



LVIII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№ 10(58)



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам LVIII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 10 (58)
Октябрь 2017 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2017

УДК 33.07
ББК 65.050
НЗ4

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»;

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;

Юманова Наталья Николаевна – канд. экон. наук, доц., доц. кафедры финансов, денежного обращения и кредита Тюменского государственного университета

НЗ4 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:

Электронный сборник статей по материалам LVIII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК». – 2017. – № 10 (58) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/10\(58\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/10(58).pdf).

Электронный сборник статей по материалам LVIII 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

Оглавление

| | |
|---|----------|
| Секция «Маркетинг» | 4 |
| ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ - ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА Ситкевич Мария Владимировна Земляк Светлана Васильевна | 4 |
| Секция «Экономика» | 7 |
| СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В СФЕРУ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ Барынина Ксения Вадимовна Мамон Наталья Владимировна | 7 |
| ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНТРОВ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ РЕМОНТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ Грицай Алена Викторовна Иванова Наталья Евгеньевна | 13 |
| СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ НА КРЕДИТНОМ РЫНКЕ Давыдова Вероника Георгиевна Некрасова Инна Владимировна | 16 |
| ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПАО «ФАРМСТАНДАРТ» Михайлова Мария Викторовна Мишукова Дарья Сергеевна Северинова Анна Эдуардовна | 19 |
| РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАМКАХ ТРЕТЬЕЙ МОДЕРНИЗАЦИИ КАЗАХСТАНА Мударисов Рамиль Ринатович Холодова Светлана Михайловна | 25 |
| РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИКЛИЧНОСТИ ЭКОНОМИКИ Науменко Мария Андреевна | 28 |
| БИЗНЕС-ПЛАН В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ Озниева Марьям Махмедовна | 31 |
| ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Приступа Мария Эдуардовна Иванова Наталья Евгеньевна | 35 |
| ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИЙ Смигельских Дмитрий Александрович Остапенко Ирина Николаевна | 40 |
| СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ Трофимов Глеб Витальевич | 44 |

СЕКЦИЯ «МАРКЕТИНГ»

ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ - ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА

Ситкевич Мария Владимировна

*магистрант, программа "Финансовый маркетинг"
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Смоленский филиал)
РФ, г. Смоленск
E-mail: sitkevich.maria@yandex.ru*

Земляк Светлана Васильевна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф., зав. кафедрой "Экономика и менеджмент"
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Смоленский филиал)
РФ, г. Смоленск
E-mail: svaz007@mail.ru*

Маркетинг с течением времени приобретает новые выражения, появляются изменения. Данная динамика связана с объективно меняющимся процессом усовершенствования мировой сферы экономики и ведения бизнеса в реальной среде. Конкуренция финансового рынка стала стимулом, заставляющим вкладывать денежные средства в финансовый маркетинг. Финансовый маркетинг является видом маркетинга, его цельным звеном, а также функцией, динамично растущей сферы менеджмента, выстраивающей комплексные коммуникации развития экономической сферы бизнеса.

Сферой деятельности финансового маркетинга выступает финансовый рынок. Грамотное управление финансами предприятия, а также формирование альтернативных стратегий развития - зависит от правильно выстроенной финансовой структуры. Эффективность финансовой деятельности отражается в объемах следующих показателей: прибыли, количестве услуг, масштабе деятельности, занимаемой доле рынка, уровне рентабельности. Финансовый маркетинг – можно представить, как системный маркетинг, обусловленный выбором определенного сегмента финансового рынка с дальнейшей разработкой финансовых активов [6]. Управлением и реализацией финансовых активов предприятия.

Спектр финансового маркетинга позволяет изучать один и тот же субъект на рынке в разных ролях: в роли продавца финансовых активов и в роли покупателя данных активов. Взаимодействие инвесторов-продавцов, отдающих в управление финансовые активы (деньги, ценные бумаги) и инвесторов-покупателей реализующих управление накопленными финансовыми активами-есть предмет изучения финансового маркетинга.

Финансовый маркетинг выполняет следующие базовые функции: -Анализирует внешнюю среду рыночных отношений; -Анализирует восприятие продукта потребителем; - Ориентирует типовые группы сегмента. В сферу изучения финансового маркетинга входят способы реализации продукта, методики продвижения товара, рыночное ценообразование. Не менее важным элементом выступает моделирование комплексных маркетинговых коммуникаций и прозрачный мониторинг результатов в режиме реального времени.

В условиях высокой конкуренции финансового сектора, необходимо обладать выраженным преимуществом по отношению к конкуренту, позиционировать с учетом конкретной целевой группы потребителей данного спектра продукта или услуги. Привлечение новых клиентов, не пользующихся данными услугами- основная цель проведения комплекса базовых действий. Потребитель, а также потребительское поведение -

важный объект маркетинговых исследований. Следовательно, регулярно происходит появление новых «уникальных продуктов», с целью формирования долгосрочной лояльности клиентов.

В итоге активная деятельность финансового маркетинга сводится к созданию новых финансовых активов и новых финансовых рынков, а также к расширению, удержанию доли рынка. Необходимо четкое планирование политики предприятия, постановка целей и определение пути их достижения. Но не менее важно учитывать возможные расходы, понесенные предприятием в результате осуществления данной деятельности. По возможности следует снижать издержки, направлять имеющиеся ресурсы в наиболее прибыльные сегменты, находить свободные ниши на рынке, разрабатывать новые финансовые продукты и услуги.

К объектам финансового маркетинга относятся такие финансовые институты, как пенсионные фонды, фондовые биржи, страховые компании, аудиторские компании, банки, инвестиционные фонды, лизинговые компании - предприятия оказывающие финансовые услуги. Для реализации своей деятельности используют передовые технологии отслеживания и ведения операций. Данные технологии – выступают инструментами. Решают вопросы по обработке и анализу данных, т.е. отслеживают в режиме реального времени значительные пласты информации. В России основными базами данных выступают сервера программного обеспечения, особо крупные компании имеют свои собственные дата-центры, хранения и обработки информации.

Развитие финансового сектора финансируется передовыми финансовыми институтами. Для чего это необходимо? Во- первых для устранения утечки информации. Во- вторых для сокращения издержек при создании новых финансовых активов. Зарубежные компании используют масштабные базы данных - способные реализовать данные процессы, например- Big Data [4], активно используется в различных секторах. Новая технология, Blockchain [2] – программное обеспечение, сосредоточенное на блокчейн-решениях, но как основной вид защиты полностью не установленный, в силу недоработки. Индустрия блокчейна в России развивается стремительными темпами, технология уже появилась и используется только в тестовом режиме. Крупные игроки рынка реализуют пилотные проекты на данном программном ресурсе. Разрабатывается законодательная база для блокчейна и криптовалют, которые приравниваются к финансовому инструменту. Появляются новые Стартапы [7] продвигающие и реализующие, данные технологии, но в условиях «зарегулированности» финансового сектора (например -банков) процесс сложен во внедрении и автоматизации.

Блокчейн – это децентрализованная база данных, основанная на одноранговой блокчейн-сети, общем реестре и криптографии публичного и приватного ключа. Войдя в блокчейн-сеть, пользователь подключается к другим компьютерам сети для того, чтобы обмениваться с ними данными (блоками и записями) [3]. Данные можно прочитать, имея ключ, который состоит из кодов, которые способны отслеживать малейшие мошеннические вмешательства в код, информация распределена по сети среди сотен компьютеров. Записанную информацию невозможно изменить, преобразовать или стереть. Система позволяет хранить денежные средства, важные документы, коды. Отслеживать сделки и операции, а также самостоятельно, без посредников, совершать денежные транзакции.

В текущей действительности целью финансового маркетинга банков является приспособление деятельности к требованиям рынка и извлечение максимальной прибыли [5]. Сложно представить, чтобы завтра банк начал осуществлять эквайринг биткоина [1], хотя технологически это достаточно простой процесс. Работа основывается на потребности клиентов, управление активами, перепродажи денежных средств (финансовый маркетинг) работа основывается на приоритетных направлениях:

- Обслуживание юридических лиц. Это более сложная и кропотливая задача, нужно зачастую разрабатывать уникальные продукты и банковские программы.
- Обслуживание физических лиц. Основанное на увеличение массива частных клиентов, но при этом увеличивается маркетинговая подготовка новых уникальных предложений для массового потребителя.

Потенциал технологии Blockchain таков, что банков в их классическом понимании в скором времени может не стать. Возможно это будет, платформенное приложение, базирующееся на предоставлении услуг в большей степени конечным потребителям.

На сегодня это подтвержденные экспериментами отдельные направления работы блокчейна. Блокчейн в скором времени начнет «имитировать» текущую валюту или она же в классическом понимании выйдет из оборота обращения. Соответственно, с технологической точки зрения блокчейн-системы, однозначно имеют перспективы развития. При этом потенциал использования блокчейн-технологии невероятно большой. Развитие данной технологии неизбежно влечет за собой масштабную перестройку всей устоявшейся системы, которая затрагивает интересы «ведущих» и «ведомых» сторон.

Таким образом, финансовый маркетинг – это поиск способов реализации финансовых услуг и продуктов, с максимальной эффективностью для самого предприятия, с учетом реальных, актуальных потребностей клиентов. В условиях конкуренции важно уделять внимание системе контроля и будущего планирования финансового сектора. В будущем это поможет быть готовым к резким изменениям в мировом масштабе при внедрение передовых систем обработки (хранения) данных.

Список литературы:

1. Биткойн. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Биткойн>.
2. Блокчейн. Цепочка блоков транзакций. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Блокчейн>.
3. Блокчейн и облачные технологии. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.iksmedia.ru/articles/5281206-Blokchejn-i-oblachnye-texnologii.html>.
4. Большие данные. Big Data. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Большие_данные.
5. Макарова Г.П. Система банковского маркетинга: Учебное пособие. -М.: Финстатинформ, 2006. - 300 с.
6. Финансовый маркетинг: теория и практика: учебник для магистров: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [Артемьева О.А. и др.]; под общ. Ред. С.В. Карповой; Финансовый ун-т при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Юрайт, 2013. - 424 с.
7. Стартап - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://constructorus.ru/finansy/chto-takoe-startap.html>.

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ
В СФЕРУ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Барынина Ксения Вадимовна

*студент магистратуры,
кафедра экономики и управления, КГУ,
РФ, г. Кострома*

E-mail: KBarunina2011@yandex.ru

Мамон Наталья Владимировна

*научный руководитель,
проф. кафедры экономики и управления КГУ,
канд. экон. наук, КГУ,
РФ, г. Кострома*

Сохранение культурного наследия является одной из актуальнейших современных проблем. В настоящее время важность сохранения объектов культурного наследия сводится не только к желанию уберечь ценности для будущих поколений, удовлетворению эстетических, культурных потребностей здесь и сейчас, но и к рассмотрению объектов культурного наследия в качестве стратегического ресурса. Последнее подразумевает применение таких объектов в качестве двигателя социального и экономического развития. Чтобы получить максимальную выгоду от эксплуатации объектов, требуется приспособить их для востребованного коммерческого использования.

В 70-е годы прошлого века начало оформляться новое научное направление – «экономика культурного наследия». Одним из первых его стал развивать Алан Пиокк – британский экономист. Научные изыскания по данному направлению производятся и в настоящее время. За этот период были опубликованы различные теоретические и практические исследования [11].

Зарубежные и отечественные авторы предлагают разные способы, которые, по их мнению, помогли бы эффективно привлекать инвестиции в сферу культурного наследия. На основании проведенного монографического анализа нами определен состав этих способов и проведена их группировка по ряду параметров (табл. 1).

Таблица 1.

**Классификация способов эффективного привлечения инвестиций
в сферу культурного наследия**

| Автор | Сущность способа |
|--|---|
| I. Привлечение инвестиций через реализацию механизма ГЧП | |
| 1. А.В. Нежданова-Байковская [8] | В качестве дополнения к механизму государственно-частного партнерства (или даже вместо него) предлагается использовать: контракты, заказы и иные договорные формы гражданско-правовых отношений между хозяйствующими субъектами |
| 2. Н.В. Медведева [6] | Для развития государственно-частного партнерства (ГЧП) необходимо: <ul style="list-style-type: none"> • создание перечня государственных услуг в области культурного обслуживания, оказание которых может быть передано негосударственным поставщикам; • развитие механизмов государственно-частного партнерства через целевые программы; • популяризация положительного опыта реализации проектов с использованием различных форм государственно-частного партнерства |
| 3. В.С. Латыпов, А.М. Воротников [4] | Важнейшим средством активизации потенциала культурно-исторических центров и обеспечения сохранности памятников исторического наследия может стать культурно-познавательный туризм (КПТ) |
| II. Заимствование новых механизмов из зарубежного опыта | |
| 1. Ф. Спаньоло [14] | Для эффективного осуществления отношений ГЧП необходимо создавать фонды совместного софинансирования , где будут объединены частные и государственные средства |
| 2. В.Н. Лебедев, А.Ж. Якушев [5] | Авторы считают, что одним из эффективных механизмов, способствующих реализации ГЧП является национальный траст |
| 3. В. Сеницын [13] | Внедрение в помощь механизму государственно-частного партнерства практики создания креативных кластеров |
| 4. Т.В. Абанкина, П.В. Деркачев [2] | Привлекать инвестиции через новое использование ОКН в целях развития туризма и «индустрии гостеприимства», арт-резиденций и образовательных центров |
| III. Привлечение общества к сохранению ОКН | |
| 1. А.Я. Рубинштейн [11] | Привлечение общественных ресурсов для поддержки памятников истории и культуры: благотворительные пожертвования в разных форматах; процентная филантропия ; плата за услуги ; туризм ; волонтерство , общество друзей организации ; краудфандинг ; средства по завещанию |

Таблица 1. (продолжение)

| Автор | Сущность способа |
|--|---|
| 2. Л. Романов, А. Уласова, С. Бородина, А. Абдулхакова, Н. Гарипов, В. Сеницын, Т. Уразаев [9] | Усиление мониторинга за собственниками объектов культурного наследия, перевод земельных участков в границах территорий объектов культурного наследия в категорию земель, особо охраняемых с внесением в государственный кадастр недвижимости |
| 3. Т. Абанкина [1] | Привлечение общественности к сохранению ОКН через механизм фандрайзинга |
| IV. Привлечение инвестиций через указание на экономические преимущества | |
| 1. Специалисты Министерства культуры РФ [7] | Для успешной реализации механизма ГЧП необходимо вводить поддержку: проектов на основе концессионных соглашений, инвестиционно-девелоперских проектов, частных проектов в сфере креативной индустрии, системной социо-культурной практики, коммерческих событийных проектов |
| 2. Д. Рипкем [10] | Инвестирование в объекты культурного наследия и дальнейшее приспособление для современного использования ведет к необходимости развития инфраструктуры. В данном случае выгоду получают субъекты экономических отношений, которые непосредственно не связаны с ОКН |
| 3. Т. Рыжова [12] | Поддержка конкретных проектов, в особенности, направленных на размещение гостей города |
| 4. Т.С. Федорова [15] | Государство должно стимулировать частную инициативу через указание на экономическую выгоду (повышенную реальную стоимость ОКН) |
| V. Привлечение инвестиций через изменение нормативно-правовой базы | |
| 1. Специалисты Администрации Санкт-Петербурга [3] | Базовый принцип - комплексное сохранение наследия , подразумевает иницилирующую, контролирующую и координирующую функции органов государственного управления в развитии партнерских отношений с общественностью и негосударственным сектором. Следует стимулировать междисциплинарный, межведомственный подход к сохранению культурного наследия, используя все доступные ресурсы |

Первая группа авторов [8, 6, 4] в качестве основного способа сохранения объектов культурного наследия рассматривает механизм государственно-частного партнерства и направления его совершенствования. Очевидно, что сейчас государство не имеет достаточных средств, чтобы обеспечить сохранность всех ОКН. Один из способов решения данной проблемы – применение механизмов государственно-частного партнерства. Однако, организационные, юридические и правовые аспекты данной сферы находятся на этапе формирования. Поэтому стоит уделить внимание особенностям, применимым именно для современных российских реалий. А именно: больше указывать на выгоды, которые получают потенциальные инвесторы, вступая в отношения «государство – частный партнер»;

четко обозначать допустимые границы воздействия на ОКН, передаваемые частному лицу; развивать культурно-познавательный туризм. Данные методы, направленные на совершенствование механизма, будут эффективны в том случае, когда субъекты, заинтересованные в восстановлении ОКН, будут получать существенные экономические преимущества.

