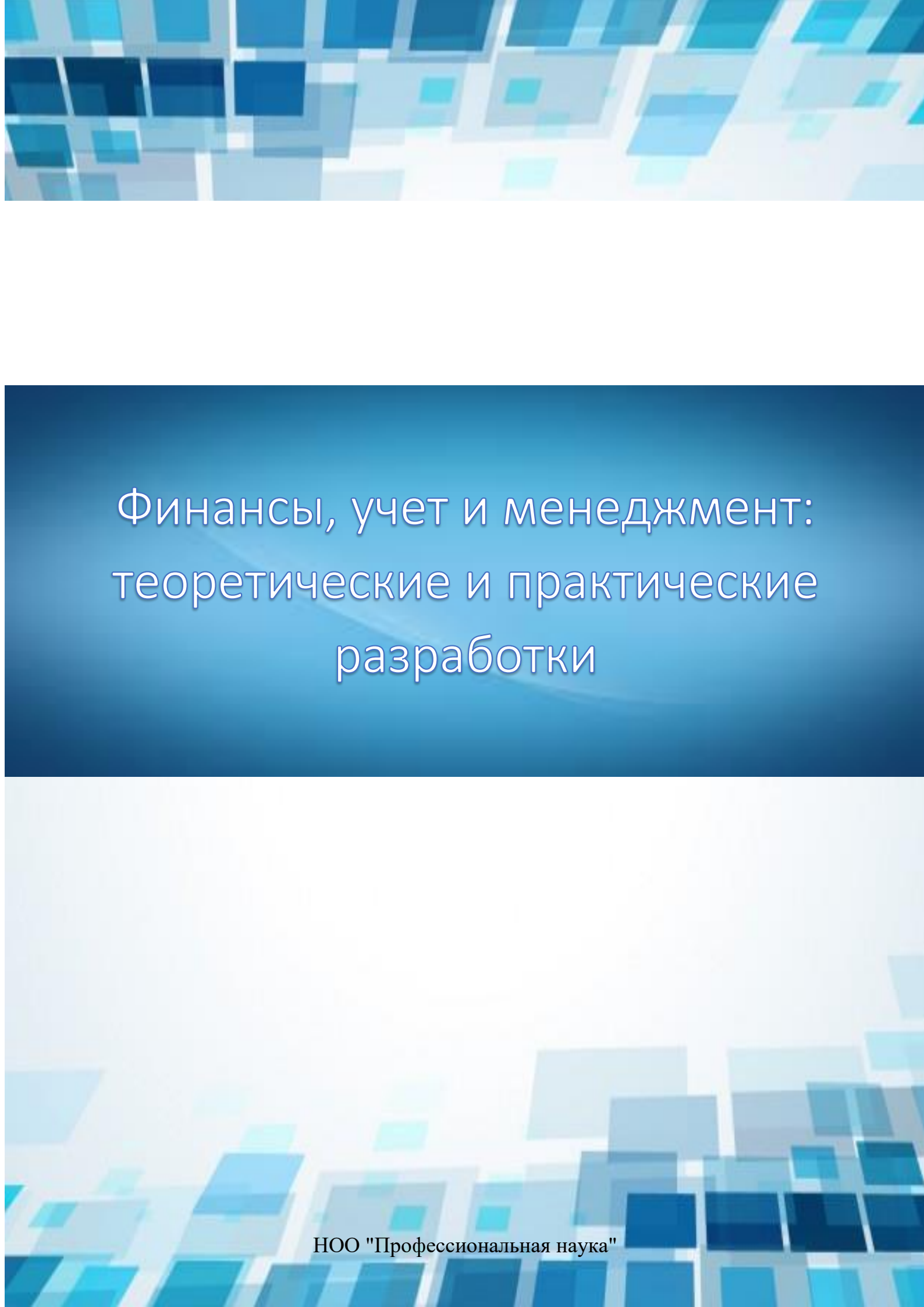




Финансы, учет и менеджмент: теоретические и практические разработки

НОО "Профессиональная наука"

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Финансы, учет и менеджмент: теоретические и
практические разработки**

Сборник научных трудов
по материалам I Международной
научно-практической конференции

30 июня 2017 г.

www.scipro.ru
Пермь, 2017

УДК 33
ББК 65

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технические редакторы: Ю.О. Канаева

Финансы, учет и менеджмент: теоретические и практические разработки: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции, 30 июня 2017 г. Пермь: НОО «Профессиональная наука», 2017. 509 с.

ISBN 978-1-370-50404-6

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы экономической теории, экономики предпринимательства, природопользования, экономики труда и управления персоналом, маркетинга, учетно-экономических наук, государственного управления, менеджмента и региональной экономики по материалам I Международной научно-практической конференции **«Финансы, учет и менеджмент: теоретические и практические разработки»** (30 июня 2017 г.).

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 2819-10/2015K от 14.10.2015 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

УДК 33
ББК 65



- © Редактор Н.А. Краснова, 2017
- © Коллектив авторов, 2017
- © НОО Профессиональная наука, 2017
- © Smashwords, Inc., 2017

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ	7
Филимонова А.И. Учет расчетов по имущественному и личному страхованию	7
СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ	16
Мальцева Ю.Н. Теоретические аспекты системы оплаты труда	16
СЕКЦИЯ 3. НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	29
Баранова Л.Г., Федорова В.С. Роль налогового администрирования в системе налоговых отношений	29
СЕКЦИЯ 4. КОНТРОЛЬ И РЕВИЗИЯ	66
Дорошенко Е.В. Особенности контроля и ревизия нематериальных активов	66
СЕКЦИЯ 5. ОТЧЕТНОСТЬ	70
Валеева А.С. Применимость новых подходов к оценке достоверности отчетов о движении денежных средств в российских компаниях	70
Орлова Т.С., Зинатулина Э.Р. О влиянии качества бухгалтерской отчетности на формирование финансового результата	77
СЕКЦИЯ 6. ФИНАНСОВЫЙ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	83
Еремейчук К.Ю. Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса АО «Татэнерго»	83
Козлова П.Н. Анализ денежных потоков (на примере ООО «С-К Нижний Новгород»)	94
Нелина Н.И. Развитие российского фондового рынка на современном этапе	111
Томилова А.М. Оценка финансового состояния фирмы, доминирующей на рынке	124
СЕКЦИЯ 7. МСФО И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ	131
Биткин В.В. Учет кредитных операций в микрофинансовых организациях	131
СЕКЦИЯ 8. ФИНАНСЫ	141
Корельская Е.А. О финансовой политике организации	141
Погодина С.Н. Анализ формирования и использования финансовых ресурсов бюджетных организаций	147
Проценко К.В. Оценка современного состояния налогового контроля в Российской Федерации	161
Солдаткин С.Н. Причины и пути активизации заёмной деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации	170
Чурбанова А.С. Особенности организации финансов политических партий	176
СЕКЦИЯ 9. БАНКОВСКОЕ ДЕЛО	192
Колесников Д.А. Финансовый мониторинг, как элемент системы экономической безопасности банка	192

Малышева В.Н. Современные методы обеспечения экономической безопасности банка...205

СЕКЦИЯ 10. СТАТИСТИКА И ЭКОНОМЕТРИКА213

Макарова А.Д. О возможности использования рядов Тейлора в линеаризации уравнения регрессии213

Сократова И.С. Сбалансированность бюджетов субъектов Российской Федерации: проблемы и пути обеспечения218

СЕКЦИЯ 11. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ.....230

Ершов С.В., Дьячков А.В. Мультипроектное управление при использовании универсального ресурса.....230

Исмагилов Р.Г. Анализ программно-целевого управления в городском округе город Уфа Республике Башкортостан236

СЕКЦИЯ 12. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ251

Мищенко Ю.И., Московец А.М. Теоретические аспекты мотивации персонала251

Пономарева К.В. Влияние среды доверия на творческий потенциал сотрудников260

Резван Д.Е. Ценность идеи как корпоративная парадигма управления сотрудниками нового поколения.....277

СЕКЦИЯ 13. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ292

Александров Д.В., Мартыненко Ю.В. Повышение качества обслуживания с помощью управления очередью.....292

Денисова А.Е. Основные проблемы внедрения процессного подхода к управлению на российских предприятиях.....305

СЕКЦИЯ 14. МАРКЕТИНГ324

Грачева Е.Г. Современное состояние и проблемы нефтяной отрасли в России.....324

Никитина Н.В., Бычек И.И. Перспективы регулирования сенсорного маркетинга на уровне стандартизации333

Серова О.Ф. Особенности digital – рекламы341

СЕКЦИЯ 15. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ350

Булатова Ю.В. Инновационный кадровый менеджмент: понятие, принципы, задачи, методы и функции инновационного менеджмента в кадровой работе350

СЕКЦИЯ 16. ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ357

Заикина Н.А. Управление денежными потоками организации357

СЕКЦИЯ 17. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ371

Бородай В.А. Форсайт как техника принятия решений в туристской сфере в условиях неопределенности371

Фидря И.Н. Формирование спроса на инновацию как альтернатива парадигме жесткой конкуренции.....384

Боброва Д.В. Условия успешного внедрения западной управленческой технологии МВО в российских компаниях	394
Волошин А.В., Александров Ю.Л. Обзор методических подходов к оценке конкурентоспособности организаций	401
Косенко В.А. Сервисная таможня: дискреционная модель управления	420
Мингалёва В.И. Формирование имиджа организации	427
Соколова Е.С. Особенности стратегического управления в туристской индустрии	432
Фазылова Н.Н. Анализ основ сущности и методов оценивания конкурентоспособности фирмы	445
СЕКЦИЯ 18. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	457
Бытаева Ф.А. Экономические особенности управления инвестициями в организации	457
Вязовик С.М., Кузьменко А.О. Анализ элементов и связей инвестиционного механизма в комплексном развитии регионов	465
Купина Е.А., Тыщенко О.С. Совершенствование управления инвестиционной деятельностью промышленного предприятия	474
СЕКЦИЯ 19. ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	492
Гасанов С. П. Роль информационных технологий в становлении партнерских отношений между субъектами рынка	492
СЕКЦИЯ 20. РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ И РЕГИОНАЛИСТИКА	497
Горбанёв Е.В. Роль программно-целевого подхода при планировании социально-экономического развития сельского поселения	497

СЕКЦИЯ 1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

УДК 330

Филимонова А.И. Учет расчетов по имущественному и личному страхованию

Accounting of payments for property and personal insurance

Филимонова Алина Игоревна,

Студентка магистратуры кафедры учета и финансов, направления подготовки «Учтено-аналитическое обеспечение бизнес-процессов в экономике»
Курский государственный университет

Filimonova Alina Igorevna,

Student of the Magistracy of the Department of Accounting and Finance, training areas "Analytical support of business processes in the economy of the Kursk State University"

Научный руководитель:

Викленко В.И. д.э.н., профессор кафедры учета и финансов
Курский государственный университет

Scientific adviser: Viklenko V.I. Doctor of Economics, Professor of Accounting and Finance Department
Kursk State University

Аннотация: Учет расчетов по имущественному и личному страхованию и обеспечению по праву занимает одно из важных мест во всей системе учета организации, так как связан с расчетом себестоимости продукции (работ, услуг), которая прямо влияет на финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Знание этого раздела учета необходимо не только бухгалтерам, но и рядовому работнику организации, так как он напрямую связан с интересами каждого.

Ключевые слова: страхование, имущественное, личное страхование, учет.

Abstract: Accounting for settlements on property and personal insurance (works, services), which directly affects the financial result of the economic activities of the enterprise. Knowledge of this section of accounting is necessary not only to accountants, but also to the ordinary worker of the organization, since it is directly connected with the interests of everyone.

Keywords: insurance, property, personal insurance, accounting.

Страхование является одним из методов снижения степени риска, в определённых случаях. Страхование как экономический инструмент выступает для определенных рисков.

Страхование - это способ возмещения убытков, понесенных как физическим или юридическим лицом. Возмещение осуществляется за счет средств страхового фонда, который находится в ведении страховой организации (страховщика). Потребность в страховании объясняется тем, что убытки возникают в результате непредвиденных факторов, которые не находятся под контролем человека, таких как стихийные бедствия, военные действия и т.д. [5, с.18].

Организационно-правовая классификация страхования, делится на государственное и негосударственное страхование.

По форме проведения страхование делятся на:

1.Обязательное - связаны с образованием и использованием страхового фонда (медицинское, социальное и страхование пассажиров от несчастных случаев на жд, воздушном, автомобильном транспорте).

2.Добровольное – отношения между страховщиком и страхователем возникают на добровольной основе.

В соответствии с законом об организации страхового дела в РФ предусмотрена следующая отраслевая классификация страхования:

- Личное страхование.
- Имущественное страхование.

Для учета различных расчетных отношений с другими предприятиями, организациями, отдельными лицами используют активно-пассивный счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсчет 1- «Расчеты по имущественному и личному страхованию»;

На субсчете 1 «Расчеты по имущественному и личному страхованию» отражены расчеты страхования имущества и персонала организации и страхование самого сотрудника организации. Этот счет отражает перемещение кредиторской задолженности перед

страховщиком для выплаты страховых премий страховщику, а также движение дебиторской задолженности страховщика за страховой платеж в случае страхового случая [3, с. 2].

Таким образом, страхование собственности в соответствии с нормами Гражданского кодекса содержит не только страхование имущества как таковое, но и страхование финансовых рисков, а кроме того страхование гражданской ответственности.

Страховой период обычно это от 1 года до 1 года и более в условиях добровольным страхованием.

Организации, в случае уплаты страховых взносов аванса страховых сначала их начисления должны отражать в составе расходов будущих периодов на счете 97 в корреспонденции с кредитом субсчета 76–1. В дальнейшем в течение срока расходы равномерно распределяются на затраты производства.

Перечисление страховым организациям определённых сумм, мы отражаем эти поступления по дебету счета 76 субсчета 1 в корреспонденции со счетами учета денежных средств. Страховые взносы в бухгалтерском учете, мы вправе отражать следующими проводками (таблица 1).

Таблица 1

Корреспонденции счетов по страхованию имущества

№	Содержание хозяйственных операций	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	Начислены страховые платежи (взносы) по договору добровольного страхования за I полугодие 2017 г.	97	76-1
2	Страховые платежи перечислены страховой организации	76-1	51
3	Отнесены на затраты на производство (расходы на продажу) страховые платежи (равномерно пропорционально количеству календарных дней действия договора в первом полугодии 2017 г.)	20, 26, 44 и др.	97

По дебету счета 76 списываются убытки по страховым случаям как уничтожение, порча производственных запасов, основных средств. С кредита счетов учета производственных запасов, основных средств и т. д. Сумма страхового возмещения, отражаем ДТ 76 по причитающаяся по договору страхования работника в корреспонденции со счетом 73.

По дебету счета 76 убытки списываются по страховым случаям в виде уничтожения, повреждения производственных запасов, основных средств. С кредитом счетов учета производственных запасов, основных средств и т. д. Сумма страхового возмещения отражает ДТ 76 в соответствии с договором страхования работника, выплачиваемым в соответствии с договором страхования работника со счетом 73.

Сумма страхового возмещения, полученная организацией от страховой организации в соответствии с договором страхования, отражается по дебету счетов учета денежных средств и кредиту счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Сумма страхового возмещения, полученного от страховой компании на основе договора, отражается в дебетовании счетов налично-денежного счета 76. В случае не компенсированных страховых потерь списываем с кредита счета на счет 91 «Прочие доходы и расходы» (субсчет 91–2 «Прочие расходы»).

В бухгалтерском учете отдельными операциями, отражены расчеты по страхованию имущества и персонала организации, отразим следующим образом в таблице 2.

Таблица 2

Корреспонденции счетов при наступлении страхового случая

№	Содержание хозяйственных операций	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	Списаны по страховому случаю потери материалов	76-1	10
2	Списаны по страховому случаю потери животных на выращивании и откорме	76-1	11
3	Отражено начисление страховых платежей по страхованию имущества и персонала организации	76-1	20, 26, 44 и др.
4	Списаны по страховому случаю потери полуфабрикатов собственного производства	76-1	21
5	Списаны по страховому случаю потери товаров	76-1	41
6	Списаны по страховому случаю потери готовой продукции	76-1	43
7	Перечислены с расчетного счета страховые платежи страховым организациям	76-1	51
8	Отражена сумма страхового возмещения, причитающаяся работнику по договору страхования	76-1	73
9	Сумма превышения страхового возмещения над понесенным ущербом включена в состав прибыли организации	76-1	99
10	Отражено поступление на расчетный счет сумм страхового возмещения	51	6-1
11	Отражено поступление на валютный счет сумм страхового возмещения	52	76-1

К личному страхованию причисляют все без исключения разновидности страхования, сопряженные с вероятностными

мероприятиями в существовании единичного лица. В соответствии с систематизацией страхования, установленной в Российской Федерации, к сферы индивидуального страхования причисляют разновидности страхования, в которых предметом страхования считаются круг материальные интересы, сопряженные с существованием, самочувствием, трудоспособностью и пенсионным обеспечением страхователя или застрахованного [6, с. 17].

Личное страхования можно представить по следующим критериям:

- по объему риска;
- по виду личного страхования;
- по длительности страхового обеспечения;
- по форме выплаты страхового обеспечения;
- по форме уплаты страховых премий.

Договор личного страхования носит публичный характер. Страховщик, не имеет права отказать заключить договор кто бы к нему не обратился, так же при заключении с разными страхователями предлагать разные тарифы, льготы.

Более часто используют такие виды личного страхования как:

- страхование жизни;
- страхование от несчастных случаев и болезней;
- медицинское страхование;
- пенсионное страхование;
- накопительное страхование;
- и другие.

Таблица 3

Корреспонденция счетов по учету личного страхования.

№	Содержание хозяйственных операций	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	Сумма перечисленных страховых взносов, платежей	76-1	51
2	Отражение страховых взносов, платежей, приходящиеся на следующие периоды, после вступления договора в силу	97	76
3	Расходы по обычным видам деятельности после наступления периода, к которому относятся суммы ранние произведённых страховых взносов	20,25, 26,29,44	76
4	Признаются прочие расходы после наступления, к которому относятся суммы ранее произведенных страховых взносов	91	97

Страхование от несчастного случая — это вид личного страхования, предусматривающий в качестве страхового события неблагоприятные явления, связанные с жизнью и здоровьем страхователя, такие как травма, временная нетрудоспособность, инвалидность, смерть.

В результате смерти страховая сумма выплачивается 100% лицам, указанным в договоре.

Страховая сумма на случай телесных повреждений выплачивается, зависит от типа повреждения и составляет определенный процент от страховой суммы, начиная от 5% и выше.

Если сотрудник получает инвалидности в результате несчастного случая, предусмотрено получение единовременной выплаты.

При установлении I группы выплачивается 100%, 70–75% — при II группе и порядка 50% — при III группе. Страховой тариф в большинстве случаев составляет от 0,2 до 5% [4, с. 45].

В большинстве случаев срок страхования составляет 12 месяцев. Иногда длительный период и не требуется: Некоторые российские

компании предлагают заключить договора от 1 до 12 месяцев. При этом нужно помнить, что налоговые льготы распространяются на договоры страхования от несчастного случая, заключенные на срок не менее одного года [2, с. 1].

Аналитический учет по субсчету 76-1 "Расчеты по имущественному и личному страхованию" ведется по страховщикам и отдельным договорам страхования.

