

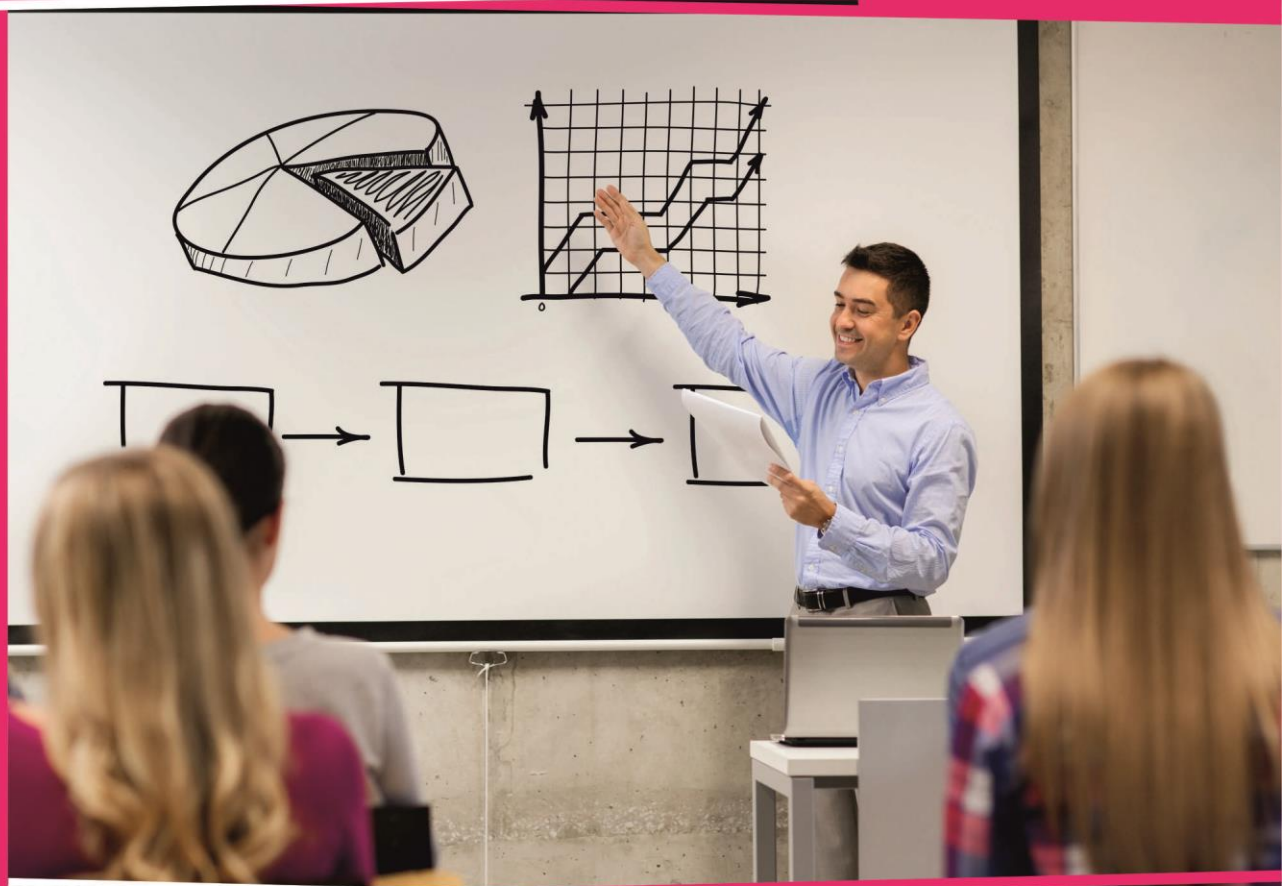


СИБАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

**LXXIV СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

№2(74)



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

г. НОВОСИБИРСК, 2019



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 2 (74)
Февраль 2019 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2019

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;

Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова.

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:

Электронный сборник статей по материалам LXXIV студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК». – 2019. – № 2(74) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/2_\(74\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/2_(74).pdf).

Электронный сборник статей по материалам LXXIV 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.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

ISSN 2310-4082

© АНС «СибАК», 2019 г.

Оглавление

Секция «Маркетинг»	5
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ КОРПОРАТИВНОГО СТАНДАРТА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ Максимов Леонид Иванович	5
ТИПОЛОГИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ТИПЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ Паршин Владимир Ярославович	12
Секция «Менеджмент»	17
ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА Мазитова Элина Приходько Рован Васильевич	17
MES-СИСТЕМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА Подольян Евгений Дмитриевич Чуваев Алексей Владимирович	26
ФАКТОРЫ УСПЕХА И ПРОБЛЕМЫ ПРИ ВНЕДРЕНИИ КОРПОРАТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ (КСУП) Торопчина Анастасия Васильевна	31
ОБОСНОВАНИЕ НОРМЫ ОТДАЧИ НА КАПИТАЛ ПРИ ОЦЕНКЕ БИЗНЕСА Тью Тхи Куе Пупенцова Светлана Валентиновна	36
Секция «Реклама и PR»	43
PR ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Стулова Дарья Валерьевна	43
Секция «Экономика»	48
РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ Абрамешина Светлана Александровна	48
СИСТЕМА ДИСТАНЦИОННОГО И ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ: ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ БУХГАЛТЕРОВ Абубекирова Гюзель Рашитовна Харькова Нонна Валентиновна	56
К ВОПРОСУ О ИТОГАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ Алиев Магомед Вахаевич	61

ДЕНЕЖНЫЕ РЕФОРМЫ В СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ Беляева Маргарита Сергеевна	65
СНИЖЕНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ПОДОХОДНОМУ НАЛОГУ В КАЗАХСТАНЕ Каримова Арьяш Сабитовна	71
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» Машина Виктория Алексеевна	76
МОНИТОРИНГ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Нелюбов Денис Александрович	80
АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ АО «ТРУБИНВЕСТ» Петрова Юлия Владимировна Харькова Нонна Валентиновна	87
ВЛИЯНИЕ АНТИДЕМПИНГОВОЙ МЕРЫ НА ИМПОРТ В РФ БУЛЬДОЗЕРОВ ИЗ КНР Побирченко Полина Гамильевна	92
ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ Свириденко Людмила Александровна	99
ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА НА ТРАНСПОРТЕ Устинова Валентин Сергеевна Маматов Тимур Бахромович Шматков Руслан Николаевич	103
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИЧНОГО АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СИБИРСКО-УРАЛЬСКАЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ» Худина Анастасия Андреевна	107
ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ: ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ Шишкин Антон Олегович Берг Татьяна Игоревна	112

СЕКЦИЯ
«МАРКЕТИНГ»

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ КОРПОРАТИВНОГО
СТАНДАРТА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ**

Максимов Леонид Иванович
студент группы М-133,
кафедра экономики и управления,
ФГБОУ ВО УИУ РАНХиГС,
РФ, г. Екатеринбург
E-mail: 9655400355@mail.ru

Нормативно-методологическую базу КСУП составляет корпоративный стандарт управления проектами предприятия. Под корпоративным стандартом управления проектами предприятия понимается совокупность документов, объясняющих или предписывающих, как, в какой последовательности, в какие сроки, с использованием каких шаблонов документов нужно выполнять те или иные действия в процессе управления проектами [10]. Это документ верхнего уровня в структуре внутренней нормативно-методологической документации, регламентирующей управление проектами в компании. w

Корпоративный стандарт управления проектами предприятия в части методологии имеет основу, определяемую рамочными документами, к которым относятся Project Manegement Body of Knowledge (PMBOK) Американского института управления проектами (PMI), ISB - IPMA Competence Baseline Международной ассоциации управления проектами, стандарт ISO 10006:1997 и др. Смысл и содержание перехода от рамочных стандартов к стандарту предприятия состоит в их специализации и детализации.

Специализация означает включение в стандарт предприятия тех и только тех положений, которые имеют отношение к проектной деятельности именно на этом предприятии и в привязке к реалиям этого предприятия.

В связи с этим стандарт предприятия должен содержать описание и классификацию проектов предприятия, организационные структуры и персонал

проекта, процессы управления проектами [9]. Количество этих документов зависит от степени детализации стандарта и может быть достаточно велико от десятка до сотен документов.

Общая структура корпоративного стандарта представлена в таблице 6

Таблица 6.

Структура корпоративного стандарта управления проектами

Процесс	Регламенты, документы
Подготовка контракта	Выбор контракта и его подписание
Проведение исследований по проекту	Проведение технологических исследований Проведение маркетинговых исследований
Формирование команды проекта	Планирование персонала Назначение руководителя проекта Формирование команды проекта Управление командой Управление конфликтами Развитие команды
Структуризация проекта	Определение состава работ Определение длительности и последовательности работ Построение структуры разбиения работ (WBS) Планирование ресурсов Построение структуры ресурсов проекта (RBS) Разработка Расписания проекта
Финансирование проекта	Определение стоимости работ Бюджетирование проекта Разработка бюджета проекта Построение финансовых схем проекта Организация и контроль финансирования проекта Управление финансовыми рисками проекта
Организация НИОКР	Управление НИОКР
Технико-экономическое обоснование (ТЭО) проекта	Подготовка и анализ ТЭО
Планирование проекта	Предпроектное планирование Оперативное планирование проекта Текущее планирование
Закупки и поставки	Поиск и выбор субподрядчиков Управление проведением тендеров Управление поставками Управление закупками Управление запасами Товарно-транспортная логистика
Контроль и отчетность	Определение процедур отчетности Выполнение контрактных обязательств Отчетность по проекту Плановый и внеплановый аудит проекта

Окончание таблицы 6.

Процесс	Регламенты, документы
Управление изменениями	Проверка и надзор Структурные изменения в ходе проекта Изменение планов проекта Изменение содержания проекта Организация контрольных мероприятий
Организационно-техническая подготовка к производственной деятельности	Подготовка производственной деятельности
Управление качеством	Обеспечение качества Контроль качества Развитие системы менеджмента качества
Безопасность окружающей среды	Техника безопасности и охрана труда Анализ воздействия на окружающую среду
Пусконаладочные работы	Управление пусконаладочными работами Проверка и тестирование оборудования Проведение испытаний
Сдача проекта	Организация сдачи-приемки проекта
Организация эксплуатации объекта	Организация эксплуатации объекта Действия в чрезвычайных ситуациях
Консалтинг и обучение персонала	Обучение и передача опыта
Развитие проекта	Разработка стратегии развития проекта
Управление коммуникациями проекта	Проектирование информационной системы Использование программного обеспечения Управление данными о проекте
Управление взаимодействием	Структура сбора и распределения информации Матрица отчетности
Накопление опыта	Формализация отчетных документов Создание архива проектов
Управление рисками проекта	Идентификация рисков Оценка рисков Разработка реагирования Управление реагированием
Выбор инвестиционных и проектов	Процедуры отбора и ранжирования проектов

В государственных корпорациях структура корпоративного стандарта управления проектами на предприятии может включать несколько документов - это руководящая нормативная и методологическая документация, регламентирующая основные управленческие процедуры и содержание работ по портфелю проектов и отдельным проектам.

Такое разделение нормативной и методологической базы управления проектами в государственных корпорациях обусловлено следующими факторами:

- большими масштабами инвестиционной деятельности;
- многоуровневостью КСУП и корпоративного офиса управления проектами;
- недостаточной квалификацией персонала в области управления проектами, требующей большей детализации корпоративного стандарта;
- высокой степенью ответственности персонала КСУП за использование инвестиционных средств и достижение государственных целей компании;
- жесткой формализованной структурой государственных корпораций, управление в которой осуществляется набором многочисленных шаблонов, инструкций и процедур.

Руководящая нормативная и методологическая документация разрабатываются и согласуются с руководителями заинтересованных служб корпорации и утверждаются высшим руководством с целью обеспечения безусловного их исполнения и приоритизации проектной деятельности над функциональной.

Модели формирования портфеля проектов можно разделить на два больших класса: однокритериальные и многокритериальные задачи.

Однокритериальные модели принятия решений об отборе проектов в портфель по учету неизвестных факторов можно подразделить на детерминированные, стохастические и модели с элементами неопределенности.

Существующие модели формирования портфеля, реализуемые в условиях определенности, а также в зависимости от вида целевой функции и ограничений можно разделить на четыре вида: 1) линейные, 2) нелинейные, 3) динамические и 4) графические.

В рамках модели формирования портфеля проектов формально определяется степень соответствия портфеля проектов стратегическим целям организации.

В последнее время в литературе все больше внимания уделяется особенностям управления проектами с позиций различных заинтересованных

сторон. Использование данных моделей направлено на повышение эффективности деятельности стейкхолдеров, генконтрактора, заказчиков, что должно обеспечить системность, целостность и адекватность принимаемых решений [2-7].

Используемые математические модели в проектном менеджменте можно разделить на следующие виды:

- организационные – применяются при разработке организационных структур проектов, описывают организационные связи и отношения между участниками проекта в виде систем математических уравнений и неравенств;

- сетевые модели (графики) - известно более 200 сетевых моделей, различающихся по назначению, элементам описания, алгоритмам и др. Созданные в 1960-х гг. модели являются графоаналитическими, позволяют описывать весь процесс от зарождения идеи проекта до его реализации. Наибольшей ценностью обладает метод критического пути, позволяющий оптимизировать график производства работ во времени с учетом ограничений на выбранные ресурсы [8];

- управление ресурсами – позволяют определять оптимальный уровень закупок материальных ресурсов по проекту. Задачам распределения ресурсов уделяется особое внимание, т. к. они относятся к сложным многоэкстремальным задачам. Наиболее известной моделью оптимизации оптимального размера и оптимального времени заказа является модель оптимизации объема поставок [1];

- управление рисками проекта – модели позволяют провести анализ рисков, и определить их влияние на эффективность проекта;

- управление стоимостью – используются для оценки стоимости проекта, распространение получили модели прогноза стоимости на основе функционально-стоимостного анализа.

- управление портфелем проектов – исследуют возможность эффективного управления портфелем проектов при заданных ограничениях и соответствии стратегическим целям организации.

Получили известность следующие математические модели управления портфелями проектов: оценка эффективности проектов, формирование портфеля проектов, планирование процесса реализации портфеля проектов, распределение ресурсов между проектами портфеля, оперативное управление портфелем проектов.

Заключение.

- Предназначение корпоративного стандарта по управлению проектами заключается в том, чтобы описать саму КСУП, принципы ее построения, основные элементы, а также подход к управлению проектами, принятый в компании.

- В зависимости от типа организационной структуры предприятия и характера взаимодействий персонала в рамках проектов корпоративный стандарт управления проектами может иметь различную структуру. В частности в компаниях с высокой долей государственной собственности корпоративный стандарт управления проектами представляет систему нормативно-методологических документов, регламентирующих деятельность предприятия в области проектного управления.

Список литературы:

1. Баркалов П.С., Буркова И.В., Глаголев А.В., Колпачев В.Н., Задачи распределения ресурсов в управлении проектами, Москва: ИПУ РАН, 2002. – 65 с.
2. Воропаев В.И. Управление проектами – неиспользованный ресурс в экономике России. М.: Российская ассоциация Управления проектами, 2005.
3. Воропаев В.И., Гельруд Я.Д. Математические модели проектного управления для инвестора // Управление проектами и программами – 2013 - № 2, с. 102-112.
4. Воропаев В.И., Гельруд Я.Д. Математические модели проектного управления для поставщика // Управление проектами и программами – 2013 - № 3, с. 180-196.
5. Воропаев В.И., Гельруд Я.Д. Математические модели проектного управления для регулирующих органов // Управление проектами и программами – 2013 - № 4, с. 272-284.
6. Воропаев В.И., Гельруд Я.Д. Управление проектами и программами. Математические модели проектного управления для заинтересованных сторон // Управление проектами и программами – 2012 - № 4, с. 18-29.

7. Воропаев В.И., Гельруд Я.Д. Управление проектами и программами. Математические модели проектного управления для заказчика // Управление проектами и программами – 2013 - № 1, с. 258-269.
8. Деордица Ю.С. Сетевые модели в планировании и управлении. – Луганск, 2009. – 83 с.
9. Рассел Д. Арчибальд. Управление высокотехнологичными проектами и программами. М.: ДМК-Пресс, 2004. 472 с.
10. Руководство по проектно-ориентированному управлению / Дж. РодниТернер. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2007. – 552 с.

ТИПОЛОГИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ТИПЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Паршин Владимир Ярославович

*студент, кафедра экономики
ФМГУ им. М.В. Ломоносова в г. Севастополе,
РФ, г. Севастополь
E-mail: burbon1998@mail.ru*

На современном этапе развития экономики и маркетинга принято полагать, что маркетологи выделяют пять типов потребителей, исходя из их готовности пробовать новые товары и услуги.

Так выделяют:

1. Новаторов, те кто отдает предпочтение потреблению новых инновационных товаров;

2. Ранние последователей, которые готовы к новым идеям, но с осторожностью, только при условии того, что продукт был успешно освоен новаторами;

3. Прогрессивное большинство, данная группа потребляет товар раньше оставшихся двух типов потребителей, однако долго оценивают, насколько потребление стоит вложений;

4. Консервативное большинство осуществляет покупку, когда продукт имеет определенную репутацию, то есть в случае потребления данного товара или услуги большей частью людей;

5. Ретрограды или поздние последователи, являются главными скептиками, приобретают продукт, когда она уже стала традиционной.

Следует отметить, что кроме выше представленной типологии потребителей также выделяют классификации в зависимости от типа личности: сангвиник, флегматик, холерик, меланхолик. Данная типология напрямую связана с предыдущей, так как именно темперамент – характеристика индивида со стороны динамических особенностей его психической деятельности: интенсивности, скорости, темпа, ритма психических процессов и состояний. Темперамент всегда связывается с органическими основами, или

физиологическими особенностями, организма. Можно выделить три сферы проявления темперамента: общая активность, особенности моторной сферы и свойства эмоциональности. Именно эти три сферы оказывают влияние на выбор потребителя.

Также маркетологи выделяют такую типологию как:

1. Индивидуальные – это потребители, покупающие продукт лишь для своих личных потребностей.

Предметами индивидуального пользования является одежда, обувь, личные вещи (за исключением покупок в подарок). В основную очередь этот тип потребителей интересуют потребительские качества товара: полезность, цена, внешний вид, упаковка, сервис, гарантии. Тем не менее на данный момент рынок индивидуальных потребителей в России относительно ограничен.

2. Семьи или домохозяйства – это группа потребителей продуктов питания и непродовольственных товаров, за исключением личных вещей. Решения принимаются вместе супругами, либо главой семьи.

3. Посредники – это тип покупателей, покупающих товар для извлечения прибыли. Посредников не интересуют потребительские качества товара, их заботят обменные характеристики – цена, предъявляемый спрос, рентабельность, ликвидность, срок хранения и т. п. Посредники – это более профессиональные покупатели в отличие от семей и индивидуальных потребителей. Предъявляемый ими спрос может быть, как довольно обширным, так и довольно ограниченным.

4. Снабженцы или представители фирм, то есть покупатели товаров промышленного назначения. Они покупают товар для дальнейшего его использования в производстве, поэтому учитывается все: цена, количество, быстрота поставок, размер транспортных издержек, полнота ассортимента, репутация фирмы на рынке, уровень сервиса и многое другое.

5. Чиновники или государственные служащие. Особенность содержится в том, что при покупке того или иного товара чиновник распоряжается не своими деньгами, а государственными, и, следовательно, эта процедура бюрократизирована и формализована. Важными критериями при выборе поставщика или производителя является надежность, лояльность, честность, личные связи.

Более того в зависимости от степени вовлеченности в процесс принятия решения, в зависимости от типа товаров и усилий, которые необходимо предпринять выделяют четыре типа потребления.

Так выделяют: рутинный тип (привычный), неуверенное потребительское поведение, сложный тип, поисковое поведение. Рассмотрим далее каждый из них подробнее.

К рутинному тип или привычному типу поведения можно отнести приобретение товаров и услуг, о которых уже существует представление. Данный тип характеризует низкий уровень риска ошибки при покупке и низкая вовлеченность агента. Примером может служить покупка товаров повседневного спроса.

Вторым типом потребительского поведения является неуверенное покупательское поведение. Оно прослеживается в случаях с высоким уровнем вовлеченности, так как товар стоит дорого, существует большое количество аналогов и покупка связана с риском. Например, потребитель собирается приобрести однокомнатную квартиру, однако цена на все предложенные варианты одной категории и среди конкурентных предложений нет явных различий, а также велика степень риска ошибки.

Следующий тип потребительского поведения – сложный тип. Он предполагает, что агент понимает, что хочет, однако на рынке существует большой выбор продуктов, информация о которых ограничена, и процесс покупки связан с риском. Так, например, туристу на отдыхе в Крыму предлагается посетить Ливадийский или Воронцовский дворец, однако финансовые возможности позволяют выбрать только один. Следовательно, агент вовлечен в процесс поиска информации и принятия решения.

Последним типом потребительского поведения является поисковый тип, характеризующийся большим ассортиментом товаров и желанием потребителя попробовать разные виды товаров. Например, агент хочет попробовать различные сладости, поэтому приобретает каждый раз новый вид.

Выше указанные типы потребителей и виды потребительского поведения следует учитывать при исследовании потребительского поведения и при формировании продукта.

Так ежегодно различные маркетинговые компании и организации, оценивающие мнение населения Российской Федерации, проводят анализ потребительского рынка по вопросу готовности к потреблению товаров и услуг. Например, Всероссийский центр исследования мнения (ВЦИОМ) провел опрос населения на вопрос готовности к новому во время отдыха. Данные данного исследования можно увидеть в таблице №1.

Таблица 1.

Готовность потребителя к новому в %

	Среднее	Отдыхали дома	Отдыхали в туристической поездке
Привычное (проверенное)	40	45	26
Как новое, так и привычное (известное)	40	39	51
Новое (с элементами риска)	15	12	22
Затруднились ответить	5	4	1

Как мы можем заметить исследование соответствует типологии потребителей. Соответственно, проанализировав данную таблицу, можно прийти к выводам, что среди тех, кто отдыхает в туристической поездке большая укрупненная доля (51 %) принадлежит ранним последователям и прогрессивному большинству, 22 % являются новаторами, и 26 % относят себя к консервативному большинству или к ретроградам. По-другому обстоят дела с теми, кто отдыхает, не покидая своего места жительства. Так 45 % являются консервативным большинством или ретроградами, 39 % соотносят себя ранними последователями и прогрессивным большинством, и лишь 12 % респондентов, среди отдыхающих дома, можно назвать новаторами.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что исследование рынка потребителей на тему типологии потребителей может позволить компаниям грамотно разрабатывать комплекс маркетинговых действий с целью достижения главной цели маркетинга.

Список литературы:

1. Reisinger Y. International tourism: Cultures and Behavior. 2009. Oxford.
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения: [Электронный ресурс]. М., 2000-2019. URL: <https://wciom.ru/> (Дата обращения: 10.01.2019).

СЕКЦИЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ»

**ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА**

Мазитова Элина

*магистрант,
Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: elyamazitova@mail.ru*

Приходько Рован Васильевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные инновационные финансовые технологии, которые классифицированы по бизнес-сферам их применения. Рассмотрены конкретные современные финансовые технологии, преимущества и выгоды их применения предприятиями малого бизнеса.

Annotation. The article discusses the latest innovative financial technologies, which are classified by business areas of their application. Certain modern financial technologies, advantages and benefits of their use by small businesses are considered.

Ключевые слова: финансовые технологии малое предпринимательство, финтех, технологии, fintech, малый бизнес.

Keywords: financial technologies, small enterprises, Fintech, technologies.

В классическом понимании, технологии финансового рынка мы трактуем как совокупность методов и инструментов применяемых на рынке финансов для достижения желаемого результата. Финансовые инструменты являются неотъемлемой частью каждого из финансовых рынков и активно используются различными участниками рынка.

Иное же понятие, более современное – ФинТех (FinTech – financial technology), пришло к нам из-за рубежа совсем недавно и уверенно закрепилось в лексиконе современных управленцев и представителей IT индустрии.

По своей сути, понятие Финтех относится к новым приложениям, процессам, продуктам или бизнес-моделям в сфере финансовых услуг, которые, в большинстве своем, осуществляются через интернет.

Сейчас же, Финтех представляют собой новую отрасль, состоящую из инновационных компаний, создающих новые технологии для применения их на финансовом рынке. Однако, можно рассмотреть Финтех и с точки зрения продукта, в широком смысле понимания, который данной отраслью создается. Ведь именно продуктом и уникальна данная отрасль. И, анализируя инновационные приложения и программы, создаваемые участниками Финтеха, как отрасли, можно прийти к выводу, что именно этот продукт и является, по своей сути, инновационными инструментами финансового рынка, ведь данные технологии и приложения, безусловно, наравне с классическими инструментами способствуют достижению компаниями своих целей на финансовом рынке. А, принимая во внимание тот факт, что, зачастую не только крупные корпорации становятся пользователями данных технологий, но и участники малого и среднего бизнеса, необходимо понять, какие именно инновационные финансовые технологии могут быть применены предприятиями малого бизнеса уже сейчас, и к каким положительным изменениям это может привести.

В наибольшей степени развитие финансовых технологий модернизирует традиционные финансовые услуги и продукты в нескольких областях [1]:

- платежи и переводы: сервисы онлайн платежей, сервисы онлайн переводов, P2P обмен валют (переводы между физическими лицами.), сервисы B2B платежей и переводов (переводы между юридическими лицами), облачные кассы и смарт-терминалы, сервисы массовых выплат;
- финансирование: P2P потребительское кредитование, P2P бизнес-кредитование, краудфандинг;

- управление капиталом: робо-эдвайзинг, программы и приложения по финансовому планированию, социальный трейдинг, алгоритмическая биржевая торговля, сервисы целевых накоплений/

Таким образом, инновационным инструментам финансового рынка можно отнести: P2P-кредитование, E-wallets, Bitcoin, mPOS- эквайринг, T-commerce, M-wallets (mobile banking), смарт-терминалы, краудфандинг и др.

Чтобы успешно влиться в новую реальность, нужно четко понимать, что происходит вокруг. А именно, как меняются сферы B2B и B2C платежей, как нивелируются барьеры в процессе оцифровки промышленности, какие новые стандарты создаются в области цифровых платежей, как ведут себя миллениалы, стабильно увеличивающие свой вклад в национальные экономики и частный сектор. Также важно не упустить возможность оптимизировать свой бизнес и снизить издержки за счет автоматизации, сократить нагрузку на сотрудников и расширить компанию через использование цифровых помощников, персонифицировать товары и услуги. Цифровая трансформация для каждой компании должна стать полноценной стратегией, а не хаотичным внедрением отдельных инструментов. Необходимость внедрения инновационных финансовых технологий становится очевидной.

Поговорим детальнее о том, в каких сферах бизнеса уже можно применять инновационные финансовые технологии и какие именно.

Маркетинг. Современный маркетинг — это уже не искусство, а технология, плотно завязанная на статистику, обработку данных и обратную связь. Аналитические панели помогают получить наиболее четкое представление о целевой аудитории, а современные сервисы работают на возможность создавать персонализированные предложения. Один из прогрессивных стартапов Insight & Target предоставляет банкам и кредитным союзам способ работать индивидуально с каждым клиентом. Компания Optimove позволяет банкирам запускать тесты A, B, C и создавать микросегменты для охвата небольших групп потенциальных покупателей. Uniken устраняет необходимость в получении личной информации через телефонные звонки, автоматически проверяя идентификацию пользователей, обращающихся в контакт-центр [2].

CRM и другие внутренние инструменты. Ключевое слово нашего времени — интеграция. Так, 10 лет назад на всех десктопах появился 1С, пять лет назад — Bitrix и АМО. Сейчас набор доступных приложений исчисляется десятками, вопрос лишь в том, как эти продукты соединены друг с другом, у кого больше вариантов для интеграции и кто стабильнее координирует работу всех автоматизированных помощников. Из последних полезных новинок можно отметить Jiffee, который превращает любой телефон в платежный терминал, устраняя необходимость покупать отдельное оборудование для получения платежей; Nanopay, дающий возможность сократить расходы и нивелировать риски трансграничных платежей (в прошлом году только банки заплатили \$172 млрд за такие переводы); Relationship Planner — мобильный CRM, ведущий рейтинг сотрудников, чтобы помочь руководству оценивать деятельность компании и распределять задачи; Bpm'online — инструмент контроля, который позволяет начальникам отделов и старшим менеджерам подключаться к работе и переводить на себя важных клиентов.

Онлайн-банкинг. Парадоксально звучит, но в уровне цифровизации российские банки не только не уступают, но часто и превосходят зарубежные. AggregationChallenge.com — первая попытка отслеживать и сравнивать эффективность агрегации финансовых услуг (48 000 взаимосвязанных компаний, миллиарды возможных ходов, 99 % клиентов остаются довольны сервисом). Finn.ai связывает сторонние продукты, такие как Facebook Messenger и Alexa, с цифровым розничным банковским опытом. Когда пользователь запускает учетную запись, Digital Onboarding отправляет текстовое сообщение со ссылкой на банковское приложение и ссылкой для подключения к личному кабинету. FI.SPAN открывает новый канал бизнес-банкинга и позволяет кредитной организации использовать любые сторонние проекты. Cyber Productivity предоставляет помощь в выставлении счетов, платежах, управлении наличностью и т. д. Как видно, в тренде не столько цифровизация (это уже обязательное условие), сколько интеграция и расширение связей между доступными дата-базами и платформами.

Кредиты и инвестирование. Отметим сразу несколько fintech-сервисов, успешно функционирующих в данной области. Stash Invest учит основам инвестирования, Overbond связывает потенциальных инвесторов с рынками облигаций, Voleo с помощью своего приложения для социальных сетей помогает пользователям подключаться к группам для принятия инвестиционных решений. PromonTech позволяет клиентам подавать заявки на ипотечные кредиты в мобильном приложении и предоставляет кредиторам доступ к более чем 300 параметрам расчетов доходов для формирования полной картины рынка и предложений от действующих игроков. AI Foundry создает сервис самообслуживания на рынке ипотечного кредитования, где потенциальные заемщики могут видеть тип ссуды, тип продукта, его рейтинг и статус.

Виртуальные площадки для финансовых сделок. Здесь пока характерны финтех-стартапы, финансируемые за счет венчурного капитала, краудфандинга, а также за счет сделок слияния и поглощения вместо стратегии «выхода» из инвестирования через размещение ценных бумаг. Частные венчурные инвесторы или компании венчурного капитала предоставляют стартовый капитал до 1 миллиона фунтов стерлингов, но обеспечивают себе гарантии возврата вложений, даже если стартап становится неплатежеспособным, а также накладывают ограничительные условия и обязательства. В случае невозможности привлечь инвестора необходимый стартовый капитал собирают по принципу краудфандинга - финансирование какой-либо идеи многими соинвесторами. А, краудинвестинг, в противоположность краудфандингу, полезен тем, кто ищет возможность вложить свободные средства. Краудинвестинг широко используется в сегменте недвижимости.

Сегменты оффлайн и онлайн продаж. Финтех активно начинает развиваться в странах, в которых система банковского обслуживания только формируется, а также в развитых странах, для которых онлайн-оффлайн продажи - новый вид деятельности компаний и к которому они получают доступ через использование технологий финтеха. С точки зрения рыночного потенциала эта область очень важна. Основная идея заключается в том, чтобы обеспечивать переход

от наличных денег сразу к технологиям финтеха через мобильные приложения и терминалы. Компании в сфере розничных продаж получают возможность преобразовать розничные магазины в некие ознакомительные площадки, интегрировав их с заказами через интернет. Успешных примеров применения финтеха в таких компаниях много. Самые известные - компания Amazon Books, вторая по величине розничная сеть США Target, компания продажи одежды со 158-летней историей Burberry, новая корпорация электромобилей Tesla. В настоящее время подобные цифровые технологии - недостающее многим корпорациям звено системы финтеха, и выигрывают те, кто предоставляет своим клиентам соответствующие финтех-платформы и поощряет онлайн-взаимодействие до, во время и после визита в розничные магазины. В то же время клиенты, получив информацию, имеют возможность сделать разумный выбор.

Страхование. Значительный сегмент рынка занимают технологии страхования. Примером практического использования может служить опыт немецкой фирмы Friendsurance, которая запустила одноранговую модель страхования Zendrive, которая анализирует стиль вождения автомобиля и предлагает лучшие условия автомобильного страхования. Также отмечается развитие медицинского страхования. Например, компания DocPlanner из Польши уже действует в 23 странах и недавно объединилась с испанской компанией Doctoralia, работающей в 20 странах. Вместе они обслуживают 17 миллионов клиентов - оформляют запись к врачу. В Китае имеется схожий сервис для медицинских онлайн-консультаций (77 миллионов пользователей), эти услуги предоставляет компания Ping An Health Cloud.

Принимая во внимание, что малый бизнес — это небольшое предприятие или фирма, принадлежащее частному лицу/лицам, характеризующееся небольшими объёмами производства и выручкой, ограниченным штатом персонала, отметим, что основной проблемой для данного рода фирм является ограниченность капитала. Отсюда и формируются главные, на наш взгляд, преимущества многих современных финансовых технологий для малого бизнеса:

- осуществление деятельности многих решений на платформах в сети интернет;
- отсутствие необходимости приобретения дорогостоящего оборудования;
- увеличение конкурентоспособности бизнеса за счет возможности обслуживать «современных» клиентов, пользующихся современными способами оплаты;
- возможность получить кредит быстро и с минимальным количеством кредитных баллов и документов.

Подводя итог, перечислим конкретные современные финансовые технологии, которые уже сейчас могут успешно применяться в предприятиях малого бизнеса и несут в себе выше перечисленные преимущества и выгоды для владельцев: E-wallets, mPOS- эквайринг, T-commerce, смарт-терминалы, краудфандинг, платежные системы PayPal и др, P2P-кредитование, мобильные и облачные CRM, онлайн и мобильный банкинг.

Какие же выгоды несет внедрение современных финансовых технологий владельцам малого бизнеса - охарактеризуем кратко. Смарт терминалы, T-commerce, электронный кошелек, mPOS- эквайринг, позволяют избежать покупки дорогостоящего кассового оборудования, совершать операции в любой точке города т. е. совершать доставку, встречаться с клиентом в любом удобном для него месте и принимать платежи любым удобным для клиента образом. Платежные решения, доступные через Stripe или PayPal, требуют только небольшого, но безопасного карт-ридера для приема платежей. Кроме того, эти карт-ридеры предоставляются торговцам бесплатно. В то же время совершение транзакций через ваш смартфон означает, что любой клиент может оплачивать продукты, несмотря на их местоположение.

Когда вы используете оцифрованные кредитные платформы, минимальная потребность в кредитных баллах во время принятия положительного решения. Если им нужна какая-либо информация для проверки и андеррайтинга, технология помогает мгновенно получить к ней доступ. В целом, когда платформа привязана к платежной системе, кредиторам легко анализировать

сложившуюся ситуацию для любого бизнеса, который ищет финансирование. Самое главное, это гарантирует, что больше стартапов выживет дольше, в отличие от ситуации в прошлом.

По мере развития финтех были внедрены р2р сервисы, которые позволяют обменивать транзакции между отдельными лицами в разных странах мира. В результате стоимость совершения транзакций снизилась, и предприятия могут с комфортом совершать зарубежные торги.

Мобильные и облачные CRM также являются более бюджетным решением для небольших фирм по сравнению с классическими гигантами, типа 1С. Более того, подключая в единую сеть кассовые терминалы всех торговых точек и облачную CRM владелец бизнеса из любой точки мира может отслеживать текущие показатели выручки, среднего чека, количество сделок и прочую более детальную информацию. В условиях, когда владелец малого бизнеса, зачастую, исполняет роли сразу нескольких руководящих сотрудников, способность отслеживать здесь и сейчас как идут дела бизнеса даже без личного присутствия крайне ценна.

Подводя итог, скажем, что на наших глазах происходит инновационный прорыв в сфере финансовых услуг, где финтех является главной движущей силой. Финансовые технологии, описанные в этой статье, оказывают значительное влияние на деятельность компаний, в корне меняя представление о том, как, где и когда предоставляются финансовые услуги. Стремление к удовлетворению ожиданий и потребностей клиентов и потребителей выходит на первый план, определяя успешность ведения дел. И только идя в ногу со временем предприятия малого бизнеса могут оставаться конкурентоспособными на рынке и иметь возможность расти и развиваться.

Список литературы:

1. Основные направления развития финансовых технологий на период 2018-2020 гг. Банк России. [Электронный ресурс] / URL: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/35816/on_2018_2020.pdf.

2. Fintech 2017: как использовать новые финансовые технологии? [Электронный ресурс] / Александр Ермаков 28 сентября 2017 / журнал контур – Электрон. дан. – 2016. URL: <https://kontur.ru/articles/4930>.
3. Малый бизнес не знает, что такое FinTech — исследование; [Электронный ресурс] / URL: <https://psm7.com/news/malyj-biznes-ne-znaet-cto-takoe-fintex-issledovanie.html>.
4. Как финтех меняет бизнес-ландшафт для малого бизнеса; новостной портал «Корпорация «МСП»; [Электронный ресурс] / URL: https://corpmsp.ru/pres_slujba/news_msp/kak_fintekh_menyaet_biznes_landshaft_dlya_malogo_biznesa.
5. Малый бизнес: преимущества и недостатки, примеры и идеи; Клуб Частных Инвесторов: куда вложить деньги; [Электронный ресурс] / URL: <http://kudavlozidengi.adne.info/malyj-biznes/#2>.

MES-СИСТЕМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

Подольн Евгений Дмитриевич

*магистрант, кафедра менеджмента НГТУ,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: 08-97@bk.ru*

Чуваев Алексей Владимирович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент НГТУ,
РФ, г. Новосибирск*

Современные динамичные рыночные условия выгодны для тех производителей, которые могут обеспечить большой объем качественной продукции с наибольшей экономической эффективностью и минимальными усилиями. При увеличении накладных расходов и расходов на материалы производственным предприятиям необходимо искать возможности для повышения эффективности, гибкости, сокращения времени производственного цикла. А так же возникает необходимость получения полной информации в режиме реального времени по всем этапам производства и планирования для организации процесса выбора решений, оперативного управления.

Одним из эффективных способов совершенствования деятельности предприятия в целом является его автоматизация. Имеющиеся информационные системы позволяют оперативно реагировать на постоянно меняющуюся рыночную ситуацию, контролировать все стороны производства, выявлять «узкие места», концентрировать усилия на наиболее значимых в данный момент процессах. Современная система управления производственными процессами- это специализированное программное обеспечение, которое предназначено для решения задач анализа, координации и оптимизации выпуска продукции в рамках какой-либо производственной деятельности.

В настоящее время число информационных систем как западных, так и российских разработчиков достаточно велико. Поэтому при анализе программ этих систем необходимо знать, в соответствии с какими критериями составлено производственное расписание, чтобы иметь представление о том насколько такой способ планирования подходит конкретному предприятию.

Одним из видов оперативного управления и планирования производством в настоящее время являются системы нового поколения, такие как ERP (Enterprise resource planning), APS (Advanced Planning & Scheduling Systems) и MES (Manufacturing Execution Systems). Выделяют два основных принципа в планировании и управлении-централизованный и децентрализованный. При централизованном планировании «одна система, например, класса ERP, должна составлять расписания работы для всего парка оборудования предприятия, как на среднесрочном горизонте планирования, так и на оперативном. Модули планирования современных ERP-систем часто включают в себя APS-системы, которые вполне могут справиться с построением расписания во втором случае, как наиболее тяжелом с вычислительной точки зрения» [4, с. 79]. Но при построении таких расписаний APS-системы не позволяют выполнить все задачи, т. к. имеют ряд ограничений. Поэтому необходимо проводить пересмотр заданий с помощью MES-системы. В этом случае «осуществляется планирование материальных потоков непосредственно в цехах и участках, там, где, собственно, и создается добавленная стоимость, которая является залогом успеха предприятия» [4, с. 84]. Комплексное решение по планированию всех процессов предприятия можно осуществлять «схемой децентрализованного планирования с трехзвенной архитектурой с использованием систем ERP, APS и MES» [4, с. 84].

Международная ассоциация производителей и поставщиков MES-решений определяет MES-систему как это интегрированную информационно-вычислительную систему, объединяющую инструменты и методы управления производством в режиме реального времени. Не затрагивая вопросы автоматизации на аппаратном уровне, т. е. на уровне SCADA систем (управление счетчиками, датчиками и прочими приборами и оборудованием), MES-системы концентрируют свои усилия на поддержке плановой и организационной составляющих самого производственного процесса. Они могут осуществлять корректировку процессов в режиме реального времени в отличие от других информационных систем. При выполнении заданий

MES-системы действуют по фактическому состоянию производства. Сначала алгоритм MES находит допустимое решение с учетом всех имеющихся ограничений и выбранного критерия. Далее на этапе оптимизации происходит поиск лучшего расписания. В ряде случаев системы такого типа могут составлять расписание не только для станков, но и транспортных средств, бригад наладчиков, обслуживающих устройств. Отличительной особенностью является возможность формирования технологических сборов, планирование выпуска изделий с параллельным планированием изготовления требуемого комплекта оснастки. Преимущественно MES-системы предназначены для производства дискретного типа, т. е. производства, в котором исходный материал при переработке в конечный продукт проходит более одного передела с прерыванием технологического процесса. Это может быть позаказное, мелкосерийное и единичное производство. Но в последние годы Международная ассоциация производителей и поставщиков MES-решений рассматривает все типы производств - дискретное, периодическое, непрерывное. Направления работы ассоциации сконцентрированы на использовании информационных технологий для работы с производственными событиями в реальном времени, а так же на том, как полученная информация может быть использована для поддержки таких задач компании и всей цепочки поставок, как бережливое производство, совместное управление цепочками поставок, соответствие нормативным требованиям и т. д.

MES-системы являются предметно-ориентированными. Они максимально полно отражают особенности технологических процессов в машиностроении, электромашиностроении, деревообработке и т. п.

Прогрессивные отечественные разработки MES-систем представлены тремя научными центрами. Система «ФОБОС» (г. Москва), система «YSB.Enterprise.Mes» (г. Орел) и система «PolyPlan» (г. Уфа). Все они предназначены для оперативного управления производством дискретного типа, реализуют описанные выше возможности.

MES-система «ФОБОС» ориентирована на крупные и средние машиностроительные предприятия, «YSB.Enterprise.Mes» предназначена для деревообрабатывающей промышленности. Система «PolyPlan» имеет меньший состав функций MES, но рассматривается как система оперативно-календарного планирования для автоматизированных и гибких производств в машиностроении. Эти системы могут быть адаптированы под различные отраслевые особенности дискретного или сводимого к дискретному типу производств. Отметим отличия перечисленных систем.

Программный продукт «ФОБОС» является основой системы управления современным цехом механообработки, которая интегрирует автоматизированную подготовку производства, календарное планирование, диспетчерский контроль за состоянием оборудования. В подсистеме «ФОБОС» ведется детальный анализ возникающих задержек обработки деталей на каждом производственном участке, контроль их наличия, осуществляется оперативный анализ производственных затрат технологического оборудования и отдельных заказов.

MES-система «ФОБОС» осуществляет внутрицеховое планирование и управление, принимая и отдавая входные и выходные данные ERP-системе, которая обычно внедрена в машиностроении на крупных заводах.

Система «YSB.Enterprise», работая с предприятиями сектора ниже, имеет расширенные функциональные возможности от MES. Она включает в себя продажи с формированием портфеля заказов, возможности по управлению складским дефицитом (не только производственного происхождения) и бухгалтерию с расчетом заработной платы многообразными способами. Этот спектр функций «YSB.Enterprise», по сравнению с традиционными MES, дает возможности учета дополнительных данных при управлении производством.

Российская MES-система «PolyPlan» также ориентирована на машиностроительные производства. Помимо традиционного класса обслуживающих устройств, эта система предполагает формирование расписаний для транспортных систем, осуществляющих перевозку партий деталей между рабочими центрами, складских устройств приема-выдачи партий деталей и бригад наладчиков.

Эта система применима для управления неавтоматизированным производством. Она может быть использована на этапе маркетинга, так как позволяет определить возможность выполнения заказов по существующим фондам технологического оборудования на основе укрупненных данных.

По мнению российских разработчиков MES-систем, составление оптимального производственного расписания с помощью компьютеров, наличие возможности оперативной коррекции, гарантировано повысит скорость исполнения заказов. Внедрение информационной системы позволяет на 10% ускорить производственную деятельность за счет увеличения пропускной способности одновременно с уменьшением накладных затрат при сокращении сроков. В большинстве случаев возможно выполнение месячного плана за 20 дней. Оптимизация материальных потоков позволит на 10 дней, т. е. на 30% сократить время выпуска изделий, а увеличение скорости прохождения производственных заказов в 1,5 раза снижает объем незавершенного производства приблизительно на 25 %.

Таким образом, внедрение MES-систем на предприятиях позволит комплексно решать задачи планирования, диспетчеризации производства, управления качеством продукции и техническим обслуживанием, получать оперативную информацию в реальном времени, что будет способствовать созданию эффективной системы управления.

Список литературы:

1. Асланова И.В. Mes как основа разработки систем управления производственными процессами предприятия // Российское предпринимательство. - 2017. - Том 18. - № 11. -С. 1651-1658.
2. Дуболазов В.А. Оперативно-календарное планирование на промышленном предприятии. - С-ПБ. - 2000. -С. 36.
3. Загидуллин Р.Р. Управление машиностроительным производством с помощью систем MES, APS, ERP. - ТНТ. - 2011.- С. 370.
4. Соломенцев Ю.М., Загидуллин Р.Р., Фролов Е.Б. Планирование в современных системах управления производством // Прикладные аспекты информатики. - 2010. - № 4. - С. 77-87.