Ряд авторов видит решение проблемы в применении зарубежного опыта [14, 5, 13, 2]. Общей их мыслью является включение объектов культурного наследия в общеэкономическую среду через приспособление к современному использованию. В этом случае выгоду получают не только те, кто непосредственно занят сохранением ОКН, но и те, кто помогает развивать инфраструктуру. Авторы предлагают достаточно масштабные проекты: фонды, объединяющие частные и государственные средства, национальный траст, креативные кластеры. Национальный траст – независимая от государства благотворительная организация, которая занимается сохранением исторического, культурного и природного наследия. Креативный кластер – это объединение в одном месте творческих предпринимателей, работающих на благо определенной территории. Объединение средств и сил поможет привлечь не только внимание, но и средства для поддержания ОКН.

Одним из парадоксов сферы культурного наследия является его высокая значимость для общества в целом при недостаточности финансирования. Поэтому ряд авторов [11, 9, 1] видят необходимость привлечения общества к сохранению ОКН. Ведь наследие является общим достоянием не только для россиян, но и всего мирового сообщества. Различные некоммерческие организации, локальные ассоциации, добровольчество, волонтерство, частные инвестиции – все это поможет эффективнее осуществлять деятельность по сохранению ОКН. Диапазон функций, выполняемых некоммерческими общественными организациями, достаточно широк: мониторинг, помощь в выявлении объектов, находящихся под угрозой, сбор средств, и, конечно, популяризация объектов и включение в туристическую сферу. В данном случае акцент делается на финансирование мероприятий со стороны граждан и общественных организаций, а не государства. К такому финансированию относятся: плата за туристические услуги, часть которой перечисляется на сохранение ОКН; процентная филантропия, дающая физическим лицам возможность требовать от налогового органа перечислять определенный процент от НДФЛ в указанный ими фонд или общественную организацию; краудфандинг – добровольное объединение средств частных лиц для поддержки инициатив других лиц или организаций; фандрайзинг – процесс организации привлечения ресурсов из внешней среды. Данные методы будут эффективны при условии большой включенности в сохранение ОКН всего общества.

Авторы, отнесенные нами к IV группировке [7, 10, 12, 15] указывают на повышение эффективности привлечения инвестиций в сферу культурного наследия через расширение возможности получать экономические выгоды. Государство готово направить средства на поддержание конкретных инициатив и проектов. В таком случае предприниматели получают возможность максимизации своей прибыли от использования ОКН. В данном случае сложность представляет всесторонняя оценка культурного объекта как экономического актива.

Наконец, ряд авторов [3] видят решение проблемы привлечения инвестиций в совершенствовании нормативно-правовой базы. Работа на законодательном уровне должна сводиться к тому, чтобы отходить от принципа остаточного финансирования сферы культурного наследия. Охрана ОКН должна основываться не на запретительных мерах, а на раскрытии потенциальных возможностей. Важно создать благоприятный инвестиционный климат. Для этого необходимо комплексное включение в проблему всех государственных и муниципальных ведомств. Приоритетным должен стать принцип получения экономической выгоды при пользовании ОКН.

Как можно определить из вышесказанного, четко разделить мнения авторов по проблеме эффективного привлечения инвестиций в сферу культурного наследия на группы достаточно сложно. Предлагаемые меры тесно переплетаются между собой, тем самым указывая на междисциплинарный характер исследуемой проблемы. По-нашему мнению, в первую очередь необходимо заняться популяризацией ОКН, тем самым увеличив интерес

к сохранению этого общественного блага. Ведь чем больше будет спрос на такие блага, тем больше будет прилагаться усилий для его удовлетворения. Только после этого целесообразно использовать экономические механизмы, приносящие прибыль. Считаем, что процесс сохранения ОКН будет развиваться только при участии широкого круга заинтересованных лиц.

Список литературы:

1. Абанкина Т.В. Креативная экономика: переход к капитализации культурного наследия / Т.В. Абанкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://publications.hse.ru/articles/206297273> (Дата обращения: 28.06.2017).
2. Абанкина Т.В. Стратегии повышения эффективности использования объектов культурного наследия / Т.В. Абанкина, П.П. Деркачев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vgmu.hse.ru/data/2016/12/27/1114777500/Абанкина,%20Деркачев%204-2016.pdf> (Дата обращения: 28.06.2017).
3. Администрация Санкт-Петербурга. Официальный сайт. Петербургская стратегия сохранения объектов культурного наследия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_govcontrol/peterburgskaya-strategiya-sohraneniya-kulturnogo-naslediya/ (Дата обращения: 28.06.2017).
4. Латыпов В.С. Перспективы использования государственно-частного партнерства в сфере культуры и развития культурно-познавательного туризма / В.С. Латыпов, А.М. Воротников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dpr.ru/journal/journal_43_9.htm (Дата обращения: 28.06.2017).
5. Лебедев В.Н. Государственно-частное партнерство как важнейший элемент механизма восстановления и сохранения культурно-исторического наследия России / В.Н. Лебедев, А.Ж. Якушев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-kak-vazhneyshiy-element-mehanizma-vo-sostanovleniya-i-sohraneniya-kulturno-istoricheskogo> (Дата обращения: 28.06.2017).
6. Медведева Н.В. Государственно-частное партнерство в сфере культуры: особенности и проблемы развития / Н.В. Медведева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yandex.ru/clck/jsredir?from=yandex.ru%3Bsearch%2F%3Bweb%3B%3B&text=&etext=1466....5.390991485700964> (Дата обращения: 28.06.2017).
7. Министерство культуры РФ. Государственно-частное партнерство в сфере культуры: успешные проекты регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/?url=ya-browser%3A%2F%2F4DT1uXEPRrJRXIUfoewruAL...28_01_2016_02.docx (Дата обращения: 28.06.2017).
8. Нежданова-Байковская А.В. Государственно-частное партнерство как способ сохранения и возрождения памятников культурного наследия / А.В. Нежданова-Байковская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/Nezhdanova-Bajkovskaya-Anastasiya-Valerevna.pdf> (Дата обращения: 28.06.2017).
9. Романов Л. Проект концепции создания механизм привлечения инвестиций в сохранение русской усадьбы как объекта культурного наследия / Л. Романов, А. Уласова, С. Бородин, А. Абдулхакова, Н. Гарипов, В. Синицын, Т. Уразаев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-sozdaniya-mehanizma-privlecheniya-investitsiy-v-sohraneni-russkoj-usadby-kak-obekta-kulturnogo-naslediya> (Дата обращения: 28.06.2017).
10. Рипкем Д. Экономика исторического наследия. Практическое пособие для руководителей местных организаций / Д. Рипкем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://archi.ru/lib/book.html?id=2146064236> (Дата обращения: 28.06.2017).
11. Рубинштейн А.Я. Проблемы экономики культурного наследия / А.Я. Рубинштейн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sias.ru/upload/iblock/1e7/2016_aktualnie_problemi_ekonomiki.pdf (Дата обращения: 28.06.2017).

12. Рыжова Т. «Культурный капитал»: о духовном на языке экономики / Т. Рыжова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://home.nnov.org/school/2848348.html> (Дата обращения: 28.06.2017).
13. Сеницын В. Европейский опыт витализации объектов культурного наследия / В. Сеницын [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evropeyskiy-opyt-vitalizatsii-obektov-kulturnogo-naslediya> (Дата обращения: 28.06.2017).
14. Спаньоло Ф. Передовой итальянский опыт: Фонд реставрации античных Стабий / А.В. Нежданова-Байковская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://oreshekpark.ru/wp-content/uploads/2015/09/sbornik_rus.pdf (Дата обращения: 28.06.2017).
15. Федорова Т.С. Экономическое измерение сохранения культурного наследия (по материалам всемирного доклада ЮНЕСКО –2000) / Т.С. Федорова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/fedorova_econ_izm_nasl.pdf (Дата обращения: 28.06.2017).

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНТРОВ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ РЕМОНТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Грицай Алена Викторовна

*студент магистратуры,
кафедра бухгалтерского учёта и экономического анализа
ФГОУ ВО МГТУ им. Г.И. Носова
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: gritsai.alen@yandex.ru*

Иванова Наталья Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
ФГОУ ВО МГТУ им. Г.И. Носова
РФ, г. Магнитогорск*

Напрямую на величину финансовых результатов организации не может оказывать влияние распределение затрат по структурным подразделениям, однако позволяет целенаправленно осуществлять контроль затрат и как правило, приводит к их снижению. В специализированных ремонтных организациях, производящих ремонт специальной техники, затраты группируются по местам возникновения, но в управленческом учете каждому месту возникновения затрат должна соответствовать своя сфера ответственности [1].

По мнению Алборова Р.А. и Ливенской Г.Н «центр ответственности - это сегмент организации, по которому контролируются производственные затраты, а также полученный доход или процесс его инвестирования. При этом руководитель центра ответственности несет ответственность за процесс формирования этих показателей» [2, с. 6].

Целью учета по центрам ответственности, является обобщение и классификация затрат по каждому центру ответственности, и отнесения отклонений на конкретное лицо, непосредственно повышает контроль не только за количеством, но и за качеством продукции.

Для эффективной работы системы управления по центрам ответственности при ее разработке нужно учитывать следующие основные факторы:

- отнесение на центры ответственности только тех показателей, по которым можно проследить эффективность работы руководителя и его персонала;
- списание затрат должно строго относиться на тот центр ответственности, в котором они и появились, по средствам контроля за первичной документацией;
- материальная мотивация, после достижения поставленных результатов;
- рациональность содержания управления центрами ответственности, то есть расходы не должны превышать приносимый эффект от деятельности самого центра.

Рассмотрим основные центры ответственности:

1) центр затрат – это структурное подразделение, ответственное за достижение планового уровня затрат на производство продукции, причем при различных отклонениях фактического уровня затрат от планового можно проследить за эффективностью деятельности данного центра.

Центры затрат можно подразделить на центр закупок и центр управленческих расходов. Первый центр в организации является непосредственно отделом по снабжению. Вторым можно считать аппарат управления.

2) центр доходов – это структурное подразделение, ответственное за максимизацию дохода от продаж, то есть за сбыт продукции, но при неизменном объеме ресурсов.

3) центр прибыли – это структурное подразделение, ответственное за текущий финансовый результат организации. Главная его цель – это максимизация прибыли.

4) центр инвестиций – это структурное подразделение, ответственное за эффективное использование инвестируемых денежных средств, по средствам составления прогнозного бюджета.

Существуют такие центры ответственности, как маржинального дохода, контроля и управления, капитальных вложений, но они не смогут помочь в управлении затрат в специализированных ремонтных организациях, исходя из специфики деятельности.

Формируя систему управления по центрам ответственности, следует учитывать, что управление затратами не становится основной целью.

При введении системы учета и анализа по центрам ответственности появляется возможность оценивать соответствие итоговых результатов, запланированных по каждому из них, так как они являются неотъемлемыми плановыми объектами, отвечающие за своевременное исполнение бюджетных показателей, определяемых аппаратом управления при разработке сводного бюджета организации на предстоящий период.

Помимо управления затратами организация преследует и другие цели, связанные с обеспечением конкурентоспособности, расширения рынка деятельности, предоставлением новых услуг, освоение современных технологий производства и восстановления запасных частей, повышение квалификации персонала, использование новых информационных систем, которые будут использоваться для отслеживания всех этапов работы по каждому заказу. Система управления затратами не должна препятствовать достижению основных целей. Главная задача заключается в том, чтобы согласовывать действия всех руководителей центров ответственности, для этого следует проводить более детальный анализ.

Савицкая Г.В. утверждает, что «главная цель анализа по центрам ответственности - выявление резервов роста прибыли за счет повышения активности руководителей на всех уровнях. С этой целью строго регламентируются функции каждого руководителя на всех уровнях и соответствующим образом формируются и отражаются затраты в планах и отчетах фирмы» [3, с. 249].

Деятельность центров ответственности планируется и контролируется через систему ключевых показателей.

Таблица 1.

Рекомендуемые центры ответственности в специализированных ремонтных организациях

| Центр ответственности | Показатели |
|---|--|
| Центр затрат (отдел кадров, бухгалтерия, финансовый отдел) | <ul style="list-style-type: none"> • объемы выполняемой работы; • производительность труда; • среднемесячная заработная плата рабочих; • численность рабочих; • отпускные цены на капитально отремонтированную технику; • себестоимость единицы капитального ремонта; • объём специализированной товарной продукции. |
| Центр доходов (производственный отдел) | <ul style="list-style-type: none"> • объем продаж; • величина денежных поступлений; • потребность в запасных частях; • расход материалов на осмотры и межремонтное обслуживание; • сумма ремонтных единиц оборудования. |
| Центр прибыли (планово-экономический отдел) | <ul style="list-style-type: none"> • рентабельность; • структура оборотного капитала; • стоимость основных производственных фондов; • тарифный фонд заработной платы; • общий фонд заработной платы работающих; • годовой объем ремонтных работ; • среднесписочная численность рабочих по техническому обслуживанию оборудования. |

По рекомендуемым показателям можно проводить анализ в центрах ответственности, который позволит следить за исполнением планов и бюджетов, посредством получения информации о результатах деятельности, а также и о причинах корректировки утвержденных планов. На этапе анализа при дальнейшем планировании бюджета центра ответственности необходимо устранить влияние факторов, не зависящих от руководителя. Для их отслеживания стоит провести факторный анализ, сутью которого является определение отклонений от изменений объема производства и ценовых факторов, а также составлять гибкий бюджет, рассчитанный на основе фактического объема производства. Следует использовать сметы и отчеты, в которых более детально будет представлена информация о выполненных работах, а также в пояснении от руководителя каждого центра ответственности указывать отклонения от намеченного плана и по каким причинам были сделаны корректирующие меры.