Обобщая все выше изложенное необходимо сказать, что учет расчетов по имущественному и личному страхованию является неотъемлемой частью бухгалтерского учета в любой организации.

Биографический список:

1. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению" [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/Дата обращения: 20.03.2017

2. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 03.07.2016) "Об организации страхового дела в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) " [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_3857/Дата обращения: 20.03.2017

3. Аккалаева Л.Ф., Колиева А.Э. Современная научная мысль.- 2015. - № 5. - С. 133-138.

4. Козлов В.В., Бокарева А.Н. Особенности бухгалтерского учета расчетов с разными дебиторами и кредиторами //

В сборнике: Актуальные проблемы агропромышленного комплекса сборник трудов научно-практической конференции преподавателей, студентов, магистрантов и аспирантов, посвященный 80-летию Новосибирского ГАУ. Новосибирский государственный аграрный университет. - 2016.-№ 7 - С. 148-151.

5. Латыпова К.Р. Имущественное страхование Экономика и управление: проблемы, решения. - 2015. - № 11. - С. 160-165.

6. Цыренова И.Б., Цыренов Е.В. Экономическая сущность и виды страхования Актуальные вопросы экономических наук. - 2013. - № 29-2. - С. 89-94.

СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ

УДК 33

Мальцева Ю.Н. Теоретические аспекты системы оплаты труда

Theoretical aspects of the pay system

Мальцева Юлия Николаевна,

Студентка кафедры Экономики транспорта,
Уральский государственный университет путей сообщения

Maltseva Yulia Nikolaevna,

Student, Department of transport Economics,
Ural State University of Railway Transport

Научный руководитель:

Морозова Е. Н., к.э.н., доцент кафедры Экономики транспорта,
Уральский государственный университет путей сообщения

Scientific adviser: Morozova E., PhD in Economic sciences, Associate Professor
of transport Economics
Ural State University of Railway Transport

Аннотация: В статье поднимается актуальная проблема применения форм и систем заработной платы в организациях. Приводятся теоретические аспекты оплаты труда как одного из самых значимых факторов в управлении трудовыми ресурсами. Описывается ценность заработной платы для сотрудников, существующие функции и формы оплаты труда.

Ключевые слова: система оплаты труда, заработная плата, стимулирование, управление персоналом.

Abstract: The article raises the actual problem is the use of forms and systems of wages in organizations. Presents theoretical aspects of the remuneration of labor as one of the most important factors in the management of human resources. Describes the value of wages for employees, existing functions, and forms of payment.

Keywords: wage system, wage, promotion, personnel management.

Во многих случаях, заработная плата является одним из значимых аспектов в управлении трудовыми ресурсами. Выполняя установленный объем работы для предприятия, работник тем самым гарантировано имеет право на получение определенной денежной суммы в конце выполненной работы. При начислении заработной

платы должен соблюдаться принцип справедливости. Она играет существенную роль в жизни каждого человека и является одним из ключевых мотивационных стимулов к труду. Уровень заработной платы может показывать ценность сотрудника для компании.

Заработная плата – это вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные выплаты (доплаты и надбавки компенсационного характера, в том числе за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных, работу в особых климатических условиях и на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению, и иные выплаты компенсационного характера) и стимулирующие выплаты (доплаты и надбавки стимулирующего характера, премии и иные поощрительные выплаты) [1].

Таким образом, заработная плата является ценой рабочей силы, которая соответствует стоимости предметов потребления и услуг, обеспечивающие воспроизводство рабочей силы, удовлетворяя при этом материальные и духовные потребности сотрудника[5].

На систему оплаты труда могут оказывать влияние такие факторы, как законодательство страны, ценности организации, знания сотрудника в своей специальности, прибыльность предприятия, активность сотрудника и т.д.

В современное время в Российской Федерации законодательство предусматривает, что оплата труда сотрудника во многом зависит от качественно выполненной работы. Так же запрещается дискриминация в этой области.

Заработная плата должна выполнять несколько функций, которые в свою очередь отражают особенности ее воздействия на социально-экономические процессы в обществе. Авторами выделяются функции заработной платы. Из предложенных ими рассмотрим следующие:

1. Воспроизводственная функция – данная функция представляет собой обеспечение возможности воспроизводства рабочей силы на социально-нормальном уровне потребления, которое позволяет осуществить воспроизводство рабочей силы. Функция в какой-то степени связана с такой особенностью, как государственное регулирование заработной платы путем установления минимального размера оплаты труда. Если эта функция не работает на предприятии, то сотрудники вынуждены искать дополнительное место работы, однако работа сразу в нескольких местах ведет к негативным последствиям, к таким как истощение трудового потенциала или же снижение профессионализма;

2. Статусная функция – данная функция заключается в соответствии статуса, определяемого размером заработной платы, трудовому статусу работника. По соответствию размера заработной платы с трудовыми усилиями можно определить справедливо ли платят сотруднику за выполненную работу;

3. Стимулирующая функция – функция представляет собой создание определенного стереотипа поведения работника в процессе производства, в реализации им своих физических и духовных способностей в процессе трудовой деятельности с необходимой для работодателя в трудовой отдачей [3]. В процессе реализации

стимулирующей функции заработная плата принуждает сотрудника к необходимому для работодателя уровню трудового потенциала;

4. Регулирующая функция – функция воздействует на соотношение между спросом и предложением рабочей силы, на формирование персонала и степень его занятости [3]. Регулирующая функция в какой-то степени играет роль баланса интересов работников и работодателей. Особенность данной функции заключается в тесной связи со спросом на рабочую силу на рынке труда, в итоге которой регулирующая функция влияет на уровень заработной платы.

Функции оплаты труда реализуются для работодателя в цене рабочей силы, для работника – в удовлетворении потребностей.

Трудовые отношения работодателя и работников, в свою очередь, включают отношения связанные с оплатой труда и ее организацией. Данные отношения заключаются в предоставлении материальных выплат в различных формах и организации указанного процесса.

Форма оплаты труда устанавливает зависимость величины оплаты труда работника от достигнутых им за определенный промежуток времени результатов труда [6].

Система оплаты труда является способом реализации соответствующей формы оплаты труда, которая специально разработана и закреплена в нормативных актах. Данная система устанавливает порядок оплаты труда наемных работников. В таблице 1 представлены наиболее распространенные формы оплаты труда и их характеристики.

Таблица 1

Формы оплаты труда

Форма оплаты труда	Характеристика формы оплаты труда
Сдельная	При данной форме плата за труд осуществляется за количественную и качественную изготовленную продукцию. Считается, что наиболее целесообразно применять данную форму при наличии технически обоснованных норм времени и выработки.
Повременная	Оплата труда производится при фактически отработанном времени с учетом квалификации рабочего и соответственно условий труда. Эффективность этой формы основывается на том, когда работа не поддается точному учету и нормированию или же когда работник не может повлиять на увеличение выпуска продукции.
Оплата труда по окладу	Оплата труда производится по установленной величине за месяц или полмесяца. В большинстве случаев оплата устанавливается для работ по должностям, где нельзя количественно измерить выработку в натуральных единицах.

Сравнивая эти формы оплаты труда, можно сказать, что для организаций больше всего подходит сдельная оплата труда, т.к. данная форма больше способствует созданию материальной заинтересованности каждого рабочего в результатах своего труда, потому что заработная плата напрямую зависит от величины проделанной работы.

На выбор формы оплаты труд могут влиять особенности технологии, средства труда и формы его организации, требования к

качеству продукции и т.д. Предприятие может устанавливать формы для оплаты для рабочих каждого подразделения отдельно.

Система оплаты труда может подразделяться на простую и сложную. Простая система устанавливает связь оплаты труда работника только с основным показателем учета результатов его труда, а сложная система устанавливает зависимость оплаты от нескольких показателей, из которых один является основным.

Система оплаты труда так же может рассчитана индивидуально и коллективно. В индивидуальной системе учитываются результаты труда одного работника, соответственно в коллективной – результаты коллективного труда бригады или группы работников.

Заработная плата, которая выплачивается за выполнение определенной нормы затрат рабочего времени или же за результаты труда по основному показателю, который характеризует трудовой вклад работника, называется основной, а та часть, которая носит поощрительный характер, называется дополнительной.

Сдельная форма оплаты труда подразделяется на:

- прямая сдельная система оплаты – заработная плата при такой системе устанавливается по уже установленным расценкам за определенный объем выполненной работы. Расценка по прямой сдельной устанавливается в соответствии определенной работы или операции исходя из тарифной ставки и нормы выработки или нормы времени на данную работу;

- сдельно-премиальная система оплаты – оплата по данной системе производится сверх заработной платы по прямой сдельной системе за выполнение или перевыполнение установленного объема работ. Необходимо учесть, что данная оплата применяется только при

условии, что работник действительно оказал воздействие на достижение показателей премирования;

- сдельно-прогрессивная система – данная система заключается в том, что оплата труда рассчитывается по базовым расценкам за установленную норму объема работы, а за перевыполнение этой нормы рассчитывается по повышенным сдельным расценкам;

- косвенная сдельная система – экономическая сущность данной системы заключается в повышении мотивации труда работников, обслуживающих основных рабочих. Размер заработной платы обслуживающих работников напрямую зависит от результатов труда обслуживаемых ими рабочих;

- аккордная система оплаты – размер заработной платы устанавливается по единому размеру оплаты за весь комплекс работ, который предусматривается договором.

Повременная форма оплаты труда делится на:

- простая повременная система – заработная плата при такой системе начисляется согласно установленному тарифному разряду или должностному окладу за фактически отработанное время;

- повременно-премиальная система – данная система является усовершенствованным видом простой повременной системы, она дополняется премированием за перевыполнение количественных и качественных показателей.

Так же существуют и тарифные системы оплаты труда, которые представляют собой совокупность нормативов, с помощью которых регулируется заработная различных категорий персонала.

Составные элементы тарифной системы:

- тарифные ставки;

- квалификационные разряды;
- должностные оклады;
- квалификационные категории.

Тарифная ставка – это выраженный в денежной форме размер оплаты труда рабочего за единицу рабочего времени [4]. Во многих предприятиях используют часовые и дневные тарифные ставки. Тарифная ставка предназначена для определения размера оплаты труда всех категорий рабочих.

Квалификационный разряд определяется на основе Единого тарифного квалификационного справочника работ и профессий рабочих. Данный разряд характеризует уровень достигнутой квалификации рабочего.

Должностной оклад представляет собой размер оплаты труда, выраженный в денежной форме, рабочего за выполнение закрепленных за ним функциональных обязанностей. В большинстве отраслей применяются месячные должностные оклады.

Квалификационные категории характеризуют уровень квалификации, достигнутый управленческим персоналом. Квалификационная категория определяется на основе Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих Госкомтруда.

Тарифная система играет важную роль в организации заработной платы. Данная система устанавливается коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами, содержащими нормы трудового права, с учетом единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессиональных стандартов, а так же с учетом государственных гарантий по оплате труда.

Тарифный принцип оплаты труда характеризуется поэлементным подходом к оценке трудового вклада определенного работника и представляет собой совокупность норм труда и оплаты, которые позволяют максимально полно учитывать личные достижения конкретного работника и минимально – результаты производственной деятельности организации.

При построении тарифной системы оплаты труда используются такие факторы, как сложность выполняемых работ, производственные условия труда, интенсивность труда, ответственность и значимость выполняемой работы и природно-климатические условия выполняемой работы.

Тарифная система по своей сути решает проблему редукцию труда (сведения всех качественных различий в труде к его количественным различиям).

Эта система должна основываться выражении любого определенного результата труда в единицах труда, которые приняты за эталон.

Для дифференциации тарифных ставок на каждом предприятии разрабатываются тарифные сетки в зависимости от сложности труда и квалификации работников.

Основными параметрами тарифных сеток являются:

- число тарифных разрядов, номинальное значение каждого из которых характеризует уровень сложности труда;
- тарифные коэффициенты, показывающие, во сколько раз тарифные ставки второго и последующих разрядов выше ставки первого разряда;

– диапазон сетки, т.е. соотношение тарифных коэффициентов крайних разрядов сетки.

В большей степени выбор характера построения тарифной сетки зависит от финансовых возможностей предприятия. Так же характер может быть обусловлен и профессионально-квалификационным составом и балансом рабочих кадров.

Соответственно если есть тарифные системы, то существуют бестарифные системы оплаты труда, которые предназначены для повышения мотивации труда работника и увязки размера оплаты с конечными результатами работы организации в целом, в котором работает данный сотрудник. Бестарифную систему оплаты труда можно назвать гибкой системой оплаты труда или же распределительной системой оплаты труда.

В России данная система получила распространение в 1990-е гг. на ряде предприятий в отраслях строительства, коммерции, промышленности и сельского хозяйства [6].

Бестарифная система оплаты труда отличается от тарифной отказом от установленного в абсолютных величинах ставок работника в пользу относительного совокупного коэффициента, который показывает долю работника в фонде оплаты труда в зависимости от конечных результатов работы организации и его индивидуальных достижений.

Если используется бестарифная система, то предприятие гарантирует, что заработная плата будет не ниже минимального размера оплаты труда.

Основные признаки бестарифной системы:

- тесная связь между уровнем оплаты труда и фондом заработной платы;

- установление каждому работнику постоянного коэффициента квалификационного уровня (ККУ) и коэффициента трудового участия (КТУ) в текущих результатах деятельности.

Коэффициент квалификационного уровня заключается в том, что каждому работнику присваивается индивидуальный постоянный коэффициент, который характеризует квалификационный уровень рабочего и определяет его трудовой вклад в общие результаты выполненной работы. Данный коэффициент может меняться в течении всей трудовой деятельности, тем самым мотивируя работника повышать собственный квалификационный уровень.

Коэффициент трудового потенциала представляет собой индивидуальные заслуги работника в текущих результатах деятельности, которые дополняют оценку его квалификационный уровень.

Считается, что при использовании бестарифной системы оплаты труда наиболее справедливо рассчитывается заработная плата, так как рабочие получают за результат своей деятельности, поэтому многие стараются улучшить свой результат. Однако в большинстве случаев использовать бестарифную систему оплаты труда нецелесообразно, потому что в итоге получается лишь усложненная тарифная модель.

В заключение хотелось бы отметить, что заработная плата является неотъемлемой частью трудовой деятельности человека. На любом предприятии могут применяться различные формы и системы оплаты труда. Перед каждым руководителем стоит одна из главных задач, которая заключается в выборе наиболее эффективных форм и

систем оплаты труда в соответствии с категориями и группами сотрудников.

В настоящее время необходимо заметить, что в экономике сложилась достаточно непростая ситуация, которая связана с нехваткой специалистов в различных отраслях. В данной ситуации необходимо понимать, что для привлечения специалистов разных категорий должна быть качественно выстроена система мотивации, которая является частью системы оплаты труда.

Анализ использования средств на оплату труда на каждом предприятии имеет большое значение. Данный анализ заключается в том, что необходимо своевременно осуществлять систематический контроль за использованием фонда оплаты труда, выявлять возможности экономии средств за счет роста производительности труда и снижения трудоемкости продукции. Необходимо пересматривать и корректировать систему мотивацию. Так же стоит заметить, что в каждой компании необходимо рассматривать разные системы оплаты труда, для выбора более подходящей для предприятия.

Таким образом, проблемы применения форм и систем заработной платы в организациях остаются актуальными на сегодняшний день. Необходимо постоянно совершенствовать систему оплаты труда, так как заработная плата является основным источником доходов работников.

Библиографический список:

1. Антропов В.А., Понятийно-терминологический аппарат формирования кадровой политики саморазвития промышленных и транспортных предприятий/Антропов В.А., Морозова Е.Н. - [Транспорт Урала](#). 2015. [№ 1 \(44\)](#). с. 19-26.

2. Нестеров В.Л., Расчет, анализ и прогнозирование обеспечения устойчивости кадров в вузе/Нестеров В.Л., Радченко В.И., Морозова Е.Н. - Транспорт: наука, техника, управление. 2006. № 11. С. 13-15.

3. Морозова Е.Н., Экономика знаний - интеллектуалоемкая отрасль народного хозяйства/Морозова Е.Н., Тукова Е.А. - Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7. № 6 (31). С. 65.

4. Рачек С.В. Методологические основы эффективного использования трудового потенциала предприятия в современных условиях/ - диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Москва, 2001.

5. Рачек С.В., Развитие концепции качества трудовой жизни/Рачек С.В., Кушнарева Л.В. - Управленец. 2012. № 1-2. С. 74-78.

6. Морозова Е.Н. Человеческие ресурсы как фактор устойчивого развития организации - диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Сибирский государственный университет путей сообщения. Новосибирск, 2012.



СЕКЦИЯ 3. НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 330

Баранова Л.Г., Федорова В.С. Роль налогового администрирования в системе налоговых отношений

Role of tax administration in the system of tax relations

Баранова Лариса Гурьевна,

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и аудит»
Петербургского государственного университета путей сообщения

Baranova Larisa Gurjevna,

Peterburg State Transport university

lg-baraova@yandex.ru

Федорова Валентина Сергеевна,

Кандидат технических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и аудит»
Петербургский государственный университет путей сообщения

Fedorova Valentina Sergeevna,

Peterburg State Transport University

fedorova vs@mail.ru

Аннотация: Приоритетным направлением налоговой политики государства является повышение эффективности налогового администрирования..

Ключевые слова: налоговая политика, налоговое администрирование, налоговый контроль.

Abstract: priority areas of state tax policy is improvement of tax administrations efficiency.

Keywords: tax policy, of tax administrasion, tax control.

Одной из наиболее острых проблем совершенствования налоговых отношений является повышение эффективности налогового администрирования. Решение этой проблемы является приоритетным направлением налоговой политики государства [1].

Налоговое администрирование следует рассматривать, как комплекс мер по реализации важнейшей задачи налоговых органов – обеспечение поступлений налоговых платежей в бюджет в том объеме, который необходим для финансирования государственных расходов.

Для решения этой задачи необходима четко отлаженная и эффективно действующая организация налогового контроля. Эффективность системы налогового контроля, по мнению авторов, определяется, с одной стороны, полнотой поступления налогов в бюджет государства, а с другой – уровнем налоговых издержек, то есть затрат государства на содержание своего фискального аппарата. В идеале функционирование системы налогового контроля должно способствовать созданию запаса прочности бюджета для снижения налогового бремени, которое, в свою очередь, оказывает стимулирующее воздействие на развитие экономики.

Не следует забывать, что в процессе осуществления налогового контроля возможно столкновение интересов налогоплательщиков и государства.

В процессе налогового администрирования, кроме налогового контроля, налоговые органы осуществляют и иные функции, предусмотренные Законом о налоговых органах от 21 марта 1991 года № 943-1 (в ред. от 03.07.2016), Положением о Федеральной налоговой службе, утвержденным постановлением Правительства РФ от 30.09.2004 № 506 (в ред. от 30.03.2017), иными федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

Следует заметить, что налоговое администрирование встроено в целую систему управления налоговыми отношениями.

Факт государственной регистрации организации означает, в частности, образование субъекта, обязанного генерировать доходы государства в виде налогов, сборов и отчислений. Исходя из требований общественного договора, выраженного в законодательстве

нынешней социально - экономической формации, организация должна создать особый продукт – налоговое бремя - потребителем которого является государство.

