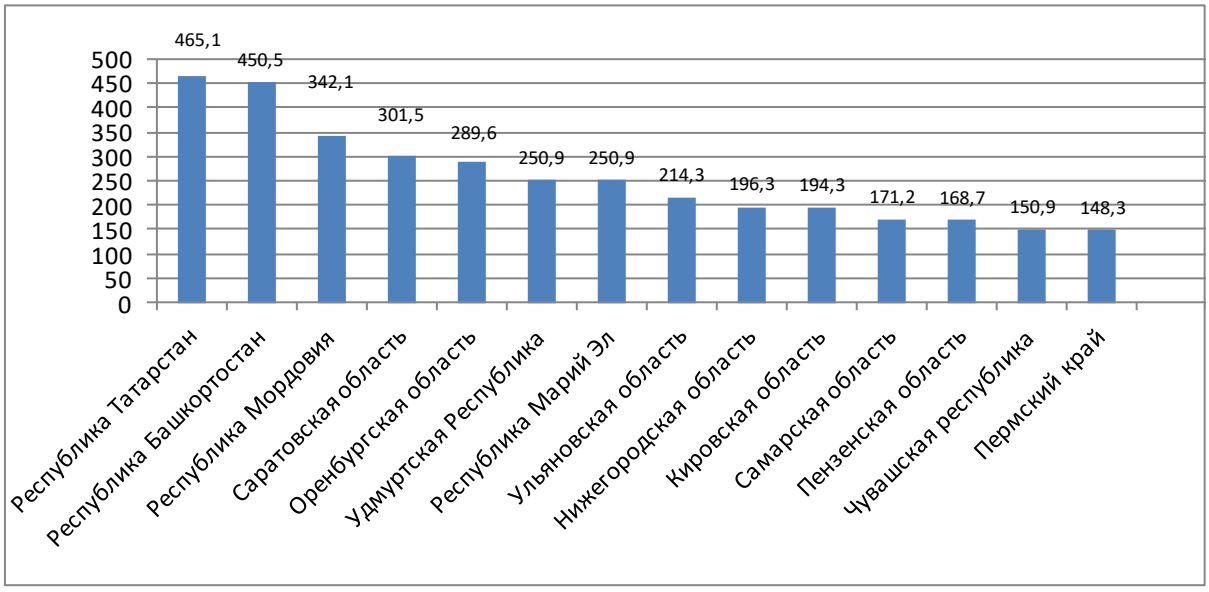


Рисунок 6. Ранжированный ряд поголовья свиней в Приволжском федеральном округе за 2016год, тыс. голов

Данные рисунков 4, 5, 6 свидетельствуют, что по общей численности поголовья сельскохозяйственных животных лидерами ПФО несомненно являются Республика Башкортостан, республика Татарстан, Саратовская область и оренбургская область.

Сокращение численности коров в целом по стране привело к падению объемов производства молока (приложение 2).

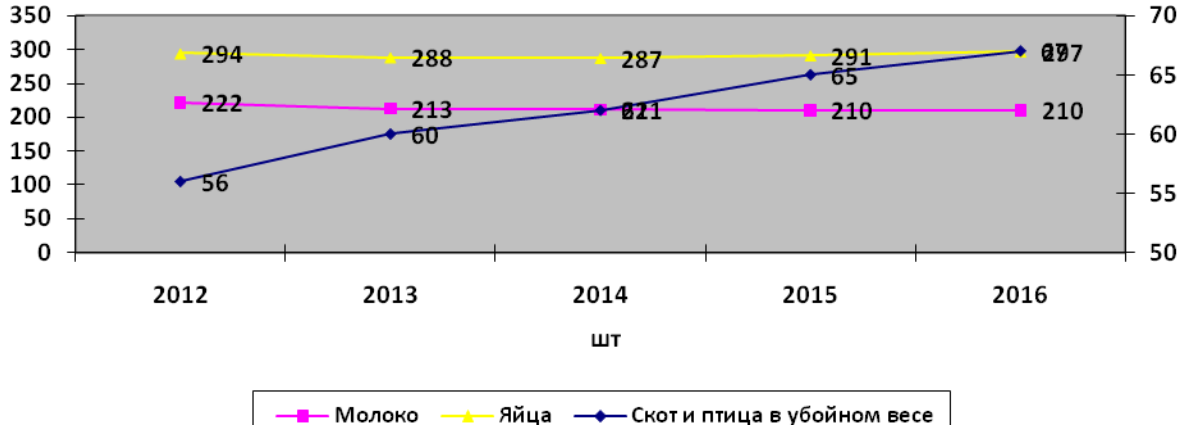


Рисунок 7. Динамика производства сельскохозяйственной продукции на душу населения в Российской Федерации

Скот и птица в убойном весе к 2016 году вырос на 20 %, производство яиц - на 1 %, что стало возможным в основном за счет роста поголовья свиней, овец и птицы.

Если рассматривать по округам, то лидирующие позиции по производству молока в 2016 году занимают Приволжский федеральный округ 317 кг на душу населения, на втором месте Северо-Кавказский федеральный округ 287 кг, а на третьем Сибирский федеральный округ 273 кг, меньше всех производит молока и молочной продукции Дальневосточный федеральный округ 87 кг.

По производству яйца лидерами являются Уральский федеральный округ 370 шт. на душу населения, Приволжский федеральный округ 369 шт., Сибирский федеральный округ 337 шт. Последнее место принадлежит Северо-Кавказскому федеральному округу 144 шт.

По производству скота и птицы на убой первое место занимает Центральный федеральный округ - 90 кг на душу населения, второе место принадлежит Приволжскому федеральному округу - 69 кг и третье Северо-Кавказскому федеральному округу - 65 кг. На последнем месте находится Дальневосточный федеральный округ - 20 кг.

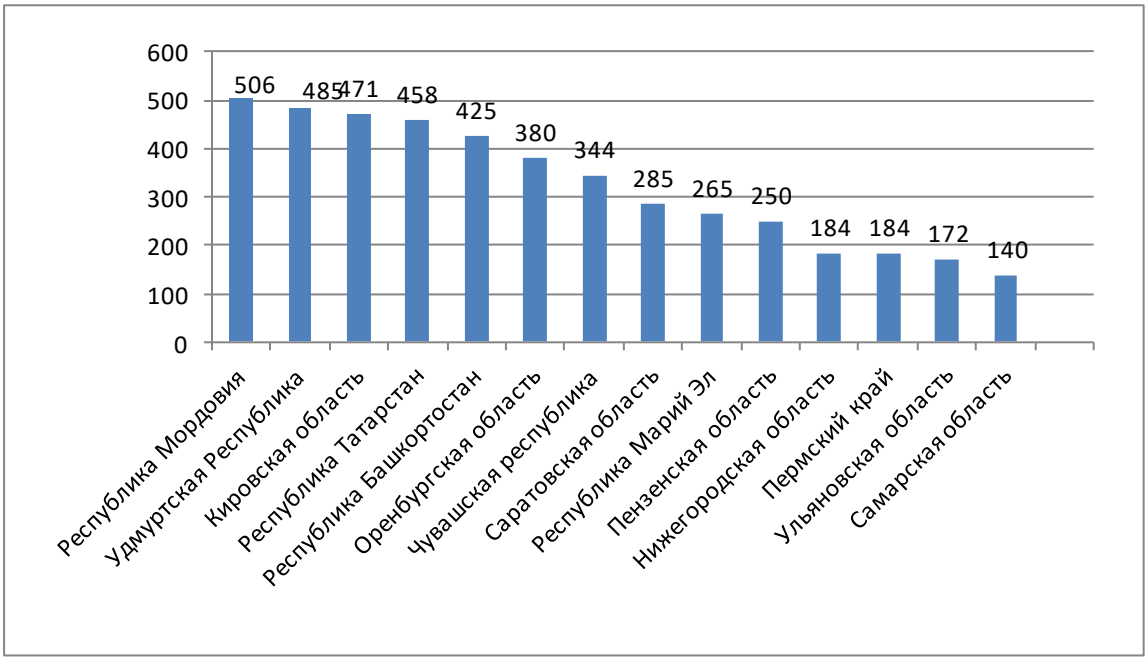


Рисунок 8. Ранжированный ряд производства молока от всех видов животных на душу населения в ПФО за 2016год, кг

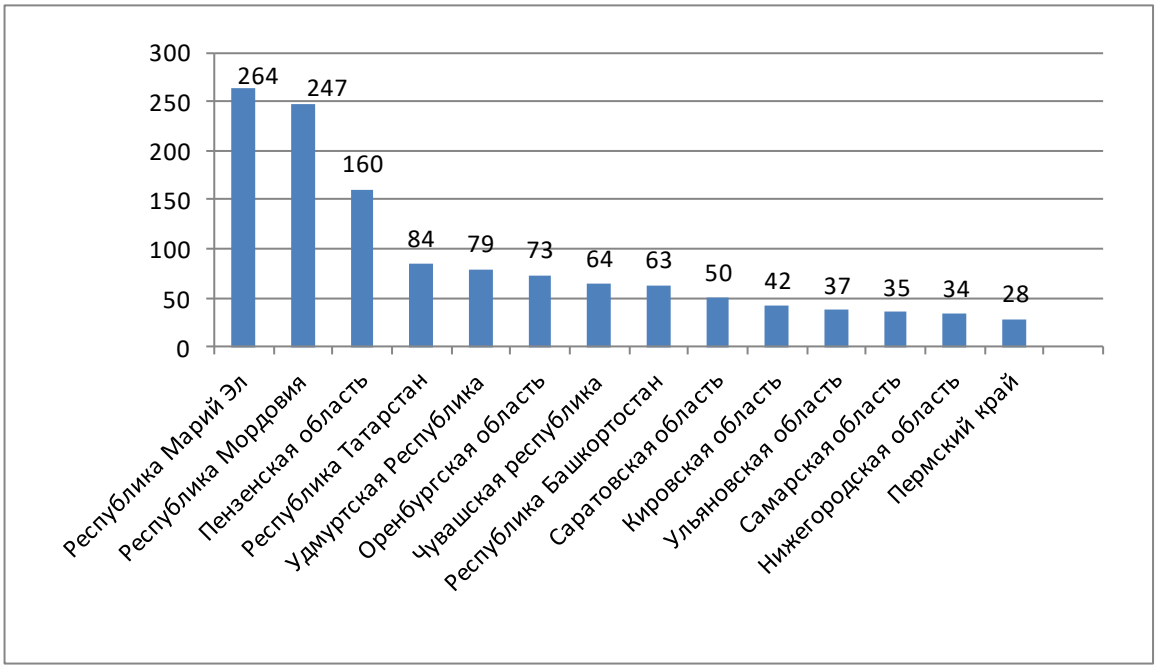


Рисунок 9. Ранжированный ряд по производству скота и птицы на убой на душу населения в ПФО за 2016год, кг

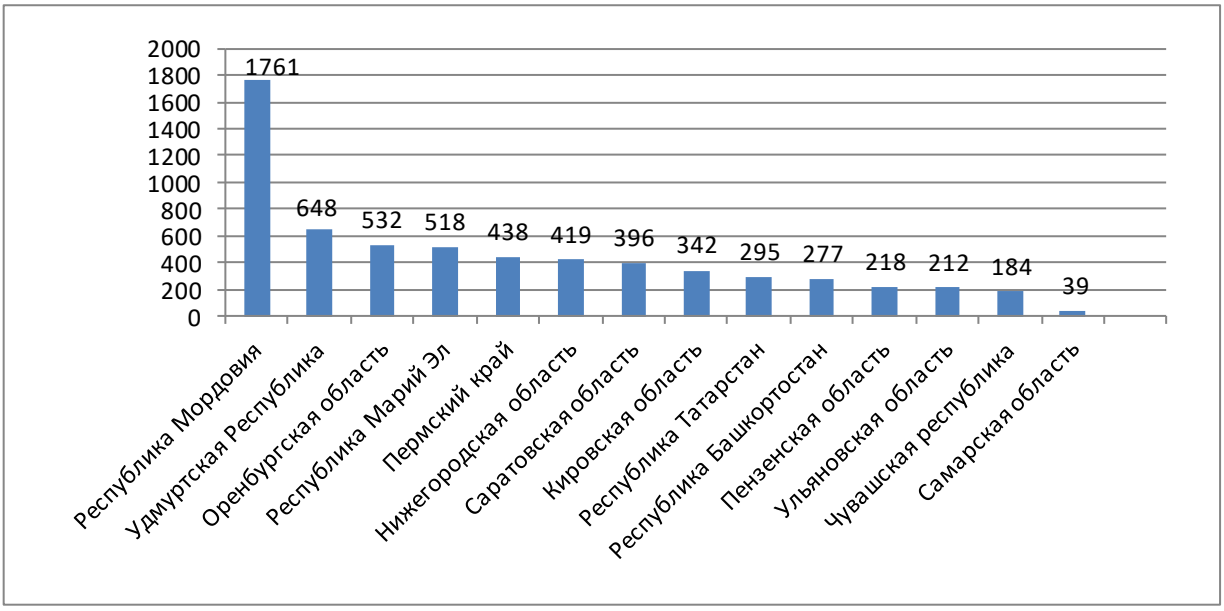


Рисунок 10. Ранжированный ряд производства яйца в скорлупе на душу населения в ПФО за 2016год, шт.

Следует отметить, что рост производства продукции животноводства в целом по Российской Федерации способствовал росту потребления продуктов питания животного происхождения.

Таблица 3.

Динамика потребления продуктов питания животного происхождения в домашних хозяйствах на потребителя в год, кг

Годы	Мясо и мясопродукты	Молоко и молочные продукты	Яйца, шт	Рыба и рыбопродукты
2012	83	267	220	22
2013	85	270	217	22
2014	85	266	216	22
2015	85	266	218	21
2016	88	273	229	22
2016г. к 2012г., %	106,02	102,24	104,10	100,00

Развитие отраслей животноводства могло бы иметь более значительные показатели, если бы не падеж скота. В целом по России процент падежа скота уменьшился за 2016 год в сравнении с 2012 годом, исключение составляет падеж свиней – он незначительно увеличился. Основной причиной падежа свинопоголовья является его высокая заболеваемость. Меньше всех процент

падежа крупного рогатого скота в сельскохозяйственных организациях к обороту стада за 2016год в Северо-Западном федеральном округе – 1,2, в Южном федеральном округе – 1,3 %, в Приволжском федеральном округе – 1,9, самый большой процент наблюдается в Северо-Кавказском федеральном округе – 3,4 %.

По падежу лошадей самый незначительный процент в Центральном федеральном округе – 1,2 %, в Приволжском федеральном округе - 1,6 % и в Уральском федеральном округе – 1,8 % самый большой процент 5,8 в Дальневосточном федеральном округе.

По падежу овец и коз самый незначительный процент в Северо-Западном федеральном округе – 2 %, в Южном федеральном округе – 2,5 %, самый высокий в Уральском федеральном округе – 9,5 %.

Рост падежа свиней в Северо-Западном федеральном округе составил 7,4 %, в Приволжском федеральном округе – 9,4 %, в Центральном федеральном округе – 11,9 %, в Сибирском федеральном округе – 13,8 %.

Приволжский федеральный округ по сохранности поголовья занимает лидирующие позиции.

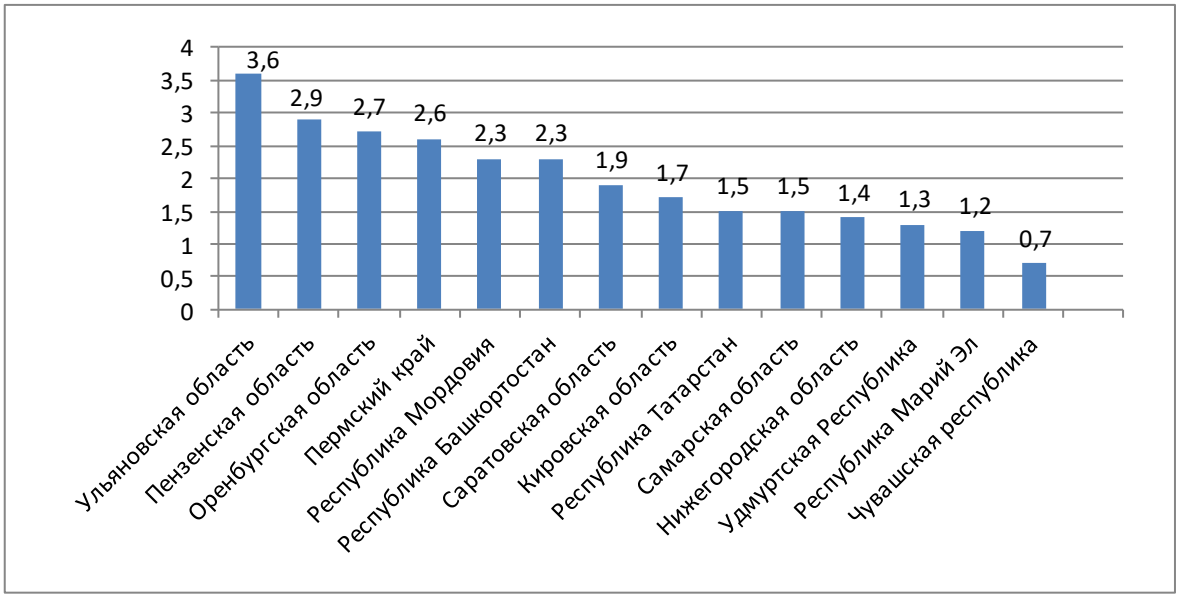


Рисунок 11. Ранжированный ряд падежа КРС в с.-х. организациях ПФО к обороту стада за 2016год, %

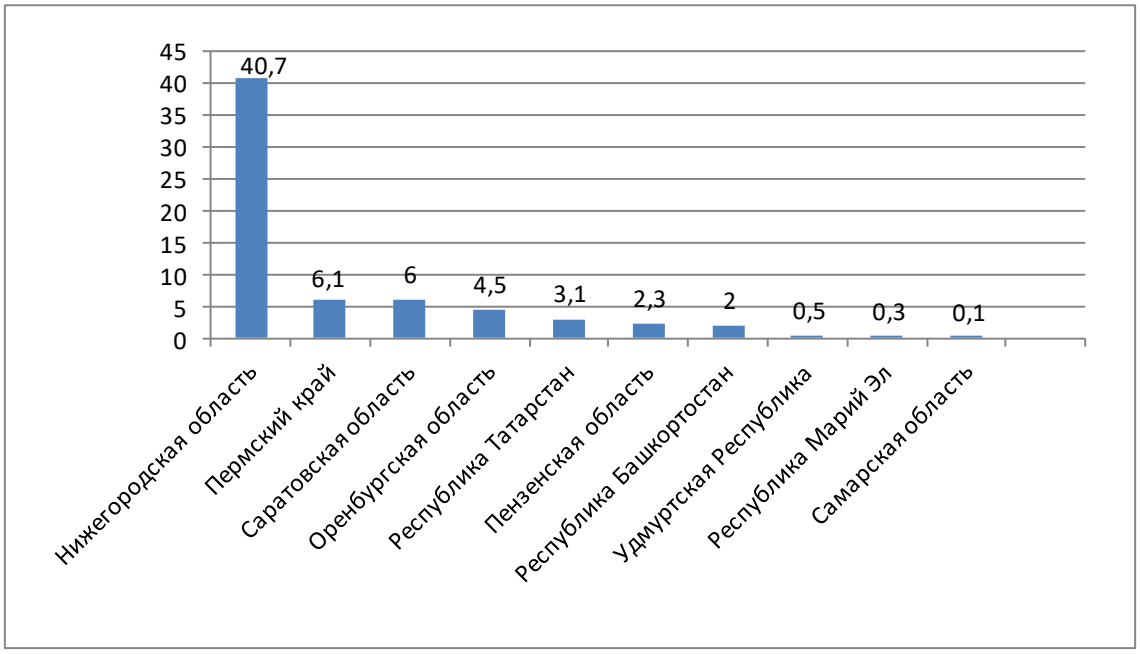


Рисунок 12. Ранжированный ряд падежа овец и коз в с.-х. организациях ПФО к обороту стада за 2016год, %

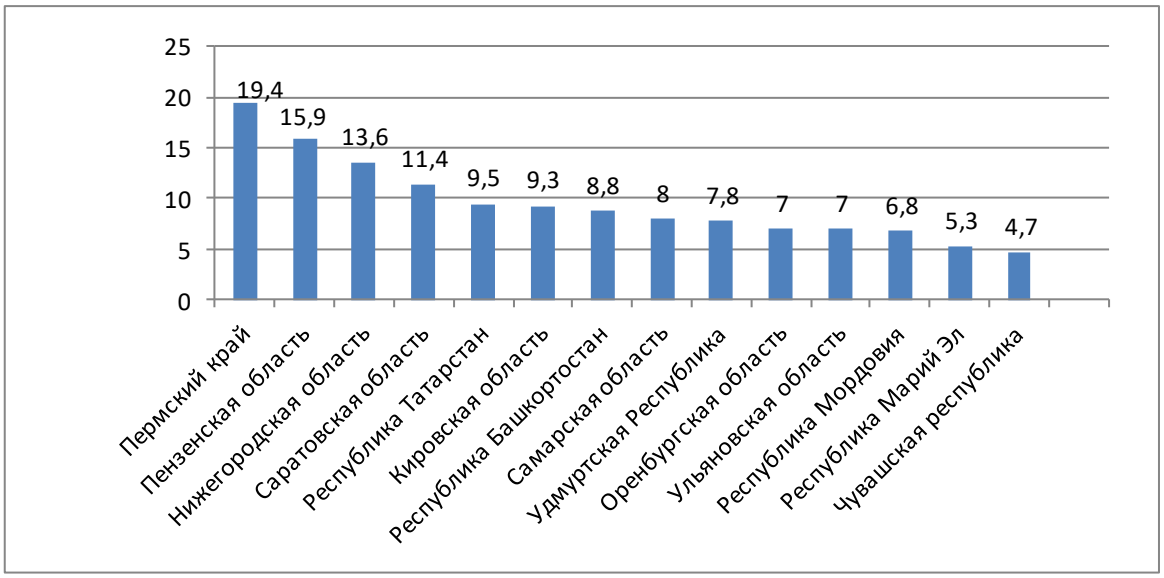


Рисунок 13. Ранжированный ряд падежа свиней в с.-х. организациях ПФО к обороту стада за 2016год, %

Падеж приводит к сокращению поголовья сельскохозяйственных животных и сдерживает рост производства продукции. Ульяновская область лидирует по падежу КРС к обороту стада (3,6 %) и делит десятое место по ПФО с Оренбургской областью по падежу овец и коз (7 %).