Список литературы:

1. Иванова Н.Е., Грицай А.В. Особенности совершенствования управленческого учета затрат в специализированных ремонтных организациях // Молодой ученый. – 2017. – № 14. – С. 358-360.
2. Алборов Р.А., Ливенская Г.Н. Организация управленческого учета по центрам ответственности в производственных организациях: монография / Р.А. Алборов, Г.Н. Ливенская. — Ижевск: Издательство «Удмуртский университет», 2013. – 108 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 536 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ НА КРЕДИТНОМ РЫНКЕ

Давыдова Вероника Георгиевна

студент магистратуры экономического факультета, ЮФУ

РФ, г. Ростов-на-Дону

E-mail: davydovava_nika@mail.ru

Некрасова Инна Владимировна

научный руководитель канд. экон. наук, доц. кафедры «Финансы и кредит»

экономического факультета ЮФУ,

РФ, г. Ростов-на-Дону

Сложившаяся в отечественной экономике ситуация требует создания условий для активизации деятельности предприятий реального сектора экономики. Этому в значительной степени способствовало бы формирование в нашей стране современного рынка банковских услуг для корпоративных клиентов. Его модернизация положительно сказалась бы не только на работе кредитных учреждений и состоянии межбанковской конкуренции, но и на функционировании самих клиентов, а, следовательно, и реального сектора отечественной экономики.

Поэтому совершенствование кредитных продуктов банков путем улучшения характеристик существующих продуктов и внедрения новых продуктов представляется актуальной темой исследования.

Кредитные продукты должны выступать средством реализации финансовых потребностей клиентов и создавать надежные гарантии эффективности их бизнеса. Для этого они должны быть индивидуализированными, что требует от банков настройки их параметров на изменение потребностей конкретных клиентов.

Состав кредитных продуктов определяется банком с учетом целевых групп клиентов, а значит, у каждого банка будет своя линейка кредитных продуктов и своя степень ее дифференциации. Поэтому нельзя говорить о едином наборе кредитных продуктов для всех банков сразу и целесообразно остановиться на наборе базовых кредитных продуктов. Их перечень определяет специфика финансовых потребностей корпоративных клиентов, которые, прежде всего, различаются в сфере обслуживания текущей деятельности и развития бизнеса. Соответственно, базовыми видами кредитных банковских продуктов для корпоративных клиентов выступают краткосрочные и инвестиционные продукты.

В отношении краткосрочных кредитных продуктов на цели обслуживания оборотных средств, рекомендуется банкам активнее внедрять комплексные возобновляемые продукты. Под комплексными понимаются продукты, удовлетворяющие общую потребность заемщика в привлечении средств. Их эффект обусловлен тем, что множественность объектов кредитования создает искусственное дробление платежного оборота компаний и, тем самым, снижает гибкость кредитных продуктов. Под возобновляемыми продуктами понимаются продукты, предполагающие процесс открытия кредита. Здесь заемщики в любое время, по мере возникновения потребности в средствах, но в течение установленных в договоре общего длительного (по зарубежной практике, более года) срока и лимита, могут получать кредиты при выполнении условий договора, что создает надежные гарантии их финансовой поддержки банком. Кредитные продукты западных банков ориентированы именно на установление таких постоянных отношений с клиентами. В России кредитные отношения банков и компаний, напротив, отличаются дистанцированностью, и в большинстве случаев, разовым характером сделок.

Таким образом, банкам рекомендуется переход от краткосрочных невозобновляемых кредитных продуктов к долгосрочным (более года) возобновляемым.

По мнению ряда экономистов (в частности, О.Н. Афанасьевой, С.Л. Корниенко, О.И. Лаврушина [1, с. 198-199, 208-215], и автора, отраженному в монографии «Развитие системы краткосрочного банковского кредитования», 2002 год [2, с. 90-97]), природа возобновляемой кредитной линии наиболее учитывает организацию платежного оборота

компаний и, объективно, имеет высокое значение для кредитования промышленных предприятий с длительным циклом производства, компаний энергетики, торгово-снабженческой сферы и, еще более актуальна, для компаний, испытывающих долгосрочную потребность в привлечении средств в связи с недостатком собственного оборотного капитала для поддержания достигнутого уровня производства. Последнее крайне актуально для многих российских предприятий и обуславливает приоритетное значение кредитных продуктов на обслуживание оборотного капитала, но не является стратегически верным, позволяя им лишь временно решать проблемы, что и должен выявлять банк в плане оценки перспектив развития бизнеса клиента и его кредитования.

Первостепенно важным для экономики является развитие инвестиционных кредитных продуктов. Оно должно сопровождаться внедрением новых продуктов, обеспечивающих, прежде всего, масштабную и возобновляемую поддержку инновационных проектов компаний. Этому требованию отвечают – проектное финансирование, синдицированные продукты. Первое, как продукт, позволяет банкам наилучшим образом организовать финансирование проектов с учетом их специфики и преодолеть дефицит ресурсов для кредитования проектов.

Проектное финансирование, что актуально для многих российских компаний, подходит для реализации проектов, масштаб которых значительно превосходит возможности (объемы текущего бизнеса) их инициаторов, т. е. с позиции инвестиционного кредитования несущих для банков повышенные риски [5, с. 80-82]).

Организовать финансирование проектов могут пока лишь крупные банки, обладающие необходимым опытом. Для них стимулом к развитию проектного финансирования, на наш взгляд, выступают его весомые преимущества:

- 1) наращивание быстрыми темпами главных показателей деятельности (объемов кредитного портфеля, активов при обеспечении их качества; прибыли; долгосрочных ресурсов);
- 2) диверсификация направлений бизнеса и линейки продуктов;
- 3) укрепление рыночных позиций за счет привлечения новых клиентов на комплексное обслуживание, долгосрочного сотрудничества с клиентами и, прежде всего, стратегически важных отраслей, выхода на новые территории, установления партнерских отношений с органами государственной власти и, в целом, роста имиджа банка как участника крупных проектов.

В плане разработки инвестиционных кредитных продуктов предлагается банкам активнее внедрять новые виды залогов. Так, в свете инноваций возрастает актуальность продуктов под залог исключительных имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности, в частности, на программы для ЭВМ, базы данных, изобретения, промышленные образцы, секреты производства (ноу - хау), товарные знаки и знаки обслуживания, и денежных потоков (в том числе ожидаемых), поступающих владельцу ОИС по лицензионным соглашениям об использовании, уступке и переуступке его исключительных прав [3, с. 98].

Правообладатели могут использовать свои патенты в качестве залога по кредитам, привлекаемым под проекты по организации производства инновационной продукции. Банкам это дает право направлять выручку от ее продажи на погашение кредитов.

Перспективным для банков видом залога выступает также залог коммерческой недвижимости, в особенности, приобретаемой заемщиками в ходе проектов.

В России в кредит приобретается до 10-15 % объектов коммерческой недвижимости, тогда как в развитых странах через коммерческую ипотеку покупается 50-90 % нежилых (производственных, торговых, офисных и т. д.) помещений, особенно компаниями малого и среднего бизнеса. Соответственно, отечественный рынок коммерческого ипотечного кредитования имеет огромный потенциал роста, учитывая высокую степень износа техники и оборудования, не удовлетворяющих требования банков к залогам, и прогнозируемый рост цен на недвижимость.

Также, на наш взгляд, требуется совершенствование способов продажи кредитных продуктов. Перспективными являются совмещенные продажи (продажи двух и более отдельных продуктов вместе), которые могут организовываться банками в виде предложения клиентам

сразу нескольких кредитных продуктов и в виде заранее подготовленного пакета финансового решения, позволяющего максимально полно удовлетворять их спрос [4, с. 10-12, 18-24]. При этом нецелесообразно объединять в один продукт несколько базовых продуктов (овердрафт и кредитную линию, кредитную линию на текущие и капитальные затраты). Соответственно, банки могут предлагать «в пакете» кредитную линию на модернизацию производства, кредитную линию на увеличение оборотных средств в связи с ростом производительности и гарантии поставки продукции контрагентам заемщика. Клиентам это выгодно комплексным обслуживанием и должно быть выгодно снижением затрат в сравнении с покупкой продуктов в отдельности.

В качестве пакетизируемых могут выступать не только кредитные продукты банка, но и прочие его продукты, а также продукты партнеров банка (лизинговых, инвестиционных, страховых и прочих компаний). Поддерживая мнениемы предлагаем банкам применять здесь связанные продажи (вариант совмещенных продаж), организуя их путем выбора продукта первоначального (или наиболее частого) использования клиентом (основного продукта) и привязки к нему дополнительных продуктов, при этом клиент для получения доступа к последним должен принимать предложение целиком.

Преимущества для клиентов, кроме покупки сразу нескольких продуктов и получения льгот при выдаче кредитов, должны состоять в разделении банком с ними своих выгод от стратегии совмещенных продаж, т. е. в продаже им второго и каждого следующего продукта в составе пакета по более низкой цене.

Выгоды банка состоят в снижении кредитных рисков и затрат (на маркетинговые исследования, привлечение новых и удержание старых клиентов) за счет продажи уже имеющимся клиентам не одного, а сразу нескольких продуктов и в заранее подготовленном пакете; повышении лояльности клиентов; улучшении характеристик продуктов; стимулировании спроса на них и дифференциации продуктовой линейки, что затрудняет копирование продуктов конкурентами.

Перспективным способом продажи кредитных продуктов выступают также кросс-продажи, которые предполагают их продажу банком одним клиентам через других клиентов для обеспечения доступа к кредитным продуктам отдельным группам заемщиков. Например, факторинг для малых предприятий, продающих продукцию (оказывающих услуги) крупным компаниям, когда фактически происходит кредитование не малых предприятий, а их покупателей.

Список литературы:

1. Лаврушин О.И. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева, С.Л. Корниенко / под ред. О.И.Лаврушина. - М.: КНОРУС, 2005. – 256 с.
2. Тихомирова Е.В. Развитие системы краткосрочного банковского кредитования: монография / Е.В. Тихомирова. - СПб.: Изд-во «Нестор», 2002. – 147 с.
3. Воронов В.С. Финансовое посредничество на рынке интеллектуальной собственности: институты и инструменты / В.С. Воронов. - СПб.: Изд-во Политехн, ун-та, 2011. – 186 с.
4. Антонов Д.В. Стратегия совмещенных продаж на банковском рынке: Учебное пособие / Д.В. Антонов, Л.В. Гудовская, В.Э. Кроливецкая. - Гатчина, Изд-во Ленинградского областного института экономики и финансов, – 2007. – 54 с.
5. Тихомирова Е.В. Современные кредитные продукты банков для корпоративных клиентов // Издательство Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета. – 2015. – 80 с.

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПАО «ФАРМСТАНДАРТ»

Михайлова Мария Викторовна

*студент магистратуры,
финансово-экономический факультет ФУ при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Мишукова Дарья Сергеевна

*студент магистратуры,
финансово-экономический факультет ФУ при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

Северинова Анна Эдуардовна

*студент магистратуры,
финансово-экономический факультет ФУ при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва
E-mail: mashamihailova@mail.ru*

В ходе данной работы будет предпринята попытка оптимизировать капитал фармацевтической компании ПАО «Фармстандарт».

Для оптимизации структуры капитала необходимо учитывать влияние на компании отрасли целого ряда факторов, как положительных, так и отрицательных, среди которых можно выделить: рост объемов рынка в рублевом выражении на 6,7 % в основном связан с удорожанием препаратов, прогноз роста – 8-10 % в рублевом и 1-2 % в натуральном выражении; зависимость спроса от демографической ситуации в стране, от покупательной способности населения; импортозависимость отрасли и высокая конкуренция со стороны иностранных компаний (около 75 % рынка занимают медикаменты зарубежного производства); увеличение доли отечественных препаратов в связи с начавшимися процессами импортозамещения (в настоящий момент в большей мере в госсегменте); государственная поддержка отрасли в части государственных закупок; неустойчивая законодательная база; регулирование ценообразования со стороны государства; высокая стоимость заемных средств.

ПАО «Фармстандарт» среди отечественных производителей занимает первое место в натуральном выражении с долей 11,4 % и четвертое место в денежном выражении с долей в 5,1 %.

Уставный капитал общества составляет 37 792 603 руб. по состоянию на 31.12.2016 год. 37 792 603 обыкновенных акций с номинальной стоимостью 1 рубль. Акции котировались на Московской бирже до 24 марта 2017 года. Консолидация 100 % акций у одного владельца после делистинга с биржи может быть связана с подготовкой к продаже компании по цене значительно выше предложенной фондовым рынком.

Для повышения благосостояния акционеров, обеспечения конкурентных преимуществ для притока инвестиций и выполнения прочих стратегических целей компании необходимо формирование оптимальной структуры капитала.

Для определения оптимальной структуры капитала необходимо оценить эффективность существующей финансовой политики организации через следующие показатели рентабельности, финансовой устойчивости. Данные показатели будут рассматриваться в динамике, а также сравниваться с показателями предприятия-конкурента ПАО «Отисифарм».

Таблица 1.

Основные показатели ПАО «Фармстандарт» за 2015-2016 гг и их сравнение с ПАО «Отисифарм»

| Компании | Показатели (млн. руб.) | | | | | | | |
|---------------------|------------------------|---------------------|-------|--------|----------------|-----------------|------------|------------|
| | Актив баланса | Собственный капитал | ЕБИТ | ЕБИТДА | Чистая прибыль | Заемный капитал | Цена СК, % | Цена ЗК, % |
| "Фармстандарт" 2016 | 75 947 | 23 261 | 7 450 | 7 625 | 6 606 | 4 000 | 0 % | 10,87 % |
| "Фармстандарт" 2015 | 56 220 | 16 656 | 6 716 | 6 877 | 6 045 | 4 000 | 0,24 % | 12 % |
| "Отисифарм" 2016 | 47 660 | 36 690 | 9 414 | 9 588 | 6 428 | 7 006 | 0 % | 11,29 % |

Активы ПАО «Фармстандарт» на 2016 год составляют 75,9 млрд. руб., что на 35 % больше, чем в прошлом году. У конкурента активы составляют 47,6 млрд. руб. Акционерный капитал ПАО «Фармстандарт» на 2016 год составляет 23 млрд. руб., по сравнению с 2015 годом, акционерный капитал вырос на 40 % за счет увеличения нераспределенной прибыли. Рассмотрим показатели результативности деятельности компании: прибыль до уплаты налогов и процентов ПАО «Фармстандарт» составляет 7,4 млрд. руб., тогда как у ПАО «Отисифарма» данный показатель равняется 9,4 млрд. руб. за счет большей выручки; зато чистая прибыль ПАО «Фармстандарт» (6,6 млрд. руб.) превышает чистую прибыль ПАО «Отисифарма», так как последняя имеет значительные прочие расходы. Долг ПАО «Фармстандарт» составляет 4 млрд., и является кредитной линией; ПАО «Отисифарма» также имеет кредитную линию в размере 7 млрд. руб. Цена собственного капитала ПАО «Фармстандарт» составляет 0 %, так как в 2016 году дивиденды не были выплачены, вся чистая прибыль была начислена на баланс в нераспределенную прибыль. ПАО «Отисифарма» также не выплачивало дивиденды собственникам, поэтому цена капитала также равняется 0. У ПАО «Фармстандарт» более дешевый кредит (10,87 %), тогда как у ПАО «Отисифарма» кредит под 11,29 %.