Налоговое бремя [2], как продукт деятельности отлично от продуктов организации, создаваемых ей исходя из отраслевой принадлежности для удовлетворения интересов покупателей, заказчиков, инвесторов и учредителей.

Особый характер налогового бремени, как продукта деятельности организации определяется следующими критериями:

- форма представления потребителю. Налоговое бремя представляется потребителю, преимущественно, в денежной форме.
- технология формирования потребительной стоимости продукта.

Потребительные свойства продукта, создаваемого для покупателей, формируются в рамках процесса производства. Потребительные свойства налогового бремени формируются в рамках финансового цикла организации, оптимизация которого обеспечивает генерирование денежной суммы, уплачиваемой в бюджет в установленные сроки и в необходимом объеме.

- особый характер потребления налогового бремени. Продукт для покупателя потребляется покупателем в своих интересах. Налоговое бремя потребляется государством, в том числе и в интересах организации, т.к. служит основой финансирования государственных программ экономического развития.

Отношения организации с государством по поводу создания и потребления налогового бремени, выражаются во взаимоотношениях организации с органами государственного управления. В рамках

настоящей работы речь идет о взаимоотношениях организации с налоговыми органами. Именно в рамках этих взаимоотношений предметом является налоговое бремя организации. Главный вопрос заключается в определении содержания таких отношений.

Суть функционирования налоговых органов заключается в осуществлении налогового администрирования. По нашему мнению, налоговое администрирование представляет собой особый вид управленческой деятельности, цель которой привести организацию в состояние налогоплательщика, соответствующего интересам государства. Достижение такой цели выражается в полноте уплаты в бюджет соответствующих налогов. Совершенно абсурдно достигать такой цели нарушая нормальный ритм финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика или требовать от него дополнительных затрат на урегулирование взаимоотношений с налоговыми органами.

В процессе достижения цели налогового администрирования необходимо решать две взаимосвязанные задачи:

- пополнение бюджета – сбор налогов,
- создание условий для нормальной работы организации – предоставление отсрочек, налоговых кредитов и т.п.

Без понимания этих задач налоговое администрирование может стать, а по сути, является тормозом предпринимательской активности в обществе.

Надо понимать, что в процессе налогового администрирования участвуют не только налоговые органы, но и таможенные органы, финансовые органы, органы внутренних дел и фонд социального страхования.

Анализ экономической литературы позволяет сделать вывод о том, что среди экономистов нет единого мнения по поводу трактовки термина «налоговое администрирование». Однако большинство авторов сводят данный термин к налоговому контролю налоговых органов за исчислением и уплатой налогов. Например, финансово-кредитный энциклопедический словарь определяет налоговое администрирование, как деятельность налоговых органов (в соответствии с их полномочиями) по осуществлению контроля за соблюдением налогового законодательства организациями и физическими лицами [3].

Признавая функцию налогового контроля [4] важнейшей составляющей частью деятельности налоговых органов, все же отметим, что такой подход обедняет понятие налогового администрирования, представляющей собой, по нашему мнению, более сложную систему взаимоотношений всех участников налогового процесса, включая процедуру регистрации объектов налогообложения, обеспечение прав налогоплательщиков и соблюдение условий для реализации ими своих обязанностей, правовую основу для зачета и возврата излишне взысканных и излишне уплаченных налогов, а также условия предоставления отсрочки и рассрочки по уплате налогов, порядок обжалования действий и бездействия налоговых органов.

С другой стороны, налоговое администрирование включает комплекс мер по обеспечению прав и выполнению обязанностей налоговых органов при осуществлении ими контрольной функции, включая процедуру постановки на учет налогоплательщиков, возможность применения обеспечительных мер и мер принудительного взыскания налогов, порядок проведения налоговых

проверок, применение комплекса штрафных санкций за нарушение налогового законодательства.

По нашему мнению, налоговое администрирование – это система регулируемых государством взаимоотношений между налогоплательщиками, генерирующими доходы государства в виде налоговых поступлений и налоговыми органами, наделенными полномочиями императивного вмешательства в этот процесс посредством осуществления мероприятий налогового контроля.

В таблице представлена система взаимоотношений налогоплательщиков и налоговых органов в процессе осуществления налогового администрирования.

Таблица 1

Система взаимоотношений налогоплательщиков и налоговых органов

НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКИ	НАЛОГОВЫЕ ОРГАНЫ
• Возникновение обязанностей налогоплательщика	• Учет налогоплательщиков
• Наличие объекта налогообложения	• Учет объектов налогообложения
• Расчет налоговой базы с учетом возможных освобождений	• Контроль за полнотой исчисления налоговой базы
• Применение налоговых льгот	• Контроль за правильностью применения налоговых льгот
• Применение различных налоговых ставок	• Контроль за обоснованностью различных ставок
• Составление и сдача налоговой декларации	• Контроль за правильно составленную и во время сданную декларацию
• Уплата налога	• Контроль за своевременностью уплаты налога

Эффективность налогового администрирования зависит от того, насколько уважительно относятся друг к другу участники этого процесса. Со стороны налогоплательщиков это проявляется в

выполнении своих обязательств перед бюджетом при отсутствии попыток сокрытия доходов в обход налогового законодательства, со стороны налоговых органов – в обеспечении условий для выполнения этих обязательств, не прибегая к прямому давлению на налогоплательщика при отсутствии признаков налоговых правонарушений.

В процессе налогового администрирования необходимо решать две взаимосвязанные задачи:

- пополнение бюджета;
- создание условий для нормальной работы организации – предоставление отсрочек, рассрочек, инвестиционных налоговых кредитов и т.п.

Важнейшая задача налоговых органов – обеспечение поступлений налоговых платежей в бюджет в том объеме, который необходим для финансирования государственных расходов. Однако недопустимо достигать такой цели, нарушая нормальный ритм финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика или требовать от него дополнительных затрат на урегулирование взаимоотношений с налоговыми органами. Иначе налоговое администрирование может стать тормозом предпринимательской активности в обществе.

Снять все возможные негативы возможно, если четко структурировать контур налогового администрирования [5].

Контур налогового администрирования должен быть представлен следующими элементами:

- планирование, прогнозирование на основе налоговой статистики. Цель таких процедур заключается в определении объема

налоговых платежей, генерируемых налогоплательщиками в рамках планируемого периода;

- сбор, обработка, обобщение сведений о текущем состоянии налоговых расчетов.

При этом решается главный вопрос – установление причин, по которым налогоплательщик смог сгенерировать только декларируемую величину налоговых поступлений. Важными объектами такой процедуры являются операционный и финансовый цикл организации;

- контроль. На этом этапе выясняются причины отклонений фактического значения налогового бремени от его значения, установленного на этапе планирования. Не менее важный вопрос заключается в таком осуществлении налогового контроля – по времени и объему, при котором не нарушается нормальный ритм финансово-хозяйственной деятельности организации. В основе решения этого вопроса должно быть понимание того, на каких этапах деятельности организации происходит формирование налогового бремени. Предлагая в качестве обязательных объектов налогового контроля операционный и финансовый цикл организации, мы считаем, что, как минимум, время проверки должно определяться по окончании таких циклов. Оценка налоговыми органами операционных и финансовых циклов, в частности, может дать существенные данные о фактах сокрытия хозяйственного оборота или фактах декларирования фиктивных хозяйственных оборотов;

- анализ. Разработка мероприятий по воздействию на причины отклонений, выявленные на предыдущем этапе.

Предложенная структура контура налогового администрирования, по нашему мнению, должна обеспечивать новое содержание работы налоговых органов. При этом налоговый контроль это, по сути, совокупность процедур проверки, осуществляемых в момент контакта налоговых органов с налогоплательщиком. Представитель налоговых органов к началу налоговой проверки должен иметь свое представление о значении налогового бремени проверяемой организации, сформированное на основе статистических данных. В процессе проверки его главная задача установить, почему его представление о налоговом бремени отличается от налогового бремени декларируемого организацией – налогоплательщиком.

В сравнении с этой задачей проверка правильности исчисления декларируемого организацией налогового бремени является частным этапом.

Не менее важный вопрос заключается в таком осуществлении налогового контроля – по времени и объему, при котором не нарушается нормальный ритм финансово-хозяйственной деятельности организации. В основе решения этого вопроса должно быть понимание того на каких этапах деятельности организации происходит формирование налогового бремени. Предлагая в качестве обязательных объектов налогового контроля операционный и финансовый цикл организации, мы считаем, что, как минимум, время проверки должно определяться по окончании таких циклов. Оценка налоговыми органами операционных и финансовых циклов, в частности, может дать существенные данные о фактах сокрытия хозяйственного оборота или фактах декларирования фиктивных хозяйственных оборотов.

Приоритетным направлением в администрировании налоговых платежей является администрирование **налога на добавленную стоимость**. Это связано с той ролью, которую НДС играет в формировании доходов федерального бюджета: данный налог является основным источником доходов федерального бюджета, поэтому любые проблемы с его администрированием чрезвычайно важны и для государства, так и для налогоплательщиков.

Администрирование НДС включает в себя совокупность мер по обеспечению контроля за правильностью формирования всех элементов этого налога.

Согласно главе 21 НК, НДС взимается с 4-х объектов, каждому из которых соответствует определенный порядок формирования налоговой базы

Таблица 2

Формирование налоговой базы для НДС

Объект обложения НДС (статья 146 НК)	Налоговая база (статья 153 НК)
Реализация товаров (работ, услуг)	Стоимость этих товаров (работ, услуг), исчисленная исходя из цен, определяемых в соответствии со статьей 105.3 (статья 154 НК)
Передача на территории Российской Федерации товаров (выполнение работ, оказание услуг) для собственных нужд, расходы на которые не принимаются к вычету (в том числе через амортизационные отчисления) при исчислении налога на прибыль организаций	Стоимость этих товаров (работ, услуг), исчисленная исходя из цен реализации идентичных (а при их отсутствии - однородных) товаров (аналогичных работ, услуг), действовавших в предыдущем налоговом периоде, а при их отсутствии - исходя из рыночных цен (п.1 статьи 159 НК)
Выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления;	Стоимость выполненных работ, исчисленная исходя из всех фактических расходов налогоплательщика на их выполнение (п.2 статьи 159 НК)
Ввоз товаров на территорию Российской Федерации	Сумма: 1) таможенной стоимости этих товаров; 2) подлежащей уплате таможенной пошлины; 3) подлежащих уплате акцизов (по подакцизным товарам).

При этом большое значение имеет правильность применения цен для целей налогообложения в соответствии с разделом VI НК РФ. Начиная с 2012 года, контроль за ценами является прерогативой Федеральной налоговой службы, в недрах которой с этой целью создано специальное подразделение.

Согласно статье 105.3 НК «... цены, применяемые в сделках, сторонами которых являются лица, не признаваемые взаимозависимыми, а также доходы (прибыль, выручка), получаемые лицами, являющимися сторонами таких сделок, признаются рыночными». Следовательно, если участники сделки не признаются взаимозависимыми по критериям, определенным в статье 105.1 НК,

любые применяемые сторонами цены будут беспрепятственно участвовать в формировании налоговой базы без каких-либо дальнейших корректировок. В противном случае ФНС будет иметь право пересчитать налоговые обязательства плательщиков НДС и, при необходимости, доначислить налог по результатам проверки. Правда, такая корректировка затронет не все сделки, а только те, в которых одной из сторон выступают лица, не являющиеся налогоплательщиками налога на добавленную стоимость или освобожденные от исполнения обязанностей налогоплательщика по налогу этому налогу (п. 4 статьи 105.3).

НДС является единственным налогом, предполагающим встречное движение денежных потоков – поступление налога в бюджет и возмещение из бюджета. Причем в последние годы наметилась тенденция на увеличение сумм возмещаемого НДС, а также НДС, заявляемого в виде налоговых вычетов.

Администрирование НДС в значительной степени ориентировано на проверку соблюдения *условий применения налоговых вычетов*, так как по версии ВАС РФ [6], налоговые вычеты представляют собой налоговую выгоду налогоплательщика.

Главой 21 НК РФ определены следующие условия, при выполнении которых налогоплательщик может применить налоговые вычеты:

На внутреннем рынке:

- 1) использование приобретаемых товарно-материальных ценностей (работ, услуг) в операциях, облагаемых НДС;
- 2) наличие счета-фактуры, оформленного должным образом в соответствии с требованиями ст. 169 НК РФ;

3) принятие на учёт приобретенных товарно-материальных ценностей.

При ввозе товаров из-за рубежа обязательным условием налогового вычета является также уплата НДС таможенными органами.

На первый взгляд, выполнение этих условий с целью получения налогового вычета не является проблематичным. Но проблема возникает тогда, когда недобросовестные налогоплательщики с помощью различных схем при формальном соблюдении условий в действительности не осуществляют никакой реальной деятельности, не производят и не реализуют никаких товаров, работ и услуг, но при этом требуют предоставления им налоговых вычетов. Это приводит к потерям федерального бюджета, с одной стороны, а с другой, наносится ущерб законопослушным налогоплательщикам ввиду ужесточения контроля со стороны налоговых органов. Все это приводит к дискредитации всей системы взимания НДС.

Выполняя постановление Пленума ВАС, указанное выше, федеральная налоговая служба требует от подведомственных ей органов во всех случаях заявления НДС к возмещению из бюджета, обращать внимание на наличие таких обстоятельств, как:

— невозможность реального осуществления налогоплательщиками хозяйственных операций с учётом времени, места нахождения имущества или объёма материальных ресурсов, экономически необходимых для производства товаров, выполнения работ или оказания услуг;

— совершение операций с товаром, который не производился или не мог быть произведён в объёме, указанном налогоплательщиком;

– учёт для целей налогообложения тех хозяйственных операций, которые непосредственно связаны с возникновением налоговой выгоды.

При этом налоговые органы обязаны в ходе проверки установить, что налогоплательщик, заявивший возмещение из бюджета, знал о предоставлении продавцом недостоверных сведений, то есть не проявил должной осмотрительности, в том числе, и при выборе контрагента.

Начиная с 2015 года, в налоговом кодексе появились поправки, расширяющие полномочия налоговых инспекторов при камеральных налоговых проверках деклараций по НДС. Так, при подаче налоговой декларации по налогу на добавленную стоимость, в которой заявлено право на возмещение налога, налоговый орган вправе истребовать у налогоплательщика документы, подтверждающие правомерность применения налоговых вычетов.

При выявлении противоречий между сведениями об операциях, содержащимися в налоговой декларации по налогу на добавленную стоимость, либо при выявлении несоответствия сведений об операциях, содержащихся в налоговой декларации по налогу на добавленную стоимость, представленной налогоплательщиком, сведениям об указанных операциях, содержащимся в налоговой декларации по налогу на добавленную стоимость, представленной в налоговый орган другим налогоплательщиком, в случае, если такие противоречия, несоответствия свидетельствуют о занижении суммы налога на добавленную стоимость, подлежащей уплате в бюджетную систему Российской Федерации, либо о завышении суммы налога на добавленную стоимость, заявленной к возмещению, налоговый орган

также вправе истребовать у налогоплательщика счета-фактуры, первичные и иные документы, относящиеся к указанным операциям (п. 8.1. статьи 88 НК «Камеральная налоговая проверка». Кроме того, в указанных случаях у налоговых инспекторов появилось право осмотра помещения, территории и документов лица, в отношении которого проводится проверка (п.1 статьи 92 НК РФ «Осмотр»).

Наибольшие трудности с возмещением НДС испытывают экспортеры. В частности, налогоплательщики-экспортеры недовольны затягиванием процедуры возмещения налога при экспорте продукции. По оценкам специалистов, возврата налога иногда приходится ждать около года, что отвлекает значительные средства из оборота компаний. Более того, в такой ситуации возмещения НДС налогоплательщикам нередко удается добиться только через суд.

Пленум ВАС РФ в Постановлении от 18.12.2007 № 65 [7] разъяснил некоторые вопросы, связанные с судебными спорами по поводу отказа в возмещении НДС. Так, перед обращением в суд налогоплательщик должен обязательно пройти внесудебную процедуру. А именно:

- подать декларацию по НДС и заявление о зачете (возврате) НДС непосредственно в налоговую инспекцию;
- представить вместе с декларацией полный комплект документов, предусмотренных ст. 165 НК РФ;
- по требованию налоговиков представить документы, подтверждающие правомерность налоговых вычетов .

Если внесудебная процедура не соблюдена, то суд отказывает в удовлетворении заявления либо оставляет его без рассмотрения (об этом сказано в п. 3 указанного Постановления).

Все это свидетельствует о высоких издержках, связанных с администрированием НДС, как у налогоплательщиков, так и у государства.

Однако есть и положительные сдвиги в пользу налогоплательщиков в системе возмещения НДС.

Начиная с 2015 года налогоплательщик вправе заявить вычеты НДС, в налоговых периодах в пределах трех лет после принятия на учет приобретенных на территории России товаров (работ, услуг, имущественных прав) или товаров, ввезенных на территорию РФ и иные территории под ее юрисдикцией. Данной нормой предусмотрено, что если суммы НДС, заявленные к вычету, превышают исчисленную общую сумму налога, то положительная разница подлежит возмещению налогоплательщику, за исключением случаев, когда налоговая декларация подана им по истечении трех лет после окончания соответствующего налогового периода.

Кроме того, в статье 172 НК РФ закреплено право налогоплательщика заявить НДС к вычету с того периода, в котором товары (работы, услуги, имущественные права) приняты на учет, даже в том случае, если соответствующий счет-фактура получен от продавца уже после окончания этого квартала, но до окончания срока представления декларации за указанный налоговый период.

Статья 176.1. НК РФ позволяет налогоплательщикам возместить НДС в заявительном порядке, не дожидаясь окончания камеральной проверки. Такое право появилось у налогоплательщиков с 2010 года, но для реализации этого права требовалось выполнить ряд непомерно тяжелых условий. Начиная с первого квартала 2016 года, условия получения вычета в заявительном порядке несколько смягчены, что

позволило воспользоваться этим порядком большему числу налогоплательщиков. Так, налогоплательщики-организации, у которых совокупная сумма налога на добавленную стоимость, акцизов, налога на прибыль организаций и налога на добычу полезных ископаемых, уплаченная за три календарных года, предшествующие году, в котором подается заявление о применении заявительного порядка возмещения налога, составляет не менее 7 миллиардов рублей (ранее – 10 млрд. руб.), вправе применить заявительный порядок возмещения налога, если со дня создания соответствующей организации до дня подачи налоговой декларации прошло не менее трех лет, а также, если налогоплательщик представит вместе с налоговой декларацией, в которой заявлено право на возмещение налога, действующую банковскую гарантию.

На 2017 год намечены очередные мероприятия по совершенствованию налогового администрирования НДС.

В частности, решен вопрос о механизме принятия к вычету НДС в случае его получения в конце квартала. Покупатель, получивший документ (счет-фактуру) от продавца продукции или услуг, после окончания налогового периода, в котором продукции или услуги были поставлены на учет, но до срока предоставления налоговой отчетности за налоговый период, имеет право потребовать к вычету сумму НДС. Аналогичное действие он может совершить в отношении имущественных прав за налоговый период, в котором продукция, товары или услуги были поставлены на учет.