Таблица 4.

Группировка субъектов ПФО по производству молока на душу населения, кг

Группа	Значение группиро-вочного признака, кг	Субъекты ПФО	Производство молока на душу населения в среднем по группе, кг	Коров на 100 га с.х.угодий в среднем по группе, гол	Надой на одну корову в год, кг в среднем по группе	Падеж коров в среднем по группе, %
1	1-200	Самарская область, Ульяновская область, Пермский край, Нижегородская область	170,0	3,5	4944,0	2,3
2	201-400	Пензенская область, Республика Марий Эл, Саратовская область, Чувашская республика, Оренбургская область	304,8	4,4	4043,6	4,4
3	401-600	Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Кировская область, Удмуртская Республика, Республика Мордовия	469,0	6,2	5400,0	6,2

Группировка субъектов ПФО по производству молока на душу населения подтвердила лидирующие позиции 5 субъектов округа (Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Кировская область, Удмуртская Республика, Республика Мордовия) в производстве молока. Данные таблицы 4 показывают наличие прямого влияния на объемы производства молока поголовья коров. Вместе с тем, падеж животных отрицательно влияет на объемы производства молока.

Таблица 5.

Группировка субъектов ПФО по производству скота и птицы на душу населения в убойном весе, кг

Группа	Значение группиро-вочного признака, кг	Субъекты ПФО	Производство скота и птицы на душу населения в убойном весе, кг в среднем по группе	Свиней, КРС, овец, коз и птицы на 100 га с.х. угодий в среднем по группе, усл.гол	Падеж свиней в среднем по группе, %	Падеж КРС в среднем по группе, %	Падеж овец и коз в среднем по группе, %
1	300-100	Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Пензенская область	223,66	28,5	9,30	2,10	0,86
2	99-50	Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Оренбургская область, Чувашская республика, Республика Башкортостан	72,60	20,04	7,56	1,70	2,02
3	49-28	Саратовская область, Кировская область, Ульяновская область, Самарская область, Нижегородская область, Пермский край	37,66	9,90	11,45	2,10	8,80

Группировка субъектов ПФО по производству скота и птицы на душу населения в убойном весе (кг) за 2016 год также показала наличие прямой зависимости объемов производства от количества поголовья скота. Падеж скота не показывает прямого влияния на объемы производства. В группу лидеров по производству скота и птицы на душу населения в убойном весе вошли Республика Марий Эл, Республика Мордовия и Пензенская область. Таким образом, производство продукции животноводства имеет четкую дифференциацию по субъектам Российской Федерации.

Список литературы:

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат.сб. / Росстат. - М., 2017. – 1402 с.

НАЛОГОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Трифонова Екатерина Владимировна
студент, кафедра Налогообложение и аудит, СГЭУ,
РФ, г. Самара
E-mail: tev9700@mail.ru

Наумова Ольга Александровна
научный руководитель, канд. экон. наук,
кафедра учета, анализа и аудита, СГЭУ,
РФ, г. Самара

Проблема развития и усовершенствования налоговой системы всегда тесно взаимосвязана с развитием государства и государственных систем. В условиях современной рыночной экономики в связи с постоянным расширением сектора частного предпринимательства и несовершенствами законодательной базы особо актуальной является проблема обеспечения полноценной налоговой безопасности организаций и её экономических интересов. Функционирование организаций во многом зависит от их деятельности в среде обеспечения экономической безопасности.

Налоговая безопасность является частью экономической безопасности предприятия, которая представляет собой состояние защищенности предприятия от внутренних и внешних угроз в результате реализации мероприятий экономического, правового, налогового и социального назначения.

Характеризуя налоговую безопасность организации, можно сказать, что это финансово-экономическое состояние организации при предельно возможной минимизации рисков, связанных с хозяйственной деятельностью субъекта, полной уплате назначаемых налогов, сборов и пошлин, и финансовой и налоговой грамотности.

В основе налоговой безопасности организации лежит налоговая оптимизация, налоговое планирование, оценка налоговых рисков и нагрузки путем использования специальных методов и инструментов оценки их влияния на экономическую безопасность и эффективность деятельности организации.

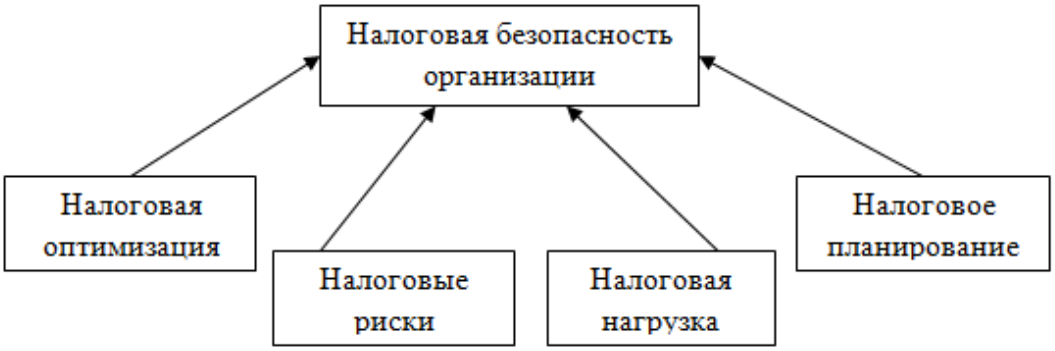


Рисунок 1. Составляющие налоговой безопасности

Каждая организация в своей деятельности стремится к получению максимальной прибыли при минимальной налоговой нагрузке, это приводит к различного рода правонарушениям. Но не всегда организации идут на риски с использованием незаконных схем уклонения от уплаты налогов, применяя налоговое планирование. Использование законных методов уменьшения налоговой базы (налогового планирования) способно принести положительный результат практически в любом виде деятельности без угрозы налоговой безопасности предприятия, оно представляет собой планирование деятельности организации, направленное на минимизацию её налоговых обязательств без нарушений законодательства.

Налоговое планирование включает в себя:

- учет основных тенденций развития бюджетной и налоговой политики государства;
- подготовку и утверждение учетной политики организации;
- правильное и полноценное использование установленных законодательством налоговых льгот;
- оценка возможных путей получения отсрочек и рассрочек по налогам.

Второй составляющей налоговой безопасности является налоговая нагрузка. Это процентное отношение суммы уплачиваемых организацией налогов к сумме выручки по данным отчетности организации. Показатель

налоговой нагрузки ниже среднего показателя по отрасли является одной из причин проведения выездной налоговой проверки, так как у налоговых органов возникает вопрос о сокрытии дохода, правомерности применения налоговых льгот, неправильности определения налоговой базы и пр., а значит возникает угроза недостачи налоговых поступлений в бюджет.

Что касается налоговых рисков — это возможность наступления события, в результате которого организация, принявшая определенное решение в сфере налогообложения, может упустить возможную выгоду, понести дополнительные убытки. Организации, идущие на налоговые риски могут неправильно истолковать тот или иной закон, в результате чего могут навлечь на себя штрафы, пени, а возможно и уголовную ответственность.

Концепция системы планирования выездных налоговых проверок представлена в Приказе ФНС от 30 мая 2007 года №ММ-3-06/333 (ред. от 10.05.2012) "Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок". Этот приказ может быть использован организацией для самостоятельной оценки налоговых рисков.

Любое налоговое планирование связано с определенными рисками. Налоговые органы зачастую не поощряют действия организаций, занижающих налоговую нагрузку, даже если занижение никак не противоречит закону, так как известно, что целью налоговых органов является обеспечение максимальных поступлений в государственный бюджет. Так же такая ситуация обостряется тем, что в действующем законодательстве не всегда обозначены четкие критерии, разграничивающие правомерное и неправомерное занижение налоговой базы, чем пользуются организации, готовые пойти на налоговые риски. Судебная практика также показывает, что одни и те же действия налогоплательщиков в одном случае трактуются как законные, в другом – относятся к разряду правонарушений.

Ежегодно российский бюджет недополучает по исследованиям экспертов от 25 до 35 % бюджетных средств в результате уклонения налогоплательщиков от уплаты налогов. По информации налоговых органов, только 18 % всех

экономических субъектов, которые функционируют в РФ, полностью и в срок уплачивают налоговые обязательства, 50 % – делают платежи периодически, а 32 % вообще не платят их. На сегодняшний день, исходя из официальных статистических данных, доля неуплаченного налога на прибыль организации в общей задолженности по федеральным налогам составляет 22,15 % – 114 045 270 тыс. руб., а задолженность, доначисленная по результатам камеральных и выездных налоговых проверок по тому же налогу составила 28,2 % [3, 4].

Таким образом, мы видим, что в 2017 году организации незаконно недоначисляли почти 30 процентов налогов, что свидетельствует или о целенаправленных рисках, на которые они пошли, или о неправильном налоговом планировании. Вообще в настоящее время в российских организациях "непопулярно" использование налогового планирования, в то время как в экономически развитых странах каждая организация уделяет налоговой оптимизации достаточное внимание, так как не использование льгот, пробелов законодательства, офшоров и т. д. показывает неэффективность налогового менеджмента.

Подводя итоги, можно выделить некоторые рекомендации для повышения уровня налоговой безопасности организации:

- регулярное отслеживание и сравнение уровня налоговой нагрузки организации с нагрузкой по отрасли
- эффективный налоговый менеджмент и планирование
- оценка возможных налоговых рисков
- строгое соблюдение налогового законодательства

Список литературы:

1. Бородушко И.В. Налоговая безопасность: понятие и сущность // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2010.
2. Миронова О.А. Экономическая безопасность: проблемы и пути ее обеспечения // Экономика. Налоги. Право. 2015. № 1. С. 79-83.

3. Корнеева Т.А., Светкина И.А., Наумова О.А., Носков В.А. // Организационные аспекты обеспечения экономической безопасности крупной розничной торговли (ритейл) // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2017. – № 9(155). – С. 69-79.
4. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]; URL: https://www.nalog.ru (Дата обращения 09.12.2017).
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]; URL: http://www.gks.ru/ (Дата обращения 10.12.2017).

ФАКТОРИНГ И ФОРФЕЙТИНГ, КАК ИНСТРУМЕНТЫ СНИЖЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Трюшникова Евгения Сергеевна
магистрант института «Экономика и управление бизнес-процессами»,
Сибирского федерального университета
РФ, г. Красноярск
E-mail: etryushnikova@mail.ru

Лихачева Татьяна Петровна
научный руководитель,
доц. кафедры Сибирского федерального университета
института «Экономика и управление бизнес-процессами»
Сибирского федерального университета
РФ, г. Красноярск

В условиях современного развития общества и экономики факторинг является прогрессирующим видом банковских услуг, в то же время рискованным бизнесом, а также прибыльным и эффективным инструментом финансового маркетинга.

Эволюция факторинга начинается во Франции 21 октября 1973 г. Определение операции факторинга было сформулировано в Информационном письме Банка Франции от 21 октября 1973 г. Во второй половине XX веке факторинговые операции широко распространились и в международной коммерческой практике, в Европе они были урегулированы общими нормами обязательственного права. В целом нормативные положения, относящиеся к факторингу, основываются на Конвенции UNIDROIT 1988 г.

В Российской Федерации действуют нормативные документы, которые закрепляют факторинг, как один из видов финансовой деятельности. К данным документам можно отнести: Гражданский Кодекс РФ, часть 2 (гл. 43, ст. 824 – 833), Налоговый Кодекс РФ (гл. 25, ст. 265, 269, 271) и Федеральный закон РФ «О банках и банковской деятельности» [1].

Заключения договоров форфейтинга содержатся в ст. 6 Конвенции УНИДРУА по международным факторинговым операциям, ст. 9 Конвенции ООН об уступке об уступке дебиторской задолженности в международной торговле и ст. 9.1.9. Принципов международных коммерческих договоров УНИДРУА.

Немаловажное значение для формирования понятийного аппарата форфейтинговых операций и всех ключевых особенностей трансграничных договоров форфейтинга можно встретить во втором параграфе первой главы унифицированных правила по форфейтингу (URF 800). Данный документ, разработанный Международной торговой палатой и Международной ассоциацией форфейтинга (ICC Publication No 800E) 88 является главным сводом правил, которые сопровождают всю практику операций. URF 800 содержит четкие определения и проверенные на практике модели договоров по различным аспектам форфейтинга.

В современных условиях факторинг очень часто используется, как дополнительный вариант источника финансирования, а также в виде особого инструмента, позволяющего управлять дебиторской задолженностью. Ведь ключевой проблемой каждой организации является поиск наиболее выгодных источников финансирования своего бизнеса, а факторинг - это тот инструмент, который позволяет организациям получать платежи в момент отгрузки товара. Данная особенность является удобной для тех компаний, которые предоставляют своим партнерам отсрочку [2].

Разные отрасли задействованы в факторинговых операциях, если рассматривать в целом мировую картину, то можно выделить следующие отрасли, которые вовлечены в факторинговые операции (таблица 1).

Таблица 1.

Распределение договоров факторинга по отраслям, млн. руб.

Название отрасли	2011	2012	2013	Разница	Темпы прироста (2013/2012), %
Строительство	7,79	16,73	55,1	158,91	2451,47
Добывающая промышленность	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Легкая промышленность	124,02	32,01	0,0	-32,01	-288,41
Машиностроение	988,09	729,67	0,87	-728,81	-288,12
Металлургия	340,61	77,29	0,0	-77,29	-288,41
Сельское хозяйство	0,0	0,0	50,47	50,47	288,41
Сфера услуг	6040,1	4266,42	440,11	-3826,31	-258,7
Транспорт	0,0	0,0	4,9	4,9	288,41
Пищевая промышленность	282,93	853,11	331,96	-521,15	-176,22
Химическая промышленность	1,44	0,0	6,06	6,06	288,41
Другие	11957	27677,36	27961,44	284,08	2,88
Всего	19742	33751,81	28954,7	-4797,09	-40,95

Совокупная доля США в общем объеме предоставленных факторинговых услугу в мире составляет 8 %. Значительно меньшая доля приходится на Африку (1 %) и Австралию. (3 %). Ключевыми европейскими странами, предоставляющими факторинговые услуги являются: Италия, Испания, Великобритания, Франция, Германия. Среди азиатских стран, можно выделить следующую тройку лидеров: Китай, Японию и Тайвань.

Распределение долей мирового факторинга можно представить на рисунке 1.

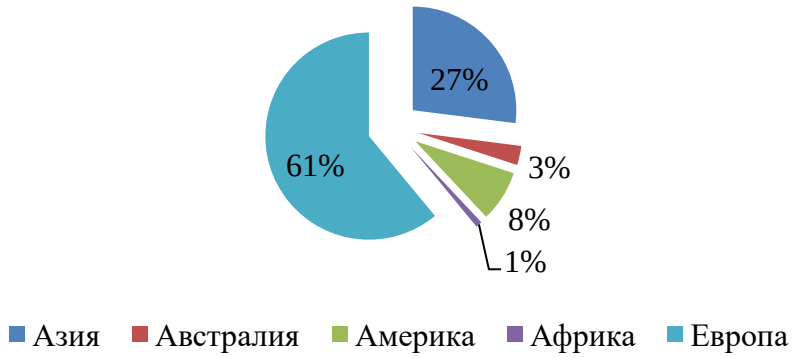


Рисунок 1. Распределение мирового рынка факторинговых услуг в 2013 году

Рассматривая отечественный рынок факторинговых услуг, можно отметить рост оборота факторинговых участников факторинга. В отечественном законодательстве отсутствует термин "факторинг", и в свою очередь используется понятие "финансирование под уступку денежного требования".

При этом специальное законодательства, которое бы регулировало взаимоотношения контрагентов факторинговых операций также пока не было принято, основным регулирующим документом является Гражданский Кодекс РФ.

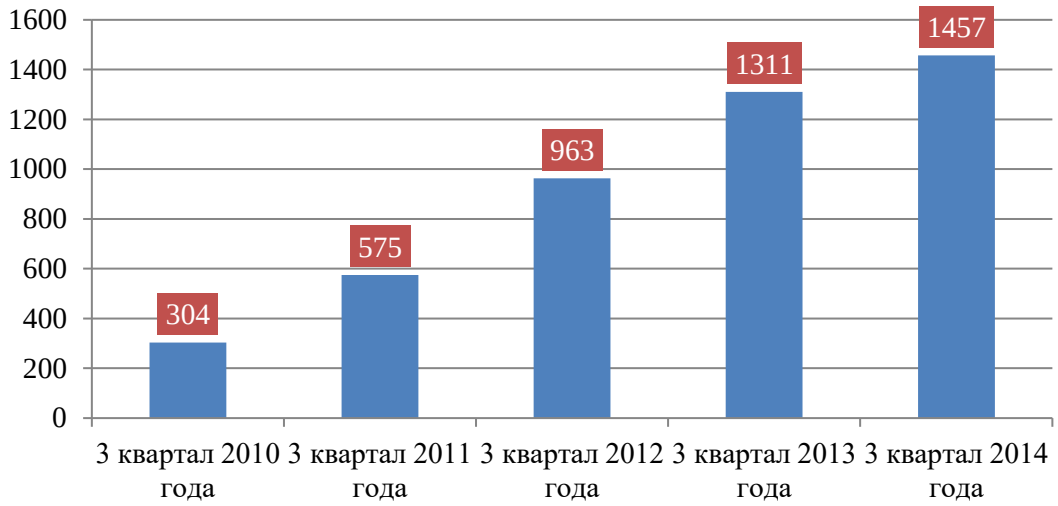


Рисунок 2. Оборот участников российского рынка факторинга за 9 мес. 2014 г., млрд. руб.

В соответствии с данными Ассоциации факторинговых компаний (АФК) общий оборот отечественного факторинга по результатм 9 месяцев 2014 года составил 1 трлн. 457 млрд. рублей. В январе-сентябре 2014 года оборот вырос на 146 млрд. рублей по сравнению с январем-сентябрем 2013 года (+11 %), оборот рынка в 3 квартале 2014 г. составил около 471 млрд. рублей, увеличившись на 5 % по сравнению с предыдущим кварталом 2014 года. По сравнению с 3 кварталом 2013 года (473 млрд. рублей) в 3 квартале текущего года оборот снизился незначительно [2].

Однако не всегда факторинговые услуги осуществимы, существуют определенные стоп-факторы, которые могут повлиять на не реализацию услуги (таблица 2).

Таблица 2.

Стоп-факторы (недопустимые) по факторингу, [2]

Требования Стоп	факторы
1. К поставщику и покупателю:	
По сроку деятельности/ регистрации бизнеса	• менее 1 года
1. К поставщику и покупателю:	
По виду деятельности (определяется на основании информации из справочника ОКВЭД)	• производством и реализацией узкоспециализированной продукции; страхованием; лизинговой; строительной, работающей с субподрядчиками; валютно-обменной; ценными бумагами; консалтинговой; научно- • исследовательской; риэлтерской; игорной, ломбардной; бюджетной; некоммерческой деятельностью, прочей деятельностью
По месту регистрации (юридического лица)	• нерезиденты РФ
По финансовому состоянию	• отсутствие убытков в бухгалтерском (управленческом) учете Поставщика /Покупателя; • отсутствие снижения выручки за последние 12 месяцев (более 25 %) у Поставщика; • отсутствие аффилированности между Поставщиком и Покупателем; • находятся в стадии банкротства и неплатежеспособности; • наличие у Поставщика большого количества дебиторов, с суммой оборота • и задолженностью менее 100 тыс. руб.
По наличию задолженности	• в бюджет и внебюджетные фонды (68,69 счета); • по заработной плате перед работниками (70 счет); • по картотеки к расчетным счетам в банке и т. д.; • просроченной между Поставщиком и Покупателем по договору поставки более 90 дней
По бухгалтерской (управленческой) отчетности	• не предоставление квартальной отчетности Поставщиком/Покупателем
По кредитной истории	• наличие отрицательной кредитной истории, согласно справки банков, факторинговых компаний
2. К договору поставки:	
По порядку оплаты	• наличная форма оплаты по договору поставки (50 счет); • авансирование договора поставки в размере 100 %-ной предоплаты; • осуществление расчетов между Поставщиком и Покупателем взаимозачетами, вексельными и бартерными схемами

Форфейтинг связан с покупкой долга, выраженного в документе, таком, как переводной (реже простой) вексель. Поэтому форфейтинг предполагает наличие вторичного рынка коммерческих векселей.