Рассмотрим показатели рентабельности анализируемых компаний.

Таблица 2.

Показатели рентабельности ПАО «Фармстандарт» и ПАО «Отисифарм»

| Компании | Показатели рентабельности | | | | | | |
|---------------------|---------------------------|-------------------|---------|---------|---------|--------|----------------|
| | ЕБИТ, млн. руб. | ЕБИТДА, млн. руб. | ROI, % | ROA, % | ROIC, % | ROE, % | EVA, млн. руб. |
| "Фармстандарт" 2016 | 7 450 | 7 625 | 8,7 % | 9,81 % | 22 % | 28 % | 5 613 |
| "Фармстандарт" 2015 | 6 716 | 6 877 | 10,75 % | 11,95 % | 26 % | 36 % | 4 965 |
| "Отисифарм" 2016 | 9 414 | 9 588 | 13,49 % | 19,75 % | 17 % | 18 % | 6 899 |

За год у ПАО «Фармстандарт» снизились все показатели рентабельности. Показатели ROI (коэффициент общей рентабельности активов) и ROA (коэффициент доходности активов) снизились по сравнению с 2015 годом примерно на 2 п.п. Это снижение связано в первую очередь с ростом валюты баланса (суммарных активов) на 19,7 млрд. руб. При этом чистая и операционная прибыль увеличились незначительно. Падение рентабельности активов, говорит о снижении эффективности вложенного капитала.

Снижение показателя доходности инвестированного капитала по сравнению с 2015 годом на 4 % связано с ростом собственных средств, а именно нераспределенной прибыли на 6,6 млрд. руб. Чистая операционная прибыль при этом увеличилась незначительно на 0,6 млрд. руб. Несмотря на то, что фондоотдача на инвестированный капитал снизилась, тем не менее значение показателя остается довольно высоким.

Рентабельность собственного (акционерного) капитала снизилась на 8 %, что также связано с ростом балансового показателя собственного капитала. ROE показывает эффективность использования собственного капитала: на 1 рубль собственных средств предприятие получило 28 коп. прибыли.

Конкурент по отрасли ПАО «Отисифарм» имеет более высокие значения показателей ROI (коэффициент общей рентабельности активов) и ROA (коэффициент доходности активов). Это связано с меньшей суммой активов, притом, что показатель чистой прибыли примерно равен чистой прибыли ПАО «Фармстандарт», а показатель операционной прибыли ЕВИТ больше на 2 млрд. руб. Можно сделать вывод, что «Отисифарм» более эффективно распоряжается вложенным капиталом: при меньшем количестве активов имеет аналогичные показатели прибыли.

Вместе с тем, «Отисифарм» имеет меньшую рентабельность по инвестированному и собственному капиталу, так как имеет значительный перевес в акционерном капитале.

Показатель экономически добавленной стоимости, показывающий оценку внутрифирменной эффективности и служит мерой оценки стоимости, создаваемой компанией в единичный период времени (за год), вырос и имеет хорошее значение как для «Фармстандарта», так и для «Отисифарм».

Рассмотрим показатели управления задолженностью.

Таблица 3.

Показатели управления задолженностью ПАО «Фармстандарт» и ПАО «Отисифарм»

| Компании | Показатели управления задолженностью | | | | | | WACC, % |
|---------------------|--------------------------------------|-------|-------|------|--------|--------|------------|
| | Кзс | Кз, % | Кпп | Кобд | Квпд | ЭФР, % | |
| "Фармстандарт" 2016 | 2,26 | 69 % | 17,13 | 1,37 | 0,7295 | 2,22 % | 1,28 % |
| "Фармстандарт" 2015 | 2,38 | 70 % | 14,59 | 1,23 | 0,7940 | 3,95 % | 1,98 % |
| "Отисифарм" 2016 | 0,30 | 15 % | 51,41 | 1,05 | 0,9497 | 0,39 % | 1,45 % |

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств говорит о том, что в ПАО «Фармстандарт» преобладают заемные источники финансирования, а в ПАО «Отисифарм» - собственные. Оптимальным для этого коэффициента является соотношение в пределах 0,5-0,7. Таким образом, «Фармстандарт» обладает риском банкротства, а «Отисифарм» имеет устойчивое финансовое положение, однако низкое значение указывает на неэффективность работы предприятия.

Коэффициент задолженности характеризует объем финансирования активов за счет кредиторов. Соответственно около 70 % активов финансируется за счет заемных средств у «Фармстандарт», а «Отисифарм» в основном финансируется за счет собственных средств. Опять же у первого излишний перекоп в заемные средства, а у второго – в собственные.

Коэффициент покрытия процентов показывает способность компании рассчитываться по текущим финансовым обязательствам. Чем меньше коэффициент покрытия процентов, тем выше кредитное бремя организации и тем выше вероятность наступления банкротства. Высокий показатель этого коэффициента у «Отисифарм» говорит о слишком осторожном подходе к привлечению заемных средств, что может привести к пониженной отдаче от собственного капитала.

Способность компании рассчитываться по всем финансовым обязательствам характеризуется коэффициентом обслуживания долга. Показатель выше 1 говорит о способности рассчитываться по всем займам и кредитам.

Эффект финансового рычага показывает эффективность привлечения заемного капитала для финансирования деятельности компании. Эффект финансового рычага оптимально должен быть равен 30 – 50 % от рентабельности активов, так как чем сильнее эффект финансового рычага, тем выше финансовый риск невозврата кредита, падения дивидендов и курса акций. Рентабельность собственного капитала ПАО «Фармстандарт» увеличилась на 2,2 % за счет привлечения заемных средств, а у ПАО «Отисифарм» - на 0,4 %.

WACC – средневзвешенная цена капитала компании. У обеих компаний очень низкие показатели данного коэффициента, что является хорошим значением.

Оптимизация структуры капитала будет проводиться по критериям максимизации рентабельности, возможности обслуживания долга и минимизации структуры капитала, а затем будет выбран вариант, приемлемый с точки зрения каждого критерия.

Оптимизация структуры капитала по критерию максимизации рентабельности основывалась на расчете показателей рентабельности для трех вариантов структуры капитала: 1) 26 % заемного капитала, 74 % собственного капитала; 2) 44 % заемного капитала, 56 % собственного капитала; 3) 66 % заемного капитала, 34 % собственного капитала. По каждому из вариантов финансирования были рассчитаны показатели рентабельности, представленные в таблице 4.

Таблица 4.

Варианты структуры капитала и ее влияние на показатели рентабельности

| Вариант | Исходный | 1 | 2 | 3 |
|----------------|-----------------|----------|----------|----------|
| СК | 85 % | 74 % | 56 % | 34 % |
| ЗК | 15 % | 26 % | 44 % | 66 % |
| ЗК/СК | 0,17 | 0,35 | 0,79 | 1,94 |
| ROI | 8,70 % | 8,27 % | 7,55 % | 6,69 % |
| ROA | 9,81 % | 10,24 % | 10,96 % | 11,81 % |
| ROIC | 21,86 % | 22,82 % | 24,42 % | 26,33 % |
| ROE | 28,40 % | 30,99 % | 37,59 % | 54,89 % |

Как можно заметить, более агрессивная структура капитала (3 вариант) обеспечивает максимизацию рентабельности активов, инвестированного и собственного капитала, проигрыш в ней идет только по показателю рентабельности инвестиций, рассчитанного на основе чистой прибыли. Выигрыш на показателях рентабельности активов и инвестированного капитала идет за счет увеличения процентов, уплаченных в числителе. Увеличение рентабельности собственного капитала происходит за счет снижения размера собственного капитала, которое компенсирует снижение чистой прибыли из-за роста процентных платежей. Таким образом, оптимизируя структуру капитала по данному критерию, можно выбрать наиболее агрессивную политику, предусматривающую финансовый рычаг, близкий к двум, поскольку данная структура дает наибольшую рентабельность капитала акционеров, максимизация благосостояния которых составляет основную цель деятельности компании.

Оптимизация структуры капитала на основе критерия возможности обслуживания долга проводилась на основе анализа показателей, представленных в таблице 5, посчитанных по тем же трем вариантам финансирования.

Таблица 5.

Варианты структуры капитала и ее влияние на возможность обслуживания долга

| Вариант | Исходный | 1 | 2 | 3 |
|---------|----------|---------|---------|---------|
| СК | 85 % | 74 % | 56 % | 34 % |
| ЗК | 15 % | 26 % | 44 % | 66 % |
| Кзс | 2,26 | 2,75 | 3,98 | 7,20 |
| Кз, % | 69,37 % | 73,32 % | 79,91 % | 87,81 % |
| Кпп | 17,13 | 17,88 | 19,13 | 20,63 |
| Кобд | 1,37 | 0,85 | 0,54 | 0,39 |
| Квпд | 0,73 | 1,18 | 1,86 | 2,56 |
| ЭФР, % | 2,22 % | 4,79 % | 12,14 % | 33,69 % |
| 1/3 ROA | 3,27 % | 3,41 % | 3,65 % | 3,94 % |
| 1/2 ROA | 4,91 % | 5,12 % | 5,48 % | 5,91 % |

Так, можно видеть, что с увеличением доли заемного капитала вырастают коэффициенты соотношения собственных средств и задолженности, а также доли финансируемых за счет кредиторов активов. Однако, наращивание доли заемного капитала приводит к снижению возможности компании обслуживать свой долг, что находит свое отражение в снижении коэффициента обслуживания долга и повышении коэффициента возможности погашения долга. Также, чрезмерное наращивание заемного капитала повышает риски компании, характеризуемые в данном случае эффектом финансового рычага. Если в исходном варианте финансирования было заметно недоиспользование возможностей заемного капитала (эффект финансового рычага 2 %, в то время как его границы, рассчитанные по рентабельности активов 3-5 %). В то же время, чрезмерно агрессивная структура капитала с перекосом в сторону заемного финансирования повышает эффект финансового рычага до 34 %, выражая возможность потере платежеспособности при дальнейшем наращивании заемного финансирования. Таким образом, исходя из данного критерия, оптимальной можно назвать 1 вариант структуры капитала, обеспечивающий нормальный эффект финансового рычага и приемлемые показатели обслуживания долга.

Оптимальная структура капитала по критерию минимизации средневзвешенной цены капитала в данном случае состоит в отказе от заемного финансирования и 100 %-ном использовании собственного капитала, поскольку его цена равняется 0 % из-за невыплаты дивидендов обществом. При этом наблюдается проигрыш в показателях рентабельности (таблица 6) по сравнению с исходной структурой в виду недоиспользования возможностей заемного финансирования. В то же время, акционеры компании вряд ли будут согласны отказываться от текущих дивидендных выплат в дальнейшем, что может вызвать рост требуемой доходности на собственный капитал и, соответственно, рост средневзвешенной цены капитала. Поэтому, использование данного критерия на текущий момент кажется необоснованным.

Таблица 6.

Минимизация цены капитала и ее влияние на рентабельность

| Вариант | Исходный | Минимизирующий WACC |
|---------|----------|---------------------|
| СК | 85 % | 100 % |
| ЗК | 15 % | 0 % |
| ROI | 8,70 % | 9,27 % |
| ROA | 9,81 % | 9,24 % |
| ROIC | 21,86 % | 20,59 % |
| ROE | 28,40 % | 25,83 % |
| WACC | 1,28 % | 0 % |

В таблице 7 представлен результаты оптимизации структуры капитала на основе вышеперечисленных критериев (в данном случае критерий максимизации капитализации фактически приравнен к критерию минимизации средневзвешенной цены капитала).

Поскольку каждый из критериев предполагает оптимизацию капитала согласно разным принципам, оптимальные структуры согласно каждому из них очевидно будут противоречить друг другу. Так, вариант максимизации уровня рентабельности максимизирует цену капитала и снижает возможность обслуживания долга, а оптимальный вариант по цене капитала занижает рентабельность и означает недоиспользование возможностей заемного финансирования. Поэтому, в качестве оптимального варианта структуры капитала целесообразно выбрать первый вариант с 74 % собственного капитала и 26 % заемного, поскольку он, обеспечивая приемлемый эффект финансового рычага, демонстрирует рентабельность выше исходных значений, сильно не завышая цену капитала.

Таблица 7.

Выбор оптимальной структуры капитала на основе обобщающего критерия

| Критерий Вариант | Максимизация ROE | Обслуживание долга | Минимизация WACC |
|-----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Исходный (85 % СК) | Приемлемый ROE | Недоиспользование заемного капитала | Не минимально возможный WACC |
| 1 (74 % СК) | Приемлемый ROE | Приемлемый ЭФР | Не минимально возможный WACC |
| 2 (56 % СК) | Приемлемый ROE | Риск наращивания заемного капитала | Не минимально возможный WACC |
| 3 (34 % СК) | Максимальный ROE | Риск наращивания заемного капитала | Максимальный WACC |
| Без ЗК | ROE ниже исходного | Недоиспользование заемного капитала | Минимальный WACC |

Сопоставляя полученную структуру капитала с исходной, можно выявить возможности доведения структуры капитала до оптимальной: снизить сумму кредиторской задолженности за счет полученного долгосрочного кредита, тем самым повысив рентабельность и финансовую устойчивость, не пренебрегая возможностью повысить отдачу от собственного капитала за счет использования кредитных ресурсов.

Список литературы:

1. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. 10-е изд. / Пер. с англ. под ред. к. э. н. Е.А. Дорофеева – Спб.: Питер, 2005. – 960 с.
2. Ван Хорн Д., Вахович Д. Основы финансового менеджмента: Пер. с англ. - М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2015. – 1232 с.
3. Корпоративные финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. проф. Е.И. Шохина. – М.: КНОРУС, 2016. – 318 с.
4. Росс С. Основы корпоративных финансов / Пер. с англ. – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2000. – 720 с.
5. Официальный сайт ПАО «Отисифарм». URL: <https://otcpharm.ru>.
6. Официальный сайт ПАО «Фармстандарт». URL: <https://pharmstd.ru>.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАМКАХ ТРЕТЬЕЙ МОДЕРНИЗАЦИИ КАЗАХСТАНА

Мударисов Рамиль Ринатович

*студент специальности «Информационные системы»
КГКП «Павлодарский бизнес колледж»,
Республика Казахстан, г. Павлодар
E-mail: 17-holodova-s@mail.ru*

Холодова Светлана Михайловна

*научный руководитель, преподаватель экон. дисциплин высшей категории,
КГКП «Павлодарский бизнес колледж»,
Республика Казахстан, г. Павлодар*

В феврале 2017 года Президент Республики Казахстан обратился с Посланием к народу. Речь в нем идет о широкомасштабной модернизации страны, которая была названа третьей модернизацией. В Послании глава государства освещает предыдущие этапы развития экономики страны. В ходе первой модернизации был осуществлен переход от плановой экономики к рыночной. В Послании 1997 года «Казахстан - 2030» речь говорится о том, что именно государство призвано установить рыночные правила, добиться их справедливого применения и соблюдения. Переход к рыночным отношениям предполагал развитие предпринимательства, малого и среднего бизнеса.