ФАКТОРЫ УСПЕХА И ПРОБЛЕМЫ ПРИ ВНЕДРЕНИИ КОРПОРАТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ (КСУП)

Торопчина Анастасия Васильевна

*студент группы М-133,
кафедра экономики и управления,
ФГБОУ ВО УИУ РАНХиГС,
РФ, г. Екатеринбург
E-mail: av.malkova2012@gmail.com*

На сегодняшний день наблюдается постоянный рост конкуренции. Компании все чаще сталкиваются с необходимостью постоянного улучшения, поиска нестандартных решений, адаптации к изменениям внутренней и внешней среды, модернизации системы управления для поддержания более эффективной деятельности и конкурентоспособности. В таких турбулентных условиях, проектное управление направлено на создание уникальных продуктов, услуг и результатов. Проектное управление, путем усовершенствования бизнеса, становится все более востребованным и часто используемым на практике способом организации работы.

Корпоративная система управления проектами (КСУП) – набор инструментов, способов, методологий, источников и процессов, используемых для управления проектом.

Можно сказать, что КСУП – это организационный механизм, обеспечивающий принятие эффективных решений в рамках проектной деятельности организации.

КСУП обеспечивает взаимодействие субъектов управления и объектов управления посредством процессов управления в соответствии с ролями и организационной структурой, определенными в регламентной базе КСУП.

В разных компаниях под управлением проектами понимают совершенно разные действия. Это можно объяснить спецификой бизнеса, проектов и наличием кадров.

С одной стороны, задача КСУП — повысить эффективность деятельности организации, его рентабельности. Но с другой — введение новых управленческих процедур увеличивает стоимость управления. Задача управленца состоит в том,

чтобы затраты на управление окупались, а не становились дополнительной статьей расходов внутри организации.

В большинстве случаев, организации, внедрившие новый подход к управлению, отмечают такие положительные эффекты как повышение эффективности бизнес-процессов, экономия ресурсов временных и финансовых, а также в целом создание дополнительной ценности для организации.

В ходе внедрения и адаптации проектного управления, организации сталкиваются с целым комплексом проблем. В помощь организациям на пути внедрения проектного управления предлагаются модели зрелости, показывающие как провести оценку степени зрелости проектного управления, так и помочь в разработке стратегии дальнейшего развития компании в этой области.

К особенностям (проблемам) внедрения КСУП можно отнести:

- сложность определения и координации четких целей и требований к итоговым результатам и критериям успеха проекта, возможное изменение (уточнение) запросов к результатам в ходе реализации проекта;

- повышение формализации в подготовке и принятии управленческих решений, налагающее дополнительные требования по квалификации и степени ответственности персонала, следствием чего является высокая зависимость от человеческого фактора;

- необходимость проведения организационных изменений, что может быть связано с конфликтом интересов отдельных подразделений и руководителей.

Разработка стратегии обычно начинается с анализа предпосылок и задач внедрения, выбора приоритетных целей с учетом рисков и ограничений. Типовые риски подобных проектов связаны как с организационными ошибками (выбором стратегии, подбором и вовлечением персонала, позиционированием проекта в компании), так и с человеческим фактором (недостаточной мотивацией, низкой квалификацией персонала). Опыт авторов позволяет утверждать, что наиболее часто встречаются риски, связанные с:

- ошибками целеполагания и определения проекта, отсутствием сбалансированного подхода к стратегии внедрения;

- неадекватными ожиданиями участников проекта;
- недостаточностью поддержки проекта его ключевыми участниками;
- ошибками при создании команды проекта;
- недостаточной квалификацией и мотивацией персонала.

Факторы успеха при внедрении КСУП:

- Оценка зрелости организации в области управления проектами фактически означает оценку способности организации отбирать проекты и управлять ими таким образом, чтобы это максимально эффективно обеспечивало достижение стратегических целей компании.

- выбор организационной структуры является отправной и очень важной точкой для построения успешно функционирующей системы управления проектами,

- система мотивации. Без разработки гибкой системы мотивации команды проекта сложно рассчитывать на успешное завершение проекта с соблюдением трех основных ограничений: качество, время и ресурсы. В связи с этим, система мотивации должна быть выстроена таким образом, чтобы она позволяла должным образом управлять проектом, позволяя соблюсти указанные ограничения. Один из способов подобного управления – метод вознаграждения команды проекта. Например, размер вознаграждения может устанавливаться в зависимости от степени достижения целей проекта, а также сроков исполнения проекта. Естественно, чтобы данный механизм работал основную часть вознаграждения, следует выплачивать уже после завершения проекта.

- Методология. Необходимость единых стандартов подтверждена самим временем, что привело руководство многих стран к необходимости создания Международной организации мер и весов. В рамках ведения проектов также необходимо придерживаться единообразия в вопросах методологии. Такой подход позволит сократить издержки, связанные с ошибками коммуникации между членами команды, а также снизит неопределенность в работе. Помощниками в этом процессе помимо создания единой нормативно-методологической базы послужит разработка типичных шаблонов.

- информационные технологии и программное обеспечение проекта.

Это инструменты автоматизации проектной деятельности в организации.

- офис управления проектами и организационная культура.

Организационная культура включает в себя такие ценности, как понимание значимости проектного управления в организации, уважение к проектным менеджерам и наличие у них высокого уровня власти, неформального лидерства,

Рассмотренные выше компоненты являются взаимодополняющими и последовательными. Проработка одного из компонентов влечет за собой проработку следующего. Управление проектами компании производится при помощи специализированной организационной структуры в рамках принятой в компании методологии, с использованием проектно-ориентированной информационной системы.

Существование корпоративной системы управления проектами внутри компании позволит ей достигать заданные цели в установленный срок с оптимальными затратами. К преимуществам существования корпоративной системы управления проектами внутри компании принято относить:

- Повышение эффективности и обеспечение выполнения проектов по качеству, бюджету, составу и объему, ресурсам и срокам;
- координация взаимодействия между сотрудниками и подразделениями;
- определение единых правил и формализация процессов и отчетности;
- создание базы знаний и передача накопленного опыта для реализации будущих проектов;
- повышение ответственности проектного персонала и индивидуальная оценка вклада каждого сотрудника;
- управление портфелем проектов.

Безусловно, процесс внедрения КСУП достаточно сложный и требует значительных вложений, однако, при успешном внедрении системы результаты будут способствовать развитию организации. В компании с развитой КСУП совершенствуются механизмы взаимодействия между сотрудниками, снижаются

сроки выполнения проектов, оптимизируются ресурсы и сокращаются затраты. В конечном счете, все подразделения организации работают как целостный слаженный организм, позволяя компании не терять свою конкурентоспособность и успешно функционировать на рынке.

Список литературы:

1. Илларионов А.В., Клименко Э.Ю., Портфель проектов: Инструмент стратегического управления предприятием. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 312 с.
2. Фунтов В.Н. Управление проектами развития фирмы: теория и практика. - СПб.: Питер., 2009. 496 с.
3. Агафонов А.Д. Особенности внедрения корпоративных систем управления проектами // Наука и бизнес,8(14).2012. С. 79-83.

ОБОСНОВАНИЕ НОРМЫ ОТДАЧИ НА КАПИТАЛ ПРИ ОЦЕНКЕ БИЗНЕСА

Тьу Тхи Куе

*магистрант, кафедра менеджмента СПбПУ,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: chuthiquebn1991@gmail.com*

Пупенцова Светлана Валентиновна

*научный руководитель,
канд. экон. наук, доцент СПбПУ,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Ставка дисконтирования – это процентная ставка, используемая для перерасчета будущих потоков доходов в единую величину текущей стоимости. Ставка дисконтирования используется для определения суммы, которую заплатил бы инвестор сегодня за право присвоения будущих денежных потоков.

Величина ставки дисконтирования связана с ожидаемым инвестиционным риском. Концепция риска предполагает, что все инвестиции находятся в промежутке между полной уверенностью в окупаемости денежных средств (нулевой риск) и полной неуверенностью в их окупаемости (бесконечный риск). При рассмотрении двух инвестиционных возможностей, обещающих равную ожидаемую доходность в денежном выражении, инвестор обычно предпочитает инвестиции с наименьшей степенью риска или, напротив, рассчитывает на более высокую доходность по инвестициям с более высокой степенью риска [1].

В зависимости от целевой структуры капитала компании для расчета ставки дисконтирования могут быть использованы приемы оценки стоимости собственного капитала либо средневзвешенной стоимости совокупного капитала фирмы (WACC). Взвешиваются здесь стоимость заемного капитала и стоимость собственного капитала. При этом при расчете нормы отдачи собственного капитала используют модель стоимости капитальных активов (capital asset pricing model; CAPM). Она позволяет определить ставку дисконтирования,

опираясь на доходности и риски ценных бумаг, торгуемых на бирже. Валютная норма отдачи на собственный капитал по модифицированной модели CAPM:

$$Y_{e\$} = Y_{rf} + \beta_{rl}(Y_{mar} - Y_{rf}) + S_1 + S_2 + S_3$$

где: $Y_{e\$}$ - ожидаемая инвестором ставка дохода (на собственный капитал, в США); Y_{mar} - безрисковая ставка (в США); β_{rl} - коэффициент бета с учетом рассчитанного финансового рычага оцениваемой компании; $(Y_{mar} - Y_{rf})$ - рыночная премия за риск акционерного капитала (в США); S_1 - премия за страновой риск (Россия в сравнении с США); S_2 - премия за предельно малую капитализацию; S_3 - премия за риск инвестирования в конкретную компанию.

Определение безрисковой ставки

Безрисковое вложение средств подразумевает то, что инвестор независимо от экономических, политических, социальных и иных изменений в стране получит на вложенный капитал именно тот доход, на который он рассчитывал в момент инвестирования средств.

В данном параграфе нас интересуют значения еврооблигаций, рыночной премии за риск и страновой риск на 2017 год. Вся эта информация приведена в таблицах 1, 2 и 3, представленных ниже.

Таблица 1.

Среднее геометрическое

1928-2017	9.65%	3.39%	4.88%
1968-2017	10.05%	4.77%	6.76%
2008-2017	8.42%	0.41%	3.86%

Таблица 2.

Подразумеваемая премия (FCFE) [2]

Год	Y_{rf}	$Y_{mar} - Y_{rf}$
2017	2,41%	5,08%

Таблица 3.**Спреды по странам и премии за риск 2017 года [3]**

Страна	Зона	Рейтинг Moody's	S ₁
Россия	Восточная Европа и Россия	Ba1	2.88%
Сингапур	Азия	Aaa	0.00%
Вьетнам	Азия	B1	5.19%

Как можно заметить, страновой риск для России значительный по сравнению с Сингапуром, но ниже, чем у Вьетнама. Вследствие этого, данный показатель будет оказывать значительное влияние на нашу модель.

Показатели отрасли информационных услуг

Систематический риск учитывается в модели CAPM с помощью коэффициента бета. Коэффициент бета отражает амплитуду колебаний цен на акции конкретной компании (отрасли) по сравнению с изменением цен на акции по всем компаниям на фондовом рынке.

Таблица 4.**Бета, Непроверенная бета и другие меры риска [4]**

Название отрасли	Количество фирм	β	M/E	β_m
Информационные Услуги	64	0,98	20,46%	0,84

Как видно из таблицы 4, бета без долговой нагрузки составляет 0,84, а соотношение M/E равен 20,46 %. Налог на прибыль в России оставляет 20 %, а премия за малую капитализацию и премию за специфический риск оцениваемой компании, будут соответственно 9,98 % и 0 %.

На следующем этапе рассчитывается коэффициент бета с учетом целевого соотношения долга и собственного капитала предприятия (Relevered Beta) по следующей формуле:

$$\beta_{rl} = \beta_m * \left(1 + (1 - Tax) * \frac{M}{E} \right)$$

где: β_m - медианное значение коэффициента бета без учета финансового рычага по сопоставимым компаниям; Tax - налоговая ставка, используемая оцениваемой

компанией (в соответствии с действующим законодательством); M/E (D/E) - показатель соотношения собственных и заемных средств, основан на отраслевой структуре капитала, рассчитанной на основании медианного значения коэффициента соотношения заемных и собственных средств по сопоставимым компаниям.

Индекс РТС и SP

Теперь нам нужно рассчитать, чему будет равна волатильность индекса РТС и SP за 2017 год. Для этого в таблице 5, представлены значения индекса РТС и индекса SP за каждый месяц 2017 года. После чего находится их среднее значение и стандартное отклонение. Зная два этих показателя, мы можем рассчитать коэффициент вариации для индекса РТС и SP.

Таблица 5.

Расчет поправки на волатильность рынков 2017 [5]

Год 2017	Индекс РТС	Индекс S&P
Среднее значение	1102	2447
стандартное отклонение	52	114
коэффициент вариации	4.7%	4.7%

Как можно отметить, коэффициент вариации индекса РТС и индекса SP не сильно отличаются. Это позволяет сделать вывод о том, что сила их влияния на номинальную норму отдачи на инвестированный капитал по WACC будет равна.

Годовой темп валютного роста

Темп валютного роста определяется путем расчета средней геометрической курса валюты на текущий год к предыдущему. Информацию о курсе валют по базовому сценарию, мы возьмем на сайте министерства экономического развития РФ.

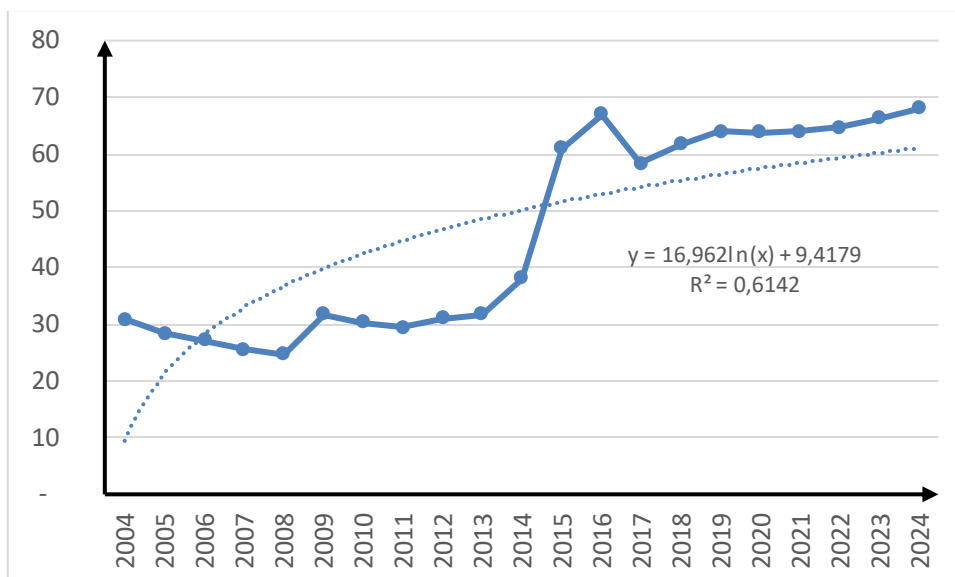


Рисунок 1. Изменение темпа валютного роста

С помощью построение логарифмической линии тренда, была получена функция, позволяющая построить прогноз значений курса валюты до 2027 г.

Исходя из расчетов, годовой темп валютного роста составит 1,012. Теперь мы собрали всю необходимую для расчетов информацию и можем найти номинальную норму отдачи на инвестированный капитал по WACC на 2017 год.

Рублевая норма отдачи на собственный капитал по модифицированной модели CAPM:

$$Y_e = 0.3Y_{e\$} + 0.7Y_{eUSD/RUR}$$

Номинальная норма отдачи на инвестированный капитал по WACC

Средневзвешенная стоимость капитала учитывает в себе все риски, связанные с финансированием инвестиций, с привлечением собственных и заемных источников финансирования. Стоимость финансирования инвестиций за счет собственного капитала отражает все риски, присущие собственнику объекта, в то время как стоимость финансирования за счет заемных средств выражается в процентной ставке, по которой предприятию предоставляют кредитные ресурсы.

Расчет ставки дисконтирования с помощью модели WACC определяется по следующей формуле:

$$Y_0 = M * Y_m + (1 - M)Y_e$$

где: Y_m - норма отдачи на заемный капитал (эффективная ставка по кредитам);
 M - доля заемного капитала.



Рисунок 2. Изменение нормы отдачи на инвестированный капитал по WACC

Заключение

Проанализировав результаты прогнозирования, можно сказать, что значение номинальной нормы отдачи на заемный капитал по модели WACC, будет сокращаться. И уже к 2027 упадет с отметки 19,78% до 16,60%. Такое понижение объясняется снижением безрисковой ставки и нормы отдачи на заемный капитал, особенно начиная с 2023 года. Данный прогноз можно отнести к базисному, поскольку исходные данные для расчетов, брались из базовых прогнозов развития РФ.

Список литературы:

1. Пупенцова С.В. Основы оценки активов и бизнеса. СПб: кафедра ЭиМНиТ СПбГПУ, 2011. 2018 с.

2. Implied Premium (FCFE) [Электронный ресурс] // STERN.NYU.EDU.NYU: [сайт]. [2018]. URL: <http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/histimpl.xls> (Дата обращения: 12.10.2018).
3. Country Default Spreads and Risk Premiums [Электронный ресурс] URL: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html (Дата обращения: 12.10.2018).
4. Unlevered beta and other risk measures [Электронный ресурс] URL: http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/data.html (Дата обращения: 12.10.2018).
5. Отраслевые индексы [Электронный ресурс] URL: <https://www.moex.com/ru/index/MICEXFNL/archive/#/from=2017-03-01&till=2017-03-31&sort=TRADEDATE&order=des> (Дата обращения: 12.10.2018).
6. Прогнозы социально-экономического развития Российской Федерации и отдельных секторов экономики [Электронный ресурс] URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/progno> (Дата обращения: 12.10.2018).

СЕКЦИЯ
«РЕКЛАМА И PR»

PR ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Стулова Дарья Валерьевна
студент, кафедра «Маркетинга и Рекламы»
ФГБОУ ВО «РГГУ»,
РФ, г. Москва
E-mail: daria.stulowa@yandex.ru

Сегодня PR – технологии широко используются во многих отраслях экономики, что тесно связано с влиянием бизнеса. PR мероприятия применяются: в политике, благотворительности, шоу бизнесе, образовательной сфере, финансовой среде, а так же в промышленном секторе.

В настоящее время в профессиональной литературе присутствует множество определений PR (пиар) и трудно выбрать конкретное. Самые удачные формулировки:

- С. Блэка из книги «Введение в паблик рилейшнз»: «PR – это планируемые продолжительные усилия, направленные на поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью» [1].



Рисунок 1. Книга С. Блэка

- Великобритания, Института общественных отношений (IPR): «PR - это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью» [2].

- А.Н. Чумаков: «PR - это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта» [3]

Стоит заметить, что некоторые авторы определяют PR, как деятельность по достижению благоприятного имиджа, однако, в конечном счете, во всех терминах присутствуют одни и те же смысловые блоки, которые описывают цели, задачи, средства и результаты PR-деятельности.

Стоит отметить, что основы PR одинаковы для всех, но их применение зависит от сферы деятельности предприятия, исключением не стал и промышленный рынок. Классическая программа продвижения связей с общественностью предусматривает следующее:

- Изучение объекта продвижения
- Определение целей (изучение потребителей, на которых будет воздействие)
- Оценка факторов (оценка значимости различных средств для достижения цели)
- Разработка стратегии (определение способов достижения поставленной цели)
- Разработка бюджета
- Оценка (комплекса продвижения товаров и поставленной цели) [4].

Главная задача промышленного PR – сам объект продвижения. Если для широкого потребления в основном продвигается продукция или торговая марка (например, марка Bosch), то в промышленной отрасли объект продвижения – само предприятие (например, Китай завод ЮПА) [5].

Преимущества такого PR для производителя – положительная репутация, которая распространяется на все направления компании.

Так же одной из центральных проблем промышленного рынка – является не высокий уровень осведомленности общества о деятельности предприятий.

Из – за этого общество не владеет информацией:

- Кто владелец предприятия
- Что стоит за названием организации и
- Что именно оно производит

Кроме того, общество может и не иметь представления, какая продукция, где именно была произведена.

Из этого следует, что нужно более конкретно формулировать цели PR – продвижения, для промышленной среды:

- Рост популярности в деловой среде
- Создание/усиление репутации на рынке
- Информационная поддержка значительных кругов общественности
- Организация мнения общественности
- Создание взаимоотношений с общественными организациями
- Связи со СМИ
- Кризисный PR
- Связи с внутренней общественностью [6].

PR не бывает без адресным, а наоборот воздействует на определенные виды общества: инвесторы, акционеры, сотрудники, партнеры, чиновники и т. д. Для определения приоритетной группы общества используется следующий критерий:

- Действие или без действие приоритетной группы способны повлиять на рынок – факт в приоритете

Наиболее типичное взаимодействие с обществом будет проходить, через:

- СМИ
- Персонал

- Общероссийские общественные организации (например: спонсирование региональных турниров Федерация дзюдо России)

- Государственными организациями (например: ремонт в школе)

Связи со СМИ – важны для любого предприятия, но вспоминают про это, когда идёт «негативная» информация. В PR СМИ – специфический канал, который может:

- Помочь в преодолении недопониманий со своей аудиторией
- Навредить работе, если не выстроены взаимоотношения

Зеленые организации – способны нанести урон всему промышленному комплексу. Из-за этого общественные организации и жители района должны входить в приоритетные группы.

PR – в установление отношений с органами власти: заключается в создании положительного в обществе. Например, через спонсорскую деятельность.

Акционеры, партнеры, инвесторы и персонал – внутренняя составляющая холдинга. Важность таких связей заключается в непрерывной и стабильной работе всего предприятия, через корпоративные мероприятия – для сплочённости коллектива.

Что касается населения, для данной группы важны социально-экономические факторы и такие предприятия, ассоциируются с экономической стабильностью. От социального лица у предприятия, зависит его стратегическое развитие. Примером такой ситуации является ликвидация завода «Красноярский завод комбайнов» и создание концерна «Тракторный завод» [7]. На сегодняшний день концерн не нуждается в рекламе, а имеет заинтересованность в стабильной и надежной репутации. С противоположной стороны, репутации – это кредит доверия к компании в кризисных условиях. Сегодня концерн «Тракторный завод» регулярно отчисляет налоги в региональные бюджеты.

Формы подачи информации в PR – продвижение могут быть многообразны. И подобрать правильное решение могут только специалисты. Стоит отметить, что одинаковых программ не бывает, т. к. каждая из них разрабатывается для

определенной ситуации. В большинстве случаев промышленные предприятия не нуждаются в рекламе, а заинтересованы в стабильной репутации.

Из этого всего можно сделать вывод, что промышленный PR начинается с момента запуска предприятия и работает, пока оно существует.