По данным FCI форфейтинг составляет более 35 % объема мирового рынка внутреннего факторинга FCI, по абсолютной величине форфейтинговые операции за последние 10 лет имеют тенденцию к росту, а удельный вес форфейтинга в общем обороте всего внутреннего факторинга FCI снижается [2]. Рассмотрим статистику форфейтинга в зарубежных странах (таблица 3).

Таблица 3.

Общий объем форфейтинговых операций по странам за последние семь лет (в миллионах евро)

Страны	2003	2004	2005	2006	2007	2009	2011
Германия	35,082	45,000	55,110	72,000	89,000	106,00	96,200
Франция	73,200	81,600	89,020	100,00	135,00	121,66	128,18
США	80,696	81,860	94,160	96,000	97,000	100,000	88,500
Африка (в целом)	5,840	7,586	6,237	8,513	10,705	13,263	14,796
Япония	60,550	72,535	77,220	74,530	77,721	106,50	83,700
Испания	37,486	45,376	55,515	66,772	83,699	100,00	104,22
Великобритания	160,770	184,520	237,205	248,769	286,49	188,00	195,61

Великобритания занимает первое место по объему реализации форфейтинговых услуг, на втором почетном месте находится Франция, а только потом США.

На отечественном рынке услуги форфейтинга пользуются популярностью у машиностроительных предприятий, однако так как доля их около 7 %, следовательно услуги форфейтинга не так популярны в России.

Российские машиностроители в основном поставляют технику в Египет, Пакистан, Индию и Латинскую Америку [4]. Помимо выше упомянутой форфейтинговой ассоциации – FCI, на мировом рынке форфейтинговых услуг действует International Forfaiting Association (IFA). В нее входят 123 члена,

наибольшее количество членов из стран Европы – Великобритании, Швейцарии, Германии, Италии, Голландии и Австрии. Необходимо отметить, что одна из причин роста швейцарских банков заключается в развитии форфейтинга в течение 1950-1960 гг., когда Западная Германия пыталась проникнуть на рынок к европейским соседям. Экономика Германии сконцентрирована преимущественно на секторе промышленного производства и сфере услуг. Италия является первоклассным экспортером машинно-технической продукции. Нидерланды имеют современную высокоразвитую постиндустриальную экономику. Британия создавала зарубежные рынки для отечественной продукции, где не последнюю роль сыграл форфейтинг, что позволяло Британии занимать лидирующие позиции в международной торговле [5].

Из всего выше изложенного можно сделать вывод, что заинтересованность некоторых стран в развитии подобного рода операций содействует продвижению продукции на международный рынок. В России анализ объемов форфейтинговых операций, осуществляемых отечественными коммерческими банками, затруднен вследствие отсутствия в плане счетов бухгалтерского учета в кредитных организациях РФ, согласно Указаниям Банка России от 04.09.2013 N 3053-У «О внесении изменений в Положение Банка России от 16 июля 2012 года N 385-П «О правилах ведения бухгалтерского учета в кредитных организациях, расположенных на территории РФ», отдельных счетов по учету форфейтинговых операций. Но в бюллетене банковской статистики имеются данные по учету векселей нерезидентов в кредитных организациях, которые дают лишь приближенное представление о форфейтинговых операциях.

Таблица 4.

Данные о векселях нерезидентов, учтенных банками России

Показатель	Дата			
	01.01.2011 г.	**01.01.2012 г.**	**01.01.2013 г.**	**01.01.2014 г.**
Сумма учтенных векселей, млн. рублей	330004	233854	398815	274100
Сумма учтенных векселей с номиналом в иностранной валюте, млн. рублей	18928	19916	90569	52279
Векселя нерезидентов с номиналом в иностранной валюте, млн. рублей	1799	2122	2002	2217
Доля векселей нерезидентов с номиналом в иностранной валюте, %	9,5	10,7	2,2	4,2
Доля векселей нерезидентов с номиналом в иностранной валюте в учтенных векселях, %	0,5	0,9	0,05	0,8

За период с 01.01.2011 г. по 01.01.2014 г. доля векселей нерезидентов с номиналом в иностранной валюте, в составе учтенных векселей в иностранной валюте, уменьшилась на 5,3 %, а в общем объеме векселей наоборот увеличилась на 0,3 %. Это увеличение связано с тем, что уменьшение суммы учтенных векселей в иностранной валюте происходило более медленными темпами, чем уменьшение суммы учтенных векселей.

Ключевым направлением развития рынка форфейтинга можно определить расширение финансирования, который основывается на расчете дисконта за счет учета плавающей процентной ставки. Идентичная практика может быть обусловлена тем, что на рынке банковских услуг существует тенденция к нежеланию заключения сделок по фиксированным ставкам.

Однако с позиции экспортера сделки по плавающим ставкам являются возможностью получения меньшего дохода. Суть в том, что первичный форфейтер продает на вторичном рынке бумаги с дисконтом, который устанавливается чаще всего в фиксированном значении, более того продажа осуществляется при условии финального финансового урегулирования на конкретную дату и с учетом дальнейших изменений процентных ставок.

Чаще всего до завершения срока векселя конкретных дат может быть несколько. Следовательно, такое соглашение несет за собой высокую степень риска и может привести к самым непредсказуемым ситуациям, что, конечно, является поводом для беспокойства не только форфейтера, но и его аудиторов.

Для данный внешнеэкономический операций существуют свои недостатки и достоинства, перспективы и проблемы развития. Сущность проблем заключается в слабой развитости понятий, в нерегулируемости некоторых моментов законодательно, в подрыве репутаций банков для клиентов. Тенденции же обуславливаются ростом экономики, ростом необходимости в использовании способом получения денежных средств "здесь и сейчас", то есть без формирования большой дебиторской задолженности.

Список литературы:

1. Тифонова Л.И. Факторинг: некоторые вопросы правового регулирования / Л.И. Тифонова // Московский государственный областной гуманитарный институт. - 2014.-№ 1. - С. 240-243.
2. Ялина М.М. Актуальность применения факторинга в целях повышения финансовой устойчивости предприятия / М.М. Ялина // Наука и современность. -2015.-№ 35. - С. 207-213.
3. Дмитриев А.А. Критерии, предъявляемые финансовым агентами, участникам сделки по факторингу / А.А. Дмитриев // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. - 2015. - № 2.-С. 177-184.
4. Радова Ю.С. Форфейтинг в системе нетрадиционного международного кредитования / Ю.С. Радова // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. - 2014. - № 3. - С. 467-470.
5. Герасимова Л.Н. Факторинг как один из видов управления дебиторской задолженностью/ Л.Н. Герасимова // Международный научный журнал «СИМВОЛ НАУКИ». - 2015. - № 3. - С. 89-91.

АНАЛИЗ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Тулентутова Дана Жанибековна
магистрант Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: t.d.zh@mail.ru

Жуманов Еламан Ержанулы
магистрант Самарского университета,
РФ, г. Самара
E-mail: elaman.v1@list.ru

Данная статья посвящена экономическому анализу развития Республики Казахстан.

Всемирно принято считать ВВП ключевым макроэкономическим показателем экономики государства. В 2016 году объем номинального ВВП Казахстана составил 46 971,2 млрд. тенге, который за год вырос на 1,1 % с учетом поправки на дефлятор. В структуре ВВП преобладает производство услуг [1]. Производство товаров за 2016 год увеличилось на 1,7 %, услуг – на 0,9 %, налоги на продукты – снизились на 0,2 %.

Годовая инфляция составила 8,5 % [1]. Основной вклад в инфляцию (3,6 п.п.) внесло удорожание продовольственных товаров на 9,7 %. Цены на непродовольственные товары выросли на 9,5 % (вклад – 3,0 п.п.), платные услуги – на 6,1 % (вклад – 1,9 п.п.) [1].

Объем инвестиций в основной капитал ежегодно растет и за 2016 год увеличился на 2 %, рост объясняется реализацией инфраструктурных и индустриально-инновационных проектов в рамках Госпрограммы «Нұрлы-жол» и «ГПИИР» [1]. В разрезе отраслей существенный рост инвестиций наблюдается в сельском хозяйстве (на 47,1 %), торговле (на 8,5 %), промышленности (на 7 %).

Среднедушевые номинальные денежные доходы населения в 2016 году составили 900,3 тыс. тенге в год (75,025 тыс. тенге в месяц) и возросли по сравнению с соответствующим периодом 2015 года на 11,4 % в номинальном выражении, а в реальном – снизились на 2,8 % [1].

Уровень безработицы ежегодно имеет тенденцию к снижению, темп которого замедлился и примерно остановился на отметке 5 % в течение последнего пятилетия, и в декабре 2016 года составил 4,9 % [1].

Что касается отраслевого анализа экономики Казахстана (рис. 1), то в 2016 году наблюдалась положительная динамика в строительстве (рост на 7,4 %), сельском хозяйстве (на 5,4 %), транспортной сфере (на 3,7 %) и обрабатывающей промышленности (на 0,7 %). Но в целом объем промышленного производства в 2016 году снизился на 1,1 % [1].

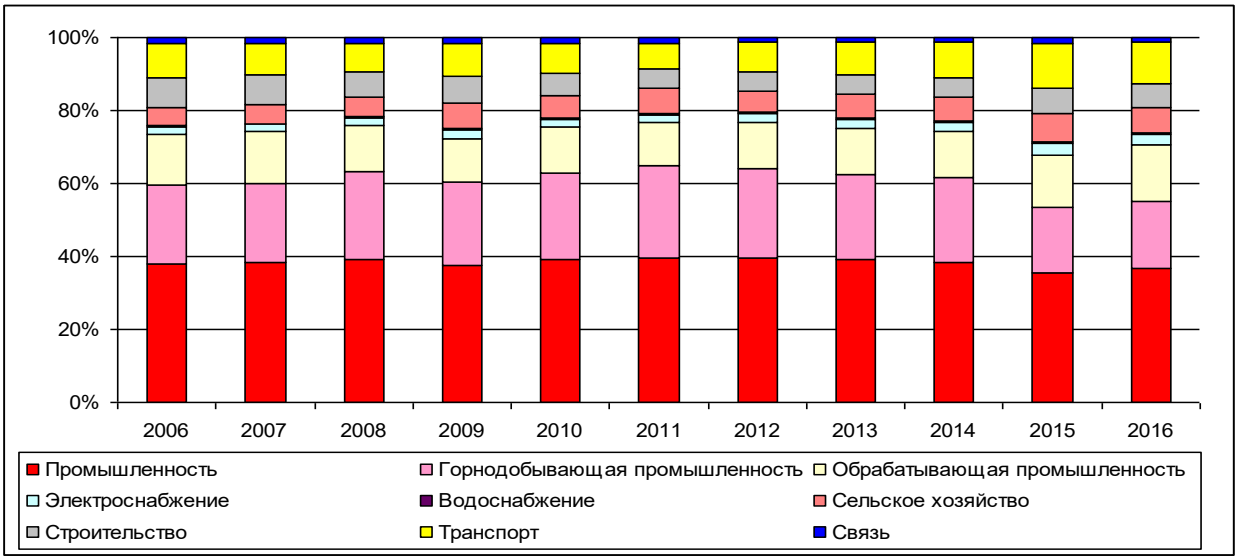


Рисунок 14. Отраслевой состав производства Республики Казахстан (2006-2016 гг.) [1]

На снижение промышленности существенно повлияли добыча нефти, угля, железной руды и машиностроение. В горнодобывающей промышленности и разработке карьеров производство уменьшилось на 2,7 % за счет снижения добычи железной руды на 12,9 %, угля и лигнита - на 4,9 %, нефти – на 1,8 % [1].

Несмотря на усилия правительства по диверсификации и модернизации экономики, нефтегазовый сектор по-прежнему является основой экономического развития Казахстана. Хотя доля нефтедобычи в ВВП сокращалась в течение последних лет, ее снижение связано, прежде всего, с задержкой ввода новых месторождений, а также существенным снижением мировых цен на нефть в 2014-2015 гг. Кроме того, имеют место быть ограниченные

возможности экспортной транспортной инфраструктуры. По итогам 2016 г. доля нефтегазовой отрасли в ВВП республики составила 10,4 %, увеличившись всего на 0,1 % по сравнению с предыдущим годом (рис. 2) [4].

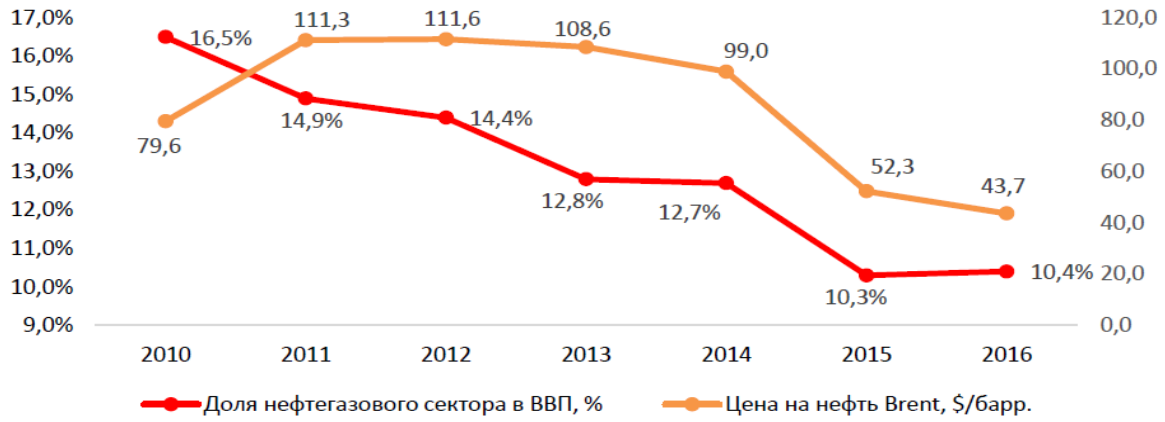


Рисунок 15. Динамика цен на нефть и доли нефтегазового сектора Республики Казахстан (2010-2016 гг.) [4]

Доля сырой нефти и природного газа в промышленности по итогам января-августа 2017 составила 41,3 % по сравнению с 39,4 % в соответствующем периоде прошлого года (рис. 3). На фоне общей тенденции к снижению объемов промышленности и нефтедобычи в последние годы, производство природного газа стабильно растет.

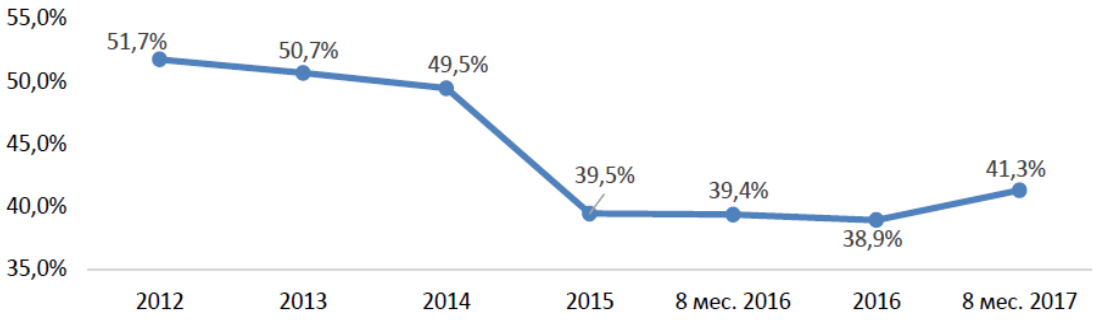


Рисунок 3. Доля нефти и природного газа в промышленности Республики Казахстан (2012-8 мес. 2017 гг.) [4]

В обрабатывающей промышленности произошло увеличение на 0,7 % за счет роста производства в металлургической промышленности на 6,6 %, что обусловлено ростом цветной металлургии на 8,5 %.

Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование возросло на 0,4 % за счет увеличения объемов производства электроэнергии на 0,7 %. Водоснабжение и канализационная система снизились на 4,6 %.

В финансовом секторе наблюдается неустойчивая динамика кредитования экономики. На 1 января 2017 года кредиты банков второго уровня составили 12 708,3 млрд. тенге и с начала 2016 года увеличились на 0,3 % за счет увеличения роста кредитов юридическим лицам на 1,9 % до 8 467,5 млрд. тенге [3]. Кредиты физическим лицам с начала 2016 года снизились на 3 % до 4 038,4 млрд. тенге. При этом отмечается снижение процентных ставок по выданным кредитам с 20,7 % в январе 2016 г. до 14,3 % в декабре 2016 г., в том числе по краткосрочным кредитам с 23,1 % до 13,9 %. По долгосрочным выданным кредитам также наблюдается снижение с 15,3 % до 14,7 % в декабре 2016 г.

Депозиты с начала 2016 года возросли на 13,7 % и достигли 18 163,8 млрд. тенге, в том числе юридических лиц - на 12,5 % до 10 326,7 млрд. тенге, физических лиц – на 15,4 % до 7 837,1 млрд. тенге. Доля депозитов в национальной валюте выросла с 31 % до 45,4 % [3].

Объем наличных денег в обращении (М0) с начала года увеличился на 41,4 % и составил 1 748,7 млрд. тенге. Денежная масса (М3) с начала 2016 года увеличилась на 15,7 % до 19 912,6 млрд. тенге или 44,9 % к ВВП. Денежная база с начала 2016 года увеличилась на 8,7 % до 5 162,2 млрд. тенге [3].

В декабре 2016 года курс тенге к доллару США колебался в диапазоне 328-341 тенге за 1 доллар США. Официальный курс тенге к доллару США в среднем составил 342,16 тенге за 1 доллар США.

В 2016 году поступления в государственный бюджет составили 9 387,3 млрд. тенге и исполнены на 101,1 % к плану на отчетный период, в том числе доходы без учета трансфертов – 6 452,9 млрд. тенге и перевыполнены на 8,1 % или 481,9 млрд. тенге. Расходы составили 10 125,0 млрд. тенге и исполнены на

98,2 % к плану на отчетный период, в том числе затраты – 9 433,7 млрд. тенге или 98,1 %. Дефицит составил 737,7 млрд. тенге или 1,6 % к ВВП [2].

Государственный долг Казахстана по состоянию на 1 января 2017 г. составил 11 436,6 млрд. тенге (34,3 млрд. долл. США), что составляет 24,3 % к ВВП 2016 года. 77,6 % госдолга (8 877,3 млрд. тенге или 20,0 % к ВВП) составляет долг Правительства Республики Казахстан, в т.ч. внутренний долг – 9,6 % к ВВП, внешний – 10,4 % к ВВП. В целом государственный долг с учетом гарантий и поручительств составил 11 761,3 млрд. тенге, увеличившись на 26,5 % по сравнению с соответствующим периодом 2016 года.

Таким образом, экономика Казахстана показывает умеренные темпы роста ВВП (рост реального ВВП на 1,1 % за 2016 г.), однако при этом наблюдается снижение уровня жизни населения на 2,8 %, поскольку рост цен опережает рост доходов. Кроме того, государственный долг с учетом гарантий и поручительств растет, как внутренний, так и внешний. Нефтегазовый сектор по-прежнему является основой экономического и индустриального развития Казахстана. Хотя доля нефтедобычи в ВВП устойчиво сокращалась в течение последних лет, ее снижение связано, прежде всего, с задержкой ввода новых месторождений, существенным снижением мировых цен на нефть в 2014-2015 гг., а также ограниченные возможности экспортной транспортной инфраструктуры. На фоне общей тенденции к снижению динамики промышленности и нефтедобычи в последние годы, производство природного газа демонстрирует устойчивый рост.