Что же такое предпринимательство? Предпринимательство – наиболее активная форма экономической деятельности. Это инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, осуществляемая на свой страх и риск и под свою имущественную ответственность, направленная на получение прибыли. В Республике Казахстан предприниматель может заниматься любыми видами деятельности, если они не запрещены законом. Статус предпринимателя приобретает только после государственной регистрации. В 1992 году был создан так называемый Форум предпринимателей Казахстана. Это неправительственная организация поддержки предпринимательства. Но без активной поддержки государства не могло быть и речи о развитии малого и среднего бизнеса, который впоследствии мог бы стать опорой экономики страны. Начинать следовало с развития инфраструктуры поддержки предпринимательства. Именно для этого был создан специальный государственный фонд «Даму», перед которым была поставлена задача: оказание финансовой и консультативной помощи предпринимательству. Начинается оказание предпринимательству услуг на региональном уровне областными департаментами предпринимательства. В областных центрах создаются Палаты предпринимателей.

В период второй модернизации, начавшейся с принятия Стратегии «Казахстан-2030», страна вырвалась из зоны экономического отставания. Казахстан вошел в число 50 конкурентоспособных экономик мира. С 2011 года и по настоящее время эффективно работает специальная программа «Дорожная карта бизнеса-2020», согласно которой осуществляется сервисная поддержка субъектов малого предпринимательства. Основным оператором данной программы является государственный фонд «Даму» В Казахстане действует ряд НПО и профильных ассоциаций, оказывающих поддержку предпринимательству. В частности, можно отметить Национальную палату предпринимателей РК, объединяющую в своих рядах предпринимательские союзы Казахстана. Она показала свою дееспособность. В Павлодарской области при Палате предпринимателей функционирует Центр обслуживания предпринимателей, в котором оказывается сервисная поддержка ведения действующего бизнеса по Единой программе поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса- 2020» Четвертое направление программы «Усиление предпринимательского потенциала» предполагает оказание восьми видов услуг. Интерес вызывает такая услуга как «Сопровождение обращений предпринимателей и населения с предпринимательской инициативой». На этапе второй модернизации малое и среднее предпринимательство (МСП) Казахстана

представлено 695635 предприятиями. Несмотря на кризис, МСП Казахстана показывает ежегодный рост. Согласно данным национального агентства по статистике, только за период 2010-2011 гг. число активно действующих единиц МСП увеличилось на 4.2 %. Наибольшее количество предприятий было сконцентрировано в сегменте торговли и услуг (33 %). В этот период в целом по республике 1,8 млн. человек занято в МСП Казахстана, что составляет 23 % от общего количества экономически активного населения. В то же время, в крупных городах Казахстана количество занятых в МСП достигает 50 % от активного населения.

В Послании «Казахстанский путь -2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» (2014 год) развитие малого и среднего бизнеса названо главным инструментом индустриальной и социальной модернизации. В этом же документе Президент говорит об устранении административных барьеров для малого и среднего предпринимательства. «Малый и средний бизнес –это прочная экономическая основа нашего Общества Всеобщего Труда» [2, с. 3]. В 2014 году в Казахстане действует более 800 тысяч субъектов малого и среднего бизнеса, в них работает 2,4 миллиона казахстанцев. За четыре года (2011-2014 гг.) объем продукции этого сектора вырос в 1,6 раза и составил 8,3 миллиарда тенге.

Проанализировав статистические данные о численности занятых в МСП в период с 2005 по 2015 годы, мы можем сделать следующие выводы: наиболее неблагоприятными для юридических лиц малого предпринимательства и индивидуальных предпринимателей являются 2008 кризисный год, а также 2011 и 2012 годы. В последние два года (2011 и 2012) сократилась численность занятых в юридических лицах среднего предпринимательства и в крестьянских (фермерских) хозяйствах. Как показывает статистика, положительная динамика численности занятых наблюдается по всем субъектам МСП с 2013 года. Таким образом, можно сделать вывод, что наряду с другими мерами «Дорожная карта бизнеса 2020» эффективно стимулировала развитие малого и среднего бизнеса в РК.

Но в этот период не все так гладко в развитии предпринимательства в РК. Кроме всего прочего тормозят развитие МСП в Казахстане слабая информированность населения, высокие кредитные ставки для предпринимательства, административные барьеры и т. д. Именно поэтому в Послании от 30 ноября 2015 года Президент подчеркивает необходимость устранения административных барьеров для малого и среднего предпринимательства. По состоянию на 1 января 2017 года наблюдается отрицательная динамика: количество действующих субъектов МСП по сравнению с соответствующей датой предыдущего года уменьшилось на 4,6 %, в том числе по Павлодарской области на 0,6 %. В общем количестве субъектов МСП доля индивидуальных предпринимателей составила 68,7 %, юридических лиц малого предпринимательства – 16 %, крестьянских или фермерских хозяйств – 15,1 %, юридических лиц среднего предпринимательства – 0,2 %.

Государство не декларирует поддержку малого и среднего бизнеса, а реально поддерживает его. Спустя 7 месяцев, т. е. по состоянию на 1 августа 2017 года по всем областям РК наблюдается рост данного показателя в процентах по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года. В Павлодарской области количество действующих субъектов МСП увеличилось на 6,2 %. Павлодарская область - промышленный регион, в котором действуют крупные промышленные предприятия, создана специальная экономическая зона. Пятью предприятиями СЭЗ в 2016 году произведено продукции на сумму более 20 миллиардов тенге. При этом в области немало сделано и предполагается сделать для развития предпринимательства. По состоянию на 1 января 2017 года предпринимательством занималось около 130 тыс. человек. Согласно данным отчета Акима Павлодарской области предпринимательским сектором в 2016 году было произведено продукции на сумму 440 миллиардов тенге. На малый и средний бизнес приходится 20 % валового регионального продукта. С 2017 года стартовала Программа продуктивной занятости и развития массового предпринимательства. Теперь любой гражданин Казахстана может получить кредит на развитие бизнеса до 16 миллионов тенге. При этом государство предлагает инструменты гарантирования и сервисной поддержки предпринимательства. В Послании 2017 года

«Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» речь идет о поддержке массового, в том числе семейного предпринимательства. А это значит, что в бизнес могут быть привлечены молодые люди. Планируется кардинальное улучшение и расширение бизнес-среды. К 2050 году вклад малого и среднего бизнеса в ВВП страны должен составить не менее 50 процентов. «Нужно дальше совершенствовать инструменты поддержки массового предпринимательства» [3, с. 3]. Малый и средний бизнес должен стать одной из опор успешной экономики Казахстана.

Список литературы

1. Послание Президента Республики Казахстан «Стратегия «Казахстан -2050»: новый политический курс состоявшегося государства», газета «Звезда Прииртышья» № 144 от 15 декабря 2012 года, стр. 1-9.
2. Послание Президента Республики Казахстан «Казахстанский путь 2050: единая цель, единые интересы, единое будущее», газета «Звезда Прииртышья» № 6 от 18 января 2014 года, стр. 1-3.
3. Послание Президента Республики Казахстан «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность», газета «Звезда Прииртышья» № 12 от 2 февраля 2017 года, стр. 2-4.
4. Газета «Звезда Прииртышья» № 19 от 18 февраля 2017 года, стр. 1-4.
5. <http://stat.gov.kz/> (Дата обращения 01.10.2017).

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИКЛИЧНОСТИ ЭКОНОМИКИ

Науменко Мария Андреевна

*студент магистратуры кафедры «Финансы и кредит»,
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» (ДГТУ),
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: naumenko-masha@rambler.ru*

Проблема корпоративного управления приобрела актуальность со второй половины 90-х гг. К основным проблемным моментам можно отнести следующие: изменение границ корпоративного управления, охват новых зон управления, новые ключевые роли советов директоров. Следовательно, особую актуальность приобретает создание современной модели корпоративного управления, обеспечивающей международную конкурентоспособность российским корпорациям в условиях стремительно развивающейся постиндустриальной экономики.

Корпоративно-финансовый менеджмент - это процесс, направленный на качественное управление финансовыми отношениями организации в целях быстрого формирования и грамотного применения децентрализованных финансовых фондов, а также привлечения новых инвестиций для дальнейшего развития. Его объектом являются корпорации.

Теоретически управление в компании всегда разделено на две составляющие:

- 1) управление стратегическими решениями (совет директоров);
- 2) управление оперативной деятельностью (менеджмент, правление).

Однако российский менталитет не различает понятия «management» и «governance», они обозначаются одним и тем же термином «управление». Соответственно, в данной статье менеджмент и управление рассматриваются как тождественные элементы, направленные на создание устойчивого предприятия, оптимизации организационных структур и качественное управление бизнесом.

Особенно актуальной взаимосвязь менеджмента и корпоративного управления представляется в периоды цикличности экономики страны. Интерес заключается в изменении ролей, функций и взаимоотношений совета директоров и менеджеров компании в процессе управления в зависимости от той или иной фазы цикла. Существует следующие виды моделей работы советов директоров [3]:

- 1) стратегическая модель – ключевые решения принимает совет директоров;
- 2) контролирующая модель - работу генерального директора контролирует совет директоров;
- 3) коучинговая модель - совет директоров руководит генеральным директором, выставляя задачи, обязывающие его искать правильные решения;
- 4) аудиторская модель – компанией руководит генеральный директор, а совет директоров осуществляет общий мониторинг бизнеса.

В условиях кризиса наиболее эффективной является стратегическая модель управления. Объективно она приводит к ограничению полномочий генерального директора и детальному контролю совета над его деятельностью.

Важным моментом является определение ключевых задач, на решение которых должны быть направлены усилия совета директоров – одной из них является создание системы управления рисками и стратегическое развитие компании [4, с. 93].

Важность и актуальность системы риск-менеджмента объясняется тем, что в условиях кризиса в значительной степени повышается влияние фактора неопределённости внешней среды на деятельность компании, что приводит к необходимости учёта рисков и их последствий при принятии управленческих решений.

В настоящее время возросла роль риск-менеджмента в корпоративном финансовом управлении. В условиях современной экономики риск-менеджмент приобретает важнейшее значение как инструмент стратегического финансового планирования, управления стоимостью компании, повышения эффективности функционирования бизнеса и поддержание непрерывности бизнес-процессов.

Можно отметить следующие факторы, обуславливающие необходимость внедрения риск-менеджмента в систему корпоративного управления российских организаций [4, с. 93]:

- 1) увеличивающаяся волатильность финансовых рынков;
- 2) растущее давление регулирующих органов;
- 3) увеличение потребности в оптимизации прибылей и убытков;
- 4) рост числа претензий и исков со стороны акционеров;
- 5) общая тенденция усложнения современной природы финансовых и нефинансовых рисков.

Ранее в корпоративной практике применялся узкоспециализированный, фрагментированный подход к управлению рисками, носивший название «традиционный риск-менеджмент». В настоящее время на смену ему пришла современная концепция корпоративного риск-менеджмента. Различия данных подходов состоят в следующем: при традиционном риск-менеджменте происходит узконаправленное выявление риска, это ограничивает понимание наилучшего пути развития событий, в концепции корпоративного риск-менеджмента преобладает комплексный подход и непрерывный процесс мониторинга риска.

Таким образом, корпоративная система риск-менеджмента должна обеспечивать возможность обобщать все отдельно взятые риски в единый показатель общего риска фирмы. Построение системы риск-менеджмента направляется на создание механизма, способного обеспечить эффективную деятельность в условиях неопределенности, т. е. гибкой системы оптимального использования имеющихся возможностей.

Таким образом, корпоративное управление является постоянно изменяющимся и совершенствующимся институтом, влияющим на рост конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности корпораций. Развитие экономики, а также циклический характер появления кризисных ситуаций обуславливает необходимость создания современной, бесконфликтной, конкурентоспособной модели корпоративного управления для российских корпораций.

В качестве решения данной проблемы можно рассматривать два направления преобразования качества корпоративного управления: достижение баланса интересов всех стейкхолдеров и повышение эффективности деятельности совета директоров. Все это теоретически может быть достигнуто при функционировании модели корпоративного управления, ориентированной на создание стоимости для всех стейкхолдеров.

Центральным звеном в данной модели является эффективный совет директоров. Модель ориентирована на удовлетворение интересов не только узкой группы владельцев акций, но и других групп и частных лиц. Такая модель управления могла бы позволить группам, имеющим интерес в компании, обладать голосами в общем руководстве компании и представлять их широкие интересы в процессе осуществления корпоративных действий и решений. Модель теоретически может помочь организациям преодолеть проблему конфликта интересов, над которой бьются многие экономисты мира. Эффективная система корпоративного управления должна обеспечивать выполнение советом директоров и менеджментом их основной обязанности — контроля за соблюдением интересов не только акционеров, но и всех заинтересованных лиц при принятии важнейших корпоративных решений.

Список литературы:

1. Гусев Ю.В., Овчинников М.П. Проблемы формирования и развития системы корпоративного управления // ЭТАП. - 2016. - № 3. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-i-razvitiya-sistemy-korporativnogo-upravleniya> (Дата обращения: 24.09.2017).

2. Ивашковская И.В. Моделирование стоимости компании. Стратегическая ответственность совета директоров. - М.: ИНФРА-М. - 2012. – 365 с.
3. Маков А.Г. Корпоративное управление в России в условиях экономической нестабильности // Интернет-журнал Науковедение. - 2014. - № 6 (25). [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnoe-upravlenie-v-rossii-v-usloviyah-ekonomicheskoy-nestabilnosti> (Дата обращения: 24.09.2017).
4. Панферова Е.В. Становление корпоративного риск-менеджмента как новой парадигмы стратегического финансового планирования // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6. – С. 91–95. – [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56054.htm>. (Дата обращения: 24.09.2017).

БИЗНЕС-ПЛАН В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Озниева Марьям Махмедовна

*магистрант, кафедра ЭУП ГГНТУ им. ак. Миллионщикова,
РФ, г. Грозный*

E-mail: Oznieva93@mail.ru

Деятельность любой современной организации начинается с бизнес-плана. На наш взгляд начало любого нового бизнеса необходимо предварять составлением бизнес-план, потому что предприниматель в современных условиях экономики рискует потерять все вложенные средства. Поэтому необходимо тщательно изучить все ниши рынка.

Бизнес-план в условиях конкурентной экономики и нестабильности - это реальная возможность для оценки жизнеспособности функционирования предприятия, а также серьезный аргумент для финансовой поддержки со стороны внешних инвесторов, что обеспечивает руководству ориентиры для приоритетных видов деятельности. Выполнение бизнес-плана организации зависит от многих факторов окружающей среды. Среди этого множества следует выделить политические, которые были рассмотрены в данной статье.

Политика как фактор оказывает существенное влияние на бизнес, как развивающихся, так и нестабильных странах и регионах. Фактор политической стабильности в России - самое важное условие для деятельности отечественных и зарубежных предпринимателей. Политические факторы, влияющие на результаты деятельности компании, является, прежде всего, политическая ситуация, которая существует в стране и конкретной экономической области [3].

Существенное влияние на эффективность бизнеса имеют стабильность политической власти и от курса, который она проводит на развитие рыночных реформ, борьбу с коррупцией и криминализацией экономической жизни, демократизации отношений собственности и поддержки предпринимательства. Серьезные последствия для безопасности бизнеса могут возникнуть и из-за таких обстоятельств, как состояние религиозных, этнических, территориальных споров и конфликтов, противоречий между федеральными и региональными органами власти, в частности, по вопросам их компетенции и ответственности, сепаратистских настроений некоторых лидеров и других.