Также решен вопрос об учете НДС при использовании двух специальных налоговых режимов: ЕСХН и УСН в случае выставления счетов-фактур. При исчислении ЕСНХ и налога при применении УСН,

предусмотрено исключение из доходов сумм НДС, которые уплачиваются в бюджет при выставлении счетов-фактур. Кроме того, предусмотрено не включение в графу «расходы» уплаченных в этих случаях сумм НДС.

Особую проблему при администрировании НДС составляет проверка правильности восстановления входного НДС к уплате в бюджет. Перечень ситуаций, требующих восстановления НДС, установлен п. 3 ст. 170 НК РФ и приведен в таблице ниже:

Таблица 3

Восстановление входного НДС

Случаи восстановления НДС	Основание
Передача имущества (нематериальных активов, имущественных прав) в качестве вклада в уставный (складочный) капитал хозяйственных обществ и товариществ, вклада по договору инвестиционного товарищества, паевых взносов в паевые фонды кооперативов, а также передача недвижимого имущества на пополнение целевого капитала некоммерческой организации	пп. 1 п. 3 ст. 170 НК РФ
Дальнейшее использование приобретенных товаров (работ, услуг), в том числе основных средств и нематериальных активов, и имущественных прав для операций, предусмотренных п. 2 ст. 170 НК РФ (за исключением установленных случаев)	пп. 2 п. 3 ст. 170 НК РФ
Отгрузка товаров (работ, услуг), передача имущественных прав или расторжение (изменение условий) договора, если ранее продавцу перечислены суммы предоплаты и НДС с аванса принят к вычету	пп. 3 п. 3 ст. 170 НК РФ
Уменьшение стоимости отгруженных товаров (выполненных работ, оказанных услуг), переданных имущественных прав в случае уменьшения их цены (тарифа) или количества (объема)	пп. 4 п. 3 ст. 170 НК РФ
Получение субсидий из федерального бюджета на возмещение затрат по оплате приобретенных товаров (работ, услуг) с учетом НДС, а также по уплате налога при ввозе товаров на территорию РФ	пп. 6 п. 3 ст. 170 НК РФ

Источник: СПС Консультант Плюс. Путеводитель по налогам. П. 13.4. практического пособия по НДС.

Налоговым кодексом РФ не установлено иных случаев, когда налогоплательщику следует восстанавливать ранее принятый к вычету "входной" НДС. Однако на практике налоговые органы вкупе с Минфином часто изобретают дополнительные причины для восстановления.

Например, организация может утратить товарно-материальные ценности или основные средства не по своей воле, например при пожаре или хищении, а также из-за истечения срока годности, брака, морального и физического износа (в этом случае его приходится изымать из оборота и утилизировать). В указанных ситуациях организация, по мнению ВАС РФ, восстанавливать НДС, ранее правомерно принятый к вычету, не нужно.

Однако у Минфина по этому поводу другое мнение: при списании ТМЦ из-за невозможности их дальнейшего использования суммы НДС, ранее правомерно принятые к вычету, необходимо восстановить (Письмо МФ РФ от 21.01.2016 № 03-03-06/1/1997).

В то же время необходимо отметить, что если разъяснения Минфина России или ФНС России не согласуются с решениями ВАС РФ, то при реализации своих полномочий налоговые органы должны руководствоваться указанными актами и письмами ВАС РФ и ВС РФ (Письмо МФ РФ от 07.11.2013 № 03-01-13/01/47571).

Особенностью администрирования **налога на прибыль** является то, что в отличие от других налогов, традиционно рассчитываемых на базе бухгалтерского учета, этот налог рассчитывается на основе специально организованного налогового учета в соответствии с требованиями 25-й главы НК. Система налогового учета организуется налогоплательщиком самостоятельно, а порядок ведения такого учета

должен быть закреплён в учётной политике организации. Очевидно, что в процессе администрирования налога на прибыль контролирующие органы сталкиваются с многообразием методик формирования учётной политики и значительными расхождениями в порядке ведения налогового учёта.

Однако организация налогового учёта не исключает использования данных бухгалтерского учёта при определении налоговой базы по налогу на прибыль. В статье 313 НК закреплено, что если в регистрах бухгалтерского учёта содержится недостаточно информации для определения налоговой базы в соответствии с требованиями налогового кодекса, налогоплательщик вправе самостоятельно дополнять применяемые регистры бухгалтерского учёта дополнительными реквизитами, формируя тем самым регистры налогового учёта, либо вести самостоятельные регистры налогового учёта.

При проведении камеральной проверки деклараций по налогу на прибыль проверяющие обращают внимание на несоответствие (если таковое имеется) или отсутствие логической связи между показателями налоговой и бухгалтерской отчетности. В таких случаях налоговому органу следует запросить необходимые пояснения у налогоплательщика, а также истребовать у третьих лиц документацию, касающуюся деятельности проверяемой организации.

Проверка деклараций по налогу на прибыль проводится на основе контрольных соотношений, разработанных ФНС. В настоящее время используются контрольные соотношения показателей форм налоговой и бухгалтерской отчетности, содержащиеся в письме ФНС от 14.07.2015 № ЕД-4-3/12317 «О контрольных соотношениях

показателей налоговой декларации по налогу на прибыль организаций».

Главной целью администрирования налога на прибыль является разрешение противоречия между экономическими интересами отдельного хозяйствующего субъекта и интересами общества в целом, декларируемых и защищаемых государством. При этом налоговые органы, как представители интересов государства, должны сосредоточиться на двух основных аспектах:

- определение экономической выгоды хозяйствующего субъекта;
- определение налоговых выгод хозяйствующего субъекта [8].

Таким образом, важнейшими направлениями налогового администрирования налога на прибыль являются:

- 1) полнота учета доходов предприятия;
- 2) обоснованность расходов организации.

При проверке полноты учета доходов следует помнить о правильности применения цен для целей налогообложения в соответствии с разделом VI Налогового кодекса РФ.

Если при осуществлении контрольных мероприятий по НДС основное внимание проверяющих направлено на обоснованность налоговых вычетов, то главной задачей администрирования налога на прибыль является принятие (или непринятие) налоговыми органами экономической обоснованности *расходов* хозяйствующего субъекта. Цена вопроса – уменьшение налоговой базы по налогу на прибыль за счет увеличения ее расходной части, что означает в конечном счете уменьшение налоговых обязательств по налогу на прибыль. То есть речь идет именно об обоснованности налоговой выгоды.

Задача налогоплательщика – обосновать целесообразность своих расходов с позиций получения конечного результата любой предпринимательской деятельности – роста доходов компании.

Основные критерии признания расходов при исчислении налоговой базы по налогу на прибыль установлены статьей 252 НК РФ.

Так, статьей 252 Кодекса установлено, что расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты, осуществленные (понесенные) налогоплательщиком. Под *обоснованными расходами* понимаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме. При этом расходами признаются любые затраты при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода. По мнению ФНС РФ, Кодекс обязывает квалифицировать экономическую обоснованность тех или иных расходов в зависимости от цели их осуществления. То есть для того чтобы сделать вывод, обоснован или не обоснован расход, необходимо знать *цель* осуществления данного расхода: связана ли она с деятельностью, направленной на получение дохода. Кроме того, необходимо помнить, что исходя из положений Кодекса, организация не обязана получить доход от осуществления расхода в размере его превышающем.

Следовательно, исходя из положений Кодекса, совсем не очевидны обоснованность и правомерность выводов об экономической необоснованности расходов, если в результате их осуществления организацией получен убыток (Об администрировании налога на прибыль организаций. Письмо ФНС от 27.04.07 № ММ-6-02/356).

Пленум ВАС РФ также указал в Постановлении № 53, что обоснованность расходов, учитываемых при расчете налоговой базы, должна оцениваться с учетом обстоятельств, свидетельствующих о намерениях налогоплательщика получить экономический эффект в результате реальной предпринимательской или иной экономической деятельности. При этом речь идет именно о *намерениях и целях (направленности)* этой деятельности, а не о ее *результате*. Этот же критерий прямо обозначен в абзаце четвертом пункта 1 статьи 252 Налогового кодекса Российской Федерации как основное условие признания затрат обоснованными или экономически оправданными. Например, в текущем году у организации могла отсутствовать реализация, так как организация участвовала в тендерах, но не выиграла их. Однако сами по себе расходы как раз были направлены на получение дохода, а то, что результат достигнут не был, это еще не причина для того, чтобы признавать их необоснованными. То есть в таких случаях все же важна *цель*, а не результат.

Тем не менее, это не снимает остроты проблемы признания обоснованности налоговой выгоды. По мнению ВАС, налоговая выгода может быть признана необоснованной, если она получена налогоплательщиком вне связи с осуществлением реальной предпринимательской или иной экономической деятельности, то есть расходы вообще не имеют конкретной деловой цели. В то же время возможность достижения того же экономического результата с меньшей налоговой выгодой, полученной налогоплательщиком путем совершения других предусмотренных или не запрещенных законом операций, не является основанием для признания налоговой выгоды необоснованной. По мнению суда, не самый эффективный способ

ведения бизнеса не может быть причиной для отказа в признании расходов.

Согласно позиции ВАС, о необоснованности налоговой выгоды могут также свидетельствовать подтвержденные доказательствами доводы налогового органа о наличии следующих обстоятельств:

- невозможность реального осуществления налогоплательщиком указанных операций с учетом времени, места нахождения имущества или объема материальных ресурсов, экономически необходимых для производства товаров, выполнения работ или оказания услуг;

- отсутствие необходимых условий для достижения результатов соответствующей экономической деятельности в силу отсутствия управленческого или технического персонала, основных средств, производственных активов, складских помещений, транспортных средств;

- учет для целей налогообложения только тех хозяйственных операций, которые непосредственно связаны с возникновением налоговой выгоды, если для данного вида деятельности также требуется совершение и учет иных хозяйственных операций;

- совершение операций с товаром, который не производился или не мог быть произведен в объеме, указанном налогоплательщиком в документах бухгалтерского учета.

Мы полагаем, что обоснованность расходов должна быть привязана к конкретному периоду времени (отчетному или налоговому периоду): если налогоплательщик не исполняет своих обязательств перед бюджетом по уплате налогов, то можно ставить вопрос об экономической обоснованности произведенных расходов до погашения долга.

Если налогоплательщик своевременно и в полном объеме выполняет свои обязательства, нет оснований оспаривать целесообразность тех или иных расходов [9].

Под *документально подтвержденными расходами* понимаются затраты, подтвержденные документами:

- 1) оформленными в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- 2) оформленными в соответствии с обычаями делового оборота, применяемыми в иностранном государстве, на территории которого были произведены соответствующие расходы;
- 3) косвенно подтверждающими произведенные расходы (в том числе таможенной декларацией, проездными документами, отчетом о выполненной работе в соответствии с договором и т.д.).

В процессе контроля за правильностью исчисления налога на прибыль внимание проверяющих должно быть сосредоточено прежде всего на решении следующих задач:

- 1) проверить правомерность квалификации имущества, как амортизируемого, а также правильность расчета амортизационных отчислений, как важнейшего элемента расходов, связанных с производством и реализацией товаров (работ, услуг). Следует учесть, что с 1 января 2017 года применяется новый Общероссийский классификатор основных фондов (ОКОФ), в связи с чем изменилась и классификация основных средств по амортизационным группам [10]. При этом в отношении основных средств, введенных в эксплуатацию после 01.01.2017, следует применять Классификацию основных средств для определения срока полезного использования в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 07.07.2016 N

640, а в отношении основных средств, введенных в эксплуатацию до 01.01.2017, применяется срок полезного использования, определенный налогоплательщиком при вводе их в эксплуатацию (Письмо МФ РФ от 08.11.2016 № 03-03-РЗ/65124).

Особого внимания требует определение амортизационных отчислений при применении нелинейного метода, так как этот метод, в отличие от линейного, широко применяемого как в налоговом, так и бухгалтерском учете, недостаточно изучен и отработан налогоплательщиками;

2) проверить правильность расчета отчислений в резервы, в том числе в резерв по сомнительным долгам, в соответствии с налоговым кодексом и учетной политикой организации. Заметим, что с 2017 года юридические лица могут создавать резерв по сомнительным долгам в большем размере, чем прежде. Право создавать резерв по сомнительным долгам предоставлено организациям статьей 266 налогового кодекса. Однако с 2017 года вступило в силу положение о том, что сумма создаваемого резерва по сомнительным долгам не должна превышать *большую* из величин: 10% от выручки за предыдущий налоговый период или 10% от выручки за текущий отчетный период. Раньше сумма резерва, создаваемого по итогам отчетного периода, не должна была превышать 10% только от выручки за текущий отчетный период;

3) проверить правомерность распределения расходов, связанных с производством и реализацией, на прямые и косвенные, и обоснованность распределения прямых расходов на остатки незавершенного производства, готовой продукции и товаров отгруженных. Следует учесть, что сумма косвенных расходов на

производство и реализацию, осуществленных в отчетном (налоговом) периоде, в полном объеме относится к расходам текущего отчетного (налогового) периода, в то время, как прямые расходы относятся к расходам текущего отчетного (налогового) периода по мере реализации продукции, работ, услуг. Налоговый кодекс предоставляет налогоплательщику право самостоятельного определения в учетной политике для целей налогообложения перечня прямых расходов, связанных с производством товаров (выполнением работ, оказанием услуг), а также порядка их распределения. Это порождает соблазн минимизировать перечень прямых расходов, и увеличить, соответственно, долю косвенных расходов. Однако необходимо понимать, что в налоговом учете, так же как и в бухгалтерском, к прямым расходам необходимо относить все те расходы, которые связаны непосредственно с выпуском готовой продукции в данном отчетном (налоговом) периоде. В противном случае у проверяющих появится право квалифицировать подобные действия налогоплательщиков, как сознательное занижение налоговой базы со всеми вытекающими последствиями в виде штрафных санкций;

4) проверить выполнение правил переноса убытка в соответствии с налоговым кодексом и учетной политикой организации. Согласно статье 283 НК РФ, налогоплательщики, понесшие убыток (убытки) в предыдущем налоговом периоде или в предыдущих налоговых периодах, вправе уменьшить налоговую базу текущего отчетного (налогового) периода на всю сумму полученного ими убытка или на часть этой суммы (перенести убыток на будущее). Однако с 1 января 2017 года размер переносимого убытка по налогу на прибыль временно ограничен: в отчетные и налоговые периоды с 1

января 2017 года по 31 декабря 2020 года налоговую базу по налогу на прибыль базу нельзя уменьшать на сумму убытков прошлых периодов больше, чем на 50%). Раньше такого ограничения не было. Причем изменения коснутся убытков, понесенных за налоговые периоды, начинающиеся с 1 января 2007 года. Эта мера должна содействовать увеличению поступления налога на прибыль в соответствующие бюджеты;

5) проверить правильность расчета и уплаты налога на прибыль организациями, имеющими в своем составе обособленные подразделения. Особенности начисления и уплаты налога на прибыль налогоплательщиками, имеющим обособленные подразделения, изложены в статье 288 НК РФ, согласно которой налог по месту нахождения таких подразделений уплачивается, исходя из доли прибыли, приходящейся на такое подразделение и рассчитываемое, как среднее арифметическое удельных весов среднесписочной численности подразделения (фонда оплаты труда) и стоимости амортизируемого имущества подразделения в стоимости имущества всей организации. При этом налог на прибыль уплачивается в федеральный бюджет только головной организацией по месту ее нахождения, в то время, как в региональные бюджеты налог уплачивается по месту нахождения подразделений. Отметим, что с 2017 года изменяется распределение налога на прибыль между бюджетами – теперь в федеральный бюджет будет зачисляться не 2, а 3 % налога, в то время, как в региональные бюджеты налога будет поступать меньше – вместо 18 только 17 %.

Если налогоплательщик имеет несколько обособленных подразделений на территории одного субъекта Российской Федерации,

то распределение прибыли по каждому из этих подразделений может не производиться. В таком случае сумма налога, подлежащая уплате в бюджет этого субъекта РФ, определяется исходя из доли прибыли, рассчитанной из совокупности показателей обособленных подразделений, находящихся на территории субъекта РФ. При этом налогоплательщик самостоятельно выбирает то обособленное подразделение, через которое платит налог в бюджет этого субъекта РФ, уведомив о принятом решении налоговые органы по месту нахождения своего обособленного подразделения, где он состоит на учете.

В последние годы администрирование **налога на имущество** организаций претерпело существенные изменения в связи с серьезными изменениями в порядке исчисления и уплаты этого налога. Изменения коснулись всех элементов данного налога, в том числе и объекта налогообложения. Несмотря на то, что сам объект остался прежним – это движимое и недвижимое имущество, учитываемое на балансе в качестве объектов основных средств в порядке, установленном для ведения бухгалтерского учета, из числа налогооблагаемых объектов исключено имущество, относящееся к первой или второй амортизационной группе в соответствии с Классификацией основных средств, утвержденной Правительством Российской Федерации. Напомним, что с 1 января 2017 года применяется новый Общероссийский классификатор основных фондов (ОКОФ), в связи с чем изменилась и классификация основных средств по амортизационным группам.

В 2013 году с целью стимулирования обновления основных фондов в налоговый кодекс была введена норма, согласно которой

движимое имущество, принятое на учет с 1 января 2013 года, исключалось из объектов налогообложения. Однако вскоре стало очевидно, что данная норма используется исключительно с целью минимизации налога на имущество, вследствие чего ФНС инициировало поправки в главу 30 НГК, согласно которым с 2015 года не освобождается от налога движимое имущество, приобретенное у взаимозависимых по отношению к налогоплательщикам лиц, либо полученное в результате реорганизации, сохранив в отношении иных движимых основных средств прежнюю льготу. А вот в 2017 году право вводить на своей территории льготу в отношении движимого имущества, принятого с 1 января 2013 года на учет в качестве основных средств, передано субъектам РФ. Однако, если региональная власть не воспользуется этим правом, то с 2018 года эта льгота на его территории действовать больше не будет [11].

Но наиболее существенным изменениям подвергся порядок определения налоговой базы по налогу на имущество.

В настоящее время налоговая база по налогу на имущество определяется двояко:

- 1) как среднегодовая стоимость имущества;
- 2) как кадастровая стоимость по состоянию на 1 января года налогового периода.

Начиная с 1 января 2014 г. субъекты РФ вправе принимать законы, устанавливающие особенности исчисления базы по налогу на имущество организаций в отношении следующих видов недвижимого имущества, признаваемого объектом налогообложения:

- 1) административно-деловые центры и торговые центры (комплексы) и помещения в них;

2) нежилые помещения, назначение которых в соответствии с кадастровыми паспортами объектов недвижимости или документами технического учета (инвентаризации) объектов недвижимости предусматривает размещение офисов, торговых объектов, объектов общественного питания и бытового обслуживания либо которые фактически используются для размещения офисов, торговых объектов, объектов общественного питания и бытового обслуживания;

3) объекты недвижимого имущества иностранных организаций, не осуществляющих деятельности в Российской Федерации через постоянные представительства, а также объекты недвижимого имущества иностранных организаций, не относящиеся к деятельности данных организаций в Российской Федерации через постоянные представительства.

4) жилые дома и жилые помещения, не учитываемые на балансе в качестве объектов основных средств в порядке, установленном для ведения бухгалтерского учета (то есть жилые дома и жилые помещения, учитываемые на балансе организации в качестве товаров или готовой продукции).