Список литературы:

1. Официальный интернет-ресурс Комитета по статистике Республики Казахстан [Электронный ресурс] – www.stat.gov.kz.
2. Официальный интернет-ресурс Министерства финансов Республики Казахстан [Электронный ресурс] – http://www.minfin.gov.kz.
3. Официальный интернет ресурс: Министерство энергетики Республики Казахстан [Электронный ресурс] – http://energo.gov.kz.
4. Портал национального рейтингового агентства Казахстана АО «Рейтинговое агентство РФЦА» (РА РФЦА) [Электронный ресурс] – http://rfcaratings.kz.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тухватуллин Ильяр Фанисович
студент, кафедра стандартизации и метрологии УГАТУ,
РФ, г. Уфа
E-mail: iliar-102@mail.ru

Жидяев Андрей Михайлович
студент, кафедра стандартизации и метрологии УГАТУ,
РФ, г. Уфа

Тагиров Марсель Ильшатович
студент, кафедра стандартизации и метрологии УГАТУ,
РФ, г. Уфа

Матягина Татьяна Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент УГАТУ,
РФ, г. Уфа

В данной статье идет речь о том, что значит инвестиционная привлекательность в жизни объекта, как ее определить и для чего это нужно. Сегодня существуют различные методы оценки инвестиционной привлекательности, каждый из них по-своему характеризует объект, в связи с чем инвесторы и прибегают к тому или иному методу оценки. Оценка позволяет определить, насколько важно и выгодно будет вложение средств в рассматриваемый объект. Это определяет множество факторов, которые также описываются в статье. Данный материал дает возможность представить полноценную картину о том, как происходит оценка инвестиционной привлекательности объекта и зачем она нужна.

Инвестиционная привлекательность играет одну из важнейших ролей в жизни любого объекта. От нее зависит, будет ли в развитие предприятия или компании инвестор вкладывать свои средства и вообще обратит ли на данный объект внимание. Поэтому инвестиционная привлекательность во многом определяет судьбу объекта, его дальнейшее развитие и перспективы на будущее. Таким образом, под инвестиционной привлекательностью понимается целесообразность вложения инвестора в какой-либо объект, определение

альтернативного варианта и выяснение, насколько размещение ресурсов будет эффективным. Так, происходит всестороннее оценивание объекта с целью извлечения личной выгоды.

На инвестиционную привлекательность объекта влияют некоторые факторы. Они могут быть внутренними и внешними. Внешними являются те, которые не зависят от результата хозяйственной деятельности предприятия. К таковым можно отнести инвестиционную привлекательность территорий по определенным параметрам: по политической и экономической ситуации, сложившейся в стране или отдельно взятом регионе, безукоризненность властей на законодательном и судебном уровне, степени коррупции, инфраструктурной развитости и человеческому потенциалу самой территории. Также внешним фактором является инвестиционная привлекательность отрасли, в которой работает данный объект и которая определяется по уровню конкуренции в отрасли, ее текущему развитию, динамике и структуре инвестиций в нее, а также по стадии развития.

К внутренним факторам относятся факторы, напрямую связанные с результатом хозяйственной деятельности предприятия. Именно от них в большей степени зависит оценка инвестиционной привлекательности. В этом случае инвестиционная привлекательность определяется по финансовому состоянию предприятия, организационной структуру управления, степени инновации продукта, стабильности вращения денежного потока и уровню расширения ассортимента продуктов, выпускаемых предприятием.

Проводя оценку инвестиционной привлекательности объекта, необходимо учесть несколько факторов. Во-первых, отраслевую принадлежность. Не секрет, что во многом именно от этого зависит конкурентоспособность объекта, поскольку та или иная отрасль может быть в определенный момент времени не столь востребована, как другая. Во-вторых, немаловажное место в оценке играет и роль владельцев объекта. Только при успешном владении предприятием и стабильной репутации владельца возможна крепкая и результативная работа объекта. В-третьих, нельзя не учитывать возможности производственного

потенциала. В-четвертых, важным моментом при оценке инвестиционной привлекательности является менеджмент объекта. Здесь, как правило, обращается внимание на то, насколько качественно разработаны документы, система налогового планирования и другие подобные вещи. В-пятых, еще один значимый фактор – местонахождение. Нередко из-за этого фактора некоторые объекты становится невозможно сделать конкурентоспособными, какие бы усилия к этому не прилагались. В-шестых, инвестиционная привлекательность также складывается и из отношений с властью. Этот пункт дает возможность инвесторам понять, в какой степени власти будут готовы помогать процветанию объекта. Наконец, в-седьмых, инвестиционная привлекательность строится также из инвестиционной программы.

Факторов, из которых складывается инвестиционная привлекательность объектов, не так уж мало. На сегодняшний день существуют различные методы оценки, причем ее результат будет столь же различен в зависимости от выбранного метода.

Например, в методике М.Н. Крейниной, В.М. Аньшина, А.Г. Гиляровской, Л.Н. Чайникова, Л.В. Минько и Л.С. Тишиной основу составляют финансовые показатели. Плюсом этого метода можно отметить всесторонний анализ финансового положения, но с другой стороны возникает недостаточная информированность с точки зрения прогнозов на перспективу. Методика В.М. Власовой, Э.И. Крылова, М.Г. Егоровой, В.А. Москвина строится на финансово-экономическом анализе, в котором в расчет берутся показатели как финансового плана, так и производственного. По сравнению с методом предыдущих ученых, этот метод является более комплексным, хотя имеет за собой тот же недостаток, что и предыдущий. У. Шарпа, С.Г. Шматко и В.В. Бочарова основывают свою методику на отношениях доходности и риска. Этот метод обеспечивает максимальную степень информативности для будущего инвестора, но с другой стороны, делая упор на финансовых инвестициях, данный метод оставляет вне поля зрения реальные. Комплексная сравнительная оценка – основа по Г.Л. Игольникову, Н.Ю. Брызгалову,

В.А. Миляеву и Е.В. Беляеву. Именно этот метод представляет собой максимальную комплексность исследования, но и трудоемкость несет с собой соответствующую. Еще одну методику представляют А.Г. Бабенко, С.В. Нехаенко, Н.Н. Петухова и Н.В. Смирнова. Основу их методики составляет стоимостный подход, а инвестиционная привлекательность определяется по рыночной стоимости объекта и тенденциям на пути увеличения ее стоимости.

Как видно, методы представляют собой разные способы определения инвестиционной привлекательности объекта, выделяя наиболее важные показатели и выдвигая их при оценке на передний план. Потому какой-либо метод используется инвестором в зависимости от целей и задач, которые он перед собой ставит, берясь за оценку инвестиционной привлекательности объекта. Инвестиционную привлекательность составляют множество различных параметров, которые могут дать общее представление о деятельности и перспективности объекта.

Таким образом, инвестиционная привлекательность и методы ее оценки – это то, что позволяет объекту полноценно жить и развиваться.

Список литературы:

1. Безруков Б.А. Стратегия инвестиционной привлекательности современного предприятия// Транспортное дело России. №4. 2008.
2. Бочаров В.В. Инвестиционный менеджмент. — Спб.: Питер, 2000.
3. Горемыкин В.А. Экономика недвижимости: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / В.А. Горемыкин. 2. изд., перераб. и доп. - М.: Изд.-книготорговый центр "Маркетинг", 2002.
4. Грибовский С.В. «Оценка доходной недвижимости», Издательство: Питер, серия: учебники для ВУЗов, 2001 г.
5. Гуськова Н.Д., Краковская И.Н., Слушкина Ю.Ю., Маколов В.И. Инвестиционный анализ: учебник. – М: КНОРУС, 2010.
6. Ендовицкий Д.А. Анализ инвестиционной привлекательности. – М.: КНОРУС, 2010.
7. Игонина Л.Л., Слепов В.А. Инвестиции: учеб. пособие. – М.: Экономистъ, 2005.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНАХ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Хандус Максим Юрьевич
магистрант кафедры ГиМУ С(А)ФУ,
РФ, г. Архангельск
E-mail: M_A_K_S_717@mail.ru

В рамках данной статьи рассмотрим документы стратегического планирования, утверждённые муниципальными районами Архангельской области. Основная цель исследования – определение вовлечённости муниципальных районов Архангельской области (преимущественно, сельских территорий, так называемой «северной глубинки») в современные стратегические процессы целеполагания, планирования, программирования и прогнозирования.

Стратегическим планированием, согласно Федеральному закону 172-ФЗ («О стратегическом планировании в Российской Федерации»), называется деятельность участников стратегического планирования по целеполаганию, прогнозированию, планированию и программированию социально-экономического развития публично-правовых образований [1]. Внедрение инструментов стратегического планирования обуславливает переход на современные, более качественные методы управления, определяет приоритеты развития территорий в среднесрочной и долгосрочной перспективе, формирует представления о будущем муниципалитета.

Согласно федеральному законодательству, на уровне муниципалитетов существует четыре основных документа стратегического планирования. Кратко охарактеризуем каждый из них.

1) Стратегия социально-экономического развития муниципального образования – это документ стратегического планирования, определяющий цели и задачи муниципального управления и социально-экономического развития муниципального образования на долгосрочный период. Долгосрочным называют период более шести лет [1]. Согласно Федеральному закону о стратегическом планировании в Российской Федерации, муниципальные образования могут

разрабатывать, утверждать и реализовывать стратегию социально-экономического развития муниципального образования, а также план мероприятий по реализации стратегии социально-экономического развития муниципального образования. То есть на муниципальном уровне эти документы не являются обязательными. Право разрабатывать подобные стратегии есть только у городских округов и муниципальных районов, то есть на уровне поселений такие стратегии не утверждаются.

2) Программа комплексного социально-экономического развития муниципального образования по своей сущности также является документом стратегического планирования. Вообще, Федеральный закон о стратегическом планировании не относит её к документам стратегического планирования, однако в статье 17 Федерального закона 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» до 2015 года было указано, что разработка таких программ – это полномочие органов местного самоуправления. 29 декабря 2014 года были приняты поправки в данный закон, и это полномочие исключили, но вместо этого установлены обязанности органов местного самоуправления поселений утверждать программы комплексного развития систем транспортной, коммунальной и социальной инфраструктуры поселений [2]. То есть, можно говорить о том, что программы комплексного развития на уровне районов уходят в прошлое, но вместо этого появляются новые документы стратегического планирования, разработкой которых должны заниматься городские и сельские поселения.

3) Прогноз социально-экономического развития муниципального образования - это документ стратегического планирования, содержащий систему научно обоснованных представлений о направлениях и об ожидаемых результатах социально-экономического развития муниципального образования на среднесрочный или долгосрочный период [1]. Федеральным законом о стратегическом планировании предусмотрено, что прогноз может разрабатываться на среднесрочный или долгосрочный период. Согласно Бюджетному кодексу РФ, прогноз социально-экономического развития должен

разрабатываться минимум на 3 года. Прогноз, согласно статье 173 Бюджетного кодекса РФ является обязательным документом, необходимым для бюджетного планирования [3]. Вместе с прогнозом в обязательном порядке разрабатываются среднесрочный финансовый план муниципального образования и бюджетный прогноз на долгосрочный период, которые в рамках данного исследования не рассматривается, поскольку они затрагивают планирование только бюджетных показателей муниципалитета.

4) Муниципальная целевая программа - документ стратегического планирования, содержащий комплекс планируемых мероприятий, взаимоувязанных по задачам, срокам осуществления, исполнителям и ресурсам и обеспечивающих наиболее эффективное достижение целей и решение задач социально-экономического развития муниципалитета [1]. Муниципальные программы также не являются обязательными, однако они в настоящее время очень популярны, поскольку многие муниципалитеты формируют так называемые «программные бюджеты», то есть местные бюджеты практически полностью состоят из целевых программ. Так, например, в 2016 году 68 % муниципалитетов применяли программно-целевой метод планирования своих расходов [4].

В Архангельской области 19 муниципальных районов. Рассмотрим наличие или отсутствие в каждом из них четырёх документов стратегического планирования. Стратегии социально-экономического развития утверждены только в четырёх муниципальных районах из девятнадцати: Коношский, Ленский, Онежский, Приморский.

Программы комплексного социально-экономического развития утверждены в десяти районах из девятнадцати. Вероятно, что действующие программы не будут продлены, поскольку они будут вытесняться стратегиями и программами комплексного развития инфраструктуры поселений, о чем было сказано выше.

Прогнозы социально-экономического развития имеются у большинства районов, поскольку это обязательный документ бюджетного планирования.

Из-за своей обязательности они зачастую максимально формализованы и не представляют интереса для их подробного изучения. Остаются вопросы по наличию этих документов в Лешуконском и Устьянском районах, поскольку на их официальных сайтах эти документы не опубликованы (на 24 декабря 2017 года).

Муниципальные программы имеются во всех девятнадцати муниципальных районах Архангельской области и разрабатываются, как правило, на срок 2-5лет. В таблице 1 представлены доли программных расходов в общей сумме расходов местного бюджета для каждого района (данные по кассовому исполнению за 2016 год).

Таблица 1.

Доли программных расходов местных бюджетов

Муниципальный район	**Доля программных расходов в общей сумме расходов местного бюджета в 2016 году, %**
Вельский	84,21
Верхнетоемский	20,98
Вилегодский	97,60
Виноградовский	16,44
Каргопольский	84,73
Коношский	92,88
Котласский	86,94
Красноборский	76,59
Ленский	92,12
Лешуконский	85,69
Мезенский	77,94
Няндомский	48,33
Онежский	74,29
Пинежский	87,22
Плесецкий	75,62
Приморский	70,11
Устьянский	82,58
Холмогорский	67,64
Шенкурский	85,95

Как видно из таблицы, в семнадцати районах доля программных расходов достаточно велика – более 67 %. В некоторых районах доля программных расходов превышает 90 % - можно говорить о том, что такие районы уже перешли на программный бюджет.

Выделяются два района – Верхнетоемский и Виноградовский – у них доля программных расходов сравнительно невелика – 20,98 % и 16,44 % соответственно. Эти районы осознанно не включают в программы большую часть своих расходов. Причины тому – сложности с определением целевых показателей (субсидии муниципальным учреждениям; расходы на финансирование основных образовательных программ, поскольку они финансируются в виде субвенций из регионального бюджета), отсутствие заинтересованности в применении муниципальных программ для планирования расходов, финансовые источники для которых сложно спрогнозировать (некоторые виды субсидий и дотаций). Кроме того, некоторые из действующих муниципальных программ не реализуются из-за недостатка финансирования или других проблем. Так, например, программа Виноградовского района, направленная на обеспечение жильём погорельцев и принятая на период 2015-2017 гг, не реализовывалась вообще.

Подводя итог, следует указать основные проблемы, затрудняющие применение стратегического планирования в муниципальных районах Архангельской области. Во-первых, это недостаток опыта стратегического планирования и опытных кадров, готовых применять современные методы управления. Недостаток финансовых ресурсов местных бюджетов – вторая проблема, которая помимо банальной нехватки денег имеет и другую сторону – она является психологическим барьером, препятствующим активности руководителей муниципалитетов в сфере стратегического планирования и порождающим установку «плыть по течению». Третья проблема – формальность документов стратегического планирования, их оторванность от реальности.

Таким образом, вовлечение муниципальных районов Архангельской области в процессы стратегического планирования проходит неравномерно: есть районы-лидеры, которые наряду с муниципальными программами и прогнозами социально-экономического развития используют стратегии или программы комплексного развития, а также есть районы, в которых не видят смысла даже в формировании программной структуры местного бюджета.

Список литературы:

1. Федеральный закон 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - URL:http://base.garant.ru/70684666/ (Дата обращения: 24.12.17).
2. Федеральный закон 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - URL:http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (Дата обращения: 24.12.17).
3. Бюджетный Кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. - URL: http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ (Дата обращения: 24.12.17).
4. Обзорное письмо Минфина РФ от 29.12.2016 № 06-06-11/01/79142 «О практике формирования местных бюджетов в Российской Федерации на основе муниципальных программ. [Электронный ресурс] URL: http://minfin.ru/ru/perfomance/regions/queries (Дата обращения: 24.12.17).
5. Постановление главы МО «Виноградовский муниципальный район» от 17 октября 2017 года № 179 О внесении изменений в подпрограмму «Строительство жилья для граждан, пострадавших от пожаров в Виноградовском районе».

СТАНОВЛЕНИЕ НЕТАРИФНЫХ МЕР РЕГУЛИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Хмельницкий Виктор Николаевич
магистрант, кафедра экономики таможенного дела, РТА,
РФ, г. Люберцы
E-mail: victor.hmelnitscky@yandex.ru

Павлова Алла Викторовна
научный руководитель, доц. кафедры экономики таможенного дела РТА,
канд. экон. наук, РТА,
РФ, г. Люберцы

На протяжении человеческой истории регулирование внешнеэкономических отношений является неотъемлемой функцией любого правового государства, стремящегося обеспечить свою политическую независимость и обеспечить таким образом экономическую безопасность.

Государственная внешнеторговая политика должна осуществляется посредством применения экономических и административных мер регулирования внешнеторговой деятельности, к которым стоит отнести следующие типы мер [1]:

- меры таможенно-тарифного регулирования – это применение импортных и экспортных тарифов;
- меры нетарифного регулирования – это использование механизмов квотирования, лицензирования, разрешительного порядка, запрета на перемещение и прочие меры.

Вопросы таможенно-тарифного регулирования практически всегда занимали первое место в деятельности Генерального соглашения по тарифам и торговле ГАТТ-1947. Приведенные положения ГАТТ-1947 сами по себе разрешали использовать прямые административные меры государственного регулирования внешнеторговой деятельности. Использование данных мер сформировало современный рыночный механизм регулирования цен [4, с. 4].

В 1950-е гг. в исследованиях и отчетах Международной торговой палаты появился термин «нетарифные меры» который подразумевал ограничения,

барьеры в торговле между странами. С этого момента термин стал использоваться Секретариатом ГАТТ, Международным валютным фондом, а также другими международными организациями.

Секретариат ГАТТ-1947 с 1960-х гг. начал вести регулярное наблюдение за использованием нетарифных мер. Страны-участницы ГАТТ-1947 на добровольной основе информировали Секретариат ГАТТ о тех нетарифных мерах, с которыми сталкивались их национальные производители при экспорте продукции, а также о тех мерах, которые применяло их правительство внутри страны. В результате опросов государств, Секретариат ГАТТ начал публикацию нетарифных мер, применяемых в торговле [4, с. 4].

Следом за Секретариатом ГАТТ, в изучение и наблюдение за нетарифными мерами включилась Конференция ООН по торговле и развитию (далее – ЮНКТАД). Информационная система, созданная ЮНКТАД является одной из наиболее полных в мире по информативности систем по применению и классификации нетарифных мер торговли [5].

Информационная система Секретариата ГАТТ-1947 была преобразована в 1995 г. в Секретариат ВТО. После ее расширения она стала обязательной для всех стран-участниц ВТО. Страны-участницы ВТО должны в обязательном порядке уведомлять Секретариат ВТО через подачу нотификаций. «Обзор торговой политики» в ВТО действует по схожему механизму, аккумулируя в себе всю информацию о применяемых нетарифных мерах.

Само определение термина «нетарифная мера» слабо поменялось с 1950-х гг. В большинстве зарубежных исследований и в торгово-политических документах это определение продолжает присутствовать. Однако классификация нетарифных мер достаточно обширна и пополняется новыми.

Как отмечалось в докладе ВТО за 2012 г.: «В определенных случаях использование нетарифных мер регулирования содействует торговле, однако в большинстве случаев происходит ограничение. Нетарифные меры ругли-рования применяющиеся для защиты интересов общества и государства, могут явно использоваться в целях протекционизма, указывает на то, что сейчас

достаточно трудно провести разграничительную линию между ними и прямо идентифицировать случаи, когда нетарифные меры создают излишние препятствия в развитии международной торговли» [3].

В 2007–2012 гг. ЮНКТАД работало над описанием и дальнейшей систематизацией нетарифных мер, в ходе которой создана новая классификация. Согласно ей, нетарифные меры регулирования сгруппированы по трем основным направлениям: технические и нетехнические меры, относящиеся к импорту, и экспортные меры [4, с. 5].

В современных условиях внешнеторговая политика государств представляет собой сочетание обеих противоположностей – тарифных и нетарифных мер, оптимизируемое в зависимости от обстоятельств, что можно наблюдать как в Евразийском экономическом союзе (далее – ЕАЭС), так и в Российской Федерации (далее – РФ).

В рамках ЕАЭС под мерами нетарифного регулирования понимается комплекс мер государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем введения количественных и иных запретов и ограничений, которые установлены международными договорами государств-членов ЕАЭС [2].

Решениями Коллегии ЕЭК от 16.08.2012 № 134 «О нормативных правовых актах в области нетарифного регулирования» и от 21.04.2015 № 30 «О мерах нетарифного регулирования» утверждены Единый перечень товаров, к которым применяются меры нетарифного регулирования в торговле с третьими странами, а также положения о применении ограничений к товарам, включенным в него [1].

Единый перечень состоит из двух частей: товары, запрещенные к перемещению через границу ЕАЭС и товары, ограниченные к перемещению через границу ЕАЭС [1].

Первая часть Единого перечня имеет восемь разделов, которые включают перечни товаров, запрещенных к перемещению через таможенную границу Союза.

Вторая часть Единого перечня имеет 26 разделов, практически для каждого из которых разработано свое отдельное положение, в соответствии с которым определяется порядок выдачи разрешений или лицензий на ввоз и (или) вывоз, а также устанавливаются условия перемещения через таможенную границу.

В Единый перечень входит достаточно широкая номенклатура товаров: озоноразрушающие вещества, опасные отходы, печатные материалы, направленные на пропаганду нацистской атрибутики, служебное и гражданское оружие, отдельные виды дикой фауны и флоры, находящиеся под угрозой исчезновения, трубы из нержавеющей стали, наркотические средства, психотропные вещества и их прекурсоры, культурные ценности, шифровальные устройства, драгоценные металлы и камни и т. д.