Бизнес-план содержит практически все аспекты деятельности компании, в том числе экономические, социальные, организационные и другие аспекты. Каждый из этих аспектов компании имеет свои особенности и отражают специфику бизнес-плана, который определяется конкретными задачами компании в целом и ее отдельных подразделений. Понятно, что мы не можем говорить о его полноценном функционировании без учета всех этих аспектов фирмы.

Так, во времена экономической и финансовой стабильности на первый план социально-организационной деятельности фирмы при изменении концепции деятельности доминируют вопросы строительства новой организации компании и изменения ее критерии управления [8].

России в период экономической и финансовой нестабильности, особенно доминируют в планировании деятельности компании в условиях неопределенности перспектив экономики страны. Это требует особого подхода к решениям по управлению, выбору инструментов для их реализации. Финансовая нестабильность выражается в неплатежах, низкой рентабельности, ликвидности и платежеспособности, в случае отсутствия соответствующей законодательной базы, используются денежные потоки регуляторных механизмов, низкая эффективность банковской и налоговой систем, и так далее.

Таким образом, чрезвычайно важно, чтобы построить твердую схему управления, которая, тем не менее может, даже в этих условиях, будет более или менее эффективными. Все эти факторы влияют на результаты деятельности компании, и поэтому должны быть отражены в бизнес-плане.

Бизнес-план компании в первую очередь должен внести свой вклад в решение проблем по улучшению его финансового состояния.

При составлении бизнес-плана, важно иметь в виду одну вещь, в результаты анализа и международного опыта в этой области. Этот опыт свидетельствует о том, что разработка бизнес-плана компании осуществляется, как правило, с привлечением специалистов, экспертов и консультантов. Тем не менее, менеджеры компании (включая управление) принимают в составлении бизнес-плана самое активное участие. Многие иностранные инвестиционные и финансовые компании, банки отказываются рассматривать заявки на инвестиции, если они знают, что бизнес-план, подготовленный экспертами, а руководитель его только подписал. С точки зрения инвесторов и кредиторов, личное участие топ-руководителей высшего звена управления в настоящее время означает их готовность нести ответственность за успешную реализацию проекта, для выполнения своих обязательств.

Основной целью иностранного бизнеса заключается в том, чтобы сосредоточиться на максимизации прибыли, во всяком случае, таково было его восприятие отечественными предпринимателями, и к этому стремились первые его представители. Но такое толкование, как правило, рассматривается в рамках традиционной неоклассической экономической модели [1].

Ключевой подсистемой общей системы управления является финансовое управление, с помощью которых решаются такие проблемы, как: поиск источников финансирования и определение их оптимального размера, чтобы обеспечить платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия, организации финансового управления в целом. Финансовый менеджмент, в принципе, включает в себя палитру задач: максимизация прибыли и минимизация доходов, выживание или достижение лидерства в конкуренции, увеличение так называемой стоимости рынка фирмы и т. д. И большинство западных бизнесменов стремятся оптимизировать прибыль, чтобы достичь приемлемой для бизнес-ценностей меры.

Следует отметить, что в последние годы на Западе, все более и более распространенная теория, которая связана с акцентом на максимизации стоимости фирмы, происходящих из предпосылки, что ни прибыльность или объем производства не имеют права быть рассмотренными в качестве критерия эффективности компании, ее финансового управления. Он основан на концепции, на основе обоснования взаимосвязи между экономическими и социальными факторами социального развития, важность которого проявляется в развитых рыночных отношениях [7].

В России не должно быть никаких сомнений в том, что должна быть своя специфика финансового менеджмента, необходимость выживания и обеспечения устойчивого развития для бизнеса, даже в условиях высокой экономической нестабильности этим оно и обусловлено. Заметным аспектом в области финансового менеджмента является тот факт, что в международной практике, приоритет отдается на счет прибылей и убытков, в российских же условиях, как основной инструмент финансового плана по-прежнему считается традиционный баланс.

Причины этого следует искать в том, что прибыль во всяком случае, является одним из наиболее важных показателей западных компаний. Он глубоко укоренился в психологии зарубежного бизнеса, и что он стремится продемонстрировать внешних наблюдателей в качестве доказательства успеха бизнеса.

В странах с развитой рыночной экономикой обеспечение стабильности возможно за счет инвестиций в новый бизнес и как минимум на основе собственных средств с преимущественным использованием кредитов, то есть, рискуя возможностью найти "чужие деньги". Например, для японских фирм характерно, что доля заемных средств составляет 80 % от использованного размера, его размер достигает 60 % в США. В то же время источник заемных средств в Японии, в первую очередь являются банки, в США средства населения [9].

Такой подход не представляется возможным для российской экономики по многим причинам. Во-первых, неразвитая система предоставления кредита. Во-вторых, дисбаланс структуры средств к заимствованию представляет угрозу банкротства как "неподходящее

время" для возврата может возникнуть внезапно, в том числе в результате «инфляционного шока». И в-третьих, сама инфляция не может быть значением, более или менее постоянным в стране, в которой нестабильна и слабо развита структура производства. В российских условиях, характерных для «абсолютной финансовой устойчивости» может сложиться ситуация, когда «все запасы покрыты собственными оборотными средствами» [2].

Часть из этих проблем решаются путем организации, в частности, создание холдингов, в рамках которой внутреннее кредитование и обеспечивает определенную степень стабильности совместного предприятия. Избежать необходимости привлечения иностранных кредитов, однако, это не всегда возможно.

Из всех разделов бизнес-плана, составленного отечественными фирмами, наименее развитые страны по праву считается финансовый план. В то же время в этом разделе бизнес-плана составляют реальную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с партнерами. Там разработаны прогнозы финансовых результатов предприятия, определенных источников финансирования, а также необходимость дополнительных финансовых ресурсов, сформированной модели дисконтированных денежных потоков, установить точку безубыточности (безубыточности). Финансовый раздел бизнес-плана позволяет руководству компании выбрать наилучший вариант решения минимизировать влияние риска, связанного с реализацией в других программ развития предпринимательства [5].

На сегодняшний день на территории Чеченской Республики плохо развито планирование бизнеса. Мало кто разрабатывает бизнес-план перед тем как открыть тот или иной бизнес, поэтому, на мой взгляд, такой бизнес оказывается нерентабельным и совершенно не окупается, приносит только убытки и в итоге закрывается. Необходимость бизнес-плана обусловлена множеством причин.

Основная причина того, что бизнес-план необходим заключается в том, что экономическая ситуация в стране крайне нестабильна. Зарубежная практика и пока еще небольшой опыт отечественных предприятий на примерах показывает необходимость составления бизнес-плана. Без него, обеспечение финансовой устойчивости предприятия в условиях, когда многие финансовые проблемы экономики не были решены в России практически невозможно. Как уже отмечалось ранее, для того, чтобы привлечь инвесторов для финансирования различных промышленных проектов руководство компании должны убедить их в существовании реальной программы проектов у компании, которые принесут коммерческий успех, обеспечивая достаточный уровень рентабельности. Только на этой основе можно строить взаимовыгодные экономические и финансовые отношения с поставщиками и посредниками в продаже готовой продукции предприятия совместно с другими партнерами.

Для того, чтобы привлечь нашу молодежь проводится много различных форумов и конкурсов, на которых каждый желающий может проявить себя и продемонстрировать свой проект. Основные задачи Форума ориентированы на создание постоянно действующей интеграционной площадки малого бизнеса регионов стран-участниц ШОС и БРИКС, выявление лучших практик законодательной и финансовой поддержки предпринимательства, разработку предложений по облегчению доступа субъектов малого предпринимательства на региональные рынки наших стран, формирование механизмов и инструментов поддержки межрегиональных инновационных и инвестиционных инициатив.

К участию в Форуме приглашаются субъекты малого и среднего предпринимательства Чеченской Республики и других городов, а также люди, которые действительно имеют хороший бизнес - проект. У них появляется реальная возможность реализовать себя как предпринимателя.

Целью такого рода проектов является реализация мероприятий по обеспечению эффективного использования имеющегося производственного потенциала предприятия.

Таким образом, бизнес-план включает в себя все аспекты организации: это экономические и социальные, организационные и другие аспекты. Конечно, каждая из этих сторон имеет свои особенности, определяемые конкретными задачами деятельности как организации в целом так и ее отдельных подразделений. Задача бизнес-планирования

состоит в том, чтобы планировать деятельность компании в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Бизнес-план поможет определить направления деятельности, чтобы понять ситуацию на рынке в этом сегменте и разместить вашу компанию на этом рынке. Бизнес-план поможет определить промежуточные цели вашей компании и понять пути их достижения. Определить необходимое количество ресурсов (материальных, человеческих и других), а также распределить обязанности и ответственность между работниками. С помощью бизнес-плана проще понять ассортимент продуктов и ценовых ниш. Кроме того, вам нужно заранее планировать маркетинговые мероприятия, которые вы будете принимать, чтобы выйти на рынок, и многие другие аспекты. Поэтому необходимо привить культуру реализации бизнес-планирования в нашей стране. Государственная поддержка предпринимательской активности имеет ключевое значение именно потому, что государство может позволить себе больший уровень рисков, чем частные предприятия, и, соответственно, в состоянии обеспечить большие потенциальные выгоды для общества в целом.

Список литературы:

1. Ушаков И.И. Бизнес-план. – М.: ЭКМОС, 2014. – 224 с.
2. Бекетова О.Н. Бизнес-план: теория и практика. Финансы и статистика. – М.: «Альфа-Пресс», 2013. – 272 с.
3. Филимонова Н.Н. Бизнес-планирование: Учебно-методическое пособие. Издательство Московской академии государственного и муниципального управления. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 189 с
4. Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учеб. пособие. –М.: Дело и сервис, 2014. – 192 с.
5. Вест А. Бизнес-план: учеб. - практ. пособие: пер. с англ. – М.: Проспект, 2012. – 232 с.
6. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования: учеб. пособие. – М.: Финпресс, 2013. – 192 с.
7. Ковелло Д.А. Бизнес-планы. Полное справочное руководство. – М.: БИНОМ, 2014. – 352 с.
8. Коссов В.В. Бизнес-план: обоснование решений: учеб. пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2013. – 272 с.
9. Пелих А.С. Бизнес-план, или как организовать собственный бизнес. – М.: Ось-89, 2012. – 96 с.

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Приступа Мария Эдуардовна

*магистрант кафедры Бухгалтерского учёта и экономического анализа
ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»,
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: mashkabelka94@gmail.com*

Иванова Наталья Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры Бухгалтерского учёта и экономического анализа
ФГОУ ВО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»
РФ, г. Магнитогорск*

В настоящее время ни одна строительная организация не обходится без системы бюджетирования. Чтобы эффективно контролировать деятельность и исполнение проектов, руководство прибегает к долгосрочному планированию. На практике чаще всего разрабатывают бюджет движения денежных средств (далее БДДС), который позволяет контролировать ликвидность и платежеспособность организации, а также бюджет доходов и расходов (БДР), что позволяет отразить экономическую эффективность деятельности организации. Для достижения положительных финансовых результатов, строительной организации необходимо ввести систему контроля над исполнением бюджета. Система бюджетирования выполняет 3 основные функции (см. рисунок 1):



Рисунок 1. Функции системы бюджетирования

Планирование подразумевает рациональное распределение денежных ресурсов на основании поставленных целей строительной организации.

Учет и анализ. Такая функция как учет позволяет составить управленческую отчетность для оценки деятельности организации и дальнейшего ее улучшения. Аналитическая функция позволяет сопоставить фактические результаты с запланированными, выявить отклонение по работе и определить дальнейший план действия по достижению поставленных целей организации.

Контроль. Данная функция позволяет тщательно следить за выполнением начерченного плана [1]. Именно об этой функции подробно пойдет речь.

Система бюджетирования представляет собой поэтапное планирование деятельности. Функция контроля не привязана к конкретному этапу планирования, она начинается с самого начала разработки бюджетов. Как уже говорилось ранее, строительная организация разрабатывает БДДС и БДР. На рисунке 2 показана примерная структура системы бюджетирования в строительной организации.

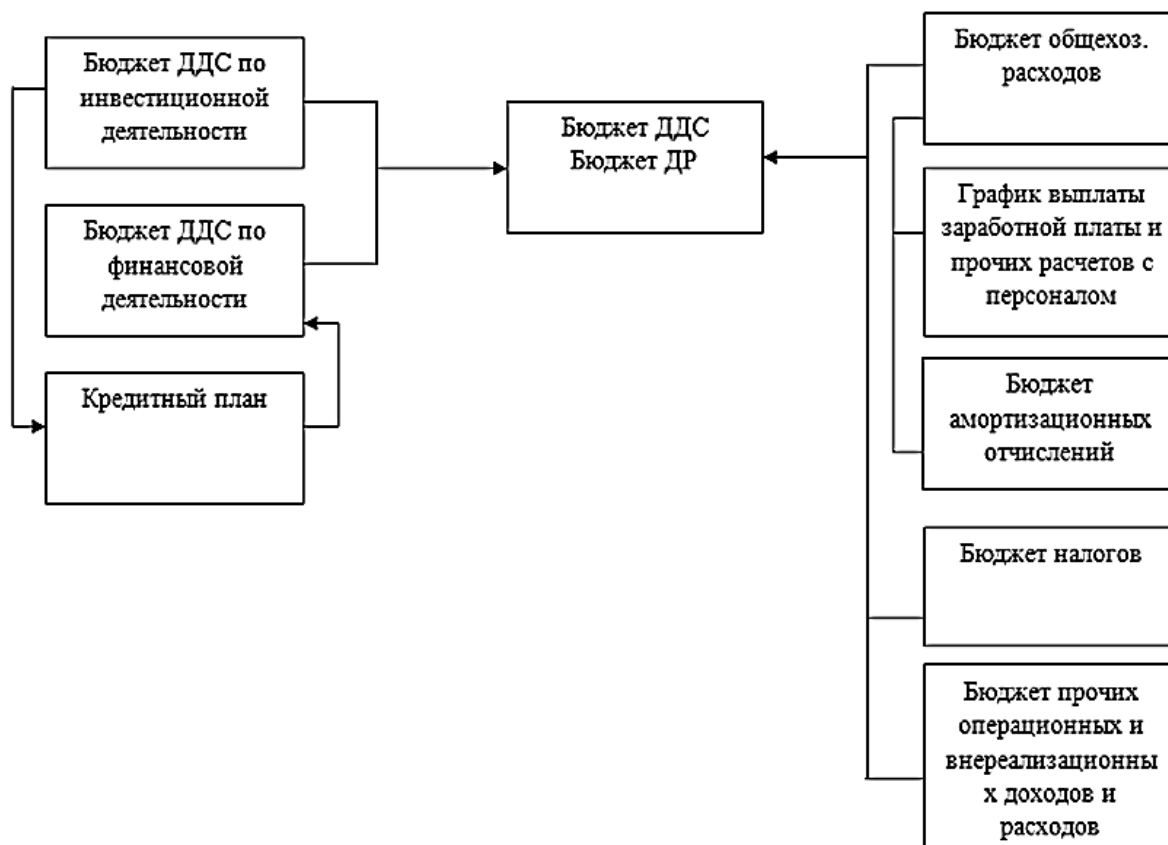


Рисунок 2. Структура системы бюджетирования строительной организации

Разработка каждого из представленных видов бюджета подразумевает 4 этапа:

Этап 1. Формирование задач. На данном этапе важно понять, для чего создается тот или иной бюджет. И насколько его наличие поможет в дальнейшем при разработке главных бюджетов. На данном этапе начинает работать функция контроля, так как руководству очень важно охватить все аспекты выполнения строительного проекта.