Список литературы:

1. PR-on-line.livejournal [Электронные ресурс] URL: <https://pr-on-line.livejournal.com/869.html> Дата обращения 26.01.19.
2. Азы и асы PR [Электронные ресурс] URL: <https://www.sostav.ru/articles/2006/04/11/mark2/> Дата обращения 26.01.19.
3. Определения PR [Электронные ресурс] URL: <http://pr.web-3.ru/pr/meaning/> Дата обращения 26.01.19.
4. Программы продвижения [Электронные ресурс] URL: <http://900igr.net/prezentacija/ekonomika/kommunikatsionnaja-politika-v-komplekse-marketinga-201880/osnovnye-etapy-razrabotki-programmy-prodvizhenija-4.html> Дата обращения 26.01.19.
5. Работа завода [Электронные ресурс] URL: <http://wikimapia.org/33350639/ru/Фабрика-Юпа-ЕÛРА> Дата обращения 26.01.19.
6. Роль промышленного PR [Электронные ресурс] URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/04/11144> Дата обращения 26.01.19.
7. Концерн "Тракторные заводы" [Электронные ресурс] URL: <http://www.koncern-traktor.ru/> Дата обращения 26.01.19.

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

**РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

Абрамешина Светлана Александровна

студент (магистрант),

кафедра банковского дела и предпринимательства, ГУУ,

РФ, г. Москва

E-mail: s.abrameshina@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрены основные понятия цифровой экономики, проанализирована ее роль в развитии бизнеса, в том числе субъектов малого и среднего предпринимательства, определены тенденции, которые свидетельствуют о цифровизации различных сфер общественной жизнедеятельности. Также представлены ступени «цифровой трансформации» компаний, которые выявила Международная исследовательская и консалтинговая компания IDC, и результаты исследования данной компании, посвященного динамике цифровой трансформации субъектов малого и среднего предпринимательства в 13 странах мира.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровая трансформация, малое и среднее предпринимательство, цифровые технологии.

В современном мире происходят глобальные перемены, которые связаны с появлением новых цифровых инфраструктур, бурным развитием цифровых коммуникаций и усовершенствованием вычислительной техники. Для поддержания уровня конкурентоспособности представителям предпринимательства необходимо в ускоренном режиме внедрять и использовать цифровые технологии в своих компаниях. Интеграция данных технологий в экономическую и социально-политическую жизни общества свидетельствует о формировании новой системы мировой экономики – цифровой.

Термины «цифровая экономика» и «цифровая трансформация экономики» сегодня все чаще используются различными исследователями, представителями мирового бизнес-сообщества, политиками, журналистами, однако их содержания до сих пор остаются размытыми.

Рассмотрим некоторые представления о том, что собой представляет цифровая экономика.

Согласно «Стратегии развития информационного общества РФ на 2017-2030 годы», утверждённой в России 9 мая 2017 года: «Цифровая экономика - хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [1].

В глоссарии Евразийской Экономической Комиссии (ЕЭК) цифровая экономика определена, как: «Экономическая деятельность, основанная на цифровых процессах, моделях, технологиях, цифровых товарах (сервисах), в т.ч. производимых электронным бизнесом» [2].

По мнению Мещерякова Р.В. – профессора РАН, к определению понятия «цифровой экономики» существует 2 подхода. Первый подход – классический, согласно которому «цифровая экономика - это экономика, основанная на цифровых технологиях, при этом правильнее характеризовать исключительно область электронных товаров и услуг». Второй подход – расширенный, определяет цифровую экономику, как «экономическое производство с использованием цифровых технологий» [5].

Таким образом можно сделать вывод, что цифровая экономика – это деятельность, которая непосредственно связана с развитием цифровых компьютерных технологий, включающая различные сервисы по предоставлению онлайн-услуг, краундфандинг, интернет-торговлю и электронные платежи, и прочее.

Термин «цифровая экономика» обычно рассматривают в контексте «цифровой трансформации экономики», сущность которой определена в глоссарии Евразийской Экономической Комиссии. Так, «цифровая трансформация экономики» - это:

1. Смена экономического уклада, изменение традиционных рынков, социальных отношений, государственного управления, связанная с проникновением в них цифровых технологий;

2. Принципиальное изменение основного источника добавленной стоимости и структуры экономики за счет формирования более эффективных экономических процессов, обеспеченных цифровыми инфраструктурами;

3. Переход функции лидирующего механизма развития экономики к институтам, основанным на цифровых моделях и процессах [2].

Существование явления «цифровая трансформация экономики» обусловлено тенденциями, сигнализирующими о том, что современное общество действительно переживает цифровизацию всех областей своей жизнедеятельности, а именно:

1. Создаются различные национальные и государственные программы «Цифровой экономики», такие как «Электронное правительство», «Электронная таможня», «Электронное здравоохранение» и т. д.;

2. Здравоохранение становится цифровым с помощью современных информационных систем, которые позволяют контролировать качество лекарственных средств, создавать цифровые профили пациентов и др.;

3. Применяется технология блокчейн для упорядоченного хранения данных в общедоступной базе, тем самым позволяя снизить уровень финансового мошенничества;

4. Кардинально также изменяется транспортная сфера, так как используются различные интеллектуальные транспортные системы, новейшие спутниковые технологии, беспилотные летательные аппараты;

5. В сельском хозяйстве с помощью современных технологий появляется возможность прогнозировать результаты, следовательно оперативно изменять ситуацию;

6. В связи с внедрением современных технологий специалистам различных областей необходимо трансформировать свои знания, чтобы быть способными работать в условиях трансформации всех областей жизнедеятельности, также для этого создаются учебные программы для специалистов в сфере IT;

7. Из-за широкого использования Интернета у современного бизнеса появилась возможность продавать товары и услуги совершенно новым способом в режиме онлайн;

8. Создаются «Умные города» для наиболее эффективного управления городским имуществом.

Из всего вышеперечисленного становится очевидно, что в мире происходит смена экономического уклада из-за внедрения цифровых технологий во все области жизнедеятельности общества. Соответственно «цифровизация экономики» предоставляет для бизнеса новые уникальные возможности, но и предъявляет новые требования.

International Data Corporation (IDC) – международная исследовательская и консалтинговая компания, занимающаяся изучением мирового рынка информационных технологий и телекоммуникаций, опубликовала доклад, в котором выделено 5 ступеней «цифровой трансформации» компаний, то есть изменений в бизнес-моделях, которые происходят благодаря цифровым компетенциям (рис. 1).

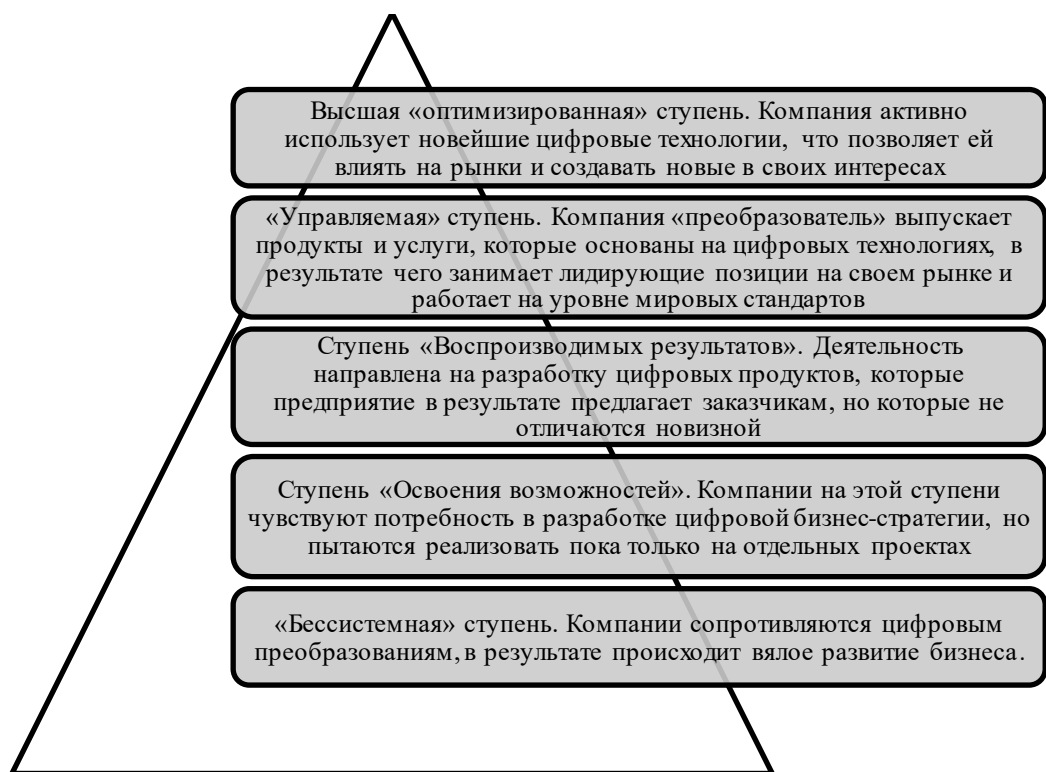


Рисунок 1. Ступени «цифровой трансформации» компаний [6]

Таким образом, современные предприятия вынуждены подстраиваться под требования цифровой экономики, иначе они рискуют стать неконкурентоспособными или даже вытесненными с рынка. Руководство компаний должно применять ИТ технологии при разработке бизнес-стратегий, использовать цифровые технологии при взаимодействии с заказчиками, своевременно реагировать на различные изменения в среде ИТ и использовать их для повышения конкурентоспособности.

Согласно глобальному исследованию, посвященному динамике цифровой трансформации субъектов малого и среднего предпринимательства в 13 странах мира, проведенному вышеуказанной компанией IDC, 4 из 5 субъектов малого и среднего предпринимательства признают преимущества цифровой трансформации. Этими преимуществами, в частности, являются: увеличение оборота, упрощение доступа к информации, снижение затрат, повышение продуктивности сотрудников и уровня обслуживания клиентов. Однако в реальном времени менее 7% малых и средних предприятий полностью завершили интеграцию,

то есть еще не полностью раскрыт потенциал цифровой трансформации. Исходя из результатов исследования можно сделать следующие выводы:

1. 44 % малых и средних предприятий инвестируют в технологии, позволяющие мгновенно преобразовать текущие процессы;

2. 46 % опрошенных средних предприятий и 38 % малых уделяют большое внимание долгосрочной перспективе. Они считают, что в ближайшие годы выживание компаний зависит именно от активного участия в цифровой экономике;

3. Небольшим компаниям цифровая трансформация далась проще с помощью использования облака;

4. Среди субъектов малого и среднего предпринимательства очень популярно ПО для управления связями с клиентами и приложения электронной коммерции;

5. 73 % организаций, которые уже внедрили цифровые технологии, сообщают, что инвестиции в данное направление оправдали или превзошли их ожидания;

6. Треть опрошенных выделяли дополнительные ресурсы на проведение цифровой трансформации для обеспечения развития их субъектов малого и среднего предпринимательства вместе с развитием цифровой экономики [7].

В России несмотря на нестабильную экономическую ситуацию происходит улучшение положения малого и среднего предпринимательства, данные субъекты активно инвестируют в создание новых каналов взаимодействия с клиентами с использованием цифровых технологий. Это обусловлено тем, что с каждым днем все больше потребителей используют свои мобильные телефоны или компьютеры для получения моментальных услуг, например заказ такси или покупка продуктов. Среди данных предприятий особенно популярно решение для электронной коммерции SAP Hybris, позволяющее компаниям становиться мультиканальными, создавать цифровые площадки и выходить к клиентам через новые каналы.

Подводя итог, следует еще раз отметить, что в современном мире «цифровая трансформация экономики» становится все более очевидной и безусловно оказывает огромное влияние на развитие различных форм бизнеса. Компании по-разному реагируют на цифровую трансформацию: некоторые активно внедряют цифровые технологии, некоторые чувствуют потребность, но пока только пытаются реализовать на отдельных проектах, однако часть из них сопротивляется цифровым преобразованиям и не принимают роль инноваций в развитии бизнес-среды, соответственно их бизнес развивается вяло и становится неконкурентоспособным. Для субъектов малого и среднего предпринимательства цифровые технологии создают возможность выхода на мировые рынки, однако это также требует соответствующих политических мер от государств, которые могли бы поспособствовать созданию благоприятной для развития цифрового бизнеса среды.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы" [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (Дата обращения 12.12.2018).
2. Глоссарий Евразийской Экономической Комиссии [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/workgroup/Pages/glossary.aspx> (Дата обращения 12.12.2018).
3. Добрынин А.П., Черных К.Ю. «Цифровая экономика - различные пути к эффективному применению технологий (BIM, PLM, CAD, IOT, Smart City, BIG DATA и другие)» // International Journal of Open Information Technologies. 2016. № 1. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-razlichnye-puti-k-effektivnomu-primeneniyu-tehnologiy-bim-plm-cad-iot-smart-city-big-data-i-drugie> (Дата обращения: 14.12.2018).
4. Ромашкин Т.В. Институты цифровой экономики // Эпоха науки. 2018. №15. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/instituty-tsifrovoy-ekonomiki> (Дата обращения: 15.12.2018).
5. Урманцева А.В. «Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин» / РИА Новости, 16.07.2017 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ria.ru/20170616/1496663946.html> (Дата обращения 12.12.2018).

6. Куприяновский В.П., Синягов С.А., Липатов С.И., Намиот Д.Е., Воробьев А.О. Цифровая экономика - «Умный способ работать» // International Journal of Open Information Technologies. 2016. №2. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-umnyy-sposob-rabotat> (Дата обращения: 13.12.2018).
7. Исследование IDC по заказу SAP «Цифровая трансформация малого и среднего бизнеса» 6.03.2017 [Электронный ресурс] Режим доступа: http://news.sap.com/wp-content/blogs.dir/1/files/SAP_IDC_infographic_SMB_DX_102016.pdf (Дата обращения: 14.12.2018).

СИСТЕМА ДИСТАНЦИОННОГО И ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ: ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ БУХГАЛТЕРОВ

Абубекирова Гюзель Рашитовна

студент гр. БАмз-21,

ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»

РФ, г. Ульяновск

E-mail: abubekirova_gyuz@mail.ru

Харькова Нонна Валентиновна

научный руководитель, канд. экон. наук,

доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»

РФ, г. Ульяновск

Аннотация

E-Learning – это молодая, но при этом уже вполне сформировавшаяся отрасль на стыке образования и информационных технологий. Как и другие отрасли, электронное обучение имеет свой понятийный аппарат, который регулярно пополняется новыми устойчивыми терминами.

Основные понятия электронного обучения были унаследованы из IT-сферы. Например, исходники как в IT, так и в e-Learning означают состояние проекта, предшествующее его финальной «рабочей» форме, т. е. этап перед преобразованием программного кода в автономный конечный продукт.

«Образовательные» понятия чаще всего уточняют «информационные», и лишь иногда имеют приоритет над ними. Например, под тестированием в электронном обучении понимается всё же проверка знаний в формате ответов на вопросы, а не проверку работоспособности системы.

Abstract

E-Learning is a young, but at the same time quite well-formed branch at the junction of education and information technologies. Like other industries, e-learning has its own conceptual apparatus, which is regularly updated with new sustainable terms.

The basic concepts of e-learning have been inherited from the IT field. For example, the sources in both IT and e-Learning mean the state of the project

pre-ceding its final "working" form, i.e. stage before converting the program code into a stand-alone final product.

"Educational" concepts most often specify "information", and only occasionally take precedence over them. For example, testing in e-learning means still testing knowledge in the format of answers to questions, rather than testing the system's performance.

Ключевые слова: электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, дополнительное профессиональное образование.

Keywords: e-learning, distance educational technologies, additional vocational education.

Понятие электронного обучения появилось в 1980-х годах. В определении данного термина упор делается на средствах (инструментах) обучения, при этом обучаемый и преподаватель могут находиться как в образовательном учреждении, так и в разных местах, а сам процесс обучения может осуществляться как в синхронном (on-line), так и асинхронном (off-line) режимах. «Расстояние» не является определяющей характеристикой электронного обучения. Использование в процессе обучения мультимедиа, презентаций и электронной почты не является электронным обучением. В этом случае в обучении просто используются современные ИКТ.

Разработчики технологии e-learning считают, что символ «e» означает не только electronic (электронный), но также - excellent (великолепный), enhanced (продвинутый), emotional (эмоциональный), extended (широкий), enthusiastic, energetic (полный энтузиазма, энергии). Изучение возможностей e-learning позволяет заключить, что во многом эти характеристики справедливы. Рабочая группа ЮНЕСКО по терминологии в данной области рекомендует не переводить термин e-Learning на национальные языки ЮНЕСКО, ибо это – новая философия, новая педагогика, новые технологии качественного образования [1, с. 6].

В законе «Об образовании в РФ» электронное обучение определяется как организация образовательной деятельности с применением используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников [2, ст. 16].

У электронного обучения есть свои плюсы и минусы. В качестве основных преимуществ электронного обучения большинство исследователей называют:

- доступность учебных материалов во времени и в пространстве;
- автоматизация проверки заданий (тестов) и хранение результатов;
- возможность оперативного обновления теоретического материала, фактической и статистической информации;
- наглядность учебных материалов на основе использования различных средства мультимедиа (анимации, аудио и видео), позволяющая задействовать большинство механизмов восприятия человеком новой информации;
- упор на самостоятельную работу студента, способствующую формированию навыков самоорганизации и рационального планирования учебного времени;
- развитие навыков владения современными инфокоммуникационными технологиями;
- формирование и развитие навыков целеполагания, инициативности и ответственности;
- индивидуальный подход, возможность адаптации учебных курсов для студентов с разным уровнем подготовки.

Технологии электронного обучения являются личностно-ориентированными и направлены на развитие индивидуальных способностей обучающихся. Некоторые авторы называют в качестве преимуществ также сокращение затрат и повышение качества обучения. Однако данные утверждения представляются спорными и противоречащими друг другу. Повышение качества образования

при использовании электронного обучения действительно возможно, но не гарантировано, и может быть достигнуто при выполнении целого ряда условий, одним из которых увеличение расходов: 1) затраты на разработку и внедрение учебных материалов; 2) затраты на подготовку преподавателей (тьюторов); 3) административные затраты и др.

В качестве недостатков (минусов) электронного обучения чаще всего приводятся: высокая зависимость от технической инфраструктуры; отсутствие достаточного количества квалифицированных специалистов в сфере e-learning; отсутствие хороших каналов передачи данных. Однако перечисленные выше аргументы не являются недостатками модели электронного обучения, их можно отнести к возможным трудностям, возникающим в процессе её реализации в конкретных условиях (страна, вуз и пр.). Некоторые авторы относят к проблемам внедрения электронного обучения правовые проблемы, связанные с защитой интеллектуальной собственности [3, с. 40]. Основным недостатком e-learning – это проблема идентификации личности обучаемого при выполнении контрольных заданий. Для её решения необходима система нетривиальных проблемных заданий, не имеющих коротких однозначных ответов и требующих от студентов проявления своих индивидуальных способностей. Создание конкурентоспособного электронного контента возможно только при условии обеспечения активной совместной деятельности ученых, преподавателей и программистов.

Опрос участников и анализ причин сложившейся ситуации показывает, что педагоги сталкиваются со следующими основными проблемами.

1) Высокая нагрузка в учебных заведениях и, как следствие, недостаточность свободного времени преподавателей. Преподавателям необходимо было работать с материалами и заданиями порядка четырёх-шести часов в неделю. Учитывая степень загруженности педагогов, необходимость подготовки к урокам, другие виды деятельности, можно сделать достаточно простой и очевидный вывод: возможность участия преподавателей в подобных программах может быть обеспечена только в условиях снижения

учебной нагрузки. Это означает, что администрация образовательных учреждений должна быть заинтересована в повышении квалификации педагогических работников и обеспечении благоприятных условий для их обучения.

2) Продолжительность. Длительно, а также невозможность выбора индивидуальной траектории могут негативно повлиять на его реализацию обучения.

Анализ собственного опыта, а также многочисленных публикаций российских и зарубежных исследователей, позволяет нам сделать вывод о том, что возможности использования электронного обучения для подготовки и повышения квалификации педагогических работников имеют большие перспективы. Для реализации основных преимуществ e-learning в этой области необходимо разработать гибкие программы обучения, учитывающие цели, потребности и предпочтения, а также индивидуальные особенности работников системы образования.

Более того, в системе электронного обучения можно реализовывать даже индивидуальные программы обучения.

Список литературы:

1. Гильмутдинов А.Х. Электронное образование на платформе Moodle / Гильмутдинов А.Х., Ибрагимов Р.А., Цивильский И.В. – Казань, изд-во КГУ, 2008. - 169 с.
2. Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ. Текст с изменениями и дополнениями на 2014 год – М.: Эксмо, 2014. – 144 с.
3. Сатунина А.Е. Электронное обучение: плюсы и минусы. Материалы конференции // Вопросы современной науки и практики. № 1. 2006. С. 89-90.

К ВОПРОСУ О ИТОГАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

Алиев Магомед Вахаевич

*студент, кафедра туризма и индустрии гостеприимства,
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»,*

РФ, г. Грозный

E-mail: magomed1818@mail.ru

Оценки итогов прошедшего 2018 года на туристском рынке России в целом совпадают с прогнозами специалистов. Уходящий год отличался перераспределением потоков, то есть рост выездного туризма сопровождался падением потоков внутреннего туризма. Это было связано с несколькими обстоятельствами.

Во-первых, лидером отъезда была Турция, которой не было около года на рынке. Поток туристов на турецкие курорты составил более 4 миллионов туристов, и несколько миллионов из них - путешественники, которые в прошлом году отправились на отдых на российские курорты. Однако не все согласны с утверждениями о том, что россияне стали меньше путешествовать по России. Глава Федерального агентства по туризму РФ Олег Сафонов считает, что внутренний туристский поток остался на рекордном 2016 году, а по ряду направлений вырос на 5-10 %.

По данным Департамента спорта и туризма города Москвы, в 2017 году город посетили 19 миллионов туристов, в том числе 4,5 миллиона иностранцев. Гости привезли в город 117 миллиардов рублей, из которых 57 миллиардов было направлено в областной бюджет.

Кроме того, внутренний трафик вырос на 30 %, в 2016 году - на 18 %, в 2017 году - еще на 10 % и, по мнению экспертов, в 2018 году произошла некоторая стабилизация [1].

Кроме того, на туристском рынке появились новые тенденции. Говоря о развитии внутреннего рынка, эксперты часто имели в виду Крым, Сочи, Золотое кольцо, Москву и Санкт-Петербург. Однако сегодня многие туроператоры возобновляют свою работу с регионами, они начинают формировать пакетные туры. В частности, в этом направлении активно

работает TUI, который активно развивает сотрудничество с Карелией и Камчаткой, а также Apex Tour, который активно продвигает отдых в Приморском крае.

Пакетные туры в Сочи и Крым также активно продавались в 2018 году многими туристскими компаниями. Статистика россиян, отдохнувших в Крыму и Сочи, сдерживается большим количеством неорганизованных туристов, приезжающих в регион самостоятельно и бронирующих жилье в частных домах и небольших гостиницах. Поэтому оценки динамики внутреннего туризма зачастую очень разные: эксперты в сфере туризма говорят о его замедлении, опираясь на данные о проданных путевках, региональные и федеральные чиновники сообщают о прогрессе на основе статистических данных регистрирующих органов. Кстати, многие эксперты отмечают, что определенные ошибки в количестве россиян, отдохнувших на зарубежных курортах, тоже случаются.