По мнению Минфина, если здание принадлежит нескольким собственникам, то каждый собственник исчисляет налоговую базу исходя из утвержденной в установленном порядке кадастровой стоимости принадлежащего собственнику помещения с соответствующим кадастровым номером (Письма МФ РФ от 21.03.2014 N 03-05-05-01/12358, от 26.02.2014 N 03-05-05-01/8053).

Минфин также разъяснил, что в отношении организаций-балансодержателей, не являющихся собственниками указанных объектов недвижимого имущества (в частности, в случае права

оперативного управления, хозяйственного ведения, временного владения и др.), налоговая база рассчитывается, как и раньше, исходя из среднегодовой стоимости имущества (Письмо МФ РФ от 21.05.2014 N 03-05-05-01/24062).

Несмотря на то, что налог на имущество организаций относится к региональным налогам, в статье 381 НК РФ приведен перечень налоговых льгот по данному налогу, который, естественно, может дополняться законами субъектов РФ. Одной из таких льгот до недавнего времени была льгота в отношении железнодорожных путей общего пользования, однако с 2013 года в общероссийском масштабе она отменена.

И все же железная дорога не обделена вниманием государства. Федеральным законом 28 декабря 2016 года № 464 устанавливается, что налоговые ставки по налогу на имущество организаций, определяемые законами субъектов Российской Федерации в отношении железнодорожных путей общего пользования и сооружений, являющихся их неотъемлемой технологической частью, не могут превышать в 2017 году 1 процент, в 2018 году – 1,3 процента, в 2019 году – 1,3 процента, в 2020 году – 1,6 %

Кроме того, предусматривается, что в отношении названных объектов, впервые принятых на учёт в качестве объектов основных средств начиная с 1 января 2017 года, сумма налога на имущество организаций исчисляется с применением коэффициента $K_{жд}$, принимаемым равным: 0 – в течение первого налогового периода; 0,1 – в течение второго налогового периода; 0,2 – в течение третьего налогового периода; 0,4 – в течение четвертого налогового периода;

0,6 – в течение пятого налогового периода; 0,8 – в течение шестого налогового периода.

Как отмечалось ранее, одной из наиболее значимых проблем налогового администрирования является проблема постановки налогоплательщика на учет.

В соответствии с п. 1 ст. 83 Кодекса в целях проведения налогового контроля организации подлежат постановке на учет в налоговых органах по месту нахождения, месту нахождения обособленных подразделений, а также по месту нахождения принадлежащих им недвижимого имущества и транспортных средств и по иным основаниям, предусмотренным настоящим Кодексом. Постановка на учет организации в налоговом органе по месту нахождения принадлежащего ей недвижимого имущества осуществляются на основании сведений, сообщаемых органами Росреестра.

Следовательно, у налоговых органов отсутствуют основания для постановки на учет организации по месту нахождения имущества, право на которое не зарегистрировано в установленном порядке. В то же время в соответствии с налоговым кодексом налоговые органы обязаны на основе имеющихся сведений о налогоплательщиках обеспечить постановку их на учет. В этом случае налоговая служба рекомендует до завершения процедуры государственной регистрации прав на недвижимое имущество, организация может подать в данный налоговый орган в произвольной форме заявление об учете с приложением документа, подтверждающего факт подачи документов на государственную регистрацию прав.

В соответствии со статьей 386 Кодекса налогоплательщик налога на имущество организаций, обязан представлять налоговые декларации по налогу на имущество организаций (налоговые расчеты по авансовым платежам по налогу) по местонахождению организации, местонахождению ее обособленных подразделений, имеющих отдельный баланс, и по местонахождению объектов недвижимости, находящихся вне местонахождения организации и ее обособленных подразделений, имеющих отдельный баланс.

Налогоплательщики, в соответствии со статьей 83 Кодекса отнесенные к категории крупнейших, согласно абзацу третьему пункта 1 статьи 386 Кодекса представляют налоговые декларации (расчеты) в налоговый орган по месту учета в качестве крупнейших налогоплательщиков.

При этом особенности порядка администрирования налога на имущество организаций межрегиональными и межрайонными инспекциями ФНС России по крупнейшим налогоплательщикам, определен письмом ФНС России от 17.08.2006 № ШТ-14-23/214дсп@#.

Согласно указанного письма ФНС России, межрегиональные инспекции ФНС России по крупнейшим налогоплательщикам, находящиеся на территории городов Москвы и Санкт-Петербурга, осуществляют администрирование налога на имущество организаций в части суммы налога, зачисляемых в бюджет городов Москвы и Санкт-Петербурга.

Межрайонные инспекции ФНС России по крупнейшим налогоплательщикам осуществляют администрирование налога на имущество организаций в части сумм налогов, зачисляемых:

в бюджет города Москвы;

в бюджет города Санкт-Петербурга;

в бюджет субъекта Российской Федерации и местный бюджет (по соответствующему коду ОКАТО/ОКТМО) в границах муниципального образования по месту нахождения межрайонной инспекции по крупнейшим налогоплательщикам, в котором находится место нахождения крупнейшего налогоплательщика (место регистрации в качестве юридического лица). Администрирование налога на имущество организаций, подлежащего уплате крупнейшими налогоплательщиками за пределами вышеуказанного административно-территориального образования, межрайонные инспекции ФНС России по крупнейшим налогоплательщикам не осуществляют.

Межрегиональные инспекции ФНС России по крупнейшим налогоплательщикам в Москве и Санкт-Петербурге администрируют налог, зачисляемый в бюджет указанных городов. Межрайонные - налог, зачисляемый в бюджет Москвы, Санкт-Петербурга, субъекта Федерации и местный бюджет (по соответствующему коду ОКАТО/ОКТМО) в границах муниципального образования, в котором располагается место нахождения крупнейшего налогоплательщика. Налог, подлежащий уплате крупнейшими плательщиками за пределами муниципального образования, такие инспекции не администрируют (Письмо ФНС России от 17.08.2006 N ШТ-14-23/214дсп@)

Налог на имущество, исчисленный в отношении расположенных в Москве объектов недвижимости, облагаемых по кадастровой стоимости, в 2014 г. администрируют инспекции по местонахождению объектов. При этом крупнейшие налогоплательщики представляют

декларации (расчеты) по названному имуществу в налоговый орган по месту учета в качестве таковых.

Библиографический список:

1. Основные направления налоговой политики на 2017 и плановый период 2018-2019 г.г. / minfin.ru/ru/document/?id_4=116206
2. Федоров Е.А. Управление налоговым бременем: учебн. пособие/
Федоров Е.А., Баранова Л.Г., Федорова В.С.: СПб ПГУПС:2011 – 37 с.
3. Финансово-кредитный энциклопедический словарь.
http://finance_loan.academic.ru
4. Федоров Е.А. Методология налогового контроля: учебн. пособие/Федоров Е.А., Баранова Л.Г., Федорова В.С.: СПб ПГУПС:2013 – 80 с.
5. Федоров Е.А.. Баранова Л.Г.. Федорова В.С. Налоговый контроль, как элемент налогового администрирования. Известия петербургского университета путей сообщения, выпуск 3, 2014 г.
6. Постановление Пленума ВАС РФ от 12.10 2006 № 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды». / Consultant.ru/document/cons_doc_LAW_63894/
7. Постановление от 18 декабря 2007 г. № 65 «О некоторых процессуальных вопросах, возникающих при рассмотрении арбитражными судами заявлений налогоплательщиков, связанных с защитой права на возмещение НДС по операциям, облагаемым

названным налогом по ставке 0%»/

Consultant.ru>document/cons_doc LAW 74082/

8. Федоров Е.А., Баранова Л.Г. Экономическая обоснованность расходов при налогообложении.//Налогообложение, учет и отчетность страховых компаний № 2 2009 г. М., Изд-во Регламент.

9. Баранова Л.Г., Федорова В.С. Идентификация налоговой выгоды при исчислении налога на прибыль. Сборник научных трудов по материалам I международной научно-практической конференции: 30.09.2016 Нижний Новгород:НОО «Профессиональная наука».

10. Постановление правительства РФ от 07.07.2016 № 640./
Consultant.ru>document/cons_doc LAW 201523/

11. Федеральный закон от 30.11.2016 № 401-ФЗ "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"/ *Consultant.ru>document/cons_doc LAW 207915/*

СЕКЦИЯ 4. КОНТРОЛЬ И РЕВИЗИЯ

УДК 330

Дорошенко Е.В. Особенности контроля и ревизия нематериальных активов

Features of control and audit of intangible assets

Дорошенко Екатерина Васильевна,

Студент кафедры «Бухгалтерского учета анализа и аудита»,
Северо–Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

Doroshenko Ekaterina Vasilyevna,

A student of the Department of Accounting Analysis and Audit,
North-Caucasian Federal University, Stavropol

Научный руководитель:

Бабич А.А., д.э.н., профессор кафедры «Бухгалтерского учета анализа и аудита»,

Северо–Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь
Babich AA, Doctor of Economics, Professor of the Department of Accounting Analysis and Audit,
North-Caucasian Federal University, Stavropol

Аннотация: Нематериальные активы не имеют физического выражения, но представляют существенную ценность для организации. В данной статье рассматривается контроль и ревизия нематериальных активов и их особенности.

Ключевые слова: нематериальные активы, контроль и ревизия.

Abstract: Intangible assets do not have physical expression, but are of significant value to the organization. This article examines the control and audit of intangible assets and their features.

Keywords: intangible assets, control and audit.

Главная особенность операций связанных с нематериальными активами, заключается в отсутствии у них материально-вещественной формы. Целью проверки нематериальных активов является установление законности, эффективности и целесообразности совершения хозяйственных операций. Рассмотрим, каким же образом осуществляется проверка нематериальных активов.

Проверка проводится специалистами государственных контролирующих органов или аудиторами. Источниками информации служат бухгалтерский баланс, главная книга, типовые формы по учету нематериальных активов, учетная политика, график инвентаризации и другие внутренние документы организации[1, с.198].

Специалист осуществляет проверку:

- правильности оформления первичных документов;
- организации бухгалтерского учета нематериальных активов;
- факт наличия объектов нематериальных активов;
- наличие акта приема–передачи, подтверждающего факт получения нематериального актива;
- правильность учета амортизации нематериальных активов, который должен вестись на счете 05 «Амортизация нематериальных активов»;
- учета амортизации на все объекты, подлежащие амортизации;
- выбытия нематериальных активов.

Если организация приобрела актив, то он должен учитываться по первоначальной стоимости. Затраты, входящие в первоначальную стоимость должны учитываться по дебету счета 08 «Вложения во внеоборотные активы».

Выбытие нематериальных активов происходит в случае[2, с.46]:

- продажи;
- вкладом в уставной капитал;
- с передачей безвозмездной или договором дарения;
- со списанием, с полным погашением стоимости объекта либо его выбытием;

– с ликвидацией, в результате стихийных бедствий или чрезвычайных ситуаций.

Для учета доходов и расходов от выбытия нематериальных активов используется счет 91 «Прочие доходы и расходы».

Начисление амортизации по нематериальным активам, предоставленным в пользование, проводится предприятием–правообладателем с месяца, следующего за месяцем принятия объекта к бухгалтерскому учету, и начисляется до полного погашения стоимости либо до выбытия этого объекта. Амортизационные отчисления по нематериальным активам отражаются в учете уменьшением первоначальной стоимости объекта либо накоплением отчисленных сумм на отдельном счете.

При инвентаризации нематериальных активов необходимо проверить:

– наличие документов, подтверждающих права налогоплательщика на их использование;

– правильность и своевременность отражения нематериальных активов в бухгалтерском балансе.

Если имеются излишки нематериальных активов, то они приходяются. Делается следующая бухгалтерская запись: дебет 04 «Нематериальные активы» и кредит 91 «Прочие доходы и расходы, субсчет 1 «Прочие доходы».

Рассмотрим какие же существуют ошибки при ревизии нематериальных активов:

1. Неправильность отнесения активов на счете 04.
2. Неправильность формирования первоначальной стоимости по нематериальным активам.

3. Неправильность определения срока эксплуатации нематериальных активов.

3. Отсутствие документов, подтверждающих отнесение объектов учета к нематериальным активам.

Таким образом, в данной статье рассмотрены особенности контроля и ревизии нематериальных активов, а именно: правильность оформления принятия к учету и выбытия нематериальных активов, как осуществляется амортизация и инвентаризация нематериальных активов, на каких счетах делаются бухгалтерские записи по данным операциям т.д.

Библиографический список:

1. Бобошко, В.И. Контроль и ревизия : учебное пособие / В.И. Бобошко. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 312 с.

2. Контроль и ревизия : учебное пособие / Е.А. Федорова, О.Е. Ахалкаци, М.В. Вахорина, Н.Д. Эриашвили ; под ред. Е.А. Федоровой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 239 с.

СЕКЦИЯ 5. ОТЧЕТНОСТЬ

УДК 330

Валеева А.С. Применимость новых подходов к оценке достоверности отчетов о движении денежных средств в российских компаниях

Applicability new methods of evaluation reliability cash flow statement of Russian companies

Валеева Анастасия Сергеевна,

Студент очной формы дневного отделения, направление экономика
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Valeeva Anastasia Sergeevna,

Student (full-time), Economics
Novosibirsk State University of economics and management

Аннотация: При составлении финансовой отчетности требуется информация полная, достоверная, справедливая для эффективности принимаемых на ее основе управленческих решений. От этого зависит доверие инвесторов, кредиторов и государственных структур.

Ключевые слова: отчет о движении денежных средств, манипулирование финансовой отчетностью, методики оценки качества.

Abstract: In the preparation of financial statements you need full, reliable, fair information for decision making. Trust of investors, lenders, state structures depends on this.

Keywords: cash flow statement, accounting abuses, financial reporting quality evaluation.

Во всем мире при составлении отчетности необходимо соблюдать определенные требования. В первую очередь, это предоставление достоверной информации. В бухгалтерии это требование выражается английским принципом «true and fair view». Но стоит отметить, что принцип достоверности и справедливости должен распространяться на всю отчетность в целом. В конечном счете от степени истинности и полноты исходных данных зависит степень достоверности анализа и эффективности принимаемых на его основе

управленческих решений. Не менее важна скорость получения и обработки информации, в противном случае управляющие не успеют должным образом отреагировать на возникшие проблемы и вовремя нивелировать негативные последствия. Следует отметить, что от этого зависит доверие инвесторов, кредиторов и государственных структур [1, 3].

В российской практике построения отчетности проблема достоверности обозначена достаточно остро. Это связано с несколькими факторами, однако в первую очередь «виновато» несовершенство законодательной базы требований к предоставляемой финансовой отчетности. Все вышеописанное подводит стейкхолдеров к необходимости проверки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности и прежде всего отчета о движении денежных средств (ОДДС) с целью убедиться в отсутствии недостоверных данных. В настоящее время существуют различные методы оценки достоверности ОДДС. Основным и наиболее известным является классический метод, который основывается на равенстве двух показателей: сальда денежного потока с учетом величины курсовой разницы иностранной валюты по отношению к рублю за период ОДДС и изменения суммы денежных средств и денежных эквивалентов бухгалтерского баланса. В случае его соблюдения ОДДС признается достоверным.

В настоящее время отечественные исследования направлены на разработку методологических основ проверки достоверности отчетности с учетом российской специфики ведения бухгалтерского учета. Так, М. Ю. Савельева, М. А. Алексеев и С. А. Дудин предлагают новый алгоритм проверки качества ОДДС в российских компаниях [2]. Этот метод проверки качества отчета о движении денежных средств

опирается на принцип соответствия показателей – коэффициентов накопления, рассчитываемых по самому ОДДС и бухгалтерскому балансу. В основе подхода лежат следующие формулы:

$$\begin{cases} CACC_{Firm}^{CF} = \frac{NI - (CFO + CFI)}{NOA} \\ CACC_{Firm}^{BB} = \frac{\Delta NOA}{NOA} \end{cases} \quad (1)$$

где $CACC_{Firm}^{CF}$ – коэффициент начислений, рассчитанный на основе данных ОДДС;

NI – чистая прибыль;

$(CFO + CFI)$ – сальдо денежных потоков от текущих и инвестиционных операций;

NOA – чистые операционные активы;

$CACC_{Firm}^{BB}$ – коэффициент начислений, рассчитанный на основе данных бухгалтерского баланса.

Таким образом, анализ качества ОДДС основан на принципе соответствия коэффициентов начисления, построенных на основе данных ОДДС и бухгалтерского баланса. Тогда условие достоверности будет выглядеть следующим образом:

$$\left| \frac{(NI - \Delta NOA) - (CFO + CFI)}{NOA} \right| \leq 0.05 \quad (2)$$

При условии что разница между $NI - (CFO + CFI)$ и ΔNOA не будет превышать допустимой погрешности – 5%, следует говорить о том, что ОДДС составлен качественно.

Преимущество данного метода заключается в том, что с его помощью можно проверить качество отчетности не только одной

конкретной компании, но и проанализировать большой массив данных, например, провести анализ ОДДС отдельной отрасли.

В данном исследовании выдвигается гипотеза о наличии большого количества манипуляторов ОДДС в компаниях пищевой промышленности. Для проверки выдвинутой гипотезы, опираясь на данные базы СКРИН, была сформирована выборка компаний пищевой промышленности Новосибирской области, состоящая из 3156 объектов.

Далее был проведен анализ достоверности ОДДС по компаниям, попавшим в выборку, с использованием классического подхода к проверке. Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

Анализ достоверности составления ОДДС компаниями пищевой промышленности

	Компании, не предоставившие ОДДС	Компании, имеющие достоверный ОДДС	Компании, имеющие недостоверный ОДДС
Количество компаний, шт.	165	1164	1827
Доля от изначальной выборки, %	5,23%	36,88%	57,89%

Из полученной информации можно сделать вывод, что 165 компаний не предоставляли ОДДС. Отчетность оставшихся была проверена на степень достоверности. При оценке качества ОДДС классическим способом, результатом может быть либо подтверждение

его достоверности, либо нет. Результаты анализа свидетельствуют, что в пищевой промышленности достоверными были признаны отчетности только 1164 компаний, что составило около трети из начальной выборки.

Далее был проведен анализ достоверности ОДДС компаний пищевой промышленности Новосибирской области по новой методике, предложенной российским учеными [2]. Результаты анализа представлены в таблице 2.

Таблица 2

Анализ достоверности составления ОДДС компаниями пищевой промышленности

	Компании, не предоставившие ОДДС	Компании, с абсолютно достоверным ОДДС (погрешность – 0%)	Компании, с достоверным ОДДС (погрешность – меньше 5%)		Компании, с недостоверным ОДДС (погрешность – больше 5%)
			Включая 0%	Не включая 0%	
Количество компаний, шт.	165	452	800	348	2191
Доля от изначальной выборки, %	5,23%	14,32%	25,35%	11,03%	69,42%

Как и в первом случае 165 компаний были исключены из первоначальной выборки в связи с отсутствием ОДДС. Отчетность оставшихся была проверена на степень достоверности по формуле 2. Абсолютно достоверные данные находились только в 452 отчетах, что составило 14,32% из начальной выборки. Погрешность составляющая от 5% до 10% не оказывает существенного влияния на принятие управленческих решений, следовательно, ею можно пренебречь. 800 компаний предоставили отчетность с допустимой погрешностью, среди которых 452 имели абсолютную достоверность.

Погрешность, превышающая 10%, влияет на принятие решений, однако, в данном исследовании по степени погрешности результаты разделены только на 3 группы: нулевая, меньше 5% (несущественная) и больше 5%.