Если товар включен во вторую часть Единого перечня, для осуществления его перемещения через таможенную границу должен быть оформлен разрешительный документ. Как правило, для российских резидентов это лицензия, выдаваемая Министерством промышленности и торговли РФ, или заключение (разрешительный документ), если это предусмотрено нормами положений о порядке перемещения [1].

Статьей 46 «Меры нетарифного регулирования» Договора ЕАЭС установлено, что в торговле с третьими странами применяются единые меры нетарифного регулирования [1]:

1. запрет ввоза и (или) вывоза товаров;

2. количественные ограничения ввоза и (или) вывоза товаров;

3. исключительное право на экспорт и (или) импорт товаров;

4. автоматическое лицензирование (наблюдение) экспорта и (или) импорта товаров;

5. разрешительный порядок ввоза и (или) вывоза товаров.

Необходимо отметить, что после вступления в силу Договора ЕАЭС устранена правовая коллизия, связанная с трактовкой нетарифных мер как запретов и ограничений экономического характера, что нередко приводило к

недоразумениям, спорным вопросам при обеспечении таможенными органами разрешительного порядка перемещения специфических товаров.

Таким образом, становление нетарифных мер происходило с середины XX века вместе с развитием трансграничной торговли и международных экономических связей, а также создания различных наднациональных органов регулирования, а сами нетарифные меры регулирования разрабатываются не только в международном, то также и в национальном законодательствах государств.

Список литературы:

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 08.05.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.08.2017) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/ (Дата обращения: 8.12.2017).
2. Таможенный кодекс Таможенного союза (ред. от 08.05.2015). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94890 (Дата обращения: 8.12.2017).
3. Всемирная торговая организация (ВТО). Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://wto.org (Дата обращения: 8.12.2017).
4. Дюмулен И.И. Нетарифные меры в современной международной торговле: некоторые вопросы теории, практика и правила ВТО, интересы России // Российский внешнеэкономический вестник. – 2016. – №2. – С. 3–20.
5. UNCTAD. Directory of Import Regimes. Geneva, New York.1994 – 137 p.

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Цыганкова Виктория Олеговна
студент,
кафедра управления и экономики социально-культурной сферы, КемГИК
РФ, г. Кемерово
E-mail: vikakviki296@mail.ru

Мухамедиева Светлана Анатольевна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент КемГИК,
РФ, г. Кемерово

Для эффективного развития внутреннего и въездного туризма необходим комплексный подход к формированию оптимальной конкурентной среды и учитывание особенностей конкурентоспособности туристских дестинаций.

В первую очередь, конкурентоспособность дестинации оценивается ее привлекательностью для туристов. Туристский продукт и конкурентоспособность туристской дестинации имеют тесную взаимосвязь, так как выбор туристского продукта напрямую зависит от выбора и привлекательности дестинации.

Конкурентоспособная туристская дестинация считается привлекательной в том случае, если она производит туристские продукты, которые провоцируют спрос на внутреннем и внешнем рынке, а так же повышает экономический рост региона, страны и благосостояние местного населения.

Интерес рассмотрения такого явления, как конкурентоспособность туристских дестинаций, вызывает у разных государственных структур и бизнеса, связанных с туризмом. Федеральные органы управления туризмом заинтересованы в оценке конкурентоспособности туристских дестинаций, так как это поможет разработать стратегию развития дестинации, выявить слабые стороны, и определить возможность финансирования деятельности и развития туристкой дестинации.

При принятии инвестиционных решений в сфере туризма, инвесторы используют различные механизмы оценки конкурентоспособности туристских дестинаций.

В научной литературе широко распространена методика кластерной концепции конкурентоспособности территорий. Смысл данной концепции заключается в том, что конкурентоспособность территорий напрямую связана с туристическим кластером, как совокупности туристско-рекреационных особых экономических зон.

Известный американский экономист М. Портер писал в своих трудах, что экономика региона способна выйти на международный уровень, если в туристическом кластере существует конкуренция между фирмами, отраслями, потребителями и поставщиками ресурсов и услуг [2].

Организация экономики по кластерному типу позволяет выделить конкурентные преимущества за счет факторов:

- создание туристской инфраструктуры;
- создание условий для минимизации издержек и экономического роста;
- создание условий для развития здоровой конкуренции;
- стимулирование предпринимателей в рамках кластера для привлечения инвестиций;
- создание условий для воспитания квалифицированных трудовых сотрудников.

Понятие туристский кластер определяется как «взаимосвязанная группа ресурсов, предприятий, факторов, которая сконцентрирована на определенной территории. Данные компоненты необходимы или желательны для развития конкретного вида туризма» [3].

Исходя из определения понятия кластера, можно определить взаимосвязь туристского кластера и дестинации. Таким образом, дестинация может состоять из различных кластеров. Применение метода декомпанизации (выделение туристских кластеров в туристской дестинации) позволяет глубоко изучить ту или иную территорию. Данный метод необходим, так как в дестинации возможно развитие разных направлений туризма, использующую одну материальную базу и инфраструктуру на определенной территории. В данном случае может возникнуть конфликт интересов различных сегментов туристов.

Примером может служить туристская дестинация на базе горнолыжного курорта «Шерегеш», который находится в Кемеровской области Таштагольского района. Изначально данная территория позиционировала себя с точки зрения исключительно спортивно-оздоровительного туризма и семейного отдыха. На данный момент, территория перепрофилировалась и приобрела спортивно-молодежную направленность, а так же набирает обороты бизнес-туризм. Вся инфраструктура направлена на коллективный молодежный сегмент туристов, и туристов, которые приехали с деловой целью – бары, клубы, аттракционы, конференц-залы, бани, сауны, организация молодежных фестивалей. Таким образом, происходит отток туристов, приезжающие ранее с детьми с целью семейного отдыха.

Кластерная идея лежит в основе современных российских стратегических программах развития туризма в стране, в том числе об этом говорится и в Федеральной целевой программе развития внутреннего и въездного туризма до 2018 года.

В экономике туризма выделяют множество факторов, которые влияют на развитие туризма в России, но наиболее важным является формирование стратегии конкурентных преимуществ российских туристских дестинаций. Туризм считается специфической отраслью экономики, так как в ней тесно связаны социальные и экономические аспекты, которые в свою очередь влияют на конкурентоспособность туристского продукта.

Во время путешествия, турист тесно взаимодействует с местным населением. Для туриста очень важно доброжелательное отношение со стороны местного населения, данное явление напрямую повышает уровень качества туристского продукта. С точки зрения формирования стратегических факторов развития конкурентных приимуществ и повышения конкурентоспособности туристских продуктов, это не зависит от экономической составляющей туристского продукта, то есть от туроператора, а зависит от общей социально-культурной атмосферы туристской дестинации.

Негативное отношение местного населения к туристам всегда имеет место быть. Для того чтобы избежать данной угрозы, необходимо формировать позитивное отношение и учитывать это в формировании программы развития территорий. Благожелательное отношение со стороны местного населения можно сформировать с помощью усиления его заинтересованность в привлечении туристов и вовлеченности в трудовую деятельность в туристской сфере.

На рисунке 1 показаны силы, которые влияют на конкуренцию между дестинациями. Отношение местного населения стоит наравне с такими факторами как угроза появления новых конкурентов, рыночная власть поставщиков, угроза появления субститутов, и рыночная власть покупателей.

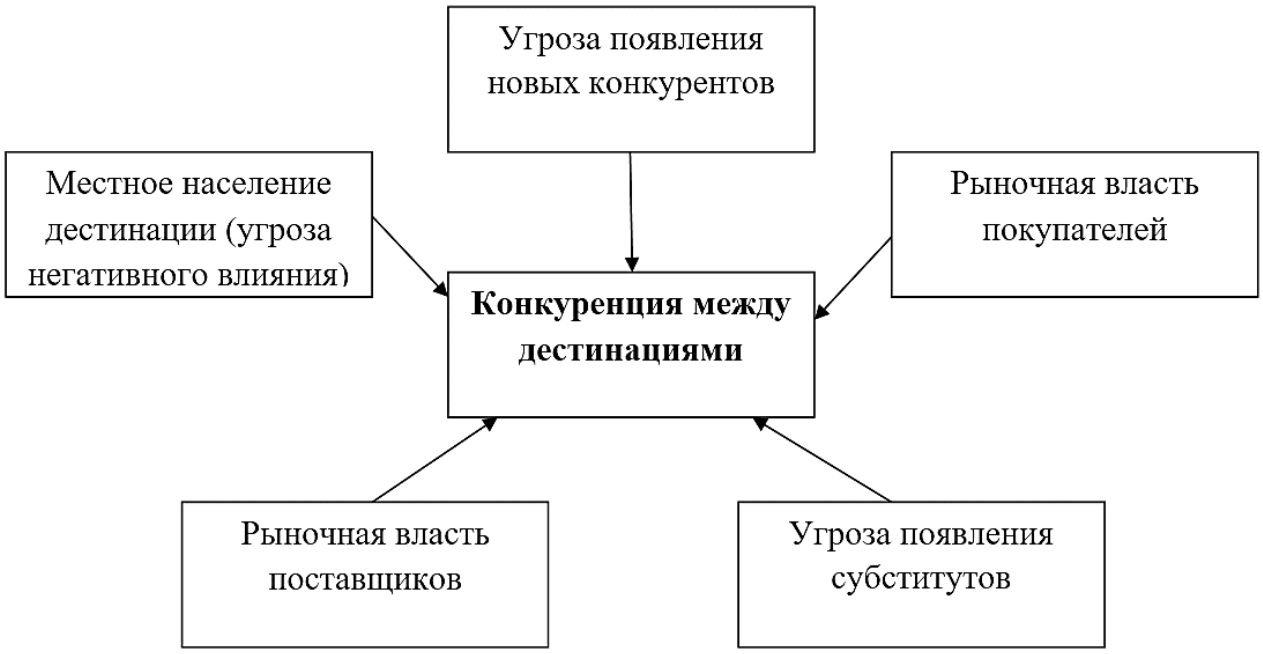


Рисунок 1. Силы, определяющие конкуренцию между дестинациями

Таким образом, учет факторов конкурентоспособности дестинаций позволит создать сбалансированную систему конкурентоспособности туризма на территории и позволит обеспечить стабильное развитие и эффективную работу туристских предприятий. Исходя из вышесказанного, на наш взгляд, конкурентоспособность туристских дестинаций в современных условиях развития туристского рынка зависит от обеспечения социальной направленности

экономики дестинации, качественное удовлетворение потребностей и желаний туристов, которые приезжают в дестинацию, а так же от роста доходов и благосостояния местных жителей.

Список литературы

1. Кирьянова Л.Г. «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – С. 131-132.
2. Лимонов Л.Э. Т. 1: Региональная экономика. Теория, модели и методы: учебник для бакалавриата и магистратуры. - М.: Юрайт, 2014. – С. 281-292.
3. Морозова Н.С. Предпринимательство и конкуренция в туризме. - М.: РосНОУ, 2010. – С. 136.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИИ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Чистякова Елизавета Михайловна
студент, финансовый менеджмент,
Самарский государственный экономический университет
РФ, г. Самара
E-mail: elizchistyakova@gmail.com

Самый эффективный и современный способ оптимизации расходов в бизнесе – это экономия ресурсов на предприятии.

Каждое предприятие в процессе изготовления продукции или услуг использует разнообразные ресурсы. От того, насколько рационально эти ресурсы используются, зависит благополучие компании и всех ее работников, а также прибыль предприятия и возможность его развития. По этой причине оптимизация потребления ресурсов ведет к финансовым улучшениям компании.

Экономия материалов заключается в том, чтобы максимально оптимизировать производство, сократить себестоимость продукта до минимума, и в то же время сохранить все его качественные характеристики или повысить их [1].

Начиная экономически выгодную оптимизацию, следует определить резерв материальных ресурсов предприятия. Его разделяют на три основных вида [2]:

1. Общеэкономический. Резерв оказывает непосредственное влияние на улучшение всей экономики и всех отраслей.

2. Межотраслевой. Такой резерв влияет на развитие смежных отраслей и установление в них прогрессивных пропорций.

3. Внутрипроизводственный. Резерв помогает оптимизировать работу конкретных предприятий, повысить качество продукта и снизить затраты ресурсов на процесс его изготовления.

Чтобы грамотно использовать каждый из вышеперечисленных резервов, нужно постоянно следить за рынком развивающихся технологий и внедрять их в производство. Но также значительную роль играет готовность владельцев

предприятия вкладывать инвестиции в его улучшение, так как экономия ресурсов зависит в большей степени от финансовых вливаний.

Остановимся подробнее на методах экономии:

1. *Установление производственно-экономических связей между ведущими отраслями промышленности*. Метод заключается в продуктивном взаимодействии между смежными отраслями, их сотрудничестве в сфере разработки технологий по добыче сырья, повышению его полезных свойств, оптимизации и ускорении производственных процессов. Такое взаимодействие ведет к улучшению общеэкономических резервов.

2. *Экономия природных ресурсов*. Потребление природных ресурсов в процессе производства неизбежно, но его можно максимально оптимизировать. Например, металлургические заводы целесообразнее строить возле природных водоемов, потому что для изготовления продукции и ее обработки потребуется много воды. Разработка новых инновационных методов добычи полезных ископаемых может помочь существенно снизить потребление [3].

3. *Автоматизация производства*. Пути экономии трудовых ресурсов заключаются в минимизации использования ручного труда. Услуги хорошего специалиста узкого профиля стоят достаточно дорого, кроме того, имеет место человеческий фактор, который хоть и в минимальном количестве случаев, но все же приводит к появлению брака на производстве. Машинный труд стоит гораздо дешевле: нужно тратить деньги только на обслуживание агрегата, риск брака сводится к минимуму, бесперебойность производства обеспечивается на 100 %. Также экономия материальных ресурсов на предприятии может быть достигнута путем оптимизации рабочих смен.

4. *Безотходность производства*. В любой отрасли есть отходы, которые остаются после изготовления основного продукта. Экономия затрат на предприятии может быть достигнута путем внедрения новых технологий, которые позволят перерабатывать отходы и продавать их или использовать для производства другого продукта [4].

5. *Закупка сырья.* Этот метод поможет снизить расходы предприятий питания, и пути их экономии основываются на точном расчете необходимого сырья. Для того чтобы не закупать больше продуктов, чем нужно, необходимо провести исследования, которые покажут, какой поток клиентов в определенные дни бывает в ресторане или кафе. Показатели будут отличаться по сезонам, так как в теплый период больше пользуются спросом открытые летние террасы, а в холодный – уютные закрытые залы. Исходя из данных, можно точно рассчитать, сколько сырья понадобится для приготовления блюд. Так можно будет расходовать все продукты и минимизировать их списание.

6. *Транспортировка.* Способы экономии ресурсов предприятия заключаются не только в оптимизации процессов изготовления, но и в грамотной транспортировке сырья или готовых товаров. На перевозки уходит много времени и горючего, но эти затраты можно существенно снизить. Для больших заводов и компаний лучшим выходом станет создание собственного отдела логистики, в котором будут максимально рационально просчитываться все маршруты транспорта. Диспетчер не только выбирает самые короткие пути, но и старается не допускать проезда «вхолостую», транспорт будет курсировать в обе стороны с грузом, а это повышает производительность и снижает затраты на горючее.

Основные направления экономии материальных ресурсов на предприятиях большого масштаба и в рамках семьи помогут не только улучшить благосостояние конкретных людей, но и сделать нашу планету чище. Любой актив, используемый человеком в конкретных целях, имеет отходы. Эти отходы загрязняют воздух, грунты, воду, что ведет к приближению техногенной катастрофы. Оптимизировав потребление ресурсов, мы сможем избежать природных катаклизмов, сбережем чистую и пригодную для жизни планету для наших детей и внуков. Используйте все блага грамотно и вы никогда не будете задумываться об их недостатке [5].

Система управления качеством продукции является комплексной и охватывает пять стадий:

- проектирование;
- изготовление;
- эксплуатация;
- реализация;
- обращение.

Кроме того, необходимо отметить, что развитие нормативной базы является важнейшим направлением рационализации потребления материальных ресурсов.

За счет снижения норм представляется возможным регулировать величину текущих материальных затрат, составляющих в ряде случаев до трех четвертей всех затрат в себестоимости, и тем самым обеспечить снижение себестоимости.

Нормативное хозяйство предприятия - это нормы и нормативы, методические документы для их расчета.

В хозяйственной практике применяются следующие системы организации и управления ресурсосбережением, в том числе и нормированием расхода материальных ресурсов:

1) Централизованная - разработка норм расхода осуществляется по всем видам материальных ресурсов и всем направлениям их расхода отделом (бюро) материальных нормативов. Данная система применяется на небольших предприятиях с мелкосерийным единичным производством;

2) Децентрализованная - используется на крупных предприятиях с большим ассортиментом выпускаемой продукции и потребляемых материалов. Система организации ресурсосбережения и нормирования в данном случае строится следующим образом:

- отдел материальных нормативов - только координирует деятельность других служб, связанных с нормированием. Специалисты отдела могут быть заняты в процессе нормирования расхода по вспомогательным производственным процессам.

- основополагающие функции по нормированию возлагаются на:

а) служба главного технолога (инженера) - нормирует расход основных материалов

б) служба главного механика - нормирование всех видов топлива, тепловой и электроэнергии

в) инструментальный отдел - нормирование расхода оснастки, инструментов

г) транспортный отдел - нормирование расхода тары, упаковочных материалов

д) отдел главного металлурга - нормирование расхода шихтовых материалов.

3) Смешанная система - предполагает наличие различной степени централизации в соответствии с выбором руководства предприятием.

Список литературы:

1. Санков В.Г., Удалова Д.В. Оптимизация логических потоков в микро-, мезо- и макрологистических системах в свете интересов и отношений субъектов права собственности // Вестник СГЭУ. 2009 №6 (56). С.75-78.
2. Пути экономии материальных ресурсов. - М.: ИНФРА - М, 1998.
3. Ефимова О.В. Финансовый анализ. 4-е изд. перераб. и доп. М: «Бухгалтерский учет», 2006.
4. Смирнов К.А. Нормирование и рациональное использование материальных ресурсов - Минск: Высшая школа,1990
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2007.

УЧЕТ И АУДИТ ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

Шадов Ислам Барасбиевич
студент, кафедра финансового контроля, анализа и аудита
РЭУ им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва
E-mail: shadov_islam@bk.ru

Козьмина Ольга Андреевна
студентка, кафедра финансового контроля, анализа и аудита
РЭУ им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва
E-mail: cozminaolga@yandex.ru

Импортные операции – операции по ввозу товаров и услуг на территорию России из-за границы для последующей их реализации. Товар (работа, услуга) начинает считаться импортным с момента пересечения товаром таможенной границы Российской Федерации.

Нормативно-правовая база импортных операций включает в себя ПБУ 3/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте», утвержденного Приказом Минфина России от 27.11.2006 № 154н (ред. от 24.12.2010) и Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 года № 402-ФЗ.

Также следует принять во внимание ПБУ отдельных активов и обязательств, например, при импорте материалов необходимо учитывать нормы ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», утвержденного Приказом Минфина России от 09.06.2001 № 44н (ред. от 16.05.2016).

Для того чтобы приобрести товар за границей, необходимо заключить внешнеторговый контракт, которые позволяют контролировать сроки их выполнения. Ввиду этого должны быть ответственные за внешнеэкономическую деятельность организации лица, которые проводят контроль за выполнением таковых обязательств.

Покупая товары за границей, организация оплачивает их стоимость в иностранной валюте. Пересчет стоимости товаров в рубли производится по

курсу ЦБ РФ, установленному на дату совершения операции в иностранной валюте (п. 6 ПБУ 3/2006). Под датой совершения операций понимается день, когда у организации появилось право собственности на данный товар.

При переходе права собственности импортные товары приходуются, оцениваются по курсу ЦБ на ту же дату. Затем формируются ее внешнеторговая стоимость, а также показатели для расчетов по НДС и получения налогового вычета. Наконец, в учете отражаются курсовые разницы на дату принятия обязательств и их погашения, а также на отчетные даты. Налог может быть рассчитан по ставкам 10 и 18 %. Налоговой базой служит таможенная стоимость товара, увеличенная на таможенную пошлину [4, ст. 164].

После того, как стороны заключили контракт, импортер оформляет в банке, в котором открыт текущий валютный счет, паспорт сделки, в котором указываются сведения о контракте. Для одного контракта - один паспорт.

Важным аспектом аудита внешнеэкономической деятельности является аудит экспортных и импортных операций. Это объясняется тем, что часто кредиторская задолженность перед поставщиками по импортным операциям отражена в бухгалтерском учете некорректно.

Программа аудита импортных операций предусматривают следующие специфические процедуры:

- проверка контрактов, паспортов сделок, инвойсов на правильность оформления;
- проверка формирования стоимости приобретенных товаров;
- проверка перехода права собственности при совершении внешнеэкономических операций;
- проверка полноты отражения сумм НДС, подлежащего уплате на таможне;
- проверка порядка отражения задолженности перед таможенными органами по таможенным платежам.