Все больше туристов из России предпочитают бронировать проживание в таких отелях, как Турция напрямую, а затем просто покупать билеты на регулярные рейсы авиакомпаний. Также описывается ситуация с отпусками в Испании: 69,10 % российских туристов, отдохнувших в Испании в 2018 году, приехали туда самостоятельно, и только 30,91 %, то есть вдвое меньше, приобрели турпакет. Такой информацией поделился в пресс-релизе отдел туризма посольства страны Turesspaña.

В то же время количество ночевков россиян в Испании в прошлом году приблизилось к 5 миллионам, превысив показатели 2017 года на 18 %. Несмотря на беспорядки в Каталонии, связанные с борьбой за независимость, этот регион остался лидером по объему туристского трафика - туда прибыло почти 70 % туристов из нашей страны [2].

Ряд громких скандалов в сфере туризма в России в 2018 году способствовал усилению этой тенденции. Все мы помним о приостановке чартерной программы ВИМ-Авиа, которая произошла в конце сентября. Это событие привело к тому, что 38 тысяч россиян оказались за границей с билетами этой

авиакомпаний. Также в этом году Тед Тревел обанкротился, 755 граждан России находились за границей. Вместе с Ростуризмом, «Турпомощи» и участниками рынка они были вывезены из остальных стран.

Перераспределению туристических потоков в России способствовало и еще одно важное обстоятельство - стабилизировались курсы валют. И туристы возобновили поездки в Европу. В дополнение к Турции европейские страны, такие как Испания и Италия, также увеличили свой приток туристов.

Таким образом, ситуация на рынке стабилизировалась, и объемы перевозок по различным направлениям отправления возвращаются к докризисному уровню.

В целом и чиновники, и специалисты удовлетворены результатами въездного туризма в 2018 году. Пограничная служба Федеральной службы безопасности России отметила положительную динамику въезда туристов – за три квартала он вырос на 14 % по сравнению с аналогичный период прошлого года и достиг максимума за восьмилетний период [3].

Аналитическое агентство "Турстат" составило рейтинг самых популярных среди иностранных туристов регионов России в 2018 году. Рейтинг въездного туризма в России был составлен по результатам анализа и оценки зарубежного туризма в регионах России в 2018 году. В 2018 году Санкт-Петербург посетило 3,75 миллиона иностранных туристов, что на 24 % больше, чем в 2017 году.

Более 4,8 млн иностранных туристов посетили Москву в 2018 году.

185 тысяч иностранных туристов посетили Казань в 2018 году.

Кубань, Приморье, Крым, Татарстан и Подмосковье стали лидерами въездного туризма среди регионов России по числу иностранных туристов в 2018 году.

В топ-10 регионов России по популярности у иностранных туристов вошли Краснодарский край (более 900 тысяч иностранных туристов), Приморье (640 тысяч), Крым (более 500 тысяч), Татарстан (278 тысяч), Московская область (230 тысяч), Иркутская область (211 тысяч), Владимирская область (более 200 тысяч), Ярославская область (более 200 тысяч), Ставропольский край (100 тысяч) и Калининградская область (100 тысяч).

Таким образом, по итогам 2018 года туристский рынок России развивался в соответствии с более ранними прогнозами. Каковы перспективы для туристской индустрии в 2019 году [4].

Важнейшим фактором, который непременно повлияет на туристский рынок, является возвращение египетских курортов. Здесь возможны разные варианты развития событий. Первый прогноз: если Египет откроется в мае – в начале июня, это приведет к перераспределению спроса в течение сезона и затронет практически все сферы внутреннего и выездного туризма. В результате некоторые зарубежные направления могут потерять часть своего туристского потока. Некоторые пляжные регионы России также могут пострадать: люди, которые не могут добраться до других мест из-за их высоких цен, могут отправиться в Египет.

Второй прогноз, если открытие Египта состоится в конце июля - сентябре. В этом случае его влияние на летний сезон будет незначительным, но это изменит баланс сил в зимний сезон 2019/20.

Как бы ни развивались события, вполне понятно, что конкуренция за российского туриста будет расти. В этих условиях российские отельеры должны приложить определенные усилия, чтобы не сократить количество своих клиентов.

Это самые приблизительные прогнозы на 2019 год. Не исключено, что некоторые внешние факторы также будут влиять на бизнес, что может существенно повлиять на развитие туристического рынка в России.

Список литературы:

1. Журнал «Новости Туризма» [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.tourdom.ru>. (Дата обращения: 13.03.18).
2. Аналитическое агентство «Турстат» (Исследования рынка туризма и путешествий по России и СНГ) [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://turstat.com> (Дата обращения: 16.03.18).
3. Журнал «Hot line travel» [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://www.hotline.travel> (Дата обращения: 25.02.18).
4. Журнал «Profi.travel» [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://profi.travel.ru/> (Дата обращения: 08.01.18).

ДЕНЕЖНЫЕ РЕФОРМЫ В СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Беляева Маргарита Сергеевна

*студент, кафедра «Экономической теории
и государственного управления» КемГУ,*

РФ, г. Кемерово

E-mail: belyaeva.rita2011@yandex.ru

В условиях рыночной экономики добиться устойчивого экономического роста невозможно, если не прибегнуть к укреплению денежной системы. Стабилизация денежного обращения и снижение инфляционных процессов достигается за счет проведения Центральными банками денежно-кредитной и антиинфляционной политик. Трансформация денежной системы связана с проведением денежных реформ.

В общем понятии денежная реформа трактуется как частичное или полное преобразование денежной системы, проводимое государством с целью упорядочения и укрепления денежного обращения в стране [1, с. 50].

Для эффективного проведения денежной реформы необходимы предпосылки политического и экономического характера, позволяющие существенно улучшить экономическое положение страны, функционирование финансовой и банковской систем.

В период 1914 – 1917 гг. России был богат на преобразования денежной системы, которые можно охарактеризовать как частичные денежные реформы. В это время в обращении находились кредитные билеты, золотые и серебряные монеты, которые составляли 25 % всей денежной массы, медные монеты. Денежное обращение до войны было достаточно устойчивым и базировалось на больших золотых резервах. В период с 1909 по 1913 гг. государственному бюджету был характерен профицит в размере 383,5 млн. руб. Банкноты были обеспечены золотом на 97 %. Торговый баланс был положительным [2, с. 119].

Однако с началом Первой мировой войны российская экономика потерпела крах. По указу Николая II был приостановлен обмен кредитных денег на золото и запущена эмиссия в крупных размерах без золотого обеспечения. В целом за годы войны расходы выросли на 14 млрд. руб. бюджет стал остродефицитным,

увеличиваясь с каждым годом. Цены росли с бешеной скоростью не только из-за роста денежной массы, а также из-за сокращения производства, деформирования довоенной структуры и в целом за счет товарного предложения. В России практически все монеты были заменены бумажными деньгами [2, с. 120].

Таким образом, даже до Первой мировой войны обратимость рубля была практически неполной. За годы войны валюта Российской империи превратилась в сильно обесцененный чисто бумажный рубль.

В начале 20-х годов прошлого века в России была внедрена новая экономическая политика для стабилизации единой денежной системы, устранения дефицита государственного бюджета, снижения темпов инфляции.

В конце 1921 года для восстановления кредитной системы и проведения денежной реформы был создан Государственный банк.

В октябре 1922 года Государственному банку было предоставлено право эмиссии банковских билетов – червонцев. Червонец был равен 10-рублевой дореволюционной монете. Первыми в обращение были выпущены банкноты номиналом в 5 и 10 червонцев, позже – 1, 3 и 25 червонцев [3, с. 152].

К 1923 году благодаря активному торговому балансу, развитию золотодобывающей промышленности и скупке золота у населения в стране формировался золотой запас, что способствовало стабилизации рубля.

К началу 1924 года червонец стал основной валютой страны.

Таким образом, в СССР была выпущена твердая валюта – червонец, подкрепленная золотом на 25 % своей стоимости.

В начале 1924 года в обращение были выпущены казначейские билеты достоинством 1, 3, 5 руб., а выпуск «совзнаков» прекращен.

Денежная реформа 1922 – 1924 гг. позволила создать новую устойчивую денежную систему страны.

Второй масштабной денежной реформой СССР стала реформа после окончания Великой Отечественной войны, которая проводилась не только в России, но и в принципе повсеместно, с целью обмена старых денежных знаков на новые.

Денежная реформа 1947 года в СССР была направлена на ликвидацию последствий войны в сфере денежного обращения.

Для успешного проведения денежной реформы были созданы определенные экономические предпосылки: снижение дефицита государственного бюджета, увеличение товарной массы, снижение уровня цен на товары.

Суть реформы состояла в обмене находившихся в обращении денежных средств на вновь выпущенные и переоценке сбережений населения на сберегательных счетах. Деньги, находящиеся на руках у населения, обменивались в соотношении 10:1, денежные вклады до 3 тыс. руб. переоценке не подлежали; вклады от 3 до 10 тыс. руб. – переоценивались в соотношении 3:2; свыше 10 тыс. руб. – 2:1. Денежные средства государственных предприятий и организаций на счетах в банках сохранялись без изменений, а средства кооперативных организаций и совхозов переоценивались как 5:4 [3, с. 153].

Денежная реформа способствовала переходу к единым государственным ценам, повышению покупательной способности рубля и росту его курса по отношению к иностранной валюте.

В России деноминация осуществлялась практически во время каждой советской и российской реформ, в 1922, 1923, 1961, 1991 и 1998 гг.

1 января 1961 года была проведена очередная денежная реформа. В соответствии с этой реформой старые денежные знаки обменивались на новые в соотношении 10:1. Обмен происходил без ограничений в течение трех месяцев. Также в результате этой реформы был изменен масштаб цен, укрупнилась денежная единица в 10 раз и соответственно произведен пересчет цен и тарифов, пособий, ставок, окладов и т. п. [6].

Были введены в обращение билеты Государственного банка (номиналом 10, 25, 50 и 100) и казначейские билеты (1, 3 и 5 рублей) образца 1961 года. Монеты выпускались номиналом 1, 2, 3, 5, 10, 15, 20, 50 копеек и 1 рубль.

Деньги образца 1961 года оказались самыми долговечными в истории СССР. Они просуществовали вплоть до 1991 года, пока они не были заменены в результате реформы на купюры новых образцов.

В 1991 году была проведена последняя денежная реформа в СССР, носившая конфискационный характер. Главной ее целью была борьба со спекуляцией, изготовлением фальшивых денег и нетрудовыми доходами. В ходе ее проведения из обращения были изъяты денежные купюры в 50 и 100 рублей [3, с. 154].

Одновременно был ограничен размер суммы, доступной для снятия в Сберегательном банке СССР – не более 500 рублей в месяц на одного вкладчика.

В итоге проведенной реформы из оборота были изъяты более 14 млрд. рублей, но это не помогло в борьбе со спекуляцией, коррупцией, подделкой денег, нетрудовыми доходами, как предполагалось на ранних этапах реформирования. Главным последствием стала утрата доверия населения к действиям союзного правительства.

В 1993 году Российское Правительство осуществило первую денежную реформу молодого государства – Российской Федерации [1, с. 54]. В результате из обращения были изъяты все банковские и казначейские билеты Госбанка СССР и банкноты Банка России образца 1991 – 1992 гг. В обращении остались Банкноты России образца 1993 года. Монеты из обращения изъяты не были.

Реформа смогла обуздать гиперинфляцию 1992 года, которая достигла 2509 %, полностью обесценив сбережения граждан [7].

В ходе реформирования было изъято 24 млрд. рублей. Данная реформа не смогла укрепить рубль. Тем не менее, она была благом для экономики. Инфляция снизилась с 22,4 % в июле до 12,5 % в декабре. В 1994-м рост цен замедлился в четыре раза по сравнению с предыдущим годом — с 840 % до 215 % [7].

В 1997 году Правительством и Центральным Банком РФ было объявлено о деноминации. Ее целью выступало укрепление доверия к национальной валюте, облегчение расчетов [2, с. 154].

В ходе проведения данной реформы был проведен обмен старых денег на новые в соотношении 1000:1. Обмен этот проводился вплоть до конца 2002 года.

Все неденоминированные монеты теряли платежную силу. Внешний вид банкнот не изменился, за исключением количества нулей. Также были введены в обращение копеечные (номиналом 1, 5, 10 и 50) и рублевые монеты (1, 2, 5 рублей) образца 1998 года.

Так, планировалось, что деноминация рубля поспособствует лишь укреплению экономики России и завершающим этапом в ее стабилизации, но в августовский кризис 1998 года оставил серьезный отпечаток как на уровне жизни населения, так и на экономике в целом [8].

В современной России денежная реформа 1998 года была последней серьезной реформой, повлекшей за собой конкретные последствия. Однако, введение в обращение в 2017 году новых банкнот номиналом 200 и 2000 рублей можно отнести к частичной реформе. Впервые о выпуске новых банкнот информация появилась в 2016 году. Целью ввода в обращение купюр было упрощение расчетов россиян.

По словам главы Центрального Банка РФ Эльвиры Набиуллиной, введение в оборот новых банкнот не повлияет на инфляцию, которая на данный момент ниже 4 %. Также глава ЦБ РФ отметила, что в обращении может сократиться число купюр в 100 и 1000 рублей, но это будет зависеть лишь от спроса населения на купюры данных номиналов [9].

После выпуска новых банкнот они подверглись критике. В частности, отмечалось, что купюра в 2000 рублей очень сильно похожа на банкноту номиналом в 20 евро, а 200-рублевая – на 100. Существуют и другие претензии к новым банкнотам, на что Эльвира Набиуллина и другие представители ЦБ утверждают, что никаких огрех в купюрах нет.

На протяжении представленного периода было проведено несколько денежных реформ. Практически все они преследовали лишь положительные цели, в частности, укрепление и стабилизацию экономической системы, упрощение расчетов, внедрение денежных знаков нового образца и т. д. Однако не всегда денежные реформы приносили то, что хотело видеть Правительство.

Но это не значит, что реформирование денежной системы было напрасным, наоборот, неудачи указывали управленцам, куда направить силы и что нужно для населения и страны в целом, чтобы нормализовать экономическое положение.

Список литературы:

1. Николаева Т.П. Деньги. Кредит. Банки: учебное пособие [Текст] / Т.П. Николаева. – М.: Флинта, 2015. – 377 с.
2. Белоусов В.Д. Российские денежные реформы: монография [Текст] / В.Д. Белоусов, В.А. Бирюков, В.В. Каширин, А.А. Нестеров. – М.: Дашков и К, 2017. – 272 с.
3. Белотелова Н.П. Деньги. Кредит. Банки: учебник [Текст] / Н.П. Белотелова, Ж.С. Белотелова. – М.: Дашков и К, 2016. – 400 с.
4. Денежная реформа 1961 года в СССР [Электронный ресурс] // РИА новости [Офиц. сайт]. URL: <https://ria.ru/> (Дата обращения 4.11.2018).
5. Тайная история денежной реформы 1993 года [Электронный ресурс] // РИА новости [Офиц. сайт]. URL: <https://ria.ru/> (Дата обращения 4.11.2018).
6. История российского экономического кризиса 1998 года [Электронный ресурс] // РИА новости [Офиц. сайт]. URL: <https://ria.ru/> (Дата обращения 4.11.2018).
7. Набиуллина рассказала, как введение новых банкнот повлияет на инфляцию [Электронный ресурс] // РИА новости [Офиц. сайт]. URL: <https://ria.ru/> (Дата обращения 4.11.2018).

СНИЖЕНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ПОДОХОДНОМУ НАЛОГУ В КАЗАХСТАНЕ

Каримова Арьяш Сабитовна

*студент, кафедра экономики и управления
КСТУ им. академика З. Алдамжара,
Республика Казахстан, г. Костанай
E-mail: aryash@mail.ru*

Каждый зарабатывающий гражданин, вне зависимости от вида занятости, будучи гражданином Республики Казахстан, обязан платить налоги.

Делать денежные отчисления в госбюджет с полученного дохода – обязанность каждого гражданина, достигшего трудоспособного возраста. Вкупе с налогом на прибыль, на каждого предпринимателя распространяется обязательства по перечислению пенсионных взносов, социальных и прочих отчислений. Это необходимо для распределения государством материальных благ между людьми и социальными группами в целях оказания поддержки малоимущим и денежно ограниченными лицам.

Каждый работающий гражданин обязан делать отчисления с полученного дохода, начислять и отчислять индивидуальный подоходный налог. Большая часть работающего населения Казахстана – работники, заключившие индивидуально-трудовые договора с работодателем, поэтому на работодателе лежит ответственность по начислению и перечислению ИПН. Государство всегда старается облегчить налоговую нагрузку работников, но оно также должно учитывать уровень состояния экономики. Проанализируем исчисление индивидуального подоходного налога за годы самостоятельного Казахстана, от первого налогового кодекса, принятого в 1995 году.

Согласно статье 29 Закона Республики Казахстан от 24 апреля 1995 года № 2235 «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» [1, с. 168] были предусмотрены следующие ставки подоходного налога для физических лиц:

Таблица 1.**Ставки подоходного налога для физических лиц (1995 г.)**

Облагаемый доход налогоплательщика	Ставка
1) до 15-кратного годового расчетного показателя	5 процентов с суммы облагаемого дохода
2) от 15-кратного до 30-кратного годового расчетного показателя	сумма налога с 15-кратного годового расчетного показателя + 10 процентов с суммы, превышающей его
3) от 30-кратного до 65-кратного годового расчетного показателя	сумма налога с 30-кратного годового расчетного показателя + 20 процентов с суммы, превышающей его
4) от 65-кратного годового расчетного показателя и свыше	сумма налога с 65-кратного годового расчетного показателя + 30 процентов с суммы, превышающей его.

В 2001 году Законом Республики Казахстан от 22 декабря 2000 года N 131-П «О республиканском бюджете на 2001 год» МРП был установлен 775 тенге. В цифровом варианте вышеуказанная таблица при расчете по верхним пределам трансформируется в следующую:

Таблица 2.**Ставки подоходного налога для физических лиц в цифрах (1995г.)**

№ п/п	Облагаемый доход налогоплательщика, верхний предел	ИПН, тенге	Ставка, в процентах
1)	139 500	6 975	5,00
2)	279 000	20 925	7,50
3)	348 750	34 875	10,00
3)	604 500	86 025	14,23
4)	свыше 604 500	86025 + 30% с суммы, превышающей 604 500	

С 2002 года согласно статьи 145 Кодекса РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» [2, с. 142]. (от 12.06.2001 г. № 209-П) действовали следующие ставки подоходного налога для физических лиц:

Таблица 3.**Ставки подоходного налога для физических лиц (2002 г.)**

Облагаемый доход налогоплательщика	Ставка
1) до 15-кратного годового расчетного показателя	5 процентов с суммы облагаемого дохода
2) от 15-кратного до 40- кратного годового расчетного показателя	сумма налога с 15-кратного годового расчетного показателя + 8 процентов с суммы, превышающей его
3) от 40-кратного до 200- кратного годового расчетного показателя	сумма налога с 40-кратного годового расчетного показателя + 13 процентов с суммы, превышающей его
4) от 200-кратного до 600- кратного годового расчетного показателя	сумма налога с 200-кратного годового расчетного показателя + 15 процентов с суммы, превышающей его
5) от 600-кратного годового расчетного показателя и свыше	сумма налога с 600-кратного годового расчетного показателя + 20 процентов с суммы, превышающей его

В 2006 году МРП Законом Республики Казахстан от 22 ноября 2005 года N 88-III «О республиканском бюджете на 2006 год» был установлен 1 030 тенге. В цифровом варианте таблица 3 при расчете по верхним будет выглядеть следующим образом:

Таблица 4.**Ставки подоходного налога для физических лиц в цифрах(2002 г.)**

№ п/п	Облагаемый доход налогоплательщика, верхний предел	ИПН, тенге	Ставка, в процентах
1)	185 400	9 270	5,00
2)	494 400	33 990	6,88
3)	1 009 400	100 940	10,00
3)	2 472 000	291 078	11,78
4)	7 416 000	1 032 678	13,93
5)	свыше 7 416 000	1 032 678 плюс 20 процентов с суммы, превышающей его	

Из этих таблиц видно, что государство принятием нового кодекса, действовавшего с 2002 года, уменьшило налоговую нагрузку.

С 2007 года согласно Налоговому кодексу по 2018 год [3, с. 183] и ныне действует статья, по которой доходы физических лиц, за исключением вознаграждений и выигрышей, облагаются по ставке 10 процентов.

В 2001, 2007, девять месяцев 2018 года среднемесячная номинальная заработная плата одного работника в Казахстане по статистическим сведениям составляла соответственно 17 303, 52 479 и 158 655 тенге.

До 2002 года ИПН ставки 10 % достигал при доходе 348 750 тенге, до 2007 года – при доходе 1 009 400 тенге, то есть статья 145 «смягчила» налогообложение физических лиц, а с 2007 года практически удвоила ставку ИПН, «ужесточила» налоговую нагрузку. Но правительство РК по инициативе главы государства Назарбаева Нурсултана Абишевича изыскивает способы для снижения налогообложения низкооплачиваемых работников.

С 2019 года внедряется прогрессивная шкала ИПН, уменьшается ставка ИПН для работников с низкой заработной платой. Работникам, чей месячный доход не превышает в 2019 году 25 МРП, то есть меньше (25×2525) 63 125 тенге, индивидуальный подоходный налог будет исчисляться по ставке 1 %, облагаемый доход работника будет уменьшаться в размере 90 % такого дохода.

В 2019 году МЗП увеличили в полтора раза, $(42\,500 / 28\,284)$, тогда как МРП увеличен на 5 процентов. $(2\,525 / 2\,405)$. Таким образом, каждому работнику была увеличена заработная плата $((42\,500 - 28\,284) \times 0,1)$ на 1 421,6 тенге в месяц; за год на 17 059 тенге. Увеличение заработной платы кодекс разрешает за счет введения новых налоговых вычетов, помимо предусмотренных ранее стандартных вычетов.

Налоговый вычет — это уменьшение налоговой нагрузки. То есть это доступным каждому гражданину Казахстана способ уменьшать размер платежей в государственный бюджет. В конечном итоге налоговый вычет помогает увеличить заработную плату работника без нагрузки на работодателя.

С 1 января 2018 года физическое лицо имеет право на применение вычетов на медицинские услуги и вычеты по вознаграждениям.

Чтобы оформить вычет на медицинские услуги, необходимо составить заявление и приложить документы об оплате — выписку, квитанцию об оплате. Это нужно сделать в том месяце, когда была оказана медицинская услуга, иначе

в вычете будет отказано. Вычет за год не должен превышать 8-кратный минимальный размер заработной платы, установленный законом о республиканском бюджете и действующий на 1 января соответствующего финансового года, в 2019 году – не выше 340 000 тенге.