Сравнивая результаты анализа, полученные с использованием классического и нового методов оценки, позволили сделать вывод о том, что во втором случае количество компаний манипуляторов стало больше.

Таким образом, выдвинутая нами гипотеза полностью подтвердилась. Было выявлено достаточно большое количество компаний, манипулирующих ОДДС в пищевой отрасли Новосибирской области.

В результате проведенного исследования, можно сделать вывод, что следует рекомендовать к использованию новый подход к оценке достоверности ОДДС при анализе компаний на больших массивах информации. Это позволит получать более достоверную информацию и повысить эффективность принимаемых всеми группами стейкхолдеров управленческих решений.

Библиографический список:

1. Алексеев М.А., Савельева М.Ю., Слайковский С.А. Влияние манипулирования финансовой отчетностью на оценку стоимости компании // Сибирская финансовая школа. 2017. № 1 (120). С. 107-110.
2. Савельева М.Ю., Алексеев М.А., Дудин С.А. Проверка качества составления отчета о движении денежных средств в

российских компаниях // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т.16. № 4 (463). С. 756-767.

3. Шляхтенко К.К., Савельева М.Ю. Применение различных коэффициентов начисления для оценки качества прибыли в отрасли транспортировки и хранения // В сборнике : Традиции и инновации в современной науке Сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции. 2016. С. 368-375.

УДК 330

Орлова Т.С., Зинатуллина Э.Р. О влиянии качества бухгалтерской отчетности на формирование финансового результата

On the influence of quality of accounting in the financial result

Орлова Т.С.,
д.ф.н., профессор
Уральский государственный экономический университет
г. Екатеринбург
Orlova T.S.,
Phys.N., Professor
Ural state economic University
Ekaterinburg

Зинатуллина Э.Р.,
Магистрант
Zinatulina E.R.,
Undergraduate

Аннотация: В статье рассматривается влияние качества бухгалтерской отчетности на формирование финансового результата.

Ключевые слова: Бухгалтерская отчетность, финансовый результат.

Abstract: The article discusses the influence of the quality of financial statements on the financial result.

Keywords: Financial statements the financial result.

Одной из проблем формирования объективных финансовых результатов является качество бухгалтерской отчетности. Бухгалтерский, или учетный, метод исчисления конечных финансовых результатов основан на расчете прибыли или убытка по учетным документам.

Проблема классификации доходов и расходов усложнена тем, что в налоговом учете существует иная группировка. Несоответствие бухгалтерской и налогооблагаемой прибыли выражено во временных разницах и расчетах признания доходов в целях бухгалтерского и налогового учета.

Проблема предоставления исчерпывающей информации о результатах финансово-хозяйственной деятельности корпорации (холдинга) как единого субъекта экономических отношений решается с помощью консолидированной отчетности, которая позволяет собственникам (акционерам), инвесторам и менеджерам согласовывать свои экономические интересы.

Авторы попытались исследовать проблемы формирования информации о финансовых результатах, распределения прибыли в оптовой торговле на примере таких компаний как ООО «Универсалкомплект», ООО «Компания «ПРОФ ЕКБ» и ООО «Профи-Браш». Бухгалтерская отчетность в открытом доступе за 2016 год на данный момент компаниями не представлена.

Финансовые результаты выбранных компаний за 2015 год отражены в таблице 1.

Таблица 1

Финансовые результаты оптовых строительных компаний
Свердловской области за 2015 год [составлено автором на основании
источников 4, 5, 6]

Наименование показателя	ООО «Универсал- комплект»	ООО «Компания «ПРОФ ЕКБ»	ООО «Профи-Браш»
Выручка (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов)	11 566	4 454	13 235
Себестоимость продаж	(11 430)	(1 960)	(12 946)
Валовая прибыль (убыток)	136	2 494	289
Прибыль (убыток) от продаж	136	2 494	289
Прочие расходы	(8)	(660)	(279)
Прибыль (убыток) до налогообложения	128	1 834	158
Текущий налог на прибыль	(25)	(50)	(100)
Чистая прибыль (убыток)	103	1 784	58

Авторами для примера были выбраны компании, схожие по роду деятельности, осуществляющие оптовую торговлю инертными материалами, строительным щебнем, строительными материалами.

Аналогично коммерческим предприятиям прочих отраслей в строительстве для получения релевантных сведений, соответствующих запросу и сложившейся финансовой ситуации, необходимы отбор, оценка, анализ и компиляция исходной отчетной информации.

В качестве источников информации для строительной организации, как и предприятий другой отраслевой направленности, выступают бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, т.е. формы финансовой отчетности.

Специфическим свойством финансового результата, подчеркнутым является то, что информация о нем подлежит внесению в финансовую и бухгалтерскую отчетность компаний.

Наибольшее значение при формировании финансового результата имеет верное определение полученных доходов и понесенных расходов, то есть корректное их определение количественное и временное (по срокам, иначе говоря, по моменту признания). На основании информации о доходах и расходах возникает представление о главном финансовом результате хозяйственной деятельности компании – о прибыли или убытке.

В ходе исследования автор отмечает, что с 2013 года у выбранных для анализа компаний финансовые результаты, а именно товарооборот, валовая прибыль и прибыль от продаж имеют тенденцию к снижению.

Анализируя общую статистику по отрасли, авторами отмечена следующая тенденция. По итогам 2016 года предприятиями

стройкомплекса Свердловской области отгружено материалов на сумму почти 69 миллиардов рублей, что составляет 106 % к показателю предыдущего года. В частности, за 2016 год в Свердловской области произведено 18,6 миллионов кубических метров нерудных строительных материалов, что составляет 103,6 % к показателям 2015 года. На 6,4 % выросли объемы производства гальки, гравия и щебня - свердловские предприятия изготовили 15,3 миллиона кубических метров этих строительных материалов [7].

Следует также добавить, что в Свердловской области в настоящее время производится более 95 процентов стройматериалов. Благодаря этому регион обеспечивает себя основными строительными материалами: цементом, железобетонными изделиями, стеновыми материалами, кирпичом, нерудными и теплоизоляционными материалами.

По прогнозам Исполнительного директора Союза предприятий стройиндустрии Свердловской области Юрия Чумерина во второй половине 2017 года может произойти начало восстановления рынка стройматериалов [8].

Основными путями повышения прибыли от реализации продукции для выбранных нами компаний является снижение ее себестоимости, увеличение объемов производства и реализации, повышения качества и цены продукции. Анализ прибыли необходимо для поиска резервов его увеличения, что позволяет привлечения дополнительных средств, улучшение финансового состояния предприятия и расширения его деятельности.

Для повышения финансовых результатов деятельности предприятия можно предложить внедрить систему учета

логистических расходов, основанной на времени TDABC. При расчете доходы и расходы предприятия, связанные с внедрением данной модели, будут направлены на повышение эффективности деятельности предприятий.

Основными путями рационализации порядка распределения прибыли на данных предприятиях будут являться: обеспечение сбалансированности форм и методов распределения прибыли; обеспечение планирования формирования прибыли и ее распределения (выбор дивидендной политики); обеспечение прибыльности предприятия.

Проблема формирования финансовых результатов деятельности исследуемых компаний требует разработки рационального механизма аккумулирования и использования прибыли, что определило приоритетность вопросов управления прибылью в деятельности выбранных авторами оптовых строительных компаний.

Библиографический список:

1. Григорьева, Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник / Т.И. Григорьева. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 486 с.
2. Литовченко, В.П. Финансовый анализ: Учебное пособие / В.П. Литовченко. - М.: Дашков и К, 2014. - 214 с.
3. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ: Учебное пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 639 с.
4. Бухгалтерская отчетность компании ООО «Универсалкомплект»: <https://e-ecolog.ru/buh/2015/6679072013>
5. Бухгалтерская отчетность компании ООО «Компания «ПРОФ ЕКБ»: <https://e-ecolog.ru/buh/2014/6670382187>

6. Бухгалтерская отчетность компании ООО «Профи-Браш»:
<https://e-ecolog.ru/buh/2015/6672349428>

7. На 6 % в Свердловской области рост объемов отгрузки строительных материалов в 2016 году:
http://shebni.ru/news/za_2016_god_v_sverdlovskoi_oblasti_na_6_procento_v_vyrosli_obemy_otgruzhennoi_produkcii_stroitelnyh_materialov/ [дата обращения: 18.03.2017]

8. Рынок стройматериалов: Предприятия загружены на 60% // Информационно-аналитическое агентство «Урал Бизнес Консалтинг» от 30.06.2016: <http://urbc.ru/1068056776-rynok-stroymaterialov-predpriyatiya-zagruzheny-na-60.html>

СЕКЦИЯ 6. ФИНАНСОВЫЙ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

УДК 330

Еремейчук К.Ю. Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса АО «Татэнерго»

Horizontal and vertical analysis of the balance sheet of JSC "Tatenergo"

Еремейчук Карина Юрьевна,
магистрант 1-го курса направления подготовки «Финансы и кредит»
Институт экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского»

Eremeychuk Karina Yuryevna,
Master of 1 st course in the direction of preparation "Finance and credit"
Institute of Economics and Management (structural unit)
FGAOU VO "Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky"

Аннотация: В статье рассмотрены сущность и необходимость использования методов финансового анализа: горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса на примере организации АО «Татэнерго».

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, горизонтальный анализ, вертикальный анализ.

Abstract: The essence and necessity of using methods of financial analysis are considered in the article: horizontal and vertical analysis of the balance sheet on the example of the organization of JSC "Tatenergo".

Keywords: accounting reporting, horizontal analysis, vertical analysis.

В настоящее время экономические преобразования создают необходимость к возрастанию роли анализа в организации хозяйственной деятельности организации.

Анализ хозяйственной деятельности проводится с позиций различных пользователей аналитических отчетов и соответственно по различной по объему и информативности базе данных.

Содержание экономического анализа и решение стоящих перед ним задач конкретизируется и осуществляется в рамках его составных

частей: анализа финансовой отчетности организаций и финансовых результатов его деятельности, проводимая по данным бухгалтерской отчетности и направленная на определение позиции организации на рынке относительно прошлых, текущих и перспективных условий существования.

Одной из основных задач анализа финансовой отчетности и в частности баланса является общая характеристика средств организации и источников их формирования.

Такая оценка не возможна без проведения горизонтального и вертикального анализа баланса.

Горизонтальный анализ является одним из наиболее распространенных методов анализа отчета о финансовых результатах. Он позволяет оценить абсолютное и относительное изменение статей отчета за период. Горизонтальный анализ помогает изучить изменение итоговых показателей бухгалтерского баланса во времени. Можно проследить изменения, произошедшие за предыдущий и предшествующий предыдущему годы, можно понять сложился положительный или отрицательный результат. Для анализа берутся любые два или три периода, это могут быть кварталы или годы. В рамках временного анализа баланса сравниваются значения как абсолютных показателей в денежном выражении, так и относительных показателей в процентах.

Вертикальный анализ баланса еще называется структурным, так как показывает структуру конечных данных бухгалтерского баланса в виде относительных величин. При вертикальном анализе статьи отчетности приводятся в процентах к итогу. Данный вид анализа позволяет посмотреть изменения статей баланса. Процентные

показатели наглядно показывают насколько произошли отклонения и в какую сторону, для анализа данный способ более удобный, так как при расчетах в абсолютных величинах не всегда понятно, насколько ситуация ухудшилась или улучшилась.

При вертикальном анализе баланса итоговую сумму активов принимают за сто процентов и каждую дальнейшую статью представляют в виде процентной доли от базового значения. Рассчитывается процентный показатель путем деления каждой строки по анализируемому году на валюту баланса и умножения на 100%.

Таким образом, к преимуществам вертикального анализа относятся возможность:

- изучать результаты финансово-хозяйственной деятельности на основе относительных показателей, сглаживающих влияние субъективных внешних факторов, которое имеет место при работе с абсолютными показателями и затрудняет их сопоставление в динамики;

- проводить межхозяйственные сравнения различных организаций, различающихся по величине используемых ресурсов и другим показателям объема.

Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса дополняют друг друга и могут применяться одновременно. На практике нередко строят аналитические таблицы, характеризующие как структуру отчетной бухгалтерской формы, так и динамику отдельных ее показателей. Оба этих вида особенно ценны при межхозяйственных сопоставлениях. Они позволяют сравнивать бухгалтерский баланс у организаций, совершенно разных породу деятельности.

Объектом исследования является АО «Татэнерго», одна из крупнейших региональных генерирующих компаний Российской Федерации, создана в соответствии с Основными направлениями реформирования электроэнергетики России, утвержденными постановлением Правительства РФ от 11.07.201 №526 «О реформировании электроэнергетики Российской Федерации».

Как указано на официальном сайте «компания стремится занять лидирующие позиции на энергетическом рынке, быть надежным партнером для инвесторов, заботиться об интересах акционеров и отвечать самым высоким требованиям клиентов. Переходя на международные стандарты прозрачности ведения бизнеса, компания стремится стать эталоном энергогенерирующего комплекса России. Основным видом деятельности общества является производство электрической и тепловой энергии на электростанциях АО «Татэнерго», включенных в единую энергетическую систему, выдача произведенной энергии в электрические и тепловые сети с поддержанием нормального качества отпускаемой энергии – нормируемых частоты и напряжения электрического тока, давления и температуры теплоносителей» [1].

С 1 декабря 2008 г. компанией получен статус субъекта оптового рынка электрической энергии (мощности) и допуск к торговой системе ОРЭМ. По объему производимой продукции АО «Татэнерго» входит в число крупнейших в России производителей электроэнергии.

«Установленная электрическая мощность АО «Татэнерго» составляет 5125 МВт, в том числе мощность всех ТЭС 4010 МВт (76,9%), мощность Нижнекамской ГЭС – 1205 МВт (23,1%)» [1].

Установленная тепловая мощность электростанций АО «Татэнерго» составляет 7793 Гкал/час.

Общество с 1 декабря 2008 г. работает на оптовом рынке электрической энергии и мощности (ОРЭМ) и осуществляет поставку электрической энергии и мощности более 250 контрагентам на территории Российской Федерации.

Продажу тепловой энергии АО «Татэнерго» осуществляет на территории Республики Татарстан.

Реализация электрической и тепловой энергии производится круглогодично. Однако максимальный объем производства и потребления приходится на 1-й и 4-й кварталы года – осенне-зимний максимум.

В своей структуре компания имеет 9 филиалов и 1 дочернее предприятие.

Проведем вертикальный анализ баланса АО «Татэнерго» за период с 2014 по 2016 гг. (табл. 1).

Таблица 1

Вертикальный анализ баланса АО «Татэнерго»

Наименование показателя	2014	2015	2016
АКТИВ	100%	100%	100%
Внеоборотные активы	67,33%	73,51%	70,49%
в том числе:			
Нематериальные активы	3,07%	2,34%	2,07%
Результаты исследований и разработок	0,05%	0,02%	0,01%
Основные средства	51,83%	43,19%	40,93%
Финансовые вложения	2,12%	6,01%	3,54%
Отложенные налоговые активы	0,61%	0,63%	0,10%
Прочие внеоборотные активы	9,65%	21,32%	23,84%
Оборотные активы	32,67%	26,49%	29,51%
в том числе:			
Запасы	3,85%	3,31%	2,58%
Дебиторская задолженность	13,41%	14,05%	13,95%
Финансовые вложения	14,68%	7,85%	12,41%
Денежные средства и денежные эквиваленты	0,73%	1,28%	0,57%
ПАССИВ	100%	100%	100%
Капитал и резервы	75,79%	68,73%	67,39%
в том числе:			
Уставный капитал	20,33%	16,82%	16,64%
Резервный капитал	1,02%	0,84%	0,83%
Нераспределенная прибыль	54,44%	51,07%	49,92%
Долгосрочные обязательства	11,97%	19,61%	20,34%
в том числе:			
Заемные средства	10,76%	17,10%	18,03%
Отложенные налоговые обязательства	1,21%	2,07%	1,43%
Прочие обязательства	-	0,44%	0,88%
Краткосрочные обязательства	12,24%	11,66%	12,27%
в том числе:			
Заемные средства	3,55%	6,53%	5,33%
Кредиторская задолженность	8,30%	4,58%	6,58%
Оценочные обязательства	0,39%	0,55%	0,36%

Источник: составлено автором [1].

Вертикальный анализ баланса наглядно продемонстрировал, что основная часть активов представлена внеоборотными активами, на долю которых в 2014 г. приходится 67,33% от всех активов; в 2015 г. – 73,51%; а в 2016 г. – 70,49%. Основную долю нематериальных активов

представляют собой основные средства, которые в 2014 г. в структуре внеоборотных активов составляли 51,83%; в 2015 г. – 43,19%; в 2016 г. 40,93%.

Наименьший удельный вес приходится на результаты исследований и разработок. В 2014 г. они составляли всего лишь 0,05% от всего объема внеоборотных активов; в 2015 г. – 0,02%; в 2016 г. – 0,01%.

Оборотные активы в 2014 г. составляли 32,67% от всего объема активов предприятия; в 2015 г. – 26,49%; в 2016 г. 29,51%. В структуре оборотных активов наибольший удельный вес составляют дебиторская задолженность и финансовые вложения.

Основная доля пассивов приходится на собственный капитал предприятия, который в бухгалтерском балансе значится как «капитал и резервы». В 2014 г. он составлял 75,79% от всего объема пассивов, в 2015 г. – 68,73%; в 2016 г. – 67,39%. Предприятие является прибыльным, поэтому большая часть (около половины) собственного капитала приходится на нераспределенную прибыль. В 2014 г. она составляла 54,44% от всего объема собственного капитала; в 2015 г. – 51,07%; в 2016 г. – 49,92%.

Долгосрочные обязательства в большей своей части представлены заемными средствами, которые за исследуемый период составляют более 10% от всего объема долгосрочных обязательств.

Краткосрочные обязательства в основном представлены кредиторской задолженностью и краткосрочными заемными средствами.

Проведем горизонтальный анализ баланса АО «Татэнерго» (табл. 2).

Таблица 2

Горизонтальный анализ баланса АО «Татэнерго»

Наименование показателя	2015/2014		2016/2015	
	Абсолют. измен-е, тыс. руб.	Относит. измен-е, %	Абсолют. измен-е, тыс. руб.	Относит. измен-е, %
АКТИВ	7859869	20,90%	496437	17,29%
Внеоборотные активы	8105117	32,01%	-1025615	-3,07%
в том числе:				
Нематериальные активы	-87296	-7,57%	-116003	-10,89%
Результаты исследований и разработок	-8421	-46,94%	-3496	-36,72%
Основные средства	143310	0,73%	-822265	-4,18%
Финансовые вложения	1936199	242,72%	-1107327	-40,50%
Отложенные налоговые активы	56984	24,90%	-237888	-83,21%
Прочие внеоборотные активы	6064341	167,08%	1261364	13,01%
Оборотные активы	-245248	-2,00%	1522052	12,64%
в том числе:				
Запасы	58220	4,02%	-321506	-21,36%
Дебиторская задолженность	1345233	26,67%	23357	0,36%
Финансовые вложения	-1955891	-35,41%	2137825	59,94%
Денежные средства и денежные эквиваленты	307192	112,40%	-317554	-54,70%
ПАССИВ	7859869	20,90%	496437	17,29%
Капитал и резервы	2747563	9,64%	-272893	-0,87%
в том числе:				
Уставный капитал	0	0%	0	0%
Резервный капитал	0	0%	0	0%
Нераспределенная прибыль	2747563	13,42%	-272893	-1,17%
Долгосрочные обязательства	4412825	98,03%	432816	4,85%
в том числе:				
Заемные средства	3730940	92,24%	511881	6,58%
Отложенные налоговые обязательства	484758	106,22%	-284870	-30,27%
Прочие обязательства	197127	100%	207805	105,42%
Краткосрочные обязательства	699481	15,19%	334514	6,31%
в том числе:				
Заемные средства	1636037	122,65%	-520872	-17,54%

Наименование показателя	2015/2014		2016/2015	
	Абсолют. измен-е, тыс. руб.	Относит. измен-е, %	Абсолют. измен-е, тыс. руб.	Относит. измен-е, %
Кредиторская задолженность	-1037611	-33,25%	938963	45,08%
Оценочные обязательства	101120	67,75%	-83866	-33,50%
Прочие обязательства	-80	-100%	307	100%

Источник: составлено автором [3].