Для выражения своего мнения аудитор должен учитывать, помимо всего прочего, экономическую ситуацию в странах-участницах сделок, особенности их налогообложения, а также характеристику самой организации.

При составлении общего плана и программы проверки аудитору необходимо пользоваться международным стандартом аудиторской деятельности 300 «Планирование аудита финансовой отчетности» [3]. И план, и программа аудита по окончании этапа планирования аудита должны быть документально оформлены и завизированы в установленном порядке.

В соответствии с основными направлениями аудита разрабатывается общий план аудита (табл. 1).

Общий план должен служить руководством в осуществлении программы аудита. План проверки учета операций по реализации работ и услуг должен составляться с учетом специфики и масштабов деятельности аудируемого лица, сложности проверки, конкретных методик, используемых аудитором [1, с. 94].

Далее разрабатывается программа проведения аудиторской проверки. Программа аудита по своей сути является детализацией общего плана проверки. Она представляет собой подробный перечень содержания аудиторских процедур, необходимых для реализации плана аудита на практике. Программу аудита необходимо составлять в виде программы тестов средств контроля и в виде программы аудиторских процедур по существу.

Таблица 1.

Общий план аудита

Организация, которая проверяется: ООО «Юнион»

Период аудита: 05.01.2017– 25.01.2017

Количество человеко-часов на проверку: 220

Руководитель аудиторской проверки: Иванова Д.

Запланированный аудиторский риск: низкий.

№	Разделы аудита	Период проведения	Исполнитель	Примечания
1	Аудит соответствия контракта требованиям международных норм и законодательству страны	В течение месяца	Иванова Д.	
2	Аудит достоверности отражения импортных операций в первичных документах	В течение месяца	Иванова Д.	
3	Аудит достоверности отражения импортных операций на счетах бухгалтерского учета	В течение месяца	Иванова Д.	
4	Аудит налогообложения импортных операций	В течение месяца	Иванова Д.	

Дата составления: Исполнитель:

04.01.17 Иванова Д.

При проверке законности проведения импортной сделки важным элементом является оценка аудитором внешнеторгового контракта. В числе типичных ошибок, допускаемых при заключении таких сделок: отсутствие даты перехода права собственности, недостаточная формулировка условий о порядке разрешения споров, противоречия между отдельными условиями контракта. Такие недочеты могут быть основанием для определения их к разряду рискованных, поскольку влекут за собой возникновение штрафов и сомнений по поводу достоверности ее отражения в бухгалтерском учете [2, с. 123].

В таких случаях аудитор должен руководствоваться, прежде всего соответствующими статьями Таможенного кодекса. Кроме того, действующим таможенным законодательством аудитор руководствуется при проверке законности и достоверности определения таможенной стоимости импортных товаров, материалов, оборудования, порядка расчета таможенных платежей, оснований для наличия преференций.

Важное значение при формировании аудиторского мнения о достоверности импортных операций являются бухгалтерская и финансовая отчетности. Такое требование приобретает особое значение при проверке организаций, у которых отсутствует система документооборота.

По данным Федеральной таможенной службы объемы импорта достигли минимума по итогам последних пяти лет. Связано это, прежде всего с действием продовольственного эмбарго (его результатом стало рекордное снижение поставок из стран ЕС), большим количеством запретов, введенных в прошлом году и падением курса рубля. В 2016 году показатель импорта достиг 182261 млн. долларов, что меньше, чем в 2015 году на 0,3 % (табл. 2). Под сильным давлением оказались такие страны-экспортеры, как Египет, где были введены ограничения из-за выявления нарушений, Украина, Турция, и Молдавия.

Таблица 2.

Импорт Российской Федерации по основным странам за 2015-2016 гг.

	Январь - декабрь 2015 г., млн. долл.	**Январь - декабрь 2016 г., млн. долл.**	**Темп роста, %**
Весь мир	182718,7	182261,7	99,7
ЕС	70191,7	69900,6	99,6
АТЭС	69341,1	73079,4	105,4
СНГ	21037,3	19331,7	91,9
ЕАЭС	13909,9	13567,4	97,4
Прочие	7183,9	7399,9	103,0

По данным рис. 1. можем наблюдать, что основными поставщиками в 2015-2016 гг. России являются АТЭС (40,1 % от общего объема импорта), в основном Китай, и страны ЕС (38,4 % от общего объема импорта). Более того Россия заключила с Китаем порядка 30 соглашений в различных сферах. Торговля со странами Европы показала отрицательную динамику [5].

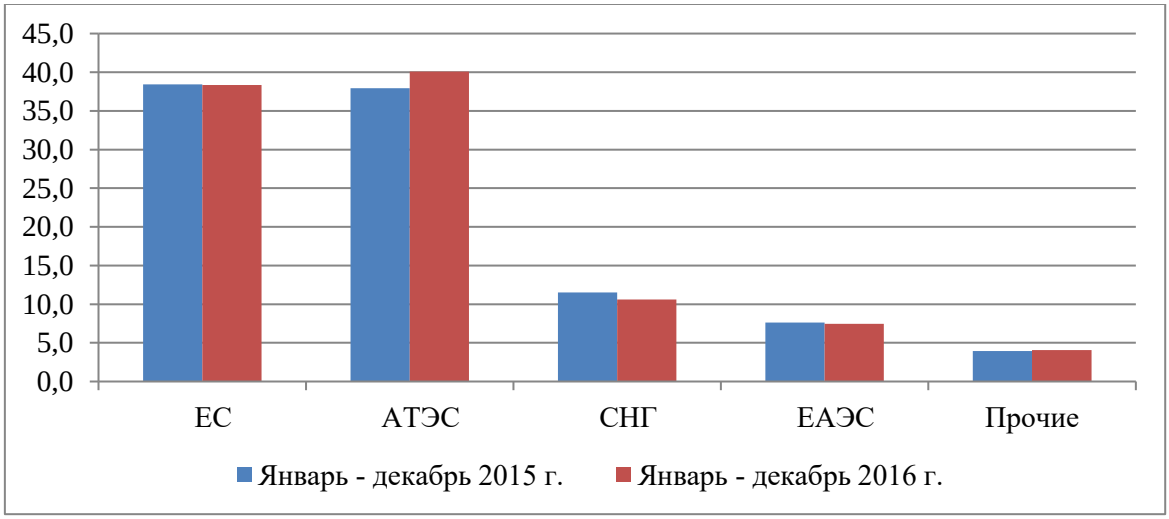


Рисунок 1. Доля в импортном обороте по основным странам за 2015-2016 гг.

Список литературы:

1. Ефремова Е.И. Аудиторское заключение по специальным заданиям: Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2017 – № 05 – с. 90-95.
2. Ефремова Е.И. Использование работы третьих лиц при проведении аудита: Бухгалтерский учет, 2017 – № 5 – с. 122-125.
3. Международный стандарт аудита 300 «Планирование аудита финансовой отчетности» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 24.10.2016 N 192н).
4. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 2, принят 5 августа 2000 года №117-ФЗ (в ред. от 04.05.2017г.).
5. Таможенная статистика внешнеэкономической деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/tamozhennaya-statistika (Дата обращения 20.12.2017).
6. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 N 17) (ред. от 08.05.2015г.).

РОЛЬ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Шевалдина Алина Александровна
студент, направление туризм
Институт коммерции, маркетинга и сервиса, СГЭУ
РФ, г. Самара
E-mail: shevaldinaaa@mail.ru

Алексин Антон Юрьевич
научный руководитель, старший преподаватель, СГЭУ
РФ, г. Самара

Гостиничная индустрия в наше время стала очень востребована, сейчас выгодно заниматься и руководить таких делом и получать от этого прибыль. Ежегодно миллионы людей путешествуют и поэтому гостиницы помогают туристам комфортно отдыхать в те места куда он приезжает и тем самым удовлетворяет свои потребности с помощью гостиничных услуг в зоне отдыха и так далее. Также, как и сам туризм гостиничное дело быстро и широко расширяется, создается конкуренция, в которой нужно уметь адаптироваться что бы выжить в этой среде. Нужно уметь создавать такое дело как гостиничные услуги для удовлетворения потребностей своих гостей, поэтому нужны особые знания, которые здесь будут анализироваться.

Именно поэтому **актуальность** данной статьи состоит в насущных проблемах отрасли гостиничных услуг, самое главное разработка создания, а также какие подходы нужны для создания гостиничных услуг.

Целью является анализ развития гостиничного бизнеса и как развивать данный бизнес.

Задачи:

1. Понять, что такое гостиничный бизнес и услуга, гостиничное хозяйство и современные условия гостиниц.

2. Проанализировать и разработать как примерно нужно создать гостиничный бизнес.

Роль гостиничного бизнеса в развитии туризма.

На сегодняшний день мощную систему хозяйства региона, а также туристских центров и важной составлявшей экономики туризма является индустрия гостеприимства.

Гостиничный бизнес - быстро развивающаяся отрасль, в нее входит около 6 % мирового валового национального продукта, а также около 5 % всех налоговых поступлений и развитие других направлений, таких как: производства товаров народного потребления, строительства, торговли, сельского хозяйства и т. д. Для обслуживания в среднем каждый 10 турист, который проживает в гостинице приходится около трех рабочих мест непосредственно, а те, которые косвенно связанны с обслуживанием приходится на 2 рабочих места. Во всех странах мира гостиничный фонд составляет около 17-18 млн. мест, при этом объем спроса в секторе международного туризма в этих регионах в основном соответствует их количество и качество.

Фундаментальная экономика гостиничного бизнеса представляет собой экономический комплекс, который развивается в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, чем внутренними причинами. Важнейшим катализатором экономического роста многих быстро развивающихся стран также выступает гостиничный бизнес, поскольку выступает каналом перераспределения валового национального продукта между странами, которое не сопровождается вывозом (импортом) товаров и услуг.

Гостиничное хозяйство представляет собой материально-техническую базу отрасли и определяет вид, особенности и качество туристского продукта. Различные средства коллективного и индивидуального размещения составляет индустрия гостеприимства, такие как: молодёжные хостелы и общежития, апартаменты, отели, гостиницы, мотели, молодёжные туристские приюты, а также частный сектор, который способствует размещению туристов. В основном то что происходит в туристской сфере отражается на основных показателях функционирования гостиниц. Для того чтобы повысить привлекательность

туристского направления и увеличить поток приезжих, нужно строить новые гостиницы. Потому что устаревшая гостиничная база может стать причиной спада туристской активности в регионе и снижения его конкурентоспособности на туристском рынке.

В современных условиях гостиницы приходится развиваться и конкурировать для того чтобы предприятие гостевых услуг могло приносить прибыль и быть востребовано, при наличии возможности - стремиться к расширению своего бизнеса. Именно поэтому обострилась конкурентная борьба в индустрии гостеприимства.

Важнейшие направления в деятельности гостиничных предприятий во всех странах мира является выживание и рост деловой активности. Многие предприятия понимают такую ситуацию и предпринимают меры для стабильного будущего и удовлетворения потребностей гостей в данной гостинице, а также научиться выживать в конкурирующей среде. В современном мире клиентура уже не будет мириться с заведомо плохим обслуживанием, сервис должен соответствовать описанию и удовлетворять потребности клиентов, в рамках, которые они сами же и установили. Многие преуспевающие гостиничные компании приходят к мнению что они не могут позволить себе игнорировать развитие других предприятий и самим стоять на месте в этом смысле, а также не использовать новые подходы к менеджменту и не внедрять передовые технологии.

Основными задачами в сфере гостиничного бизнеса становятся повышение конкурентоспособности, а также создание стабильной клиентуры, поиск и создание новых путей развития, постоянное обновление собственной политики с учетом динамично развивающегося рынка гостиничных услуг.

В создании крупных корпораций и гостиничных цепей проявляется глобализация и концентрация гостиничного бизнеса. Такой подход позволяет гостиничным предприятиям привлечь дополнительные ресурсы для развития своего бизнеса. Гостиничные предприятия концентрируются через создание союзов или ассоциаций, не нарушающих их юридическую и хозяйственную

самостоятельность, но позволяющих проводить совместные маркетинговые программы, вести исследовательскую деятельность, формировать единую систему подготовки и переподготовки кадров.

В мировой практике показывается, что инвестиции в индустрию гостеприимства несколько схожи с вложениями в нефтедобычу. Экономический анализ гостиничного сектора свидетельствует том что эффективно вкладывать в гостиничные сети, а не в отдельные гостиничные хозяйства. В мировой практике существуют два основных вида гостиничных цепей: гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели, и интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц.

Разработка создания гостиницы.

В результате осуществления проекта планируется указать расположение данной гостиницы, ориентированная на туристов из городов России, а также из других стран мира, совершающих визиты по работе или в отпуск, и зарубежных посетителей, интересующихся историей России. Гостиница будет работать круглогодично.

Прежде чем приступать к планированию и расчетам, нужно определить, какая основная целевая группа будет посещать заведение. Для любого привлекательного и быстрорастущего сегмента рынка не присуща высокая рентабельность, ведь им рано или поздно заинтересуются прямые конкуренты, нужно делать бизнес по новому пути. Для этого нужно рассмотреть все конкурирующие организации, с которыми вам придется столкнуться и воплотить свой план по организации данным бизнесом при котором у вас будет больше шансов обойти конкурентов на рынке гостиничных услуг. При оценке конкурентов следует обращать внимание на потребительское восприятие, то есть какая услуга является привлекательной для клиентов, а какая нет. Нужно учитывать цену, качество, уровень обслуживания и социальные роли гостиниц. Факторы внутренней деятельности являются невидимыми для потребителей, но их также нельзя оставлять без внимания, необходимо неким образом разобраться в этой системе и работать с ней непосредственно сравнивая с

будущими конкурентами и сделать гостиницу привлекательнее как изнутри, так и снаружи. В составе этой категории можно найти: трудовые затраты, расходы на маркетинг, выгодность месторасположения, стратегическое партнерство.

Этих конкурентов можно назвать самыми важными, так как они:

- задают стандарты услуг;
- обладают существенным влиянием на представление клиентов об этих услугах;
- вкладывают значительную сумму для продвижения своего бизнеса на рынке услуг;
- могут позволить себе такую роскошь, как ценовой демпинг – эффективное средство для удержания доли рынка.

Целью гостиничной деятельности является извлечение прибыли.

Можно открыть один из следующих видов гостиничных услуг:

Хостел – самый простой и недорогой вариант для туристов, а также для тех кому нужно просто переночевать. Для обустройства хостела подходит обыкновенная квартира с двухъярусными кроватями.

Семейный пансион — в основном это как мини гостиницы где останавливаются семьи с детьми и просто семейные пары. Наличие собственного душа, санузла и кухни для приготовления пищи является обязательным.

VIP-отель –один из самый дорогой вариантов. Это может быть отдельная квартира-студия, полностью оборудованная бытовой техникой или небольшой коттедж с местом для пикника, а также разные индивидуальные услуги для удовлетворения потребностей клиентов.

Гостиница. Это также разнообразные номера и кухни в них, которые зависят от звездности, предоставленных услуг и номеров в них. Здесь найдутся номера на любой вкус и цены.

Также необходимо в любой гостинице или организации гостиничных услуг предоставлять план своих услуг в гостиницах, иметь документационное подтверждение данного предприятия, платить налоги, использовать

маркетинговые ходы для того что бы продвигать свой бизнес и не стоять на месте, так как в наше время конкуренция очень быстро развивается и можно перестать быть востребованным.

Список литературы:

1. Электронный ресурс: Роль гостиничного бизнеса в развитии туризма [http://studbooks.net/729996/turizm/rol_gostinichnogo_biznesa_razvitii_turizma].
2. [http://znaydelo.ru/biznes/biznes-plan/gostinica.html].

ЭКОНОМИКА В ТУРИЗМЕ, ЕЕ ФУНКЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

Шевалдина Алина Александровна
студент, направление туризм,
Институт коммерции, маркетинга и сервиса, СГЭУ
РФ, г. Самара
E-mail: shevaldinaaa@mail.ru

Алексин Антон Юрьевич
научный руководитель, старший преподаватель, СГЭУ
РФ, г. Самара

Введение: Психологическое удовлетворение опыта туристов, в настоящее время занимает особую роль в жизни людей. Ежегодно миллионы людей путешествуют, как и внутри страны, так и за ее пределами благодаря развитию туристской индустрии, которая включает в себя как положительные, так и отрицательные факторы туриндустрии, что дает множество проблем, которые нужно исправлять государству и населению страны для того что бы страна развивалась. И все же в настоящее время на экономику страны туризм оказывает положительное влияние так как данная индустрия с каждым днем прогрессирует и занимает отличительное место среди других остальных отраслей страны, что дает особое преимущество дальнейшему развитию туристской деятельности и ее особого вклада в экономику. Именно за туризмом, как основой туристской индустрии и туристского бизнеса, будущее.

Именно поэтому **актуальность** данной статьи состоит в насущных проблемах отрасли туризма и экономики, и ее основные функции.

Целью является рассмотреть и проанализировать цели экономики в туриндустрии, а также ее главные проблемы для решения их.

Задачи:

1. Понять, что необходимо туристу для удовлетворения его потребностей в путешествии.

2. Проанализировать основные функции и проблемы в туриндустрии.

Экономика в туризме, ее функции и проблемы.

Основные цели экономики туризма:

- психологическое удовлетворение опыта туристов;
- компании которые предлагают туристские ресурсы должны увеличить свой доход;
- сделать наименьшие затраты туристов во время путешествий.

Большое взаимодействие между собой имеет экономика и туризм. Различается воздействие туризма на всю экономику страны, а наоборот воздействие экономики на туризм.

Положительно и отрицательно на туризм могут воздействовать экономические общие факторы.

Положительные факторы, которые влияют на туризм:

- реальный доход и его рост;
- доход и его равномерное распределение;
- стабильное положение валюты.

Факторы, которые воздействуют отрицательно на туризм:

- кризис и экономические явления на него;
- спад в промышленности (безработица, сокращения в рабочих предприятиях и заработной платы, низкооплачиваемые временные работы);
- стабильная ситуация, связанная с валютой.

На туристский спрос воздействует величина реального дохода любого жителя страны. Если сотрудник той или иной организации получают больше денег при увеличении реального дохода потребителя. И поэтому если денег оказывается больше для жизнеобеспечения людей, тогда и увеличивается на путешествия и сам спрос.

На туризм также и воздействует распределительный доход. Когда равномерный распределительный доход, тогда и люди могут позволить себе путешествия. В XIX — начале XX века эта взаимосвязь была обнаружена.

Еще один важный фактор в системе туризма – это стабильность валюты. Если курс доллара высокий, то это не позволяет купить много долларов,

и наоборот. В Россию станет выгодной поездка американца, а поездка жителя нашей страны с такой валютной ситуацией будут стоить дорого. Поднятие и разные изменения обменного курса приводят к тому, что разница цен на одни и те же услуги остается высокой при том что, при другом курсе эта услуга стоила также, но для нас это уже совсем иная стоимость услуги.

Воздействие туризма на экономику.

Основные экономические функций туризма:

1. Функция производства.

Если предприятия используют производственные факторы, такие как: труд, земля, капитал, то тогда предприятие выполняет производственную функцию. Стоимость, которая называется прибавочной создается при комбинировании производственных факторов для того чтобы произвести новый продукт. Накоплением ценностей называют именно этот процесс. Предприятия, работающие в туристской отрасли, которые занимаются производством новых продуктов, то они содействуют накоплению ценностей. Также именно они таким образом выполняют функцию производства.

2. Функция, которая обеспечивает занятость населения.

Услуги, которые представляют вид нематериальных товаров и есть туристские продукты. Персонал необходим, для того чтобы произвести эти услуги. Только в результате внедрения технических разработок количественный рост кадров в туристской отрасли может быть приостановлен. Самым главным является личное общение с гостем. Туризм способствует занятость населения. Население должно получать рабочие места непосредственно в туристских предприятиях - главным образом в гостиничных, транспортных предприятиях и в турбюро. Когда говорят о косвенном эффекте в занятости населения, то говорится что туризм создает эффект и в других отраслях экономики.

3. Функция дохода и его создания.

Когда человек работает, то он естественно получает доход от своей деятельности. С функцией туризма по обеспечению занятости тесным образом связана функция создания дохода. Туризм вносит вклад в создание

национального дохода. Потому что, это зависит от того, кто работает в основном где место напрямую зависит от туризма. Здесь говорится именно о прямом эффекте создания дохода в туризме.

Каждый рубль, который зарабатывает туристское предприятие на первом обороте средств и получает в виде дохода, снова уходит со счета предприятия. Таким образом, возникают новые доходы, но уже третьих лиц. Если в роли выступают поставщики каких-либо товаров для туристского предприятия, то в этом случае можно говорить о функции косвенного эффекта создания дохода в туризме. Например, менеджер ресторана заключает договор с пекарем на поставку хлебобулочной выпечки, которая необходима для обслуживания гостей в ресторане. То и пекарь получает некоторую часть своего дохода от того что он сотрудничает с туристской отраслью.