Вычеты по вознаграждениям, или ипотечный вычет начисляется на сумму вознаграждения, получаемого банком согласно статье 349 Налогового кодекса РК [4, с. 138]. Предположим, что заемщик оформил кредит на 8 000 000 тенге, а выплатил 11 000 000 тенге. На разницу в 3 000 000 тенге предоставляется налоговая льгота, расходы налогоплательщика по оплате ИПН уменьшаются на 300 000 тенге. ($3\,000\,000 \times 10\%$) Вычет начисляется на основании заявления, необходимо предоставление всех подтверждающих документов: кредитный договор, график погашения и квитанции об оплате задолженности.

Правительство изучает возможность внедрения справедливой прогрессивной шкалы индивидуального подоходного налога: чем выше доход, тем выше должна применяться ставка налога. Принцип справедливости налогообложения должен доказываться практикой. Экономика страны претерпевает изменения, а вместе с экономикой изменяются, естественно и подходы в налогообложении.

Список литературы:

1. Закон Республики Казахстан от 24 апреля 1995 года № 2235 «О налогах и других обязательных платежах в бюджет».
2. Кодекс Республики Казахстан от 12 июня 2001 года № 209-ІІ «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)».
3. Кодекс Республики Казахстан от 10 декабря 2008 года № 99-ІV «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)».
4. Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года № 120-VІ «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)».

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ»

Машина Виктория Алексеевна

*студент, института цифровой экономики ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск
E-mail: 11mva@inbox.ru*

Любое предприятие заинтересовано в получении и преумножении прибыли. В свою очередь, преумножение имеющейся прибыли зависит от усовершенствования финансовых показателей компании. Именно для этого существуют нормативы показателей, которые помогут предприятию найти слабую сторону и модернизировать ее до сильной. Все перечисленное подтверждает актуальность выбранной темы.

Анализ финансового состояния с целью обеспечения экономической безопасности проведем на примере публичного акционерного общества «НК «Роснефть». Общество организует поиск, разведку, добычу и реализацию нефти и газа на территории России и за ее пределами.

Для того чтобы оценить финансовое состояние компании в полной мере, необходимо рассчитать коэффициенты 4 групп: ликвидности, деловой активности, рентабельности и финансовой устойчивости.

Таблица 1.

Значение коэффициентов ликвидности для ПАО «НК «Роснефть»

Коэффициент	2015	2016	2017
Коэффициент текущей ликвидности	4,06	3,65	3,53
Коэффициент абсолютной ликвидности	1,01	0,62	0,31

Рассмотрим коэффициент текущей ликвидности. Оптимальное значение данного коэффициента должно варьироваться от 1,5 до 2,5. Так как значение коэффициентов текущей ликвидности за каждый из рассматриваемых годов составляет больше 3, это говорит о нерациональной структуре капитала ПАО «НК «Роснефть». Это значит, что ПАО «НК «Роснефть» недостаточно активно использует оборотные активы, следовательно, необходимо улучшить доступ к краткосрочному кредитованию.

Рассмотрим коэффициент абсолютной ликвидности. Оптимальное значение для коэффициента абсолютной ликвидности для российских предприятий составляет 0,2- 0,5. В 2016 и 2017 показатель не удовлетворяет нормативу, а значит, слишком высокая доля неработающих активов находится в виде наличных денег и средств на счетах компании. ПАО «НК «Роснефть» ежегодно оптимизирует данный показатель, и мы можем сказать, что в 2017 году значение коэффициента уже находится в норме и означает, что 30% краткосрочных долговых обязательств могут быть покрыты за счет денежных средств их эквивалентов в виде рыночных ценных бумаг и депозитов.

Далее перейдем к группе коэффициентов деловой активности.

Таблица 2.

Значение оборачиваемости для ПАО «НК «Роснефть»

Коэффициент	2015	2016	2017
Коэффициент оборачиваемости активов	0,44	0,45	0,47
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	1,98	1,2	2,4
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	1,99	1,79	1,95

Рассмотрим коэффициент оборачиваемости активов. За 2015 год значение коэффициента составляет 0,44, за 2016 – 0,45, а за 2017 – 0,47, следовательно, мы наблюдаем рост показателей. Это говорит о том, что к 2017 году капитал начал оборачиваться быстрее, чем в 2015 и 2016 годах, а значит каждая единица (рубль) актива предприятия стала приносит больше прибыли.

Мы можем сделать вывод, что к 2016 году оборачиваемость дебиторской задолженности резко упала, а значит в ПАО «НК «Роснефть» неэффективно организовывала работу по сбору платы за продукцию. Также снижение показателя может говорить об увеличении числа неплатежеспособных клиентов. Однако значение показателя к 2017 году выросло. Увеличение коэффициента говорит о усовершенствовании платежной дисциплины покупателей, т. е. количество платежей с отсрочкой падает и все больше покупателей погашают платежи в срок.

Рассмотрим оборачиваемость кредиторской задолженности. Мы можем увидеть, что в 2016 году у компании были незначительные проблемы с оплатой счетов поставщикам, так как значение показателя упало. Однако к 2017 году коэффициент вырос. Следовательно, ПАО «НК «Роснефть» улучшило платежную дисциплину по отношению к поставщикам и прочими кредиторами. Возможно, предприятие стало быстрее погашать свою задолженность либо сокращать покупки с отсрочкой платежа. Но, как мы видим, в 2016 году значение коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности превышало значение коэффициента дебиторской задолженности. А это значит, что в 2016 году у ПАО «НК «Роснефть» был дефицит финансовых средств.

Далее рассмотрим такую группу коэффициентов, как коэффициенты рентабельности, которые отразят прибыльность ПАО «НК «Роснефть».

Таблица 3.

Значение коэффициентов рентабельности для ПАО «НК «Роснефть»

Коэффициент	2015	2016	2017
Рентабельность активов	2,78	1,02	1,32
Рентабельность продаж	3,04	9,78	7,3

Мы видим, что коэффициент рентабельности активов достаточно низкий, что говорит о невысоком уровне получения чистой прибыли, а значит и о низкой финансовой отдаче от использования активов предприятия. Но так как коэффициент рентабельности вырос к 2017 году, то мы можем сказать, что чистая прибыль у ПАО «НК «Роснефть» все-таки растет и оборачиваемость активов увеличивается.

Что касается рентабельности продаж, то наиболее высокий показатель для ПАО «НК «Роснефть» был в 2016 году. Рост показателя объясняется тем, что темпы роста выручки в этом году опережали темпы роста затрат, что может говорить об увеличении объемов продаж в рассматриваемом году. Можно сказать, что рентабельность продаж у ПАО «НК «Роснефть» достаточно невысокая, а значит и финансовая эффективность предприятия низкая.

Последняя группа коэффициентов, которую мы рассмотрим, это коэффициенты финансовой устойчивости.

Таблица 4.

**Значение коэффициентов финансовой устойчивости
для ПАО «НК «Роснефть»**

Коэффициент	2015	2016	2017
Коэффициент автономии	0,151	0,154	0,151
Коэффициент финансовой зависимости	6,59	6,49	6,58

Оптимальным значением для коэффициента автономии является 0,5-0,7. В нашем случае за весь анализируемый период значение было практически одинаковое и равнялось 0,15. Следовательно, мы можем сказать, что ПАО «НК «Роснефть» зависит от внешних кредиторов, а следовательно, вероятность погашения долгов за счет собственных средств крайне низкая.

Нормативным значением для коэффициента финансовой зависимости является 0,5-0,7. Следовательно, мы можем увидеть, что показатель зависимости за рассматриваемый период достаточно высокий, а значит, ПАО «НК «Роснефть» зависимо от внешних источников финансирования.

После проведенного анализа мы можем сказать, что финансовое состояние предприятия находится на высоком уровне, однако не все коэффициенты находятся в пределах нормы. Например, мы выяснили, что компания зависит от внешних источников финансирования, показатели ликвидности находятся выше нормы, а чистая прибыль предприятия находится на низком уровне.

Список литературы:

1. Официальный сайт ПАО «НК «Роснефть»: [Электронный ресурс]. <https://www.rosneft.ru>.
2. Литовченко В.П. Финансовый анализ / В.П. Литовченко. - М.: Дашков и К°, 2014. – 845 с.

МОНИТОРИНГ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Нелюбов Денис Александрович

*студент, кафедра «финансы, кредит и страховое дело»,
ФГБОУ ВО СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГАУ,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: nelyubovdenis@mail.ru*

В современных условиях предприятия выступают конкурентами в борьбе за привлечение инвестиций. Поэтому деятельность менеджмента предприятия должна быть направлена на завоевание и удержание предпочтительной доли инвестиционных ресурсов и на достижение превосходства над конкурентами. Успешно решить эти задачи можно лишь проводя систематический мониторинг инвестиционной привлекательности компании.

Мониторинг инвестиционной привлекательности предприятия – система периодического наблюдения за показателем инвестиционной привлекательности в динамике, а также за факторами, влияющими на этот показатель. В рамках системы мониторинга происходит оценка инвестиционной привлекательности за ретроспективный период, который обычно составляет 3-5 лет. Поквартальная оценка показателя за выбранный период даст больше возможностей аналитику для факторного анализа, выводы будут более чувствительны к изменению факторов, влияющих на итоговый показатель.

Цель мониторинга показателей инвестиционной привлекательности – прежде всего в оценке тенденции развития компании. Кроме того, мониторинг дает возможность повысить привлекательность компании в глазах инвесторов. Изыскивая слабые стороны в результате факторного анализа показателя инвестиционной привлекательности предприятия, можно понять, за счет каких инструментов можно ее повысить.

В основу качественного мониторинга инвестиционной привлекательности положена система непрерывных этапов, показанных на рисунке 1.

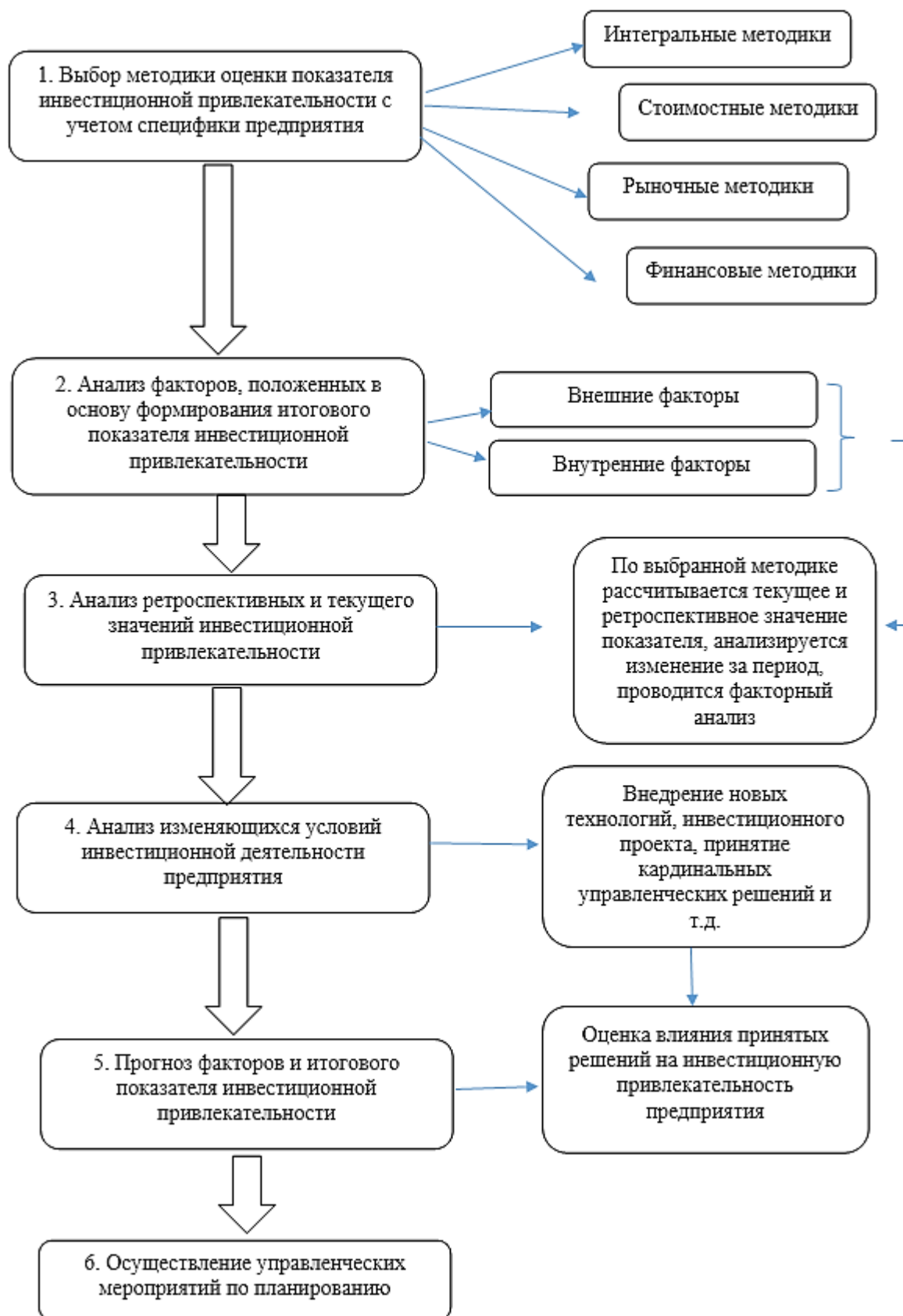


Рисунок 1. Система мониторинга инвестиционной привлекательности

На заключительном этапе мониторинга осуществляется планирование мероприятий по улучшению показателей (факторов), составляющих расчетную базу для оценки инвестиционной привлекательности. Например, результатом может быть решение о принятии или не принятии инвестиционного проекта, корректировке его объемных показателей или сроков внедрения.

Необходимо отметить, что множество показателей оценки инвестиционной привлекательности сами по себе не дают какой-либо экономической характеристики. При этом сравнение расчетных показателей по конкурентам не всегда может быть возможным на практике. В основу мониторинга положено сравнение не по объектам инвестирования, а по одному объекту в динамике, позволяя подтвердить или опровергнуть правильность принятых или планируемых управленческих решений.

Наиболее оптимальным для осуществления мониторинга является использование интегральных методик, к которым можно отнести оценку инвестиционной привлекательности Ю.В. Севрюгина и Н.А. Казаковой. Обе они являются интегральными, но состав факторов, входящих в основу расчета показателя инвестиционной привлекательности, разный.

Согласно методике Ю.В. Севрюгина [1], инвестиционная привлекательность предприятия измеряется комплексным (интегральным) показателем, рассчитанным на основе квалиметрического подхода. На первом этапе по определенным критериям формируются набор факторов, влияющих на результирующий показатель (инвестиционную привлекательность) в форме дерева свойств, т. е. создается их иерархическая модель. По результатам статистической обработки финансовой информации различных промышленных предприятий для оценки инвестиционной привлекательности исследователем выделены следующие наиболее существенные финансовые коэффициенты: коэффициент соотношения заемных и собственных средств; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент оборачиваемости активов; рентабельность продаж по чистой прибыли; рентабельность собственного капитала по чистой прибыли.

Далее по каждому фактору определяются коэффициенты весомости и производится оценка погрешности расчета. Коэффициенты весомости квалитметрической модели инвестиционной привлекательности предприятия Севрюгиным Ю.В. определены на основе очного анкетирования стратегических, портфельных и финансовых инвесторов. Финансовое состояние является лишь одним из главных блоков расчета интегрального показателя, он имеет весомость 0,42. Однако, итоговый показатель также формирует «Рыночное окружение» с весом 0,25 и «Корпоративное управление» с весом 0,33.

На следующем этапе определяют значения абсолютных показателей по каждому фактору и приведение их к единому масштабу измерения, т.е используют квалитметрические инструменты обработки качественной информации. В заключении формируется итоговый показатель по формуле (1):

$$ИП = \sum_{x_{\max}}^{xi} \quad (1)$$

где: ИП – показатель инвестиционной привлекательности;

i – количество факторов;

x_i – балльная оценка i -того фактора с учетом его весомости;

x_{\max} – максимально возможное суммарное количество баллов.

Отметим, что второй и третий компоненты этого интегрального показателя стабильны, они зависят, прежде всего, от макроэкономических факторов и окружения компании. Инвестиционная привлекательность отрасли и региона обычно остается на одном и том же уровне за анализируемый период, дивидендная политика фирмы и ее положение на фондовом рынке также неизменны на протяжении многих лет. Поэтому ключевым фактором для анализа будет являться «Финансовое состояние».

Результаты балльной оценки представляют собой некую позицию, аккумулирующую несколько качественных оценок, достигнутую предприятием на рынке. К недостаткам, вменяемым методике, современными исследователями причисляют высокий субъективизм, порожденный использованием качественной оценки вклада показателей, а также произвольное суммирование принципиально не суммируемых коэффициентов, прежде всего, относительных. Считаем данное

утверждение не совсем верным, т. к. балловая оценка на основе квалитетических подходов к обработке информации в принципе и предполагает суммировать то, что, кажется, суммировать нельзя. Однако в качестве недостатка все же следует отметить ориентацию модели на промышленные предприятия, производящие конкретную продукцию. При использовании модели для целей инвестирования в предприятие сферы услуг, ее следует изменить в некоторой части, которая предусматривает анализ продукции.

Достоинством методики является ее простота, а также возможность ее использования лишь в определенной части, касающейся только конкретно интересующих исследователя показателей. Более того, с ее помощью очень удобно проводить мониторинг инвестиционной привлекательности, поскольку очевидны все факторы, ее формирующие.

Также заслуживает внимания интегральная методика оценки инвестиционной привлекательности Казаковой Н.А. [2]. Она основана, прежде всего, на анализе финансово-экономической деятельности предприятия. В зависимости от состояния ключевых параметров, их соответствия нормативным или отраслевым критериям, предприятие зарабатывает баллы по 5-ти балльной системе. Анализ производится по трем направлениям:

- экономический потенциал и финансовое состояние;
- эффективность деятельности;
- характеристика бизнес-развития.

Два первых блока могут существенно измениться как в большую, так и в меньшую сторону. Третий блок похож на экономическую экспресс-характеристику предприятия, зависящую от количества лет работы, разработки собственной нормативной базы и т. д. Очевидно, что изменение третьего блока либо не происходит в течение долгого периода времени, либо может произойти скачкообразно. Например, у предприятия не было собственной нормативной базы и одновременно оно ее разработало. В таком случае показатель инвестиционной привлекательности, рассчитанный по методике Казаковой Н.А., резко поднимется, но о том, что компания выросла в глазах инвесторов, скорее всего, судить нельзя.

Каждое направление, таким образом, имеет максимальную оценку в 5 баллов. На заключительном этапе производится согласование результатов по трем направлениям, соответственно веса распределяются согласно их упоминанию в тексте как 35 %, 35 % и 30 %.

Все показатели (группа показателей) внутри каждого направления равнозначны, максимальная сумма баллов одинаковая – 5 баллов. Такая наивно-упрощенная оценка - это одно из наиболее уязвимых мест методики. Также заслуживает порицания экспертно придуманные веса при согласовании итогового результата.

Считаем, что для принятия экспресс решения, для целей мониторинга инвестиционной привлекательности такая методика приемлема, т. к. она проста в реализации, не требуется серьезный математический аппарат для обоснования баллов, присваиваемых как веса значимости для факторов, а оценку изменений инвестиционной привлекательности проследить с помощью этой методики возможно. Но из-за сомнений по поводу экспертного присвоения весов эта методика не получила должного развития.

Таким образом, каждая методика раскрывает резервы для роста инвестиционной привлекательности, дает возможность оценить целесообразность инвестиционного проекта. Для целей факторного анализа интегральные методики вполне оправдывают свое предназначение, даже те, которые основаны на наивно упрощенных субъективных оценках значимости факторов.

В настоящее время наибольшей популярностью пользуется стоимостная методика оценки экономически добавленной стоимости. С ее помощью также можно проводить оценку динамики инвестиционной привлекательности компании. Однако, для целей мониторинга, зачастую требующего реализацию различных сценариев развития (например, при реализации разных вариантов инвестиционных проектов), эти расчеты могут быть слишком трудоемкими. А использование значительного количества допущений при расчете составляющих показателей, сводит на нет приемлемость этой методики и повышает приоритет интегральных методик, например, при оценке малых компаний.

Список литературы:

1. Севрюгин Ю.В. Оценка инвестиционной привлекательности промышленного предприятия / Ю.В. Севрюгин // Автореферат на соискание степени к.э.н. Режим доступа: http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/1836/04_17_013.pdf?sequence=1.
2. Казакова Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2014. – 240 с.
3. Жукова Ю.С. Формирование инвестиционной политики на основе оценки инвестиционной привлекательности предприятия (на примере сельскохозяйственных предприятий) // Международный научно-исследовательский журнал. - 2017. - № 7-1 (61). - С. 9-12.
4. Мавлонова Ш.А., Аникина И.Д. Особенности факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность малых предприятий в строительном бизнесе / Ш.А. Мавлонова, И.Д. Аникина // Academy. 2016. № 5 (8). С. 24-26.
5. Валовик Д.В. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятия / Валовик Д.В. // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. 2016. № 4. С. 108-113.

АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ АО «ТРУБИНВЕСТ»

Петрова Юлия Владимировна

студент гр. БАмз-21,

ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»

РФ, г. Ульяновск

E-mail: petrova.yuliya.94@bk.ru

Харькова Нонна Валентиновна

научный руководитель, канд. экон. наук,

доц. кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»

РФ, г. Ульяновск

Аннотация

Бухгалтерская отчетность является самой важной частью информационной системы, которая формируется в рамках организации. Квалифицированный пользователь отчетности в результате ее анализа получает возможность оценить не только достигнутые результаты, но и возможности организации во всех сферах финансово-хозяйственной деятельности. Анализ отчетных данных позволяет понять причины изменения финансовых результатов и финансового состояния организации и выявить их характер и динамику.

Abstract

Accounting reporting is the most important part of the information system that is formed within the organization. A qualified user of the reporting as a result of her analysis gets an opportunity to evaluate not only the results achieved, but also the organization's possibilities in all spheres of financial and economic activity. Analysis of reporting data allows you to understand the reasons for changing financial results and the financial state of the organization and to identify their nature and dynamics.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, бухгалтерский учет, финансовое состояние.

Keywords: accounting reporting, accounting, financial condition.

Финансовое состояние организации характеризуется широким кругом показателей, отражающим наличие, размещение и использование финансовых ресурсов. В период массовой неплатежеспособности организаций и практического применения ко многим, процедуры банкротства объективная и точная оценка их финансового состояния приобретает первостепенное значение. Определение финансового состояния определенной даты помогает ответить на вопрос, насколько правильно организация управляла финансовыми ресурсами в течение периода, предшествовавшего этой дате [2, с. 264].

Актуальность работы заключается в том, что бухгалтерская (финансовая) отчетность является самым главным источником, поставщиком фактической информации разным пользователям, так как с помощью анализа бухгалтерской отчетности можно увидеть наглядно экономическое состояние организации, а также проверить имущественное положение компаний, с которыми планируется сотрудничество, или в которые руководитель намеревается вложить средства.

Объектом исследования данной работы является акционерное общество «Трубинвест». Основным видом деятельности, которого является оптовая торговля скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием.