Проведенное исследование свидетельствует о том, что активы предприятия с каждым ходом растут, но темп этого роста снижается. В 2015 г. активы выросли на 20,90%, а в 2016 г. – на 17,29%. Однако внеоборотные активы в 2016 г. снизили свой объем на 1025615 тыс. руб., что составляет 3,07%. Практически по всем статьям баланса, относящимся к внеоборотным активам, происходит снижение показателей. Снижение вводов мощности электростанций в период экономического спада привело к ускоренному износу основного оборудования. 88% мощностей энергетических котлов и турбин проработало более 25 лет, из них около 35% мощностей проработало уже более 35 лет.

Снижение эффективности работы оборудования отрицательно снижается на конкурентоспособности продукции при выходе на НОРЭМ.

В связи с этим, задачей технической политики АО «Татэнерго» является определение путей для достижения конкурентоспособности производства электро- и теплоэнергии с необходимым качеством, обеспечения надежности электро- и теплоснабжения потребителей, снижения эксплуатационных издержек.

Поэтому в компании начали реализовываться и реализуются инвестиционные проекты.

Анализ оборотных активов показал постоянный рост (однако незначительный в 2016 г. – 0,36%) дебиторской задолженности, которая в 2015 г. выросла на 26,67%.

Собственный капитал предприятия в 2016 г. снизился из-за снижения нераспределенной прибыли.

Долгосрочные обязательства имеют тенденцию роста. В 2015 г. они выросли на 98,03% по сравнению с 2014 г., однако в 2016 г. наблюдался незначительный их рост – на 4,85%. Это произошло в основном за счет роста заемных средств. Тенденция аналогичная: в 2015 г. заемные средства выросли на 92,24%, а в 2016 г. – на 6,58%.

Краткосрочные обязательства также по годам растут. В 2016 г. наблюдался значительный рост кредиторской задолженности на 45,08%.

Таким образом на основании проведенного горизонтального и вертикального анализа АО «Татэнерго» можно сказать, что финансово-хозяйственная деятельность не способствовала увеличению его собственного капитала.

На основании горизонтального и вертикального анализа бухгалтерского баланса на предприятии руководство организации может усилить контроль над издержками, добиться увеличения прибыли на следующий год или не допустить ее снижения, проанализировать состав основных финансовых активов, оборотных средств, и многое другое [3]. Из этого следует, что горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса это неотъемлемая часть анализа финансовой отчетности предприятия.

Библиографический список:

1. Абрютина М.С. Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебно-практическое пособие. – М.: "Дело и сервис", 2008.
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ. – М.: Издательство "Бухгалтерский учет", 2008.
3. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – М.: Инфра – М, 2009.

УДК 336.61

Козлова П.Н. Анализ денежных потоков (на примере ООО «С-К Нижний Новгород»)

Analysis of cash flows (for example, LLC "St. Petersburg Nizhny Novgorod")

Козлова Полина Николаевна,

Студентка 4 курса, кафедра бухгалтерского учета, анализа и финансов
Волжский государственный университет водного транспорта, г. Нижний Новгород

Kozlova Polina Nikolaevna,

Student 4 courses, Department of Accounting, Analysis and Finance,
Volzhsky State University of Water Transport, Nizhny Novgorod

Научный руководитель:

Почекаева Ольга Вадимона, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа
и финансов

Волжский государственный университет водного транспорта,
г. Нижний Новгород

Scientific adviser: Pochekeyeva O., PhD in economics, Associate Professor of the
Department of Accounting, Analysis and Finance,
Volzhsky State University of Water Transport, Nizhny Novgorod

Аннотация: Денежные средства играют большую роль в хозяйственной деятельности организаций, грамотное управление ими обеспечивает предприятию стабильное существование в рыночных условиях. В современном мире денежные средства являются важным элементом в деятельности любого предприятия. Их избыток или дефицит негативно сказывается на организации в целом и влечет за собой ряд проблем. С развитием финансового менеджмента, международная практика показала, что грамотное управление денежными потоками предотвращает появление кризисных ситуаций, обеспечивает финансовую стабильность и эффективность компаний, влияя на их конечные хозяйственные результаты.

Ключевые слова: анализ, управление, денежные потоки

Abstract: Cash plays a big role in the economic activities of organizations, competent management of them provides the company a stable existence in market conditions. In the modern world, cash is an important element in the operation of any enterprise. Their excess or deficit has a negative impact on the organization as a whole and entails a number of problems. With the development of financial management, international practice has shown that the competent management of cash flows prevents the emergence of crisis situations, ensures the financial stability and efficiency of companies, affecting their final economic results.

Keywords: analysis, management, cash flows

Анализ денежных потоков рассматривается как раздел анализа
платежеспособности организации и основное направление

совершенствования финансовой устойчивости [1,3]. Основная цель анализа денежных потоков организации – предоставление заинтересованным пользователям полной и достоверной информации об уровне формирования денежных средств, эффективности их использования, а также сбалансированности положительного и отрицательного денежных потоков по видам деятельности и во времени [4,5].

Основным документом для анализа является «Отчет о движении денежных средств», с помощью которого можно контролировать текущую платежеспособность предприятия, принимать оперативные решения по управлению денежными средствами и объяснять расхождения между финансовым результатом и изменением денежных средств.

Наиболее распространенным и простым методом анализа денежных потоков является прямой метод, предполагающий отождествление всех операций, затрагивающих приток и отток денежных средств. Движение денежных средств от текущей деятельности подразумевает перемещение денежных средств, полученных от текущей деятельности, и денежных средств, направленных на текущую деятельность. Как правило, это результаты хозяйственных операций, влияющих на определение чистой прибыли (убытка) организации.

Проанализируем денежные потоки исследуемой организации [2]. Состав и структура поступлений денежных средств рассмотрим в таблице 1.

Таблица 1

Состав и структура поступлений денежных средств по текущей деятельности ООО «К-С Нижний Новгород»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонение (+/-)
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Средства от продажи продукции, товаров, работ и услуг – всего, в т.ч.:	18701,70	98,2	27477,82	97,6	8776,12
- поступления от покупателей	18701,70	98,2	27477,82	97,6	8776,12
Прочие поступления – всего, в т.ч.:	346,04	1,8	668,85	2,4	322,81
- НДС	2,76	0,0	16,51	0,1	13,75
- поступление по субагентскому договору	336,27	1,8	652,34	2,3	316,07
- возврат подотчетной суммы	7,00	0,0	-	-	-7,00
Итого поступлений по текущей деятельности	19047,74	100	28146,67	100	9098,93

Анализ данных таблицы 1 показал, что сумма средств по текущей деятельности увеличилась на 9098,93 тыс. руб. Это связано с тем, что увеличились поступления от покупателей за предоставленные им курьерские услуги на 8776,12 тыс. руб., субагентским договорам на 316,07 тыс. руб., свернутый остаток НДС – 13,75 тыс. руб. Однако, произошло уменьшение по возврату подотчетных сумм, что отрицательно, хоть и не значительно, сказалось на конечном результате по поступлениям от текущей деятельности.

Также стоит отметить, что полностью отсутствовали поступления субагентских вознаграждений за два года, что также отрицательно сказывается на итогах деятельности. Наибольший удельный вес

занимают средства, полученные от продажи товаров, работ и услуг покупателям 97,6%, наименьший – положительный остаток НДС 0,1%.

Состав и структура расходов денежных средств предприятия по текущей деятельности рассмотрена в таблицах 2-5.

Таблица 2

Состав и структура платежей поставщикам ООО «К-С Нижний Новгород»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонение (+/-)
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Платежи поставщикам – всего, в т.ч.:	11895,26	63,1	18056,47	66,5	6161,21
- поставщикам за сырьем, материалы, работы, услуги	11678,02	61,9	17962,41	66,1	6284,39
- аренда авто	217,24	1,2	94,06	0,4	-123,18
Итого платежей по текущей деятельности	18863,67	100	27159,02	100	8295,35

В связи с увеличением деятельности по предоставлению почтовых и курьерских услуг, у предприятия увеличились платежи поставщикам за сырьё, материалы и прочие необходимые в процессе деятельности комплектующие на 6284,39 тыс. руб., вместе с тем, значительно уменьшились расходы на аренду автомобилей у курьеров на 123,18 тыс.руб.

Таблица 3

Состав и структура платежей по оплате труда ООО «К-С Нижний Новгород»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонение (+/-)
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Платежи в связи с оплатой труда работников – всего, в т.ч.:	6840,90	36,3	8916,84	32,9	2075,94
- заработная плата	4487,25	23,8	6015,40	22,2	1528,15
- НДФЛ	708,03	3,8	832,91	3,1	124,88
- налог по акту судебных приставов	5,19	0,0	1,50	0,0	-3,69
- отчисления на социальные нужды	1624,44	8,6	2040,52	7,5	416,08
- алименты	16,00	0,1	26,52	0,1	10,52
Итого платежей по текущей деятельности	18863,67	100	27159,02	100	8295,35

В структуре платежей (таблица 3), связанных с оплатой труда работникам наибольший удельный вес принадлежит заработной плате 67,46% и отчислениям на социальные нужды 22,88%. Все расходы по данному направлению оттока денежных средств увеличились за период с 2015 по 2016 год, кроме налогов по актам судебных приставов, которые уменьшились на 3,69 тыс. руб. и которые имеют наименьшую долю в структуре - 0,02%.

Таблица 4

Динамика налога на прибыль ООО «К-С Нижний Новгород»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонение (+/-)
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Налог на прибыль	20,70	0,1	62,18	0,2	41,48
Итого платежей по текущей деятельности	18863,67	100	27159,02	100	8295,35

Налог на прибыль увеличился на 41,48 тыс. руб. в связи с увеличением выручки от курьерских услуг и составил 0,2% от общей суммы платежей по текущей деятельности (таблица 4).

Таблица 5

Состав и структура прочих платежей ООО «К-С Нижний Новгород»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонение (+/-)
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Прочие платежи – всего, в т.ч.:	106,81	0,5	123,53	0,4	16,72
- услуги банка	80,83	0,4	116,93	0,4	36,10
- налог на экологию	1,91	0,0	1,91	0,0	-
- штрафы и пени	21,71	0,1	3,53	0,0	-18,18
- гос. пошлина	2,35	0,0	1,15	0,0	-1,20
Итого платежей по текущей деятельности	18863,67	100	27159,02	100	8295,35

Прочие платежи увеличились на 16,72 тыс. руб. за счет увеличения расходов по банковским предоставленным услугам, которые увеличились на 36,10 тыс. руб., в то время, как платежи по штрафам, пеням сократились на 18,18 тыс.руб., а по государственной пошлине на 1,20 тыс.руб.(таблица 5)

Общий итог по расходам от текущей деятельности увеличился на 8295,35 тыс.руб. Наибольшее увеличение произошло по расходам перед поставщиками на 6284,39 тыс.руб., а наименьшее – по алиментам 10,52 тыс.руб.

В период 2015 и 2016 год помимо текущей деятельности также присутствовала и инвестиционная. Поступлений доходов по инвестиционной деятельности не осуществлялось, но присутствовали расходы, которые были связаны с приобретением основных средств, их установкой и модернизацией, а также электромонтажные работы в помещении (таблица 6).

Таблица 6

Состав и структура расходов по инвестиционной деятельности

ООО «К-С Нижний Новгород»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонение (+/-)
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Платежи в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию – всего, в т.ч.:	115,93	100	614,92	100	498,99
- кондиционер	68,98	59,5	-	-	-
- гидравлический штабелер OM RS 1016	46,95	40,5	-	-	-
- компьютер Dell Optiplex (2 шт)	-	-	84,71	13,8	-
- компьютер Lenovo (4 шт)	-	-	205,92	33,5	-
- система видеонаблюдения	-	-	95,92	15,6	-
- электромонтажные работы в арендуемом помещении	-	-	223,73	36,4	-
- окно одностворчатое Rehau BLITZ	-	-	4,64	0,7	-

За два года было произведено расходов на сумму 730,85 тыс. руб., связанных с расширением деятельности предприятия, посредством приобретения основных средств, а также монтажом арендуемого помещения.

Наибольшие расходы по инвестиционной деятельности были произведены в 2016 году, наибольшую долю из которых заняли электромонтажные работы в арендуемом помещении – 36,4%. Наименьший удельный вес принадлежал приобретенному одностворчатому окну Rehau BLITZ – 0,7%.

Одно из главных направлений расходования денежных средств любого предприятия по основному виду деятельности – оплата поставщикам за приобретенные у них товарно-материальные ценности, так как без этого не возможна никакая деятельность по производству, либо предоставлению услуг. В связи с этим предприятия приобретают сырье, инструменты, оборудование и так далее. Состав и структуру расходов денежных средств по видам деятельности рассмотрим в таблице 7.

Таблица 7

Расходы по текущей и инвестиционной деятельности

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонение (+/-)
	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Расходы по текущей деятельности	18863,67	99,4	27159,02	97,8	8295,35
Расходы по инвестиционной деятельности	115,93	0,6	614,92	2,2	498,99
Итого	18979,60	100	27773,94	100	8794,34

По данным таблицы 7 видно, что сумма расходов денежных средств по всем видам деятельности увеличилась на 8794,34 тыс. руб.

Это связано с увеличением как расходов по текущей, так и по инвестиционной деятельности, где наибольший удельный вес принадлежит расходом по текущей деятельности – 97,8%.

Наглядно структуру расходов можно представить на рисунке 1.

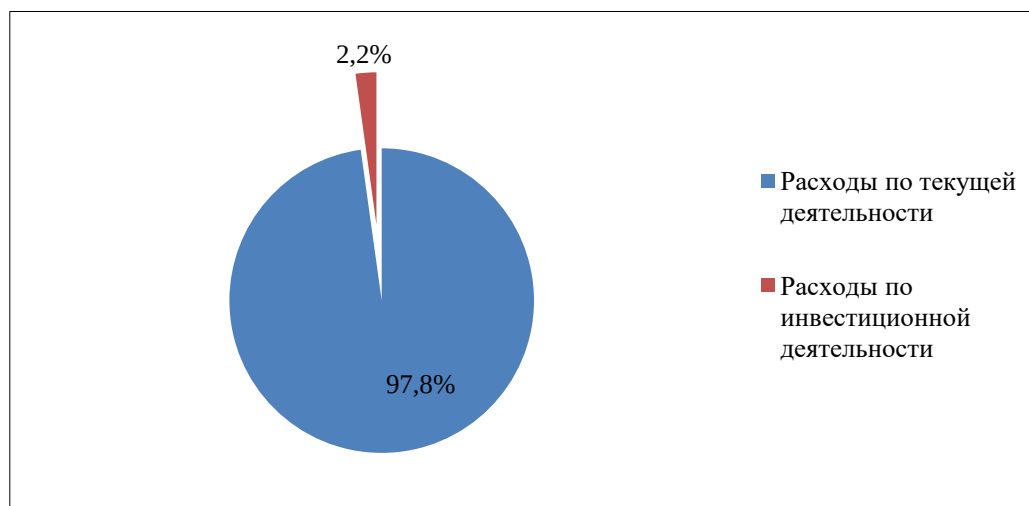


Рисунок 1. Состав и структура расходов денежных средств по видам деятельности в ООО «К-С Нижний Новгород»

В структуре расходов по всем видам деятельности преимущественны у текущей деятельности, которые составили 97,8% от всех расходов. В их составе увеличение произошло по платежам перед поставщиками на сумму 6161,21 тыс. руб., и эти же расходы имеют наибольшую долю в структуре расходов – 66,5%.

К основным методам анализа денежных потоков относится и коэффициентный метод, который предполагает определение коэффициентов, основными из которых: достаточности, ликвидности, эффективности и реинвестирования чистого денежного потока. Данные коэффициенты показывают качество управления денежными потоками, достаточность их для произведения каких-либо платежей (таблица 8).

Таблица 8

Показатели качества управления денежными потоками ООО «К-С
Нижний Новгород»

Показатели	Года		Отклонение (+/-)
	2015	2016	
1. Приток ДС по текущей деятельности (тыс. руб.)	19 048	28 147	9 099
2. Отток ДС по текущей деятельности (тыс. руб.)	18 864	27 159	8 295
3. ЧДП по текущей деятельности (тыс. руб.)	184	988	804
4. Отток по инвестиционной деятельности (тыс. руб.)	116	615	499
5. Изменение запасов (тыс. руб.)	355	60	-295
6. Изменение ОС (тыс. руб.)	116	499	383
7. Приток ДС по всем видам деятельности (тыс. руб.)	19 048	28 147	9 099
8. Отток ДС по всем видам деятельности (тыс. руб.)	18 980	27 774	8 794
9. Коэффициент достаточности ЧДП (п.3/п.5)	0,518	16,467	15,948
10. Коэффициент ликвидности ДП (п.7/п.8)	1,004	1,013	0,009
11. Коэффициент эффективности ДП (п.3/п.2)	0,010	0,036	0,026
12. Коэффициент реинвестирования ЧДП (п.3/п.6)	1,586	1,980	0,394

Коэффициент достаточности чистого денежного потока показал, что предприятие способно увеличить запасы в анализируемом периоде.

Коэффициент ликвидности денежных потоков за 2015 год составил 1,004, а за 2016 год – 1,013, что говорит о постоянстве и синхронности формирования денежных потоков.

Обобщающий показатель эффективности денежных потоков свидетельствует, что у ООО «К-С Нижний Новгород» в целом эффективная текущая деятельность, подтверждение этому является увеличение коэффициента на 0,026 пункта.

Коэффициент реинвестирования свидетельствует о том, что большая часть чистого денежного потока по текущей деятельности уходит на приобретение основных средств.

Подводя итог можно сказать, что в связи с увеличением своей деятельности, у предприятия растут как поступления, так и платежи. Основным источником доходов являются поступления от покупателей за предоставленные им почтовые и курьерские услуги 97,6%.

В структуре расходов по всем видам деятельности преимущественны у текущей деятельности, которые составили 97,8% от всех расходов, 66,5% из которых принадлежат выплатам перед поставщиками за приобретенные и них материалы, работы и услуги.

Итоги коэффициентного метода показали, что в целом предприятие осуществляет эффективную деятельность, способную погашать свои долги и приобретать необходимые материалы, оборудования и прочие необходимые комплектующие для работы предприятия.