Этап 2. Сбор первичной информации. Наряду с формированием бюджетов, любая строительная организация также формирует и центры финансовой ответственности (ЦФО). Одной из главных задач ЦФО – это сбор первичной информации.

Этап 3. Контроль достоверности первичной информации. Любая информация, которую формируют ЦФО, должна быть достоверной. В противном случае, бюджет, построенный на ложной информации, будет некорректно отражать запланированную деятельность строительной организации. Если же в ходе исполнения бюджета выяснилось, что данные одной статьи противоречат другим статьям, то ЦФО обязаны немедленно исправить ошибки и предоставить скорректированную информацию.

Этап 4. Систематизация информации и подготовка аналитической отчетности. На данном этапе вся полученная информация систематизируется и составляется отчетность. Такая отчетность должна быть понятна пользователям [2].

На основании вышеизложенных этапов экономисты приступают к формированию бюджетов. Как уже говорилось ранее, функция контроля вступает уже с самого начала разработки бюджета и продолжает действовать до момента окончания строительства объекта.

В процессе разработки бюджета также создается методика контроля исполнения бюджета. Так, например, в своей статье Э.А. Харин предлагает свою методику, которая представлена на рисунке 3 [3].

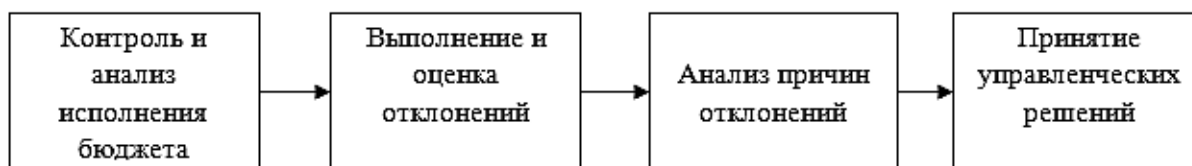


Рисунок 3. Механизм контроля бюджетов строительной организации

Контроль исполнения бюджета различают 2-х видов:

1. Регулярный. Такой контроль проводят на протяжении всего периода строительства объекта. На практике экономисты строительной организации ведут ежемесячный контроль над исполнением бюджета, выявляют отклонения, а также проводят корректировки бюджета.

2. Окончательный. Такой контроль проводят по окончании строительства объекта. Экономисты собирают все необходимые отчеты, подводят итоги проделанной работы, соотносят результаты с предыдущими периодами [3].

Для осуществления постоянного контроля исполнения бюджета строительной организации необходимо устанавливать сроки предоставления управленческой отчетности, а также обозначить круг лиц, ответственных за предоставление такой отчетности.

В своей статье Э.А. Харин говорит о том, что контроль исполнения бюджета основывается на данных о значениях бюджетных показателей и осуществляется путем вычисления отклонений фактического значения бюджетных показателей от планового. Проверка начинается с обобщенных статей бюджета, а после осуществляется проверка составляющих статей. На данном этапе происходит выявление причин отклонений [3].

Далее по результатам проверки экономисты начинают анализировать уровень отклонений фактических показателей от плановых. На практике для проведения анализа сравниваются как абсолютные, так и относительные показатели. Также экономисты прибегают к такому показателю как соотношение отчетного и базисного периодов. Такой показатель дает наглядно понять руководству, насколько эффективно велась деятельность строительной организации в отчетном периоде по сравнению с предыдущим.

В таблице 1 предлагается рассмотреть пример того, как может выглядеть документ «Контроль исполнения бюджета движения денежных средств строительной организации».

Таблица 1.

**Предлагаемый документ «Контроль бюджета движения денежных средств
строительной организации»**

| № статьи бюджета | Статья бюджета | План | План | Корректировка плана | | | Факт | Отклонение | % исполнения |
|------------------|--|--------|-------|---------------------|-------|-------|--------|------------|--------------|
| | | ___ г. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | ___ г. | 12 мес. | |
| 1 | Сальдо начальное | | | | | | | | |
| 2 | Поступления от основной деятельности | | | | | | | | |
| 3 | Выплаты по основной деятельности | | | | | | | | |
| 4 | Поток по основной деятельности | | | | | | | | |
| 5 | Поступления от инвестиционной деятельности | | | | | | | | |
| 6 | Выплаты по инвестиционной деятельности | | | | | | | | |
| 7 | Поток по инвестиционной деятельности | | | | | | | | |
| 8 | Поступления от финансовой деятельности | | | | | | | | |
| 9 | Выплаты по финансовой деятельности | | | | | | | | |
| 10 | Поток по финансовой деятельности | | | | | | | | |
| 11 | Итого поступлений | | | | | | | | |
| 12 | Итого выплат | | | | | | | | |
| 13 | Чистый денежный поток | | | | | | | | |
| 14 | Сальдо конечное | | | | | | | | |

Данная таблица наглядно показывает, какой объем денежных средств был получен по всем видам деятельности организации, а также отклонения. На основании полученных отклонений экономисты начинают заполнять столбцы «корректировка плана» с целью получения желаемых результатов в следующем отчетном периоде (месяц, квартал). Так происходит контроль исполнения бюджета денежных средств. Аналогичные столбцы можно применить к другому основному бюджету строительной организации - бюджету доходов и расходов.

Для обеспечения эффективного контроля исполнения бюджета необходимо распределить полномочия между субъектами контроля. Такое распределение обязательно должно быть прописано в регламенте бюджетирования. В строительной организации субъектами могут являться: собственник, директор, экономист, главный бухгалтер, а также руководители ЦФО.

Также для улучшения контроля исполнения бюджета применяют систему оценок соответствия фактических показателей с плановыми. Например, если отклонение составило 10 %, то его можно считать допустимым. Если отклонение составило более 10 %, но менее 20 %, то можно считать такое отклонение допустимым при условии, что выявлены причины

отклонения. Если отклонение составляет более 20 %, то следует более глобально подходить к причине, вызвавшее данное отклонение.

Контроль исполнения бюджета строительной организации должен проводиться ежеквартально, а также по итогам года.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в системе бюджетирования контроль имеет важное место. Именно он позволяет строительной организации собирать всю необходимую информацию о выполнении бюджета. В дальнейшем это приведет к анализу «слабых мест», на основании чего руководство осуществляет оперативное управление и принимает эффективные управленческие решения. Как показывает практика, в строительстве постоянно возникают ситуации, по которым необходимо принимать то, или иное решение и при этом оценивать, насколько эффективно его принятие с точки зрения выполнения бюджета.

Список литературы:

1. Иванова Н.Е., Приступа М.Э. Особенности бюджетирования в строительной отрасли // Молодой ученый. – 2017. – № 14. – С. 360-363.
2. Баздарева Т.О., Курносова А.Ю. Управленческий учет, контроль и анализ исполнения бюджетов в строительной организации // Научный вестник Крыма. – 2017. – № 2 (7). – С. 16-24.
3. Харин Э.А. Контроль исполнения бюджета // Научный вестник МГТУ ГА. – 2006. – № 106. – С. 125-131.

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИЙ

Смигельских Дмитрий Александрович

магистрант

кафедра бизнес-информатики и математического моделирования,

Института экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»,

РФ, г. Симферополь

E-mail: dima.smigelskikh@mail.ru

Остапенко Ирина Николаевна

научный руководитель, канд. экон. наук,

доцент Института экономики и управления,

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»,

РФ, г. Симферополь

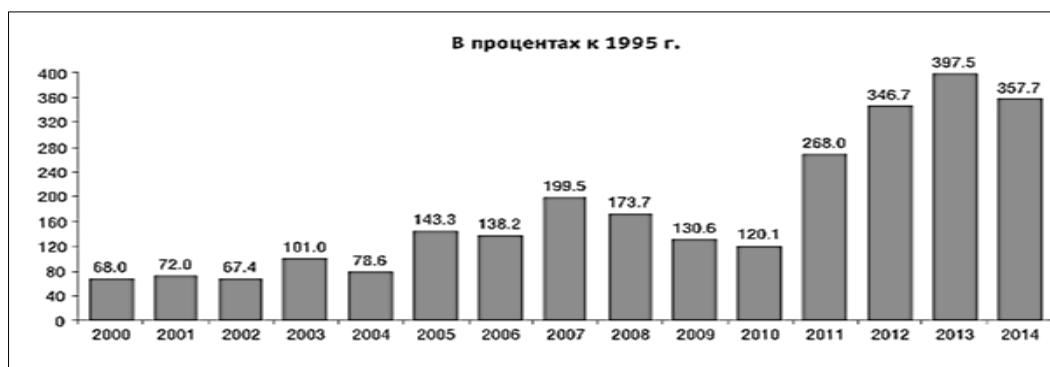
В современных условиях инновационная активность предприятий должна выходить на первый план среди остальных бизнес-процессов. Центральное место во всей инновационной деятельности, как для отдельно взятого предприятия, так и для всей совокупности компаний на территории Российской Федерации, должна занять система показателей стратегической эффективности инновационной деятельности. Элементами данной системы являются блоки индикаторов инновационной активности. К ним относятся следующие: динамика основных показателей инновационной деятельности, инновационная активность организаций, технологические инновации, маркетинговые инновации, организационные инновации, экологические инновации, инновационная деятельность в регионах Российской Федерации и международные сопоставления [1].

Целесообразным становится рассмотрение и анализ некоторых показателей по динамике основных показателей инновационной активности. Первый рассматриваемый показатель – объём инновационных товаров, работ, услуг для двух категорий предприятий: 1) добывающие, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды; 2) связь, деятельность с использованием вычислительной техники и информационных технологий. Динамика по годам представлена на рисунках 1 и 2.



Источник: [1, с. 25].

Рисунок 1. Объём инновационных товаров, услуг, работ для первой категории

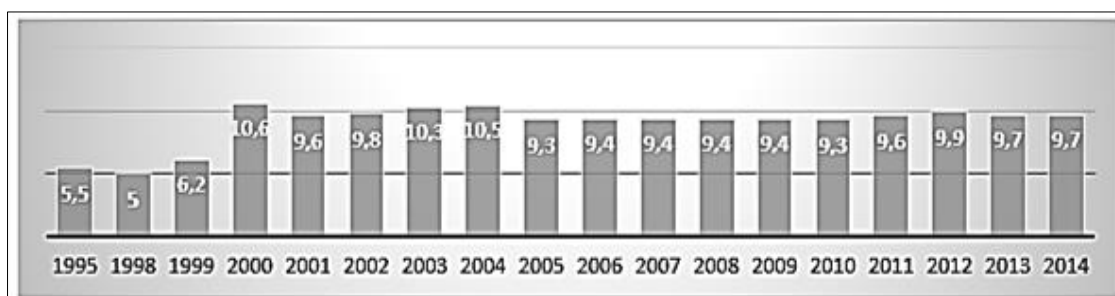


Источник: [1, с. 26].

Рисунок 2. Объем инновационных товаров, услуг, работ для второй категории

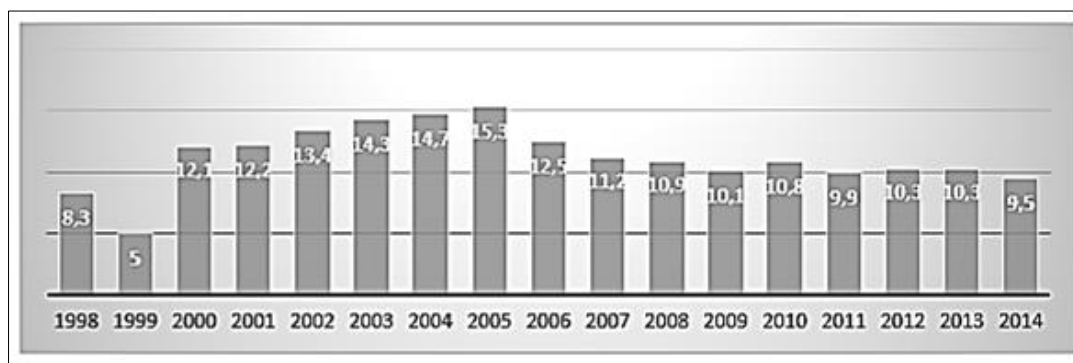
Анализируя, представленные на рисунках 10 и 11 диаграммы, можно сделать вывод, что инновационные разработки в начале 2000-х годов поступали и находили своё применение, в основном, в первой категории предприятий, а, начиная с 2010-2011 гг., наблюдается резкое повышение инноваций во-вторую категорию. Это связано с тем, что российские предприятия следуют зарубежной тенденции. Она предполагает, что инвестиции вкладываются в развитие инноваций в информационном секторе и направлены на закупку программного обеспечения, аппаратуры, развитие Интернета, мобильной связи, электронного маркетинга, платёжных систем и прочего. Снижение объёма инноваций в обеих категориях в 2001-2002 и 2009-2010 годах связано с мировыми финансовыми кризисами и это, как видно, носит циклический характер.

Второй показатель – удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в общем числе организаций для обеих категорий. Динамика по годам представлена на рисунках 3 и 4.



Источник: составлено автором по материалам [1, с. 16].

Рисунок 3. Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе организаций для первой категории, в %

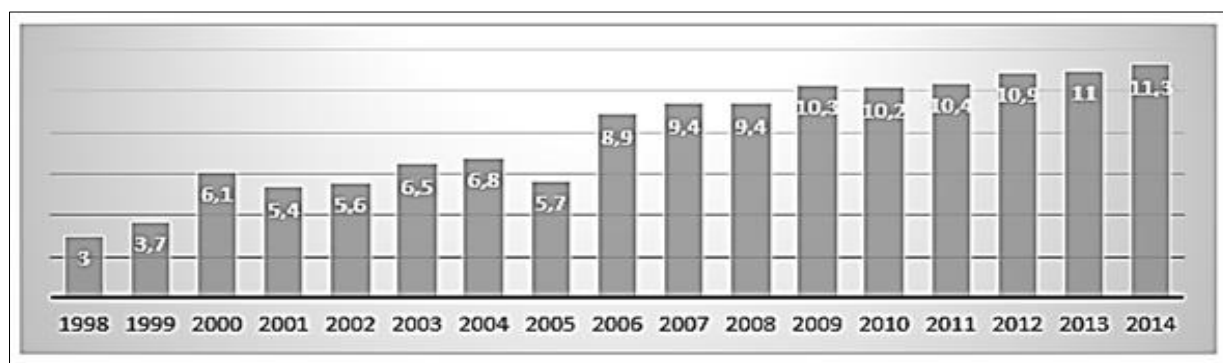


Источник: составлено автором по материалам [1, с. 16].