Предметом исследования выступает проведение анализа форм отчетности АО «Трубинвест». Наиболее информативной формой для анализа и оценки финансового состояния предприятия непосредственно является бухгалтерский баланс. Он характеризует в денежной оценке финансовое положение организации на отчетную дату [1, с. 121]. Самым распространенным анализом бухгалтерского баланса является анализ его ликвидности, так как он заключается в сравнении средств по активу, которые сгруппированы по срокам их погашения, а так же расположены в порядке возрастания сроков.

При анализе ликвидности баланса получилось, что платёжеспособность предприятия с каждым годом увеличивалась, так как на этот момент находилось достаточное количество денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, которые бы могли покрыть срочные обязательства предприятия, сроки возврата которых наступили.

Расчёт и анализ коэффициентов ликвидности показывает, что в период с конца 2014 г. по конец 2016 г. произошло увеличение показателей ликвидности, что может оказать положительную динамику на деятельность предприятия в дальнейшем.

1. Коэффициент текущей ликвидности, сравнивая 2014 г. и 2016 г. увеличился на 1,25. Это свидетельствует о том, что предприятие располагает достаточным количеством оборотных средств, которые могут быть использованы им для погашения краткосрочных обязательств.

2. Коэффициент критической ликвидности свидетельствует, что при сравнении 2014 г. и 2016 г., увеличился до 3,87, что говорит о перспективной платежеспособности предприятия.

3. Коэффициент абсолютной ликвидности свидетельствует, что при сравнении 2014 г. и 2016 г. увеличился на 0,19, что указывает на удовлетворительную оперативную платежеспособность.

Таблица 1.

Расчет и анализ коэффициентов ликвидности АО «Трубинвест»

Показатель		На конец	На конец	На конец	Отклонение	
		2014 года тыс.руб.	2015 года тыс.руб.	2016 года тыс.руб.	2014-2015 года	2015-2016 года
1. Итого денежных средств и краткосрочные вложения, С. 1250 +1240		1406432	2622726	2522193	1216294	-100533
2. Итого дебиторская задолженность и прочих активов, С. 1230		1459593	1002568	1436026	-457025	433458
3. Итого денежных средств, фин. вложений дебиторской задолженности п1 + п2		2866025	3625294	3958219	759269	332925
4. Итого оборотных средств, С. 1200		3739958	4384938	5170736	644980	785798
5. Текущие пассивы, С. 1500		965628	1151522	1022691	185894	-128831
Коэффициент	Интервал оптимального значения	На конец 2013 года тыс.руб.	На конец 2014 года тыс.руб.	На конец 2015 года тыс.руб.	2013-2014 года	2014-2015 года
Текущая ликвидность, п.4/п.5	$K_{ТЛ}=1-2$	3,87	3,81	5,06	-0,06	1,25
Критическая ликвидность, п.3/п.5	$K_{КЛ} \geq 1$	2,97	3,15	3,87	0,18	0,72
Абсолютная ликвидность, п.1/п.5	$K_{АЛ}=0,2 - 0,5$	1,46	2,28	2,47	0,82	0,19

Таблица 2.

Аналитический отчет о финансовых результатах

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение 2014-2015 гг	Отклонение 2015-2016 гг	В % к выручке 2015 г	В % к выручке 2016 г	Отклонение, % 2015-2016 гг
Выручка (нетто) от продажи товаров, работ, услуг (В)	3535125	5156872	5798789	1621747	641917	100	100	0
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг (С)	3297190	4363574	4819251	1066384	455677	84,62	83,11	-1,51
Валовая прибыль	237935	793298	979538	555363	186240	15,38	16,89	1,51
Коммерческие расходы (КР)	234183	349511	360457	115328	10946	6,78	6,22	-0,56
Управленческие расходы (УР)	223998	291455	391912	67457	100457	5,65	6,76	1,11
Прибыль (убыток) от продаж (Сока 2200) (П ^п)	-220246	152332	227169	-67914	74837	2,95	3,92	0,97
Процент к получению	146009	105454	122651	-40555	17198	2,04	2,12	0,08
Прочие доходы (П _{рД})	237248	- 329113	276018	91865	-53095	6,38	4,76	-1,62
Прочие расходы (П _{рР})	219957	292215	480847	72258	188632	5,67	8,29	2,62
Прибыль(убыток) до налогообложения (С2300) (П ^б)	-56946	294684	144991	237738	-149693	5,71	2,5	-3,21
Отложенные налоговые активы	32935	83996	53253	51061	-30743	1,63	0,92	-0,71
Отложенные налоговые обязательства	8760	4939	16193	-3821	11254	0,1	0	-0,1
Чистая прибыль (нераспределённая прибыль (убыток) отчётного периода) (П ^ч)	81121	215627	75545	134506	-140082	4,18	0,01	-4,17

Анализируя финансовые результаты АО «Трубинвест» можно отметить, что наибольшее влияние на выручку оказали затраты, понесённые предприятием, в связи с продажей продукции. На размер выручки помимо прямых факторов влияют косвенные, к которым можно отнести организацию труда, форму сбытовой политики предприятия. За счёт улучшения этих показателей предприятию удалось увеличить сумму выручки на 641917 тыс. руб.

Прибыль от продаж – это сумма выручки за минусом понесённых расходов, при реализации товаров, где главным показателем уменьшающим сумму прибыли является себестоимость [3, с. 47]. В нашем случае выручка увеличилась, а вместе с ней и себестоимость на 455677 тыс.руб. Это значит, что сумма прибыли на конец периода тоже увеличится на 186240 руб., но уже за минусом суммы отнесённой в себестоимость. За счёт получения дополнительных доходов предприятию не удалось увеличить сумму чистой прибыли.

Анализируя и оценивая финансовую устойчивость предприятия АО «Трубинвест» можно сказать, что оно имеет абсолютную финансовую устойчивость, что характеризуется высокой платежеспособностью и независимостью от кредиторов.

Список литературы:

1. Бариленко В.И. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / В.И. Бариленко и др.; под ред. В.И. Бариленко; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. – Москва: Кнорус, 2015. – 234 с.
2. Чебурахина А.В., Харькова Н.В. Анализ финансовой устойчивости предприятия в сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем, сборник научных трудов.2016 С. 450-452.

ВЛИЯНИЕ АНТИДЕМПИНГОВОЙ МЕРЫ НА ИМПОРТ В РФ БУЛЬДОЗЕРОВ ИЗ КНР

Побирченко Полина Гамильевна

*магистрант,
кафедра внешнеэкономической деятельности УрГЭУ,
РФ, г. Екатеринбург
E-mail: polinagp@mail.ru*

В последние годы на российском рынке бульдозеров произошли серьезные изменения. Все началось с девальвации национальной валюты в 2014 г. Кризисные явления в экономике отразились на всем рынке дорожно-строительной техники. Однако ситуация на рынке бульдозеров усложнилась вследствие введения антидемпинговых пошлин на популярные китайские бульдозеры в конце 2015 г. Коллегия Евразийской экономической комиссии постановила Решение № 148 от 10 ноября 2015 г.: «О применении антидемпинговой меры в отношении гусеничных бульдозеров с неповоротным и поворотным отвалом мощностью до 250 л.с., происходящих из Китайской Народной Республики и ввозимых на таможенную территорию Евразийского экономического союза». Коллегия ЕЭК решила «Применить антидемпинговую меру посредством введения антидемпинговой пошлины в размере согласно приложению в отношении ввозимых на таможенную территорию Евразийского экономического союза гусеничных бульдозеров с неповоротным и поворотным отвалом мощностью до 250 л.с., происходящих из Китайской Народной Республики и классифицируемых кодом 8429 11 009 0 ТН ВЭД ЕАЭС, установив срок действия данной антидемпинговой меры 5 лет» [1]. Антидемпинговая мера вступила в силу 12.12.2015 и закончит свое действие 11.12.2020. В Табл. 1 приведены ставки антидемпинговых пошлин.

Хотелось бы отметить, что бульдозеры мощностью до 250 л.с. являются самыми ходовыми и пользуются наибольшей популярностью. Заводы, в отношении которых введена антидемпинговая мера, хорошо зарекомендовали себя на российском рынке, сочетая хорошее качество и приемлемую цену в сравнении с ведущими мировыми производителями - Caterpillar и Komatsu.

Таблица 1.

Размеры ставок антидемпинговой пошлины на гусеничные бульдозеры с неповоротным и поворотным отвалом мощностью до 250 л.с.

Производитель	Размер ставки антидемпинговой пошлины (процентов от таможенной стоимости)
Xuanhua Construction Machinery Co., Ltd	9,65
Shantui Construction Machinery Co., Ltd	11,31
Shanxi Zoomlion Heavy Industry Science and Technology Machinery Co., Ltd	13,80
Tianjin Liugong Machinery Co., Ltd	44,65
прочие	44,65

Составлено автором по: [2].

Успех КНР в производстве бульдозеров основан на использовании зарубежного опыта. В начале своего пути китайские заводы привлекали ведущие иностранные предприятия по производству бульдозеров, покупали лицензии на модели предыдущего поколения и заключали договор, предполагающий сбыт только на внутреннем рынке Китая. В дальнейшем по мере истечения сроков лицензий и договоров и освоения китайскими производителями технологий, начиналась конкуренция с недавним партнером.

Примечательно, что первые гусеничные бульдозеры для горной промышленности стали производить в КНР в 1958 г. именно по лицензии Челябинского тракторного завода (сейчас - «ЧТЗ-Уралтрак»), который инициировал в 2015 г. введение антидемпинговой меры в отношении китайских бульдозеров. В 1990-е гг. Челябинский тракторный завод экспортировал в КНР тысячи бульдозеров ежегодно. Этот процесс во многом стимулировала сильная разница в цене – высокая стоимость на китайском рынке и низкая на российском. Однако такая ситуация не продолжалась долго.

В 1978 г. в Китае Дэн Сяопином была провозглашена политика реформ и открытости, нацеленная на создание рыночной экономики с китайской спецификой. В ближайшие годы правительство КНР выкупило лицензии у ведущих мировых производителей бульдозеров Caterpillar и Komatsu. Китайские заводы осваивают эти лицензии и начинают самостоятельный путь,

выпуская спецтехнику под торговыми брендами Shantui, Shehwa, Zoomlion, PengPu, Liugong и др. В начале 1990-х гг. китайские производители купили лицензию на производство бульдозеров у компании Liebherr [3]. Вследствие этого большое множество китайских бульдозеров можно разделить на три группы, в зависимости от того, конструкция прототипа какой компании взята за основу: Caterpillar, Komatsu или Liebherr. Бульдозеры, в производстве которых были взяты советские аналоги, либо уже не выпускаются, либо не поставляются в Россию.

Безусловно китайские модели сочетают в себе не только технические характеристики своих аналогов, но и более низкую стоимость. Сочетание этих факторов обеспечило успех китайских бульдозеров во многих странах, в России в том числе. Преимущества китайских производителей заключаются в поддержке государства, серьезных инвестициях в собственное развитие, дешевой стоимости рабочей силы и нацеленности на ценовую конкуренцию.

Однако нашлись и противники такой экспансии китайской техники – российские производители бульдозеров, это прежде всего «ЧТЗ –Уралтрак», который в 2014 г. выступил инициатором расследования и введения антидемпинговой меры в отношении китайских бульдозеров. Инициативу «ЧТЗ – Уралтрак» поддержали российские «Дормаш», «Промтрактор» и казахстанский «Дормаш-ЧТЗ». По данным ЕЭК на эти четыре завода приходилось 99% всего объема производства гусеничных бульдозеров в странах ЕАЭС [4]. ЕЭК проведя расследование, установила, что в 2011-2013 гг. общий импорт бульдозеров в страны союза вырос на 8,9 %, а поставки китайских бульдозеров увеличились на 50%, доля китайского импорта в общих поставках выросла с 46 до 63,3%, при этом абсолютные данные ЕЭК не приводит. Докладе ЕЭК также говорится, что в рассматриваемый период цены на гусеничные бульдозеры китайского производства были значительно ниже цены поставок из третьих стран и цен поставщиков из стран ЕАЭС. В 2013 г. Ценовое занижение составило в среднем 26,2 %, а на отдельные разновидности достигало 50 %. На этом фоне локальное производство гусеничных бульдозеров в странах

ЕАЭС снизилось на 24 %, загрузка производственных мощностей - на 10 п. п., а объем продаж – на 16 %. «Под давлением демпингового импорта предприятия стран союза были вынуждены снижать цены, чтобы сохранить конкурентоспособность», - говорится в Докладе ЕЭК. Начиная с 2012 г. предприятия не могли продавать бульдозеры по ценам, покрывающим их затраты, и их рентабельность в 2012 и 2013 гг. была отрицательной [5].

Из Табл.1 видно, что только в отношении четырех китайских заводов были введены индивидуальные антидемпинговые пошлины. Все прочие заводы попали под наивысшую ставку в размере 44,65 %.

В категорию «прочие» производители попало китайское дочернее предприятие Caterpillar (Qingzhou) Ltd., которое выпускает колесные погрузчики, автогрейдеры, грунтовые катки, а также гусеничные бульдозеры класса 10 и 15 под маркой SEM. Эти гусеничные бульдозеры с гидростатической трансмиссией – прямые конкуренты аналогичной по классу техники Челябинского тракторного завода («ЧТЗ-Уралтрак»), по инициативе которого в 2015 г. была введена антидемпинговая мера на китайские бульдозеры.

24 ноября 2017 г. дочернее предприятие Caterpillar (Qingzhou) Ltd. подало заявление в ЕЭК «для начала повторного антидемпингового расследования в целях установления индивидуальной демпинговой маржи для производителя и экспортера, не осуществлявшего поставок товара в период расследования» [6]. Повторное расследование длилось один год, в течение которого национальные производители гусеничных бульдозеров «ЧТЗ-Уралтрак» и Чебоксарский тракторный завод вновь отстаивали интересы отечественной отрасли, принимая активное участие в антидемпинговом расследовании. В результате повторного расследования Департамент защиты внутреннего рынка ЕЭК 23 ноября 2018 г. сделал доклад о результатах повторного антидемпингового расследования. На основании данного доклада Итоговая индивидуальная демпинговая маржа для предприятия Caterpillar (Qingzhou) Ltd. Составила 18,50%. Таким образом, ЕЭК ввела индивидуальную антидемпинговую пошлину в размере 18,50% на гусеничные бульдозеры китайского дочернего предприятия американской компании Caterpillar, выпускаемые под торговой маркой SEM.

ЕЭК ввела антидемпинговую меру с целью защиты российского рынка от экспансии китайских машиностроителей, которые, в свою очередь, пользуются преференциями со стороны своего государства. Отечественные машиностроители обеспокоены тем, что в отношении Caterpillar (Qingzhou) Ltd. ЕЭК ввела индивидуальную антидемпинговую пошлину в размере 18,50% против 44,65%, которая была введена изначально в конце 2015 г. По мнению национальных производителей бульдозеров снижение антидемпинговой пошлины открывает двери для американо-китайских производителей на российский рынок, поскольку в Китае действует целая система мер государственной поддержки предприятий, ориентированных на экспорт [7].

В 2016 г. цены на китайские бульдозеры выросли после введения антидемпинговой пошлины на 28,2 %, этому способствовала девальвация национальной валюты [9]. В связи с чем в 2017-2018 гг. наблюдается непрерывный рост цен на бульдозеры и весь перечень импортируемой спецтехники. В среднем цены за последние пять лет выросли на 44 %. Импорт бульдозеров сократился по сравнению с 2011-2012 гг. Однако начиная с 2016 г. многие китайские заводы меняли свою ценовую политику, снижая стоимость своих бульдозеров в долларовом эквиваленте по причине девальвации юаня, повышая конкурентоспособность своей техники. В 2017 г. наблюдался рост объемов продаж бульдозеров на 58 %, импорт при этом вырос на 78 %, а отечественных бульдозеров купили только на 26 % больше [8]. Главная причина такого роста продаж заключается в отложенном спросе. Для того, чтобы удовлетворить повышенный спрос на бульдозеры в России необходимо строительство современного завода, который бы выпускал наиболее популярные бульдозеры высокого качества по лицензиям ведущих мировых производителей Caterpillar или Komatsu.

Введение антидемпинговой меры на китайские бульдозеры окончательно усложнило ситуацию на российском рынке дорожно-строительной техники, цены на которую и без нетарифных мер постоянно растут вследствие колебаний и девальвации национальной валюты. Безусловно данные меры

направлены не просто на поддержку отечественных производителей, они позволяют этим заводам, которые находятся в плачевном состоянии, выжить. Однако к 2019 г. можно сделать вывод, что импорт спецтехники хоть и сократился, но только вследствие введения антидемпинговой меры, утилизационного сбора и девальвации рубля, а не по причине того, что выросло производство российских бульдозеров, погрузчиков и другой спецтехники. Государство может сдерживать импорт спецтехники, используя различные инструменты торговой политики – тарифные или нетарифные методы, но для того, чтобы увеличить выпуск российской спецтехники необходима радикальная модернизация отечественных заводов, разработка и внедрение новых технологий или строительство новых заводов, которые бы выпускали наиболее популярные бульдозеры высокого качества по лицензиям ведущих мировых производителей.

Список литературы:

1. Решение № 148 от 10 ноября 2015 г. Коллегии ЕЭК «О применении антидемпинговой меры в отношении гусеничных бульдозеров с неповоротным и поворотным отвалом мощностью до 250 л.с., происходящих из Китайской Народной Республики и ввозимых на таможенную территорию Евразийского экономического союза». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://docs.eaeunion.org> (Дата обращения 15.01.2019).
2. Евразийская экономическая комиссия. Расследования. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.eurasiancommission.org> (Дата обращения 15.01.2019).
3. Бульдозеры на российском рынке. Ситуация и участники рынка. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://os1.ru> (Дата обращения 15.01.2019).
4. Россия защитит внутренний рынок от китайских бульдозеров. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://www.vedomosti.ru> (Дата обращения 15.01.2019).
5. Доклад «О результатах антидемпингового расследования в отношении гусеничных бульдозеров с неповоротным и поворотным отвалом мощностью до 250 л.с., происходящих из Китайской Народной Республики» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.eurasiancommission.org> (Дата обращения 16.01.2019).

6. Евразийская экономическая комиссия. Уведомление Департамента защиты внутреннего рынка ЕЭК от 13 ноября 2017 г. № 10 «О начале повторного антидемпингового расследования». [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <http://ees.eaeunion.org> (Дата обращения 16.01.2019).
7. «Китайская» оборона. Челябинский тракторный завод примет участие в антидемпинговом расследовании. [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <https://ur74.ru> (Дата обращения 16.01.2019).
8. Российские бульдозеры теряют потребителя. [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL <https://os1.ru> (Дата обращения 17.01.2019).
9. Российский рынок бульдозеров. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://os1.ru> (Дата обращения 17.01.2019).

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Свириденко Людмила Александровна

*магистрант, институт экономики и управления,
кафедра «Финансов денежного обращения и кредита»*

*Сургутского Государственного Университета,
РФ, г. Сургут.*

E-mail: Lyuda4ka2108@mail.ru

Финансовое планирование – это планирование всего дохода и направление трат денежных средств, чтобы дальнейшая деятельность организации успешно развивалась. Установить соответствие среди наличия финансового ресурса организации и их потребности, выбора более эффективного источника формирований финансовых ресурсов, а так же более выгодного варианта его назначения и есть главная цель самого процесса.

Финансовое планирование нужно осуществлять при помощи составления финансового плана, различных содержаний и назначений не зависимо от задач и объекта. Так же, финансовый план можем разделить на: долгосрочный, текущий и оперативный.

Ключевым финансовым параметром в долгосрочном финансовом плане является процветание компании, проектирующее стратегическое изменение, а так же движение финансовых потоков. В текущем финансовом плане весь раздел плана для развития организации сопровождается с финансовыми показателями, и они определяют, как влияет финансовый поток на само производство и продажу, а так же, на сколько, предприятие может конкурировать с другими в настоящее время. Краткосрочное тактическое действие, составления, а так же исполнения платежа и кассовой задачи на месяц и неделю, включил в себя оперативный финансовый план.

Задачи финансового планирования:

- эффективное использование финансовых ресурсов, определяет наиболее разумные направления развития организации, и обеспечивает в текущем периоде наибольшую прибыль;
- показатели плана организации координирующие финансовые ресурсы;

- обеспечение наиболее положительных финансовых взаимоотношений с бюджетом, банками и другими финансовыми структурами.

Объектами финансового планирования являются:

- движение денежных ресурсов;
- финансовые взаимоотношения, которые возникают при формировании и распределении, а так же использовании финансирования;
- в результате образуется распределение финансовых ресурсов;

Цели финансового планирования:

- обеспечить действующий процесс соответствующий как по объему, так и по структуре финансовыми ресурсами;
- определить объект планирования;
- разработать систему финансирования с выделением оперативных, административных и стратегических планов;
- рассчитать необходимые финансовые ресурсы;
- выполнить расчет объемов и структуры внутреннего и внешнего финансирования, выявление резервов и определение объемов дополнительного финансирования;
- прогнозировать доходы и расходы предприятия.

Финансовое планирование взаимосвязано, оно опирается на маркетинговый, производственный и другой план предприятия, подчиняется миссии.

Планирование нужно чтобы понимать, где, когда и на кого будет направлена продукция, и чтобы знать какой ресурс может понадобиться организации при достижении поставленных целей, чтобы добиться эффективных ресурсов. Самым важным для финансового планирования является предвидение неблагоприятных ситуаций, анализирование возможных рисков, а так же, нужно предположить по их снижению нужные мероприятия.

Опираясь на маркетинговые, производственные и другие планы организации, подчиняются миссии и общей стратегии организации. Можно выделить, финансовый прогноз, он не сможет обрести значимую ценность, пока будут не проработаны производственный и маркетинговый ход. Финансовый

план будет нереален, если поставлена недостижимая маркетинговая цель, и если маркетинговая цель и её условия будут невыгодны для организации в долгосрочной перспективе.

Принципы финансового планирования:

- За счёт краткосрочного финансирования принцип соответствия состоит в том, что финансирование текущих активов нужно планировать, а так же следует привлечь долгосрочные источники финансирования для проведения модернизации основных средств;

- планируемый баланс предприятия, с суммой оборотных средств, может превышать сумму краткосрочных задолженностей, это и является принципом постоянной потребности в собственных оборотных средствах;

- обеспечение надёжной платёжной дисциплины, в процессе планирования если плательщик просрочит свой платёж, для этого нужно иметь некоторый денежный запас, это принцип избытка денежных средств;

- принцип рентабельности капиталовложений. Заемный капитал выгодно привлекать в том случае, если он повышает рентабельность личного капитала;

- принцип сбалансированности рисков, особенно рисковые долгосрочные инвестиции, лучше финансировать за счет собственных средств;

- организация имеет важное, значение конъюнктуру рынка и зависимость в предоставлении кредита, называется принципом адаптации к потребностям современного рынка;

- принцип предельной рентабельности, для того чтобы максимум увеличить эффективность капиталовложение.