4. Сглаживающая функция.

В рамках регионального аспекта играет важную роль именно эта функция. Туризм способствует экономическому развитию слабых в структурном отношении регионов. Туристов, как правило, интересуют регионы со слабо развитой промышленностью, места, имеющие первозданный ландшафт. Для местных жителей таких регионов туризм представляет собой важный источник дополнительного дохода. Функция сглаживания в туризме имеет также и международное значение. В этом смысле происходит то же самое, что и в сельскохозяйственном регионе. Туристы потребляют товары и услуги местного производства. В данном случае туризм перераспределяет доходы стран с индустриальным и сельскохозяйственным производством.

Народнохозяйственное значение туризма определяется следующими факторами:

- функция производства;
- функция, которая обеспечивает занятости населения.
- функция дохода и его создания.
- сглаживающая функция.

Основные проблемы экономики туриндустрии.

Экономические проблемы, которые встречаются в туризме:

1) множество туристских потребностей и пожеланий, которые нужно учитывать и ставить в порядке важности.

2) удовлетворение потребностей в ограниченных и редких туристских ресурсах, которые должны сочетаться с различными способами использования этих ресурсов.

Данные услуги должны иметь повышенную цену, так как эти услуги индивидуальны.

Механизм туристского рынка в рыночной экономике осуществляется с помощью справедливого распределение туристских ресурсов, поддержания устойчивой экономики туризма, а также ее развитие, и распределения туристского дохода.

Государство или центральный орган выполняют руководящую роль в экономике туризма. Государство принимает от имени туристских компаний и самих туристов, а также координирует ежедневные решения, а роль туристского рынка второстепенна.

Государство вовлекается в процесс регулирования экономики туризма потому что нужно предотвращать ее нежелательное развитие и возможное негативное влияние на другие отрасли экономики. Вовлечение государства в экономику туризма достигается туристской политикой у которой цель это — корректировка слабых мест и нежелательных влияний механизмов туристского рынка. Туристская политика необходима для корректировки и решения проблем экономики туризма, среди которых можно выделить четыре основные:

- проблема редких туристских ресурсов и их эффективного ограниченного распределения;
- проблема поддержания туризма в устойчивой экономике;
- проблема роста или развития экономики туризма;
- проблема туристского дохода или справедливого распределения туристского производства.

Лимитирующие факторы экономики туризма. Специфичность экономики туризма прежде всего состоит в том, что деятельность туриндустрии подвержена влиянию ряда факторов, которые препятствуют успешному функционированию. Все факторы можно разделить на локальные (частные) и глобальные. Сезонные, политические, экономические и природные можно отнести к глобальным факторам.

Такой фактор как сезонность, подвержен к индустрии туризма прежде всего. Сезонность оказывает значительное влияние на индустрию туризма, особенно на предприятия и они же являются основными производителями туристского продукта или услуг. Перед индустрией стоит основная задача гостеприимства: как загрузить предприятия в средний, а самое главное в низкий сезон. В низкий сезон привлечение туристов проводятся различного рода мероприятия (конференции, выставки, спортивные соревнования, симпозиумы и т. д.), что позволяет предприятиям гостеприимства поддержать свою деловую активность. Это послужило основанием для выделения нового направления в туризме — делового туризма, который также называют «M1CE-туризм». Для успешного развития индустрии туризма политические факторы имеют большое значение. Относятся к ним внутренняя политика и международные отношения. В конкретном регионе, так и в международном масштабе, все значительно влияет на развитие туризма, потому что там сокращаются туристские потоки, что ведет к разорению компаний, обслуживающих туристов, и в первую очередь — авиакомпаний.

Важную роль в развитии туризма играют также экономические факторы. Когда экономика страны развита, тем лучше развит и туризм (как внутренний, так и международный), поскольку так развит транспорт, средства размещения и питания туристов, инфраструктура, современные технологии, а также уровень благосостояния населения достаточно высок.

В связи с различными природными отклонениями рассматривается влияние природных факторов. Природные катаклизмы наносят наиболее значительный ущерб развитию туризма, такие как: цунами, ураганные ветры,

пожары, землетрясения, наводнения и т. п. Все разрушает инфраструктуру, но и нарушает экологию данной местности, может вывести ее из региона туристской активности. Развитию туризма различные промышленные аварии, потому что нарушают экологию региона. В настоящее время экология играет важную роль в развитии международного туризма.

Список литературы:

1. Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма // Роль и место туризма в экономике. Значимость туризма. Федеральное агентство по туризму – 2014.
2. Овчаров А.О Экономика туризма. Учебное пособие. – 2014
3. Электронный ресурс**:** Экономика и туризм [http://www.adload.ru/page/eco_03-0414_1640.htm].
4. Электронный ресурс: Основные проблемы экономики туриндустрии.
5. [http://works.doklad.ru/view/5iFnGUMpguk/2.html].

ВНЕДРЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В СЕГМЕНТЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПИЯТИЙ

Шульга Анна Владимировна
студент факультета инновационного бизнеса и экономики
кафедры бизнес процессов и экономической безопасности,
Академия маркетинга и социально-информационных технологий (ИМСИТ)
РФ, г. Краснодар
E-mail: shulga1996@inbox.ru

Экономика большинства стран включает в себя малые и средние предприятия, при том, что в современной системе хозяйствования наблюдается прогрессирование доли таких предприятий. Доля малого бизнеса в валовом внутреннем продукте перспективных направлений стран составляет порядка 50 %, в Российской Федерации, согласно данным главы Министерства экономического развития и торговли – не превышает и 17 %. В Китае – более 60 %, в Германии и Японии превышает 95 %.

Предприятия малого и среднего бизнеса оперативно реагируют на соответствующие изменений конъюнктуры рынка, в том числе обладают достаточной мобильностью. Параллельно этому – обеспечивают полную и частичную занятость населению. При минимальном использовании средств предприятий, имеют высокую скорость оборота ресурсов. Ускорение темпов развития данного сектора экономики в нашей стране является достаточно перспективным.

Критерии малого предпринимательства определены Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ. Основными из них являются:

1. Предельные значения дохода, полученного путем осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год 800 млн. рублей (Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»).

2. Среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год.

Необходимость в составлении отчетности касается только тех предприятий, которые в большинстве своем должны проводить обязательный аудит и составлять консолидированную отчетность, которая в свою очередь составляется в соответствии с МСФО. Эти требования соответствуют Федеральному закону от 27.07.2010 № 208 – ФЗ «О консолидированной отчетности», распространяемый на организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем включения их в котировальный список.

Для эффективного принятия управленческих решений, необходимо опираться на достоверность информации о результатах деятельности организации. Отчетность в соответствии с МСФО характеризует стоимость активов, являясь при этом достоверной информацией для пользователя. Чтобы подготовить соответствующую отчетность, предприятиям приходилось затрачивать большое количество времени и ресурсов. В целях упрощения этой трудоемкой процедуры был разработан отдельный стандарт «Международные стандарты финансовой отчетности для малых и средних предприятий». Опираясь на пункт 1.2 данного стандарта, компании, не обязанные предоставлять свою отчетность широкому кругу пользователей, могут составлять отчетность по упрощенной схеме [1]. Подача отчета гласности подразумевает, что на открытом рынке обращаются долговые инструменты предприятия, но у организаций МСБ такая обязанность отсутствует.

Для удовлетворения информационных потребностей кредиторов, заемщиков, акционеров и общества в целом, направлена финансовая отчетность общего назначения. В случае, если отчетность предоставлена в использование только владельцами или соответствующими налоговыми органами, то она не является финансовой отчетностью общего назначения, таким образом, согласно стандарту, «негласность» организации является основополагающим критерием отнесения ее к субъектам малого и среднего бизнеса [3].

Опираясь на практику зарубежных стран, Министерство Финансов Российской Федерации считает, что внедрение МСФО не является обязательным, но несмотря на такое решение, данный документ является весьма полезным и актуальным, считается возможным для добровольного применения.

Организационный комитет международного конкурса IFRS PROFESSIONAL в сфере МСФО «Перспективы и практика внедрения МСФО в Российской Федерации» исследовал отдельный % компаний-респондентов малого (28 %), среднего (40 %) и купного бизнеса (28 %) [2].

На вопрос о том, составляется ли отчетность вашей компании по МСФО, мнения разделились следующим образом, (Рис 1. Составление отчетности по МСФО):

Рисунок 1. Составление отчетности по МСФО

Несмотря на всю пользу у стандарта для МСП имеется и оборотная сторона. Эксперты в области МСФО относятся скептически к стандарту, так как учитывая малую долю упрощений, установленных в стандарте, сферу применения для него найти достаточно проблематично.

Проанализировав все приведенные выше исследования о введении данного стандарта финансовой отчетности, следует акцентировать внимание на то, что стандарт необходим компаниям, которые напрямую заинтересованы в получении кредита и тем, кто планирует составлять отчетность по

международным стандартам в соответствии с полным комплектом МСФО в будущем. Одной из основных причин применения МСФО является сотрудничество с иностранными организациями, выход на мировые рынки, повышение качества отчетности. Составленная по международным стандартам отчетность, может служить в качестве инструмента для повышения эффективности принятия управленческих решений, поскольку такая отчетность олицетворяет объективную, своевременную и полную информацию о состоянии компании.

Список литературы:

1. Бикбаева Ю.В. МСФО для малых и средних предприятий // Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты. 2016. № 8. С.14-19.
2. Девелоперская компания. URL: http:// www. vipoteku. ru/alphabet/98 (Дата обращения: 20.11.2017).
3. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) для субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: http://www. mosuruslugi. ru/articles/235/ (Дата обращения: 20.11.2017).
4. МСФО для малых и средних предприятий. URL: http://www.economмsfo.ru/msfo-dlya-malykh-srednikh-predpriyatiy/page/2/ (Дата обращения: 20.11.2017).
5. МСФО для малых и средних предприятий. URL: http://www.msfofm.ru/ updates/247-ifrs-for-small-entities (Дата обращения: 20.11.2017).
6. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 J№ 209-ФЗ (в ред. от 23.07.2013) // Собрание законодательства Российской Федерации.
7. Переход на МСФО. Что нас ждет? URL: http://pommp.ru/buhgalterskiy-uchet/perehod-na-msfo-chto-nas-zhdet-za-gorizontom/#ixzz2DB5fy4Bv (Дата обращения: 20.11.2017).
8. Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.cbsd.gks-test.ru/ (Дата обращения: 20.11. 2017).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАХОВЫХ СТАВОК НА ОСНОВЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ И ЭМПИРИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В СТРАХОВАНИИ ИНОМ, ЧЕМ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ

Щукин Константин Вадимович
студент, Институт механики, математики и комп. наук, ЮФУ,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: konstantin8879@gmail.com

Завялкин Денис Витальевич
студент, Институт механики, математики и комп. наук, ЮФУ,
РФ, г. Ростов-на-Дону

Мы живем в обществе, где все может рассматриваться как риск. Чувство неуверенности и страх побуждает людей проявлять больший интерес к безопасности. В рамках такого общества страхование становится все более востребованным. Главные интересы страхователей – гарантировать себе финансовую стабильность и защищенность от потерь в определенных ситуациях. Суть страхования состоит в том, чтобы передать страховой риск от страхователя к страховщику в обмен на заранее определенную плату – тарифную ставку. Данная статья описывает фундаментальные концепции установления страховых ставок и рассматривает основные статистические инструменты, используемые для рационального определения величины ставки.

1. Введение

Одной из основных проблем страховых компаний является разработка структуры тарифных ставок, которая будет справедливо распределять обязательства по выплатам среди страховщиков. Задача определения страховых премий касается, в первую очередь, актуариев. Они предложили и стали применять различные статистические модели, посредством которых пытались установить связь между явлением возникновения риска и факторами риска. В этом плане, цель эконометрического моделирования – максимально реалистично описать взаимосвязи, чтобы можно было определить вероятность возникновения рискового случая, то, как часто он может наступать, и то, какие потребуются выплаты.

Расчеты дифференциальной премии в составе страхового портфеля основаны на принципе установления ставки, который проходит в несколько этапов. Во-первых, принятие риска страховой компанией происходит после априорного анализа, который включает в себя разбиение совокупности риска по факторам воздействия таким образом, что каждая группа включает страхователей со схожими профилями риска. На этом этапе анализа, целями актуария являются определение воздействия обозреваемых факторов или показателей риска страхователя и установление существования корреляционных связей. Этот шаг позволяет определить базовые элементы чистой страховой премии, полученной путем умножения условного ожидания частоты подачи требований на предполагаемую стоимость выплат.

Последняя стадия процесса установления страховой ставки оценивает риски по индивидуальной истории страхователя, включая апостериорный компонент вычисления премии. Другими словами, апостериорной анализ допускает коррекцию априорного тарифа в целях обеспечения разумной классификации риска. Таким образом, результатом этих работ является оценка риска, учитывающая наблюдаемые характеристики риска, и компонент, учитывающий историю претензий страхователя. Такой анализ позволяет получить равновесие между премией, уплачиваемой владельцами полисов, и риском, взятым страховой компанией.

2. Концепция установки ставок в страховании ином, чем страхование жизни.

В страховом бизнесе необходимость различных тарифных ставок обуславливается неоднородностью страхового портфеля, что ведет напрямую к так называемой концепции ассиметричной информации. Информационная проблема между страховой компанией и держателями полисов возникает, когда страховщик затрудняется рассчитать уровень риска страхователя. Экономическая литература представляет два аспекта ассиметричной информации – проблемы безответственного поведения и неблагоприятного выбора. Неблагоприятный выбор возможен, когда держатели полисов имеют более полное представление об их возможных требованиях страховых выплат, чем

страхователь, то есть владеют большей информацией, неизвестной страховщику [1]. В 2006 году экономисты заметили, что безответственное поведение возрастает, когда вероятность возникновения рисковой ситуации связана с действиями и решениями страхователя [2]. Неблагоприятный выбор – это эффект ненаблюдаемых различий между отдельными лицами, которые влияют на оптимальность страхового контракта, а безответственное поведение – эффект контракта на поведение застрахованных лиц. Другими словами, в контексте страховых рынков информационные проблемы могут быть определены как эффект применения одинаковых премий ко всему портфелю. Это по сути подразумевает, что неблагоприятные риски также гарантированы, и это препятствует страхованию средних рисков.

В исследованиях начала 21-го века утверждается, что для решения проблем, связанных с ассиметричной информацией при установлении страховых ставок эффективно разделять страховой портфель на суб-портфели, где риски можно считать независимыми [3]. Это приводит к определению классов риска, которые будут иметь различные премии в зависимости от тяжести риска. В этом отношении, важным моментом является критерий классификации риска. Если риск сгруппирован на основе априорной информации, касающейся страхователя или его активов, то полученную группу называют априорной. С другой стороны, если во внимание принимаются история претензий каждого застрахованного, получают апостериорный класс риска.

Учитывая это различие, в литературе по актуарным наукам представлены две концепции установления ставки: априорная и апостериорная оценка [4]. Применяя различные актуарные методы, соответствующие обеим концепциям, специалисты стараются найти единое решение, которое позволит рассчитывать оптимальную страховую премию в зависимости от характера и класса риска.

3. Эмпирический взгляд на страхование иное, чем страхование жизни

Согласно исследованиям МакКлехана [5], в 18-ом столетии премия за полис страхования от пожара определялась по типу крыши и структуре здания, а в морском страховании – по характеристикам корабля. Автор подчеркивает,

что страховщики всегда пытались найти математическую модель, которая могла бы определить вероятность возникновения рисковой ситуации и установить разумный страховой взнос.

Привлечение актуарной науки в страховой бизнес началось очень давно. Под значительным влиянием исследований Лундеберга и Крамера [6], которых знают, как основоположников математической теории риска, актуарии стремились рассчитывать риски со стороны страховых компаний.

Изначально, актуарная наука была ограничена использованием гауссовской линейной модели, предполагая использование регрессионного анализа, целью которого является количественное определение влияния переменных величин на представляющий интерес феномен. Линейная модель играла ведущую роль в эконометрике, но применение такой модели в страховании было затруднительным. В данном контексте, линейное моделирование предполагает серию гипотез, которые не совместимы с реальностью, где большую роль играет частота и размер ущерба, создаваемые рисковой ситуацией.

Рассматривая различия между априорным и апостериорным принципами, актуарии фокусировались на поиске метода или инструмента, для применения обоих принципов при расчете страховой ставки в страховании ином, чем страхование жизни.

Априорный принцип

Фундаментальная идея априорного принципа заключается в разделении риска страхователя на различные категории, таким образом, чтобы риск был эквивалентен по группе и подчинялся одному закону. Согласно Делапорте [8], априорный принцип позволяет выделять рисковые группы, в которые включены держатели полисов с одинаковым профилем риска, и где все страхователи будут платить одну и ту же, рассчитанную специально для них, премию.

Первым этапом априорного принципа установления ставки в страховании ином, чем страхование жизни, считается процедура классификации риска, предложенная Бейли и Саймоном в 1960 году [9]. Данный метод использует

интерактивный алгоритм расчета оптимального значения для каждой рисковой группы путем минимизации функции смещения. Хотя метод был создан за рамками статистической науки, в актуарной литературе считается, что этот «эвристический» итерационный подход является частным случаем обобщенных линейных моделей (Generalized Linear Models - GLMs).

С конца 20 века, GLM стали использоваться статистами на практике для установления страховых ставок в страховании ином, чем страхование жизни. Нелдер и МакКаллах подчеркнули два основных преимущества методов GLM [10]. Во-первых, обобщение линейного моделирования допускает отклонение от предположения о нормальности, регрессия распространяется на распределения из экспоненциального семейства (нормальные, пуассоновские, биномиальные и гамма-распределения). Во-вторых, GLM позволяет отнести линейную регрессию к зависимой переменной через функцию связи, моделируя аддитивный эффект независимых переменных при преобразовании среднего, а не в самом среднем. Другими словами, эта функция связывает линейный параметр или оценку со средним значением зависимой переменной.

Апостериорный метод.

Актуарная литература продемонстрировала, что использование априорного принципа подразумевает неточное соответствие между некоторыми переменными для расчета тарифа и реальными ситуациями возникновения рисковых ситуаций. Некоторые важные факторы риска не могут быть учтены, из-за чего становится затруднительно использовать предположение об эффективности системы классификации рисков. Ограничения в данном подходе к определению страховой ставки требуют подхода апостериорных актуарных моделей, которые дополнительно учитывают историю претензий отдельных страхователей.

Апостериорная оценка основана на теории доверия. Разные люди ведут себя по-разному в определенных ситуациях, следовательно, со стороны страховой компании, к ним можно относиться с разной степенью доверия. Хотя концепция доверия появилась в середине 20-го века, с 1910 года компания General Motors страховала своих сотрудников от несчастных случаев на

производстве в соответствии с этим принципом, установленным позже Моубреем [11].

Предполагая, вероятность возникновения несчастного случая равной (q), Моубрей предлагает расчет минимального числа застрахованных сотрудников (n), так что бы выполнялось, что количество несчастных случаев не будет отличаться больше, чем на 100k% от среднего и будет больше, чем 100p%. Обозначая через N количество несчастных случаев, можно записать утверждение математически:

$$P\big[(1-k)E[N] \leq\ N \leq\ (1+k)E[N]\big] \geq\ p$$

где: N ~ B(n,q). Впоследствии использование нормального приближения для N распределения позволяет установить основу устойчивой теории достоверности.

На этом этапе теория достоверности допускает только два уровня: первый и нулевой. Такая ситуация означает, что для работодателя, расположенного чуть ниже порогового уровня, будет использоваться значительно большая страховая ставка. В ответ на критику, Уитни в 1918 году [12] вводит понятие частичной достоверности, утверждая, что проблема оценки рискового опыта связана с необходимостью найти баланс между коллективным опытом, с одной стороны, и индивидуальным опытом, с другой стороны. Поэтому Уитни заявляет, что основным принципом доверия является установление весового коэффициента, определяющего чистую премию как баланс между опытом индивидуального риска и классом риска.

Ганс Бюльманн решает проблему нахождения оптимальной оценки премии, соответствующей n-му периоду, с учетом замечаний относительно рисков, зарегистрированных в предыдущие периоды. Ему удалось усовершенствовать теорию доверия, введя фактор доверия. Исходя из этих понятий, Бюльманн [7] разработал вместе с Эрвином, известную моделью Бюльмана-Страуба, где основным улучшением исходной модели стало определение структурных параметров. Сейчас, большинство принципов теории достоверности согласуются с базовой моделью, предложенной Бюльманом,

вокруг которой были сформулированы все другие модели, принятые в этой области, как обобщения первого.

Хотя теорию достоверности можно рассматривать как искусство сочетать различные коллекции данных для получения точной комплексной оценки, ее конкретные методы трудно реализовать на практике из-за их математической сложности. Поэтому страховые компании стали использовать некоторые методы, которые являются упрощенными версиями теории доверия. Одной из коммерческих версий теории доверия является система бонус-малус, введенная Песоненом в 1962 году [13]. Он пытался установить правила получения оптимальных премий для каждого класса риска в зависимости от уровня бонуса-малуса.