Рисунок 4. Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе организаций для второй категории, в %

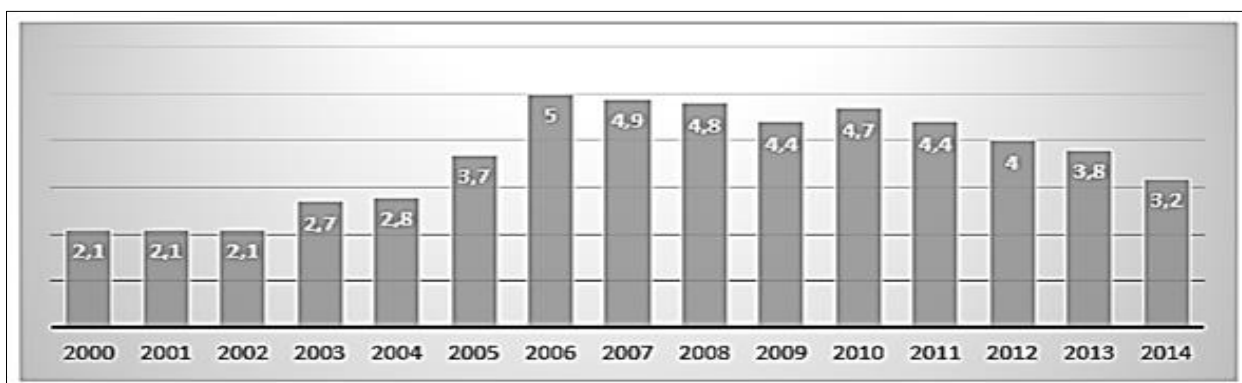
Удельный вес организаций для первой категории, которые от общего числа предприятий осуществляют технологические инновации, непрерывно рос, начиная с 1998 года. Его пик пришёлся на 2000 год с наивысшим показателем 10,6 %. После 2004 года показатель варьируется в пределах 9,3-9,9 %, что говорит о стабильном количестве организаций. Во-второй категории, связанной с информационными технологиями, связью и техникой, с 2000 по 2005 год наблюдался рост подобных организаций, после 2005 года и по настоящее время показатель снижается.

Следующий критерий – удельный вес организаций, имевших научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения, в общем числе организаций для первой и второй категорий. Динамика по годам представлена на рисунках 5 и 6.



Источник: составлено автором по материалам [1, С. 16].

Рисунок 5. Удельный вес организаций, имевших научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения, в общем числе организаций, для первой категории, в %

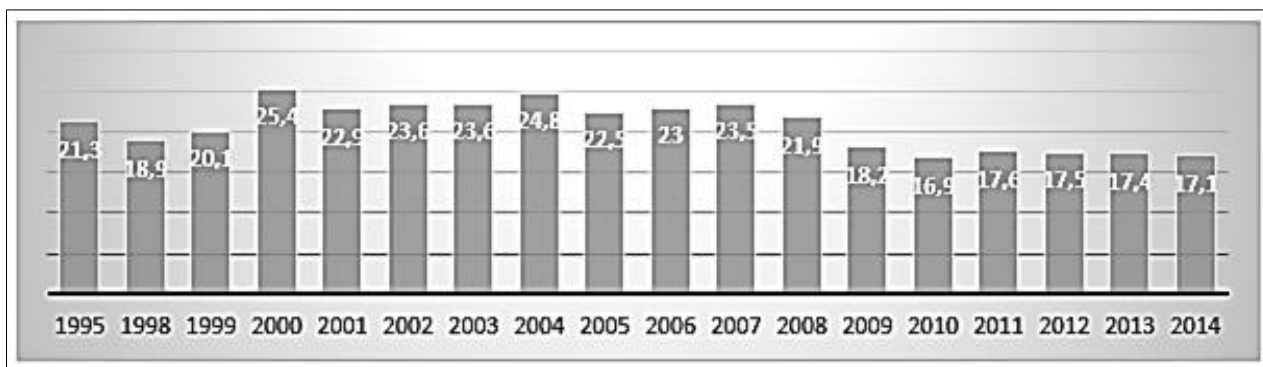


Источник: составлено автором по материалам [1, с. 16].

Рисунок 6. Удельный вес организаций, имевших научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения, в общем числе организаций, для второй категории, в %

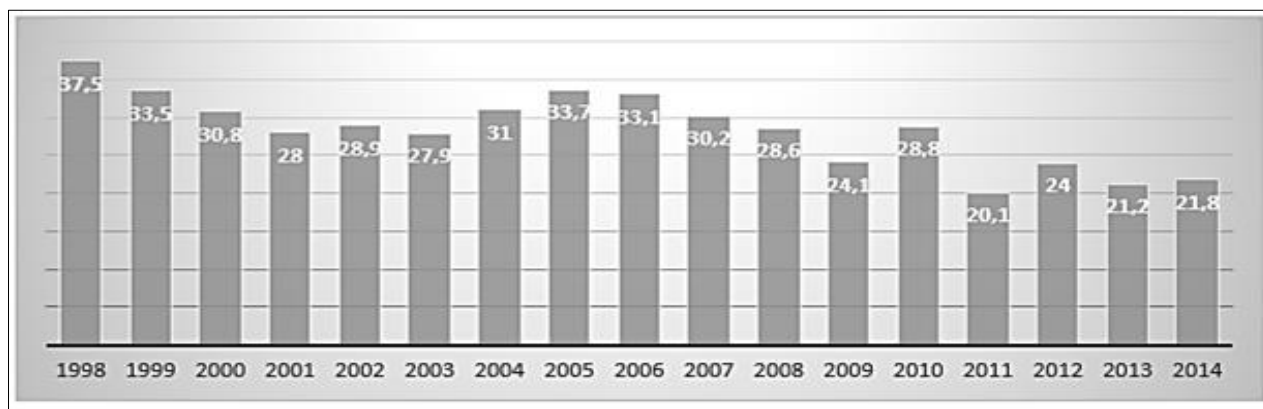
Начиная с 2006 года этот показатель для первой категории неуклонно растёт вверх, что говорит о расширении числа данных учреждений, увеличении денежных поступлений на их создание и развитие при организациях. Для второй категории всё наоборот: с 2002 по 2006 год был значительный рост, после 2006 года идёт спад. В 2014 году этот показатель составил только 3,2 %, что говорит о малой доле предприятий из второй категории на рынка Российской Федерации в настоящее время.

Последний рассмотренный показатель – обучение и подготовка персонала для обеих категорий предприятий, который является одним из наиболее важных в инновационной деятельности. Динамика по годам представлена на рисунках 7 и 8.



Источник: составлено автором по материалам [1, с. 19].

Рисунок 7. Удельный вес организаций, осуществляющих обучение и подготовку персонала, для первой категории, в %



Источник: составлено автором по материалам [1, с. 21].

Рисунок 8. Удельный вес организаций, осуществляющих обучение и подготовку персонала, для второй категории, в %

Для первой категории данный показатель имел наивысшее значение в 2000 году. После 2009 года он медленными темпами понижается. Во-второй категории наивысшая отметка была в 1998 году, после этого пошёл спад, в 2002 начался рост, с 2006 года новый спад, который продолжается до сих пор. В обеих категориях это говорит о сокращении числа сотрудников, которые должны осуществлять инновационную деятельность.

Таким образом, рассмотренные показатели отражают основные, по мнению автора, показатели динамики инновационной деятельности. В дальнейшем следует рассматривать более подробно различные показатели по каждому виду инноваций: показатели технологических, маркетинговых, организационных, экологических инноваций и по отдельным регионам Российской Федерации, а также на международном уровне. В своей совокупности они дают целостную картину инновационной сферы страны, показывают позитивные и негативные тенденции.

Список литературы:

1. Индикаторы инновационной деятельности: 2016: статистический сборник / Н.Г. Городникова, Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 320 с.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Трофимов Глеб Витальевич

*магистр кафедры государственного и муниципального управления ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

E-mail: trofimov.globallox@yandex.ru

В современном обществе роль некоммерческих организаций, которые занимаются предоставлением социально значимых для населения услуг постоянно возрастает. Обусловлено это тем, что государство, обладая огромными человеческими, финансовыми и политическими ресурсами, не всегда имеет возможность сбалансированно распределять их в рамках предоставления социальных услуг. Такие обязательства могут брать на себя социально ориентированные некоммерческие организации.

Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» даёт полноценное определение данного термина. Под некоммерческой организацией признаётся организация, которая не занимается извлечением прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не может распространять эту прибыль между всеми участниками [1]. Важно отметить тот факт, что некоммерческие организации (далее НКО) формируются во многом для того чтобы оказывать населению «социальные услуги». Тем самым они вносят огромный вклад в решение многих экологических проблем, занимаются защитой гражданских прав и свобод, проводят мероприятия по помощи малоимущим и инвалидам. На основании этого можно сказать, что вносится весомый вклад в развитие гражданского общества в Российской Федерации.

На законодательном уровне особенностью социально ориентированных НКО является то, что не все они будут согласно законодательству таковыми. В пункте 2.1 статьи 3 № 7-ФЗ ключевым, на наш взгляд, критерием отнесения НКО к социально ориентированным будет направленность деятельности на решение многих социальных проблем, развития гражданского общества в РФ. Присутствие статуса социально ориентированной организации позволяет каждой из некоммерческих организаций заниматься получением льгот, и в частности льготирования по уплате налогов. В некоторых случаях будет учитываться это как и проведение специальной поддержки со стороны органов государственного управления. Об этом указывается в пункте 3 статьи 31.1 Закона № 7-ФЗ [1].

Рассматриваемая тематика развития сферы налогообложения некоммерческих организаций представляется достаточно актуальной сегодня ввиду того, что общество желает и хочет получать услуги и развивать данную область. Однако, на законодательном уровне имеются определённые проблемы и сложности.

Важно отметить то, что для качественной работы и выполнения всех своих целей, НКО должна обладать стабильной финансовой основой. Основным гарантом и стимулом для проведения деятельности таких организаций будет получение финансовой поддержки в форме грантов от государства или пожертвований со стороны неравнодушных граждан. При этом, проведя анализ нормативной базы было установлено, что понятие «грант» вообще отсутствует в Российском законодательстве. Для того чтобы иметь представление о том, что из себя представляет это определение, условимся, что грант – это безвозмездная субсидия, которая предоставляется некоммерческим организациям. Законодатель кроме этого наделяет некоммерческие организации правом проводить соответствующую деятельность тогда, когда это прописано в уставе и служит механизмом достижения целей. Изначально формируется представление о том, что грант вообще не может и не должен облагаться налогом на прибыль организаций. Но, в рассматриваемом случае, законодатель занимается постепенным уменьшением перечня социально значимых видов деятельности, на которые получают средства, не включённые в рамки налоговой базы [4, с. 47].

В отражённом выше тезисе имеется несколько ключевых проблемы и сложностей. Так, если НКО получает грант для того чтобы полностью реализовать проект по социальной поддержке ветеранов и вдов ветеранов Великой отечественной войны, то данные средства должны включаться в налоговую базу. Кроме этого, на основании анализа статьи 252 НК РФ нужно отметить, что получаемый доход для вычисления налогооблагаемой базы будет понижаться на размер экономически обоснованных расходов, связанных с получением [3]. Но с практической стороны это приводит к тому, что органы будут трактовать получение гранта или благотворительную поддержку в лице пожертвования. Всё это приводит к тому, что затраты, связанные с оформлением заявки на получение гранта и написанием проекта не могут относиться к экономически обоснованным расходам. При этом уменьшение налогооблагаемой базы не будет происходить вовсе. На основании этого можно сделать вывод о том, что грант не может быть включён в налоговую базу налога на прибыль, и кроме этого, никакой вычет по рассматриваемому налогу не предусматривается.

Не решённым остаётся вопрос о том, как и где нужно заниматься размещением средств и пожертвований на депозитных счетах в банке. Имеется позиция о том, что данное применение средств полностью входит в противоречие с деятельностью, прописанной в уставе и включающейся в состав налогооблагаемой базы. Но есть и несколько иное мнение на счёт данной проблемы – в соответствии с ним если проценты по размещённым на депозитах целевым поступлениям или благотворительным взносам будут расходоваться для того чтобы выполнять все уставные цели, то данное пассивное размещение свободных средств будет признаваться целевым и в состав налогооблагаемой базы не включается [5, с. 89].

Завершая данное исследование по актуальной на сегодня теме, необходимо сказать, что проблемы, рассмотренные в рамках написания статьи имеют место быть. НКО требует применения не только финансовой поддержки, но и должной поддержки правового характера со стороны органов государственной власти. Именно поэтому важно полностью ликвидировать проблемы, сформированные в рамках тематики при помощи предложения следующих мероприятий:

1. Инициировать внесение в федеральное законодательство изменений, направленных на выравнивание в правах социально ориентированных некоммерческих организаций с бюджетными организациями в процессе получения благотворительной помощи, пользования налоговыми льготами.

2. Расширить список некоммерческих организаций, которые должны признаваться социально-ориентированными для того чтобы заниматься развитием этого вида деятельности. Следствием процесса может быть улучшение позиций по развитию гражданского общества в Российской Федерации.

3. Предложить мероприятия, связанные с предоставлением права на получение социальных налоговых вычетов по налогу на доходы физических лиц для граждан, занимающихся выделением пожертвований социально-ориентированным НКО. Так, сегодня данный налоговый вычет может применяться тогда, когда благотворительная помощь оказана организациям, частично или полностью финансируемым при помощи средств бюджетов. Данные мероприятия станут стимулами для развития благотворительной деятельности.

4. Важно провести разделение категорий «членский взнос» и «добровольный имущественный взнос» в положениях Федерального закона от 11.08.1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Выполнять это нужно для того чтобы понижать риск внесения недобросовестных и нелегальных взносов для получения налоговых вычетов с последующим возвратом всего имущества. Сущность данного тезиса в том, что имущественные вклады должны подлежать возврату каждому участнику НКО в момент его выхода в пределах стоимости имущества. Данное имущество передаётся им в форме имущественного вклада. При этом членских взносов при выходе из организации не предусматривается.

5. К отдельной категории мер нужно отнести технологии применения упрощённой системы налогообложения и полностью отменить дополнительную финансовую отчётность

по сведениям, которые уже имеются в налоговых органах для НКО, занимающихся социально ориентированной деятельностью. Данный процесс позволит полностью снимать административную нагрузку, и при этом позволяет направить все усилия и финансы для того чтобы заниматься расширением и развитием региональной инфраструктуры социально ориентированных НКО.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. От 19.12.2016) «О некоммерческих организациях» (с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.07.2017) // «Российская газета», № 14, 24.01.1996.
2. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» // «Российская газета», № 159, 17.08.1995.
3. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.10.2017) // «Парламентская газета», № 151-152, 10.08.2000.
4. Боровикова Е.В. Применение специальных налоговых режимов [Текст] / Е.В. Боровикова // Финансы и кредит. - 2016. - № 38. - С. 8-16.
5. Голик Е.Н. Налоги и налогообложение [Текст]: учебное пособие. - Ростов-на/Д.: ООО «Мини Тайп», 2015. – 376 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам LVIII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 10 (58)
Октябрь 2017 г.

В авторской редакции

Издательство АНС «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 4.
E-mail: mail@sibac.info



СибАК
www.sibac.info