Уменьшая числа ненужных возможностей и предотвратить финансовое планирование, могут вызвать ошибочные действия. Метод финансового планирования может дать сравнение разного сценария, развитие финансового предприятия и этой основой систематизации и осмысления, полученную информацию выбрать, а выгодный путь развития, предвидеть возможную помеху, предотвращать негативные последствия и реализацию выбранного курса действий. Устойчивое положение на рынках и прочная финансовая

устойчивость, так же рассмотрение всех вариантов альтернативной разработки финансовых стратегий, помогает финансовое планирование.

Основа экономического закона, а так же объективные условия, держатся на финансовом планировании, и активным процессом разработки, а так же самого выполнения задач по плану. Выявление важного для предприятия направления движений финансового ресурса и сама организация процессов, может влиять на экономический закон. Целесообразное использование всего ресурса, на сколько, действителен экономический рычаг, стимул и процветание организации, зависит от научных уровней финансовых планирований и применений данного вида.

Подводя итог рассмотренной проблемы, можно говорить, что финансовое планирование является одной из актуальных проблем для успешного функционирования предприятия.

Список литературы:

1. Виноградова Л.В. Методические пособия для учителей // Музыка в школе. – 1996. - № 1 – С. 203-205.
2. Гойхман О.Я. Организация и проведение мероприятий: Учебное пособие / О.Я. Гойхман. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2012.
3. Кравцова Е.Е. Педагогика и психология: Учебное пособие / Е.Е. Кравцова. – М.: Форум, 2009.
4. Столяренко Л.Д. Психология и педагогика в вопросах и ответах: Учебники, учебные пособия / Л.Д. Столяренко, С.И. Смыгин – Ростов н/Д.: «Феникс», 2008. – 576 с.

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА НА ТРАНСПОРТЕ

Устинова Валентин Сергеевна

*студент,
факультет бизнес информатика СГУПС,
РФ, г. Новосибирск*

Маматов Тимур Бахромович

*студент,
факультет бизнес информатика СГУПС,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: dorgesgan@inbox.ru*

Шматков Руслан Николаевич

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, доцент,
зам. декана по учебной работе заочного факультета
ФГБОУВО "СГУПС",
РФ, г. Новосибирск*

Современный мир невозможно представить без помощи электронных, компьютерных и других инновационных технологий. На сегодняшний день широко развивается «цифровая экономика». В данной работе мы рассмотрим понятие «цифровая экономика», характеристики и особенности в сфере транспорта.

Сегодня мы вошли в четвертую технологическую революцию, в которой выделяются следующие составляющие.

- Полная оцифровка субъектов и процессов;
- Новые материалы;
- Новое производство;
- Новые системы управления.

Одна из производной четвертой технологической революции – цифровая экономика. Основная разница между нынешней экономикой и цифровой состоит в том, что в первой основным показателем для оценки ее эффективности служит ВВП. Предприятия сначала производят продукцию, а после этого занимаются поиском рынков сбыта. В новой экономике ключевую роль приобретает прогнозирование: сначала определяется прогноз спроса, затем

формируется предложение. Иными словами, происходит формирование товарных пар в реальном времени. Можно составлять прогноз продажи или покупки, риска или события. Таким образом, цифровизация экономики в отношении управленческих систем позволит более информированным хозяйствующим субъектам принимать правильные решения.

Что позволит усовершенствовать, автоматизировать повседневные операции. Автоматизация позволит быстрее осуществлять большинство процессов, воплотить в жизнь новые идеи, возможности, но не меняет базовых основ экономики [3].

«Встать на ноги» в сервисном бизнесе сегодня. сложнее, нежели в прошлом. Согласно статистике, 52 % компаний, входивших в Fortune 500 в 2000 году, уже ликвидированы. Характерный показатель: средний срок жизни компаний, входящих в Standard & Poor's 500, который в 1960 году составлял 60 лет, к 2020 снизится до 12. Причина сокращения срока лидерства – переход в цифровой формат.

Прошли времена, когда интернет представлял дополнение к офлайн-бизнесу. Поколение XXI века, буквально живущее в сети – заставляет бизнес становиться «цифровым». Первыми в цифровой формат были затянуты сервисные услуги, медиа, развлечения, затем телекоммуникационные компании и банки. Так же существует «цифровая трансформация» - использование современных технологий для кардинального повышения производительности и ценности предприятий, реакция на развитие и активное распространение по всему миру новых информационных технологий.

Трансформация достигает различных уровней, разница между которыми равна разнице между двумя терминами: «оцифровка» и «цифровизация» [4].

«Оцифровка» – это перевод информации с физических носителей на цифровые, применяется для улучшения готовой бизнес-модели и оптимизации бизнес-процессов.

«Цифровизация» – это создание нового продукта в цифровой форме. Продукт, созданный на базе «цифровизации», нельзя перенести на физические

носители без потери его качества, поэтому «цифровизация» позволяет сделать бизнесу огромный рывок и получить большие преимущества перед конкурентами. У цифровой трансформации есть два направления. Первое – это автоматизация существующих бизнес-процессов для минимизации участия в них человека. Второе – это масштабирование полученной системы управления для создания экспоненциальной организации.

В части грузовых перевозок, цифровая экономика предполагает создание интегрированной системы управления взаимоотношениями с клиентами. Важным элементом является ее торговая площадка "Грузовые перевозки", благодаря которой можно заказать перевозку из одной точки в другую.

Аналогичный подход к цифровизации применяется и в пассажирских перевозках. Мобильная платформа предполагает оформление проездных документов, в том числе на мультимодальные маршруты, возможность заказа такси, гостиницы и других услуг.

Кроме того, для сотрудников компании внедряется ряд IT-сервисов. К примеру, мобильное приложение, оно предоставляет оперативную информацию о необходимости технического обслуживания или ремонта определенного элемента и дает возможность передавать отчеты.

Обеспечение информационной безопасности при реализации проекта «Цифровая железная дорога» является высокоприоритетной задачей. Подход к обеспечению информационной безопасности, использование автоматизированных решений Цифровой железной дороги, является источником других уязвимостей и угроз безопасности информации в информационной инфраструктуре «РЖД» [1].

Главные принципы проекта «Цифровая железная дорога» это реализация риско ориентированного подхода, обеспечение соответствия законодательству Российской Федерации, централизация, экономическая целесообразность, комплексность, максимальное использование существующих систем, средств, механизмов защиты информации, мониторинга и управления инцидентами. Обеспечение информационной безопасности информационной инфраструктуры

холдинга «РЖД» при реализации проекта «Цифровая железная дорога» должно осуществляться на всех стадиях своего цикла информационных систем путем принятия организационных и технических мер защиты информации, направленных на блокирование угроз безопасности информации.

Основными направлениями деятельности обеспечения информационной безопасности при реализации проекта «Цифровая железная дорога» являются: разработка нормативных и методических документов по информационной безопасности; анализ рисков и определение угроз безопасности информации; определение мер защиты информации для автоматизируемых сервисных блоков на основе централизованных мер защиты информации в рамках всей информационной инфраструктуры «РЖД»; разработка и внедрение систем и средств защиты информации.

Интеграция новых решений, создаваемых и модернизируемых АИТС холдинга «РЖД» с централизованными системами обеспечения информационной безопасности; управления инцидентами, контроля защищенности, защиты от кибер атак, развитие централизованных систем мониторинга; организация эксплуатации систем (мониторинг, контроль защищённости, управление конфигурациями, управление инцидентами, защита от компьютерных атак) в соответствии с требованиями к обеспечению защиты информации [2].

Список литературы:

1. Машурян И.С. Информатизация как основополагающий фактор развития общества // Молодой ученый. — 2012. — № 8. — С. 270-273. — URL <https://moluch.ru/archive/43/5256/> (Дата обращения: 20.12.2018).
2. Сайт/Интернет-ресурс. - <http://www.eurasiancommission.org>.
3. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Издательство «Э», 2017. С. 16.
4. Экономика информационного общества: иллюзии и реальность Ю.В. Грум-Гржимайло. Часть 1. Информационное общество, 2010, вып. 2, с. 12-20.

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИЧНОГО АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СИБИРСКО-УРАЛЬСКАЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»

Худина Анастасия Андреевна

*студент, института цифровой экономики ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск
E-mail: hudina97@mail.ru*

Главный принцип сохранения финансовой безопасности — это контроль и баланс между доходами и расходами экономической системы. Недостаточное внимание к проблемам финансовой безопасности предприятия может привести даже при высокой доходности бизнеса к тому, что компания станет целью для враждебного поглощения. Судить о финансовой безопасности предприятия можно по перечню финансовых показателей, основными из которых являются показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости [1, с. 57].

Используя данные из финансовой отчетности предприятия за 2017 год, рассчитаем коэффициенты ликвидности, представленные в таблице 1:

Таблица 1.

Коэффициенты ликвидности ПАО «СУЭНКО»

Показатель	2015	2016	2017	Темп роста, %
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,05	0,16	0,48	960
Коэффициент текущей ликвидности	1,57	1,45	1,95	124,2
Коэффициент срочной ликвидности	1,11	1,07	1,43	128,8

Нормативное значение коэффициента абсолютной ликвидности заключено в промежутке 0,2-0,5. Как мы видим, коэффициент попадает в указанные рамки только в 2017 году. Это говорит о том, что предприятие на настоящий момент в состоянии немедленно оплатить обязательства за счет денежных средств всех видов. Однако стоит отметить ежегодное повышение данного показателя. Границы коэффициента текущей ликвидности 1,5-2,5 считаются нормальными.

Значение коэффициента ПАО «СУЭНКО» можно считать оптимальным, т. к. оно заключено в вышесказанных границах, исключение составляет лишь 2016 год. Это можно связать с ростом кредиторской задолженности почти в два раза. Нормальное значение коэффициента срочной ликвидности попадает в диапазон 0,7-1. Как мы видим, в 2016 году произошел небольшой спад, однако за весь анализируемый период значение показателя выше 1, что говорит об улучшении платёжеспособности предприятия.

Так же важной характеристикой являются коэффициенты оборачиваемости собственного капитала, дебиторской задолженности и кредиторской задолженности. Результаты вычислений представлены в таблице 2:

Таблица 2.

Коэффициенты оборачиваемости ПАО «СУЭНКО»

Показатель	2015	2016	2017	Темп роста, %
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	1,04	0,68	0,57	54,8
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	1,89	1,83	2,16	114,3
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	1,79	1,6	1,86	103,9

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала говорит об эффективности управления собственным капиталом. При рассмотрении трёх лет мы видим ежегодное снижение показателя, в целом за период он снизился на 45,2 %. Для повышения оборачиваемости собственного капитала нужно следовать в направлении увеличения объёмов сбыта. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности говорит о том, сколько раз дебиторы смогли погасить свои обязательства перед предприятием. Среднее значение данного показателя по отрасли составляет примерно 4,9, отсюда следует вывод о недостаточном количестве оборотов в организации. Для решения проблемы необходимо подкорректировать текущую политику управления дебиторской задолженностью и работать только на условиях предоплаты с клиентами, которые не платят в срок за предоставленные услуги. Коэффициент кредиторской задолженности показывает, сколько раз ПАО «СУЭНКО» погасило свои обязательства перед поставщиками и подрядчиками.

Для анализа финансовой безопасности следует изучить показатели рентабельности. Данные о рентабельности представлены в таблице 3:

Таблица 3.

Показатели рентабельности ПАО «СУЭНКО»

Показатель	2015	2016	2017	Темп роста, %
Рентабельность собственного капитала	13,62	3,38	3,65	26,8
Рентабельность продаж	19,89	16,03	19,83	99,7

Значение коэффициента рентабельности собственного капитала в 2017 году больше единицы, что уже можно считать расценивать, как хороший признак. Так же этот показатель используется при оценке стоимости акций предприятия, ведь рентабельность собственного капитала позволяет понять, на какие дивиденды могут рассчитывать собственники акций. Однако, при рассмотрении коэффициента в периоде, можно увидеть, что его значение в 2017 году на 73,2 % ниже, чем в 2015 году. Для повышения данного показателя можно предположить, что снижение суммы собственного капитала, при условии, что эффективность работы компании останется на прежнем уровне, приведет к повышению рентабельности собственного капитала.

Коэффициент рентабельности продаж в 2017 году означает, что прибыль от продаж составляет 19,83 % от выручки. Учитывая специфику отрасли, можно сказать, что коэффициент в ПАО «СУЭНКО» находится на достаточно высоком уровне. Нормативной значение рентабельности продаж в сфере энергоснабжения – 3,6 %. Следовательно, мы можем сделать вывод, что предприятие осуществляет прибыльную деятельность. При сравнении 2017 года с 2015 годом отмечено незначительное снижение показателя на 0,3 %.

Для того чтоб говорить о финансовой безопасности следует рассмотреть показатели финансовой устойчивости, представленные в таблице 4.

Таблица 4.**Показатели финансовой устойчивости ПАО "СУЭНКО"**

Показатели	2015	2016	2017	Темп роста, %
Коэффициент автономии	0,54	0,65	0,64	118,5
Коэффициент соотношения заемных средств к собственным	0,39	0,19	0,25	64,1
Коэффициент финансовой устойчивости	0,73	0,77	0,85	116,4
Коэффициент устойчивости экономического роста	12,46	9,49	2,05	16,45

Значение коэффициента автономии не должно быть ниже 0,5. Его близость к единице говорит о сдерживании темпов развития предприятия. Как видно из проведенного расчета доля собственных средств предприятия составляет примерно 64% от общей суммы всех средств компании.

Рекомендуемое значение показателя $K_{сзнсс} < 1$. Данный коэффициент показывает, сколько заемных средств приходится на каждый рубль собственных средств. Как мы видим ПАО «СУЭНКО» имеет достаточно устойчивое финансовое состояние и независимо от заемного капитала и обязательств. В 2017 году показатель снизился на 35,9% в сравнении первым годом анализируемого периода.

Значение показателя в 2017 году находится в пределах нормы (0,8-0,9), что наглядно показывает, какая часть активов финансируется за счет устойчивых источников и какая доля источников может использоваться длительное время. Все это говорит о финансовой устойчивости исследуемой организации на настоящий момент. Как мы видим, ранее нельзя было говорить о финансовой устойчивости организации. Однако нельзя не отметить тенденцию к росту за весь анализируемый период. С 2015 года по 2017 год коэффициент финансовой устойчивости вырос на 16,4 %.

Как мы видим, показатель устойчивого экономического роста низкий, что говорит о слабой возможности развития компании исключительно за счет внутренних источников, а именно чистой прибыли. Учитывая, что на конец 2017 года чистая прибыль организации составила больше миллиарда, то можно

предположить, что большая часть прибыли направлена в фонд дивидендов. При рассмотрении данного коэффициента за 2015 и 2016 годы можно увидеть тенденцию к снижению. Сравнивая 2017 и 2015 годов можно увидеть, что показатель снизился на 83,5 %. Для решения этой проблемы компании следует пересмотреть свою дивидендную политику.

Как мы выяснили, финансовая безопасность ПАО «СУЭНКО» находится на достаточном уровне для её отрасли. Однако, для предотвращения дальнейшего падения, а в будущем - обеспечения возможного роста, компании следует расширить свои границы сбыта, а так же пересмотреть дивидендную политику.

Список литературы:

1. Вагина Н.Д. Финансовая безопасность предприятия: практические аспекты: статья // Н.Д. Вагина – Кемерово: КузГТУ – 2016 г., с. 217.
2. Официальный сайт СУЭНКО [эл. ресурс] Режим доступа: <http://www.suenco.ru>.

ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ: ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Шишкин Антон Олегович

магистрант, ТЭИСФУ,

РФ, г. Красноярск

E-mail: aoshishkin2026@gmail.com

Берг Татьяна Игоревна

научный руководитель,

канд. экон. наук, доцент СФУ,

РФ, г. Красноярск

За последние десятки лет упор в развитии торговой деятельности делался, в основном, на расширение торговых площадей, выраженных в увеличении количества магазинов и размера площади, а не на улучшение качества обслуживания и продаж. Это оправданно, поскольку данные действия происходили в условиях активного роста сферы торговли. Однако на сегодняшний день инновационная деятельность является одной из основных тенденций развития, как отдельных сфер деятельности, так и экономики в целом, в связи с этим приходится задуматься о дальнейшей стратегии работы. Инновации позволяют создавать товары, которые до этого не существовали на рынке, или совершенствовать уже существующие, таким образом, улучшая позиции предприятия торговли на рынке и развивая экономику страны. Именно поэтому данная тема является актуальной на сегодняшний день.

Инновация представляет собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в идее нового (усовершенствованного) продукта, внедренного на рынке, а также технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам.

Торговля является довольно восприимчивой к внедрению различного рода инновационных технологий. Поиск и привлечение новых потребителей, а также их удержание – это главная задача для новых идей и внедрения их в производство.

Внедрение инноваций в торговле позволяет торговым предприятиям:

- обеспечивать эффективность и качество процесса доведения товара до потребителя;
- минимизировать затраты и сокращать уровень потерь при использовании торговых площадей, складов, торгового оборудования;
- внедрять различные информационные технологии в целях сокращения документооборота и сведения к минимуму ошибок в результате влияния человеческого фактора;
- создавать необходимые условия труда для персонала в целях повышения его производительности;
- создавать системы безопасности и энергосбережения.

Основные задачи нововведений в торговле:

1. Обеспечить высокое качество процессов купли – продажи и товародвижения, торгового обслуживания;
2. Наиболее эффективно использовать торговые площади и торговое оборудование, технические средства;
3. Заменять торговое оборудование на более усовершенствованное;
4. Совершенствовать организацию торговых процессов и управление ими;
5. Создавать необходимые условия для роста производительности труда;
6. Снижение затрат и повышение эффективности работы организации в целом.

Анализируя сложившуюся практику инновационной деятельности торговых предприятий, можно констатировать, что она во многих случаях ограничивается обновлением товарного ассортимента и применением различных схем размещения товаров в торговых залах в соответствии с потребительскими предпочтениями, а также приемов стимулирования спроса и увеличения продаж. Следует признать, что подобных мер инновационного развития в условиях роста конкуренции на потребительском рынке становится явно недостаточно.

Очевидно, что наиболее эффективным средством для совершенствования развития инновационной деятельности предприятий и перехода на качественно иной уровень развития российской экономики в будущем может стать инновационная активность самих предприятий, целенаправленное изменение Российского законодательства на поддержку малого и среднего бизнеса в области стимулирования новшеств в виде инвестиций из средств бюджета и предоставление льгот в области налогообложения, успешное исследование и использование творческих идей, нововведение, преобразование в экономической, технической, социальных областях и иных областях, связанное с новыми идеями, изобретениями, открытиями.

В связи с этим особую актуальность на данном этапе экономического развития приобретает проблема формирования эффективных систем управления инновационной активностью торговых предприятий. Решение данной проблемы невозможно без формирования соответствующей методической базы оценки инновационной активности, адаптированной к специфике торговой деятельности.

Определение понятия «инновационная активность предприятия розничной торговли», заключающееся в том, что она представляет собой комплексную динамическую характеристику инновационной деятельности, отражающую соотношение темпов изменения результирующих показателей предприятия и темпов изменения затрат различных ресурсов на инновационную деятельность, что позволяет оценить и интенсивность и, в определенной степени, результативность использования инновационного потенциала.

Осуществление инновационной деятельности предполагает целый комплекс мероприятий – научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих, которые в совокупности приводят к инновациям.

Основными элементами системы финансирования инновационных процессов являются:

- источники поступления финансовых средств для осуществления инновационных процессов (процесс финансирования);

- механизм аккумуляции средств, поступающих из различных источников, политику (принципы и процедура) вложения мобилизованного капитала;
- механизм контроля над инвестициями;
- механизм возвратности авансированных средств.

Система финансирования инновационной деятельности представляет собой сложное переплетение форм и источников, которые отличаются по виду собственности и степени централизации, а также по уровням собственников и формам финансирования.

Рассмотрим основные проблемы, тормозящие внедрение инноваций в деятельность торговых предприятий.

Первой и основной проблемой является несовершенство правового регулирования, в результате которого возникает настороженность со стороны предпринимателей в целесообразности внедрения инноваций.

В качестве второй проблемы следует выделить наличие высокого риска и неопределенности, которое заставляет предпринимателя усомниться в необходимости внедрения инноваций в свою деятельность, поскольку зачастую представители бизнеса не обладают значительным количеством финансовых средств для того, чтобы в случае неудачного внедрения инноваций осуществлять сохраняя уровень финансового состояния на оптимальном уровне. Даже в случае успешного применения инновации на первых порах могут не приносить положительного эффекта в течение неопределенного периода времени, что также может негативно отразиться на уровне ликвидности и платежеспособности предприятия торговли.

Третьей проблемой является непринятие инноваций как способа развития предприятия и экономики в целом. Суть данной причины заключается в том, что предпринимателям вследствие наличия высоких рисков во внедрении инноваций выгоднее использовать уже имеющиеся на предприятии средства вместо использования инновационных технологий для осуществления своей деятельности. Данная тенденция впоследствии может негативно отразиться на темпах развития предприятия и экономики в целом.

В качестве четвертой причины выступает отсутствие инновационной инфраструктуры, которое отчасти вытекает из первой и третьей причин, с учетом которых уровень инвестиционного климата в стране снижается, в результате чего у представителей бизнеса пропадает желание вкладывать свои усилия и денежные средства в создание инновационных продуктов, поскольку велик риск невостребованности данных продуктов у общества.

Заключительной, пятой причиной, является недостаточная развитость механизмов финансирования инновационной деятельности, вызванных отсутствием инвестиций, выступающих в роли ресурсного обеспечения инноваций, что делает процесс внедрения нововведений невозможным.

В качестве путей оптимизации сложившейся динамики в стране предлагаются следующие меры:

1. Совершенствование законодательной базы в сфере реализации инновационных проектов;
2. Консолидация финансовых ресурсов инвесторов, а также их активное привлечение;
3. Подготовка кадров к осуществлению инновационной деятельности на предприятиях торговли.

Список литературы:

1. Беспалов В.А. Леонтьев В.Б. Финансовые принципы инновационной деятельности: учебное пособие / В.А. Беспалов – Москва: МИЭТ, 2013. – 84 с.
2. Бургонов О.В. Инновационная деятельность: оценка и прогнозирование: учебное пособие / О.В. Бургонов – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургская академия управления и экономики, 2016. – 116 с.
3. Дедова И.Н. Бессонов И.В. Экономика и финансовое обеспечение инновационной деятельности: учебное пособие / И.Н. Дедова, И.В. Бессонов – Москва: МИИТ, 2013. – 74 с.
4. Киреева А.В. Правовые основы инновационной деятельности в Российской Федерации: учебное пособие / А.В. Киреева – Москва: МФТИ, 2014. – 120 с.
5. Нурулин Ю.Р. Саватеева Е.Н., Туманов А.Ю. Финансовое обеспечение инновационной деятельности: учебное пособие / Ю.Р. Нурулин, Е.Н. Саватеева, А.Ю. Туманов – Санкт-Петербург: Политехн. ун-т, 2014. – 250 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

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

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

№ 2 (74)
Февраль 2019 г.

В авторской редакции

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

16 +



СибАК
www.sibac.info