Основная идея этой системы подробно описана позднее Лемэром в 1995 году [14]. Он утверждает, что в системе бонус-малус, представляемой в виде шкалы, состоящей из определенного числа уровней, держателям полисов предоставляется определенное место в соответствии с установленными правилами и количеством претензий. Каждому уровню соответствует определенный коэффициент, который будет применяться к чистой премии, рассчитанной на априорной стадии анализа. В контексте страховых рынков основной целью системы бонус-малус является справедливая оценка индивидуальной степени риска, что позволяет страховой компании требовать премию, соответствующую профилю страхуемого риска и истории претензий страхователя.

4. Заключение

Цель этой статьи - представить теоретические аспекты страхования иного, чем страхование жизни, выделить основополагающие концепции, предлагаемые исследователями и рассмотреть несколько моделей установления страховых ставок.

Эмпирическая литература, представленная в статье, позволяет установить важность установления разумной страховой премии. Сложность оценки риска и развитие страховых рынков обосновывают необходимость исследований в этой области, а это означает, что по-прежнему есть множество возможностей для усовершенствования актуарных моделей.

Список литературы:

1. Denuit M., Maréchal X., Pitrebois S., Walhin J.F. Wiley, New York. 2007.
2. Chiappori P.A., Jullien B., Salanié B., Salanié F. RAND Journal of Economics. 2006. № 37, p.783-798.
3. Chiappori P.A., Salanié B. Testing for Asymmetric Information in Insurance Markets. Journal of Political Economy. 2000. № 108, p.56-78.
4. David M. A review of theoretical concepts and empirical literature of non-life insurance pricing. Procedia Economics and Finance. 2015. № 20, p.157 – 162.
5. McClenahan, C.L. Ratemaking. 4th ed. Foundations of Casualty Actuarial Science, Casualty Actuarial Science. 2001.
6. Lundberg E.F. Approximations of the probability function. Reinsurance of collective risks. Doctoral thesis, University of Uppsala, Swedish. 1903.
7. Bühlmann H. Mathematical Methods in Risk Theory. Springer Verlang, New York. 1970.
8. Delaporte J.P. Les Mathématiques de l'Assurance Automobile. ASTIN Bulletin. 1972. № 6(3), p.185-190.
9. Bailey R.A., Simon, L.R.J. Two Studies in Automobile Insurance Ratemaking. ASTIN Bulletin. 1960. № 1(4), p.192-217.
10. McCullagh P., Nelder J.A. Generalized Linear Models. 2nd ed. Chapman and Hall, London. 1989.
11. Mowbray A.H. How Extensive a Payroll Exposure is Necessary to Give a Dependable Pure Premium. Proceedings of the Casualty Actuarial Society. 1914. № 1, p. 24-30.
12. Whitney A.W. The Theory of Experience Rating. Proceedings of the Casualty Actuarial Society. 1918. № 4, p. 274-292.
13. Pesonen E. A Numerical Method of Finding a Suitable Bonus Scale. ASTIN Bulleti. 1962. № 2(1), p. 102-108.
14. Lemaire J. Bonus-malus Systems in Automobile Insurance. Kluwer Academic Publishers, Boston. 1995.

УЧЕТ И АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Юрлов Владимир Владимирович
магистрант, факультет экономики и финансов СПБГЭУ,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: yurlov.vladimir@yandex.ru

Гульпенко Кира Владимировна
научный руководитель, канд. экон. наук, профессор СПБГЭУ,
РФ, г. Санкт-Петербург

Уголь является одним из самых важных источников электроэнергии, он остается важным исходным элементом сырья в технологической цепочке потребления в химической промышленности. Уголь коксующихся марок остается необходимым для перерабатывающего производства для выплавки металла. В расходах на коммунально-бытовые нужды отводится особая значительная роль и доля угля. Угольная промышленность осуществляет функцию снабжения топливом железнодорожного и водного транспорта.

В угольной промышленности существует ряд особенностей, от которых зависит не только технология добычи и организация производства, но также и возможность операций по учету и контролю за затратами. Имеющийся характер ведения работ в угольной промышленности в том числе, подземный характер, и частое перемещение постоянных основных рабочих мест, создают определенные сложности в контроле за расходами на производство. Каждый разрез или шахта в целях обеспечения добычи заданного объема должны вести систематическую и своевременную подготовку рабочих мест, а также должны иметь плановую сеть горных выработок определенной сложности и протяженности. Преждевременное проведение подготовительных выработок или запланированный излишний объем приведет к необходимости их поддержания до начала отчетных работ, что скажется на дополнительных затратах. В случае, если в плане горных выработок запланированный объем горных выработок не будет достигнут на отчетную дату, приходящуюся на смену очистным забоям, которые заканчивают свою отработку, то данная

ситуация может негативно отразиться на стабильности работы подземной добычи угля или открытой добычи угля в виде понесенных дополнительных затрат.

Для своевременной подготовки рабочих мест, требуются затраты на дополнительные подготовительные операции, вызывающие необходимость организации специального учета [1, с. 41] расходов и последующего их отнесения на себестоимость добываемого угля.

В каждом забое, при проведении работ, необходимо наладить поступление воздуха в требуемом объеме, потому есть необходимость его регулирования подачи поступления в выработке. В противном случае, при условии нескольких выработок, в одной будет поступление воздуха больше, в другой – недостаточно. Отслеживанием отработанного и системой подачи чистого и свежего воздуха занимаются определенные участки, специализирующиеся на вентиляции.

Существенные расходы, занимающие значительное место в затратах, это расходы на ремонт и содержание горных выработок, а также на осушение горных выработок. Значительные расходы приходятся на погрузку угля в вагоны, сортировку угля, его обогащение и другие процессы, в которые входят операции по добыче и переработке угля.

В технологическом процессе по добыче угля, одним из главных звеньев является транспорт, который обеспечивает внешние и внутренние перевозки. Транспортировочные средства, в угольной промышленности, работают в специфических условиях. Транспортные средства в очистных забоях, например, необходимо транспортировать вслед за продвижением забоя.

Значительный удельный вес заработной платы в общей себестоимости продукции и расход рабочего времени, больший, чем в других отраслях, обуславливает трудоемкость добычи в угольных месторождениях, и особенность производства в угольной промышленности в целом. В подземной добыче угля на шахтах, значительное влияние на организацию производства оказывает давление, обильные подземные воды. Поэтому к формированию

стабильной и отработанной системы, несущей информацию о себестоимости продукции по отдельным статьям расходов и элементам затрат, предъявляются особые требования.

Условия труда горнорабочих и технологические процессы в угольной промышленности по открытой и подземной добыче изменяются в связи с увеличением технической оснащенности, внедрением комплексной механизации и автоматизации на производстве. К концентрации подготовительных работ приводит техническое переоснащение. В единый технологический процесс по отбойке, навалке угля, управления кровлей, транспортировке угля из лавы, позволило техническое переоснащение в виде механизированных комплексов, с чем угледобыча превратилась в непрерывное производство.

Характер организации и управление производственными процессами, а также структура и уровень затрат на производство, меняется под влиянием изменений в технологии добычи угля. От способов механизации работ, мощности пласта, в зависимости от нагрузки на лаву и других условий, приходящихся на себестоимость добычи угля на отдельных участках, составляет показатель в 3-4 раза ниже, чем на участках, имеющих более низкий уровень механизации очистных и подготовительных к выемке угля работ.

Все затраты на добычу распределяются по отдельным калькуляционным статьям, видам производства (основному и вспомогательному) [1, с. 75], экономическим элементам, по подземному и открытому способу добычи, по процессам производства на разрезах и шахтах, структурным подразделениям, согласно действующей системе регистрации хозяйственных операций. На разрезах и шахтах незавершенное производство отсутствует, а такие комплексные статьи, как общехозяйственные расходы, услуги вспомогательных цехов имеют небольшой удельный вес в общем объеме добычи угля. В связи с вышеописанным, калькулирование себестоимости по экономическим элементам, отличается наибольшей точностью.

Так во «Вспомогательных материалах», как элементе затрат, включается стоимость запасных частей с учетом расходов по их транспортировке

во вспомогательном и основном производстве, заготовке расходных материалов в разрезных и шахтных службах, расходы на эксплуатацию и содержание машин и оборудования, которые учитываются на производственных счетах. Также сюда входит стоимость предметов и материалов долговременного использования, применяемых при ведении подготовительных работ, текущего ремонта и содержания горных выработок. Элемент затрат «Топливо» учитывает стоимость привозного топлива, которое используется на технические нужды шахты или разреза, а также учитывается стоимость собственной добычи. Собственная добыча угля, как элемента затрат, учитывается по фактической производственной себестоимости.

Элемент «Электроэнергия» отражает расходы на электроэнергию, получаемую со стороны и направленную на израсходование на производственные, технологические и другие нужды по основной деятельности открытой или подземной добычи. Учитываются и расходы, приходящиеся на содержание внешних электростанций, которые числятся на балансе электросетевых районов.

Затратная статья «Работы и услуги производственного характера» включает и учитывает затраты на оплату услуг и работ по вывозке вскрыши и других производственных грузов, осуществляемых погрузочно-транспортным управлением, автотранспортным хозяйством по вывозке угля, породы и других грузов. Статья учитывает затраты на оплату работ и услуг по текущему ремонту основных фондов, затраты по вновь построенным сооружениям и реконструированным, вновь введенных в эксплуатацию, технически переоснащенным предприятиям.

Затратный элемент «Заработная плата» отражает основную дополнительную заработную плату промышленно-производственного персонала разреза, шахты, а также заработную плату несписочного состава, а также заработную плату руководителей, специалистов, других служащих (ранее ИТР). Здесь учитываются расходы на выдачу бесплатного пайкового угля работникам предприятия, оплата за основные и дополнительные отпуска, выплаты единовременных вознаграждений за выслугу лет и другие [2, с. 73].

Статья «Отчисления на социальное страхование» содержит отчисления в установленном размере от начислений заработной платы.

Статья затрат «Амортизация основных фондов» включает в себя сумму амортизации основных фондов, рассчитанную от балансовой стоимости основных фондов за определенный период времени, исходя из срока полезного использования основных фондов.

Расходы производственного характера относятся к статье «Прочие денежные расходы». В ней отражаются расходы командировочные, почтовые расходы, учитываются расходы на содержание вышестоящих организаций и другие [3, с. 90].

Для калькулирования себестоимости добычи угля по экономическим элементам в угледобывающей промышленности применяется калькуляция себестоимости добычи одной тонны угля по статьям затрат. Фактические затраты на добычу угля группируются по основным процессам производства. Особенности производства и управления предопределяют калькуляционные статьи и их содержание.

Список литературы:

1. Гульпенко К.В., Тумашик Н.А. Актуальные проблемы калькулирования в отраслях экономики: учебное пособие / К.В. Гульпенко, Н.В. Тумашик. — Москва: Проспект, 2017. — 239 с.
2. Гульпенко К.В., Тумашик Н.А. Актуальные проблемы бюджетирования в отраслях экономики: учебное пособие / К.В. Гульпенко, Н.В. Тумашик. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 135 с.
3. Касьянова Г.Ю. Себестоимость продукции, работ и услуг: бухгалтерская и налоговая (2-е изд., перераб. и доп.) / Г.Ю. Касьянова. - М.: АБАК, 2010. - 336 с.

УПРАВЛЕНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВАМИ КОРПОРАЦИИ

Ющенко Надежда Сергеевна
студент, кафедра финансов и кредита, БГТИ (филиал)ОГУ,
РФ, г. Бузулук
E-mail: nadushka280897@mail.ru

Верколаб Алла Александровна
научный руководитель, канд. экон. наук,
заведующий кафедрой финансов и кредита, БГТИ(филиал)ОГУ,
РФ, г. Бузулук

С юридической точки зрения, под обязательством понимают «взаимоотношение, в силу которого одна сторона (должник) обязана совершить в пользу другой стороны (кредитора) определенное действие (передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги) либо воздержаться от него» [5, с. 12]. С экономической точки зрения, обязательства предприятия представляют собой кредит.

Дебиторская задолженность - это кредит, предоставленный предприятием своим контрагентам. Кредиторская задолженность - задолженность предприятия за товары, работы, услуги, полученные в результате приобретения по открытому счету [4, с. 459].

Говоря об обязательствах корпорации, следует понимать, что это, с одной стороны, обязательства предприятия перед своими агентами и корреспондентами, т. е. обязательства, в которых предприятие выступает в качестве пассивной стороны. С другой стороны, это обязательства агентов и корреспондентов перед предприятием, т. е. обязательства, в которых предприятие выступает активной стороной [3, с. 227].

Эффективное управление дебиторской и кредиторской задолженностью залог успешной деятельности предприятия. Важное место при проведении краткосрочной финансовой политики традиционно отводится управлению дебиторской и кредиторской задолженностью.

Правильно выбранная кредитная политика, грамотная работа с дебиторами и кредиторами, приводит в конечном итоге к успешному финансовому положению предприятия и перспективам его развития.

Анализ практики управления обязательствами предприятия проводился на основе финансовой отчетности ПОУ «Бузулукская автомобильная школа» Регионального отделения ДОСААФ России по Оренбургской области.

Управление осуществляют директор ПОУ БАШ (ДОСААФ), заместитель директора по учебной работе и главный бухгалтер. ПОУ «Бузулукская АШ» РО ДОСААФ России не преследует цели получения прибыли от основной деятельности, но вправе оказывать платные услуги и заниматься предпринимательской деятельностью, соответствующей целям ее создания, в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Учредителем школы является Региональное отделение Общероссийской общественно-государственной организации «Добровольное общество содействия армии, авиации и флоту России» Оренбургской области.

Учебное заведение Бузулукская автошкола ДОСААФ России ведет круглогодичную подготовку граждан по военно-учетным специальностям (ВУС). Обучение проводится по заказу Министерства обороны России, которое определяет: сколько специалистов и по какой военно-учетной специальности необходимо подготовить в текущем году военному комиссариату субъекта Российской Федерации. Платная образовательная деятельность школы не предпринимательская, потому что получаемый от неё доход полностью идёт на возмещение затрат на обеспечение образовательного процесса (в том числе на заработную плату), его развитие и совершенствование школы.

Наиболее точную картину о кредиторской и дебиторской задолженности в ПОУ БАШ (ДОСААФ) позволит представить анализ основных показателей кредиторской и дебиторской задолженности в период 2014-2016 годы.

Таблица 1.

Величина выручки, дебиторской и кредиторской задолженностей ПОУ БАШ (ДОСААФ) в 2014-2016 гг.

Показатель, тыс.руб.	2014	2015	2016
Кредиторская задолженность	796	956	1134
Дебиторская задолженность	65	39	51
Выручка	10581	17833	16752

Как мы видим, в период 2014-2016 годы величина кредиторской задолженности имела тенденцию увеличения. Величина дебиторской задолженности в анализируемом периоде имела тенденцию снижения.

В 2014 году наибольший удельный вес в общей структуре кредиторской задолженности занимает задолженность перед персоналом организации и составляет 48,99 %. Наименьший удельный вес занимает задолженность перед государственными внебюджетными фондами и составляет 2,26 %.

В 2015 году наибольший удельный вес в общей структуре кредиторской задолженности занимает задолженность перед региональными организациями и составляет 45,82 %. Наименьший удельный вес занимает задолженность перед поставщиками и подрядчиками и составляет 12,13 %.

В 2016 году наибольший удельный вес в общей структуре кредиторской задолженности занимает задолженность перед региональными организациями и составляет 60,32 %. Наименьший удельный вес занимает задолженность по налогам и сборам и составляет 0,09 %.

Анализ оборачиваемости кредиторской задолженности можно провести, определив коэффициенты оборачиваемости кредиторской задолженности и длительность оборотов кредиторской задолженности в анализируемом периоде.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности определяется как отношение между годовой выручкой и средней величиной кредиторской задолженности [1]. Он показывает, сколько требуется оборотов для оплаты выставленных счетов.

Таблица 2.

Оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности ПОУ БАШ (ДОСААФ) в 2014-2016 гг.

Показатель	2014	2015	2016
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	13,29	18,65	14,77
Длительность оборотов кредиторской задолженности	27,46	19,57	24,71
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	162,78	457,26	328,47

Коэффициенты оборачиваемости кредиторской задолженности в анализируемом периоде имели тенденцию увеличения, а длительность оборотов кредиторской задолженности имела тенденцию снижения.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности значительно больше коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности в анализируемом периоде, и также имели тенденцию увеличения.

Данную тенденцию можно отобразить в виде графика, где синей линией обозначен коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, а красной – коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности.

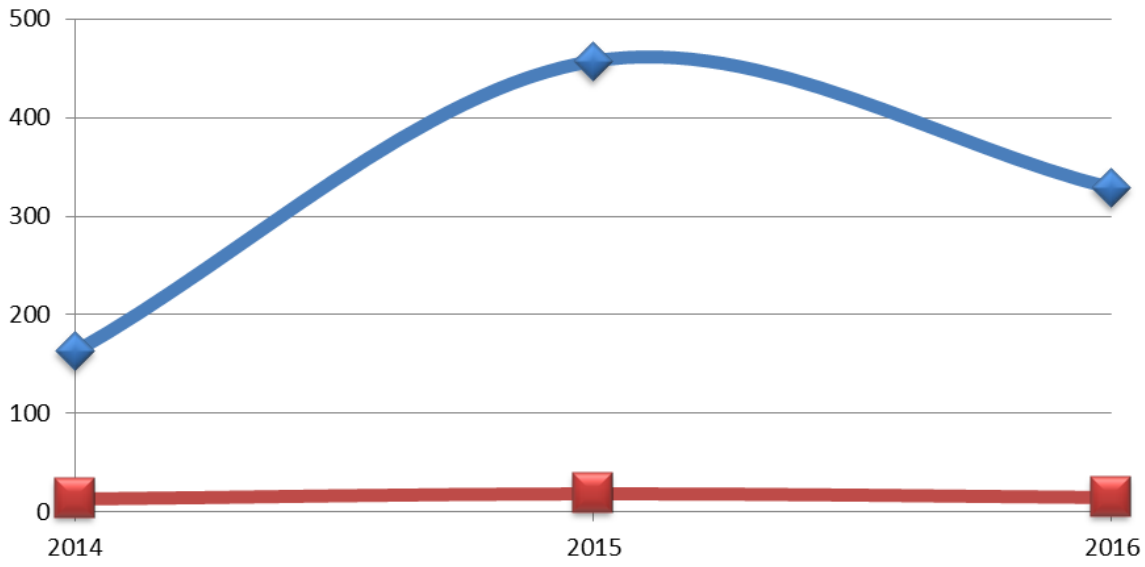


Рисунок 1. Динамика количества оборотов дебиторской и кредиторской задолженностей ПОУ БАШ (ДОСААФ) в 2014-2016 гг.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ПОУ БАШ (ДОСААФ) осуществляла свою деятельность эффективно. Ситуация, связанная с деловой активностью, благоприятная.

На основе проведенного анализа определены направления совершенствования управления обязательствами ПОУ БАШ (ДОСААФ): для повышения ликвидности, финансовой устойчивости, поддержание жизнеспособности ПОУ БАШ (ДОСААФ) в обозримом будущем необходимо проведение мер финансового оздоровления, разработка адекватной кредитной политики, оптимизация и минимизация кредиторской задолженности [2, с. 274].

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что контроллинг, рекомендованный для применения в управлении обязательствами, имеет наряду с функцией обратной связи функцию обеспечения продвижения вперед.

Данное направление, по нашему мнению, сможет существенно оптимизировать процесс управления кредиторской задолженностью ПОУ БАШ (ДОСААФ), так как ориентировано в конечном счете на экономическую эффективность работы предприятия.

Список литературы:

1. Бухгалтерская отчетность ПОУ «Бузулукская АШ» РО ДОСААФ России по Оренбургской области в 2014-2016 гг.
2. Кравчук Д.И. Проблемы и пути решения управления дебиторской задолженностью на предприятии / Д.И. Кравчук, В.И. Кравчук // Молодой ученый. – 2015. – № 2. – С.272-274.
3. Погорелова М.Я. Бухгалтерский (финансовый) учет: Теория и практика: учеб.пособие / под редакцией М.Я. Погореловой. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, - 2015. – 331с. - ISBN: 978-5-16-010753-0.
4. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник / под редакцией Г.В. Савицкой. – 14-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М. – 2014. – 649с. - ISBN: 978-5-16-006502-1.
5. Сутягин В.Ю., Беспалов М.В. Дебиторская задолженность: учет, анализ, оценка и управление: учеб.пособие / под редакцией В.Ю. Сутягина, М.В. Беспалова, - М.: ИНФРА-М. – 2014. – 216с. – ISBN: 978-5-16-006878-7.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам LXI студенческой международной научно-практической конференции

№ 1 (61)
Январь 2018 г.

В авторской редакции

Издательство АНС «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 4.
E-mail: mail@sibac.info

СибАК

www.sibac.info