Стратегическое развитие и финансовая устойчивость предприятия в значительной мере определяется тем, насколько притоки и оттоки денежных средств синхронизированы между собой во времени и по объемам. Основная цель управления денежными потоками – обеспечение финансового равновесия организации в процессе ее развития путем балансирования объемов поступления и расходования денежных средств и их синхронизации во времени. Основной задачей здесь является синхронизация денежных потоков, т.е. регулирование притоков и оттоков с целью поддержания оптимального остатка «живых денег». На основе полученных результатов проводится выбор наилучших форм формирования денежных потоков с учетом условий и

особенностей хозяйственной деятельности организации, а затем разрабатываются планы поступления и расходования денежных средств на перспективу с целью обеспечения постоянной платежеспособности. Высокий уровень такой синхронизации обеспечивает ускоренную реализацию выбранных предприятием целей.

Анализ синхронности денежных потоков следует начинать с рассмотрения динамики потоков предприятия ООО «К-С Нижний Новгород» за период с января по июнь (таблица 9).

Таблица 9

Динамика денежных потоков ООО «К-С Нижний Новгород»
(тыс. руб.)

Показатели	Месяц					
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Положительный денежный поток	3 481	2 162	2 543	3 093	2 862	2 666
Отрицательный денежный поток	2 769	2 523	3 055	2 804	2 983	2 309
Чистый денежный поток	712	-361	-512	289	-121	357

Как видно из таблицы 9 у предприятия за последние полгода присутствовали отрицательные чистые денежные потоки в размере 361, 512 и 121 тыс. руб. Это является свидетельством того, что у организации в данные месяца снизился приток денег от покупателей по текущей деятельности, что непосредственно сказалось на итог. Для наглядности можно представить изменения показателей в виде графика на рисунке 2.

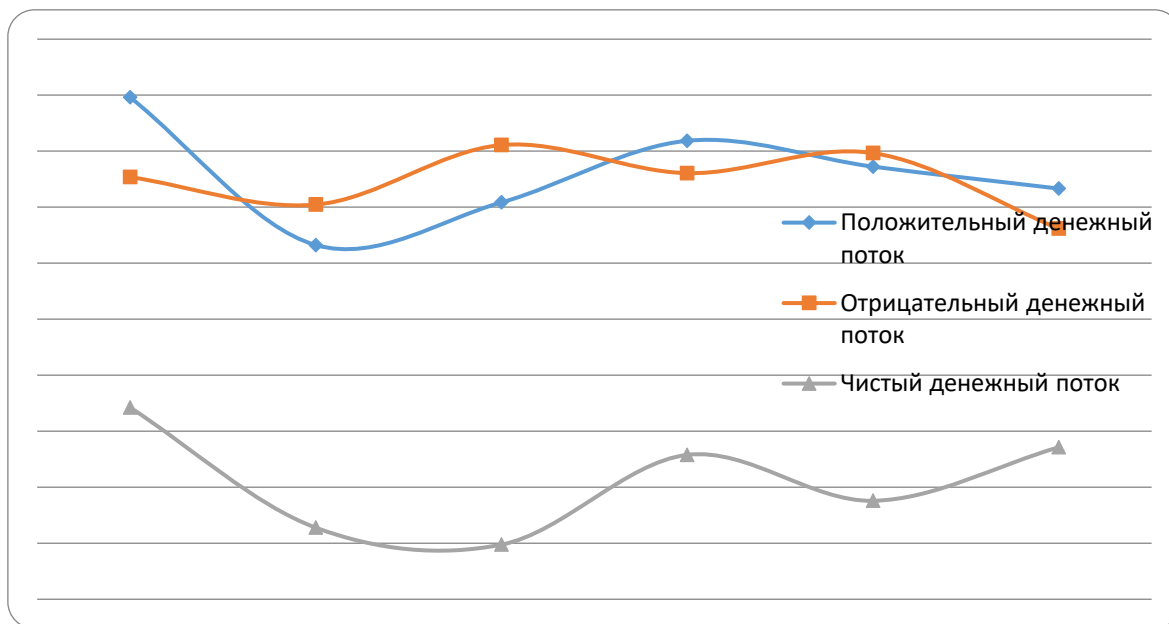


Рисунок 2. График синхронизации денежных потоков

ООО «К-С Нижний Новгород»

График показывает, как сильно колеблются положительные и отрицательные потоки, а вместе с ними и чистые.

В таблице 10 представлены спрогнозированные при помощи трендового анализа денежные потоки на июнь 2017 года.

Таблица 10

Прогнозный план денежных потоков на июнь 2017 года (тыс.руб.)

Показатели	Июнь
Остаток денежных средств на начало года	614
Поступления – всего, в т.ч.:	2666
от покупателей	2661
прочие поступления	5
Платежи – всего, в т.ч.:	(2309)
платежи поставщикам за материалы, работы, услуги	(1374)
оплата труда работникам	(790)
налог на прибыль	(22)
прочие платежи	(123)
Чистый денежный поток	357
Остаток денежных средств на конец года	971

Для оценки равномерности и синхронности потоков необходимо рассчитываются следующие показатели: среднеквадратичное отклонение, коэффициент корреляции. Среднеквадратичное отклонение показывает величину рассеивания показателей друг от друга, находится оно по следующей формуле (1).

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}, \quad (1)$$

где:

σ - среднеквадратичное отклонение потоков, руб.;

x_i – i-й элемент выборки, руб.;

$\bar{x}$ – среднее арифметическое выборки, руб.;

n – объём выборки.

В таблице 11 рассчитано среднеквадратическое отклонение положительного и отрицательного потока денежных средств за период с января по июнь 2017 года.

Таблица 11

Среднеквадратическое отклонение потоков денежных средств

ООО «К-С Нижний Новгород» (тыс. руб.)

Показатели	Положительный денежный поток	Отрицательный денежный поток
Январь	3 481	2 769
Февраль	2 162	2 523
Март	2 543	3 055
Апрель	3 093	2 804
Май	2 862	2 983
Июнь	2 666	2 309
Среднее значение ДП	2801,17	2740,50
Среднеквадратичное отклонение	417,23	256,92

Из таблицы 11 видно, что в среднем положительные потоки отклоняются друг от друга на 417,23 тыс.руб., в то время как отрицательные – на 256,92. Из этого можно сделать вывод, что притоки более гибкие, чем оттоки. Такие колебания приводят к отрицательному чистому денежному потоку, что требует регулирования притоков и оттоков для предотвращения таких ситуаций.

Также коэффициент корреляции дает возможность оценить степень равномерности потоков денежных средств во времени, близость показателя к 1 свидетельствует об их сбалансированности. Рассчитывается он по формуле (2).

$$r_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x}) * (y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 * \sum (y_i - \bar{y})^2}}, \quad (2)$$

где:

r_{xy} – коэффициент корреляции;

x – положительные потоки, руб.;

y – отрицательные потоки, руб.

Чтобы увидеть, как повлияет на данный коэффициент прогнозируемый месяц (июнь), необходимо рассчитать два показателя корреляции. Первый коэффициент за 1 квартал составил 0,238, второй – за 2 квартал составил 0,674.

Расчеты говорят о неравномерности притоков и оттоков средств по объемам. В то время как при достижении планируемых показателей на июнь 2017 года данный коэффициент возрастет и составит 0,68. Приближение коэффициента к 1 свидетельствует о приемлемой сбалансированности денежных потоков и снижения риска возникновения дефицита денежных средств.

В дальнейшем рассчитывается и анализируется динамика коэффициента ликвидности денежного потока (3).

$$K_{\text{лн}} = \frac{\text{Положительный денежный поток}}{\text{Отрицательный денежный поток}} \quad (3)$$

Для обеспечения необходимой ликвидности денежного потока этот коэффициент должен иметь значение не ниже единицы

Таблица 12

Динамика коэффициента ликвидности за первую половину 2017 года

Показатель	Месяц					
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Коэффициент ликвидности	1,26	0,86	0,83	1,10	0,96	1,15

Из таблицы 11 видно, что на предприятии коэффициент ликвидности в июне 2017 года превышает 1, это говорит о росте остатков денежных активов на конец периода, то есть повышении коэффициента абсолютной ликвидности предприятия.

Подводя общий итог проведенным расчетам, можно сделать вывод о том, что прогнозируемый будущий месяц позволит компании не только увеличить остаток денежных средств на конец месяца в размере 357 тыс. руб., но и даст возможность повысить степень синхронизации потоков до уровня 0,68.

Библиографический список:

1. Ефимова, О. В. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие для студентов/под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство ОМЕГА-Л, – 2013 г. – 408 с.
2. Компания КурьерСервисЭкспресс [Официальный сайт]. URL: <http://www.cse.ru/>
3. Макарова, В. И. Прогнозирование денежных потоков как инструмент управления денежными средствами / В. И. Макарова, М. Г. Явкина // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы – 2014 . – №1.–с. 60-62
4. Овечкина, О. Н. Методика анализа движения денежных средств организации / О. Н. Овечкина // Вестник поволжского государственного технологического университета. – 2010 г. – №2. – С. 72-85.
5. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая // Мн.: Высшая школа – 2011 г. – С. 511.

УДК 339.1

Нелина Н.И. Развитие российского фондового рынка на современном этапе

The development of the Russian stock market at the present stage

Нелина Нелли Игоревна,
студентка экономического факультета,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
аграрный университет имени И.Т. Трубилина»

Nelina Nelly Igorevna,
4th year student of the Faculty of Economics
Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin

Научный руководитель:
Зиниша О. С., к. э. н., доцент кафедры денежного обращения и кредита
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
аграрный университет имени И.Т. Трубилина»
Scientific adviser: Zinisha O. S., cand. of the Econ.
Sciences, associate Professor of the
Department of Monetary circulation and credit
Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin

Аннотация: В статье авторами рассматривается развитие российского фондового рынка на современном этапе в контексте глобализирующейся экономики и усиления конвергенции мирохозяйственных процессов.

Ключевые слова: фондовый рынок, биржа, экономика, инвесторы, ставка, сегмент, вексель, облигация, продажа, валюта.

Abstract: The authors consider the development of the Russian stock market at the present stage in the context of the globalizing economy and the strengthening of the convergence of world economic processes.

Keywords: stock market, exchange, economy, investors, rate, segment, bill, bond, sale, currency.

Глобальные финансы во многом определяют развитие национальных экономик. Доступ национальных компаний на мировые финансовые рынки является залогом их высокого кредитного рейтинга, а также эффективной и транспарентной деятельности [5, с. 14].

Финансовый рынок представляет собой экономическую категорию, которая описывает систему отношений между собственниками и заемщиками капитала, осуществляющими взаимодействие с помощью определенных финансовых институтов [5, с. 16]

Важнейшие сегменты современного финансового рынка, а именно: рынок государственных казначейских обязательств (fixed incomes), товарный рынок (commodities), фондовые рынки (stocks), международный валютный рынок FOREX (currency), - в совокупности образуют мировой финансовый рынок, т. е. совокупность спроса и предложения на капитал кредиторов и заемщиков разных стран [2, с. 16].

Главными функциями мирового финансового рынка, который часто именуется рынком ссудных капиталов, является аккумуляция и перераспределение финансовых потоков, движение которых осуществляется через банки, специализированные финансово-кредитные институты, фондовые биржи [6, с. 14].

Характеризуя современный финансовый рынок, выделяют три основные тенденции его развития, а именно: глобализацию, секьюритизацию, дезинтермедиацию, которые необходимо рассмотреть более подробно.

Глобализация финансовых рынков предполагает наличие двух противоположных процессов: «хаотичная» глобализация и «управляемая система» [6, с. 35]. Преимущества процессов глобализации заключаются в возможности инвесторов быстро реагировать на изменения курсов валют, процентных ставок, что

позволяет косвенным образом влиять на инфляционную политику, политику увеличения государственной задолженности.

Суть следующей тенденции развития современного фондового рынка, состоит в том, чтобы обеспечить приоритетному траншу облигаций более высокий рейтинг в сравнении с необеспеченными приоритетными обязательствами originатора. В рамках российского фондового рынка первая сделка секьюритизации была проведена в 2004 г. в интересах ОАО «Газпром», и представляла собой секьюритизацию будущих экспортных поступлений за газ общим объемом 1,25 млрд. долл. Абсолютное большинство сделок секьюритизации существующих активов, произведенных в России, имеет трансграничную структуру [2, с. 23].

Дезинтермедиация, также входящая в состав тенденции развития современного фондового рынка, есть отказ от посредничества банков на рынке ссудных капиталов в пользу прямого выпуска ценных бумаг. Со стороны инвесторов она проявляется в переводе средств со счетов в традиционных кредитных организациях в более высокодоходные инвестиции на рынке ценных бумаг; со стороны заемщиков (эмитентов) – в стремлении привлечь инвестиции, минуя коммерческий банк, т. е. выпуская собственные ценные бумаги. В результате процессов дезинтермедиации происходит нарушение привычной структуры взаимоотношений между кредитором и заемщиком капитала, это приводит к частичной потере банками интереса к мониторингу качества заемщиков. В этой связи кредитные деривативы применяются преимущественно не для хеджирования кредитных рисков, а для осуществления арбитражных операций, «синтетического» приобретения активов и применения механизма

финансового рычага для увеличения нормы прибыли, что, в свою очередь, требует эффективного определения, оценки и контроля системного риск.

Наиболее большим сегментом по количеству и разнообразию используемых на нем инструментов привлечения инвестиций, а также объему проводимых операций является фондовый рынок. Предметом сделок купли-продажи на нем являются ценные бумаги, которые удостоверяют кредитные отношения и отношения совладения между участниками экономических отношений, при этом, как правило, ценные бумаги могут свободно обращаться на рынке [3, с. 23].

Основная задача российского фондового рынка заключается в обеспечении межотраслевого перераспределения инвестиционных ресурсов, максимально возможного притока национальных и зарубежных инвестиций, а также формировании необходимых условий для стимулирования накоплений и трансформации сбережений в инвестиции [5, с. 38].

Фондовый рынок в России сравнительно молод и относится к категории развивающихся рынков, для которых характерна высокая доходность, но и более высокая степень риска. В начале 90-х годов происходило формирование первичной нормативно-законодательной базы, появлялись первые открытые АО, создавались биржи, началось функционирование первых инвестиционных компаний, появились государственные облигации на биржевых торгах. В ноябре 1994 года создана Федеральная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку при Правительстве РФ (ФКЦБ), в 1995 году статус ФКЦБ приравнен к статусу федерального министерства. В 1996 году вступил в силу

законы РФ «Об акционерных обществах» и «О рынке ценных бумаг». В 1999 году был принят «Закон о защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» [4, с. 32].

В 2002 году произошел качественный рывок в развитии фондового рынка благодаря снижению налогообложения сделок. Кроме того, в последние годы здесь также прослеживаются позитивные изменения: повысилась ликвидность рынка и информационная прозрачность эмитентов, укрепилась законодательная база, наработаны новые механизмы защиты прав инвесторов [1, с. 21], внедряются деривативные инструменты срочного рынка, которые раньше отсутствовали в принципе, а во времена кризиса 1998 года, вообще, считались игорными.

Рассмотрим динамику основных инструментов российского фондового рынка: акций, облигаций, векселей и также производных финансовых инструментов – деривативов. Итоги 2017 года свидетельствуют об устойчивом положении данного сегмента фондового рынка на бирже, а также о возвращении интереса и доверия инвесторов: Объем торгов на фондовом рынке вырос в марте 2017 года на 55,3% и составил 3 057,0 млрд. рублей по сравнению с 1 968,8 млрд. рублей в марте 2016 года. Объем торгов акциями, депозитарными расписками и паями составил 839,6 млрд. рублей по сравнению с 870,5 млрд. рублей в марте 2016 года. Среднедневной объем торгов составил 38,2 млрд. рублей (39,6 млрд. рублей в марте 2016 года). Объем торгов корпоративными, региональными и государственными облигациями вырос на 101,9% и составил 2 217,4 млрд. рублей (1 098,3 млрд. рублей в марте 2016 года). Среднедневной объем торгов - 100,8 млрд. рублей (49,9 млрд. рублей в марте 2016 года) [3, с. 23].

2016 год стал позитивным для российского фондового рынка. Индекс ММВБ вырос на 24%, а индекс РТС на 43%. При этом индекс ММВБ в конце года несколько раз обновил абсолютные максимумы и преодолел психологическую отметку 2 200 пунктов. Многие бумаги, такие как «Роснефть», «Сбербанк», «Аэрофлот», «НОВАТЭК», «Башнефть», также обновили свои исторические максимумы.

В декабре была закрыта сделка по продаже 19,5% «Роснефти» швейцарской Glencore и катарскому суверенному фонду (при этом часть сделки может прокредитовать один из европейских банков). Это подтверждает интерес к российским активам со стороны зарубежных инвесторов, несмотря на санкции. При этом, отметим, что сохраняется позитивный взгляд на российский фондовый рынок в 2017 году, но продолжить бурный рост с текущих уровней будет непросто. Вряд ли рынок будет расти широким фронтом, но отдельные бумаги могут показать неплохой рост [4, с. 47].

Прошедший год на российском фондовом рынке стал годом акций «второго эшелона», индекс MICEX SM вырос на 48%. Наибольший рост продемонстрировали электроэнергетический, транспортный и металлургический сектора. Отраслевые индексы MICEX Power, MICEX Trn и MICEX M&M выросли на 111%, 110% и 50% соответственно [5, с 35].

Тем не менее, индекс электроэнергетики MICEX Power на 50% дешевле уровней, на которых он был в 2011 году. За последние годы ситуация в отрасли заметно улучшилась, компании вернулись к прибыльности и начали выплачивать дивиденды акционерам. Памятуя о том, что Правительство обязало госкомпании направлять не менее 50% прибыли на дивиденды, от многих компаний можно ждать

высоких выплат и в дальнейшем. На наш взгляд, потенциал роста в электросбытовом сегменте сохраняют «ФСК ЕЭС» и ряд МРСК. Эти компании являются дочерними для «Россетей». Для пополнения бюджета материнской компании, менеджеры ожидают от них высоких дивидендов в ближайшие годы. В электрогенерирующем сегменте продолжить рост могут акции «Интер РАО», на текущих уровнях привлекательны к покупке также «Юнипро» [1, с. 23].

Отраслевой индекс металлургического сектора фактически вернулся к уровням 2011 года. Цены на промышленные металлы, уголь, сталь и железную руду, несколько лет державшиеся на низких уровнях, начали расти. Учитывая дешёвый рубль, это позитивно скажется на операционных и финансовых результатах российских металлургических компаний. На наш взгляд, лучшая идея в секторе у ГМК «Норильский Никель», это уникальный актив с рентабельностью 44%, генерирующий стабильный денежный поток и делящийся прибылью с акционерами. При этом у компании неплохая диверсификация активов, она примерно в равных долях добывает никель, медь и платину [3, с. 33].

В прошедшем месяце большинство ключевых секторов экономики (рисунок 1), представленных на российском фондовом рынке, показало положительную динамику. Лидером роста стал транспортный сектор: повышение по отраслевому индексу составило 11,28%. Также существенное увеличение продемонстрировали машиностроительный и электроэнергетический секторы: Индекс машиностроения вырос на 9,76%, а Индекс электроэнергетики прибавил в весе 7,94%. Падение было отмечено в нефтегазовом секторе – Индекс нефти и газа понизился на 0,52% [4, с 23].

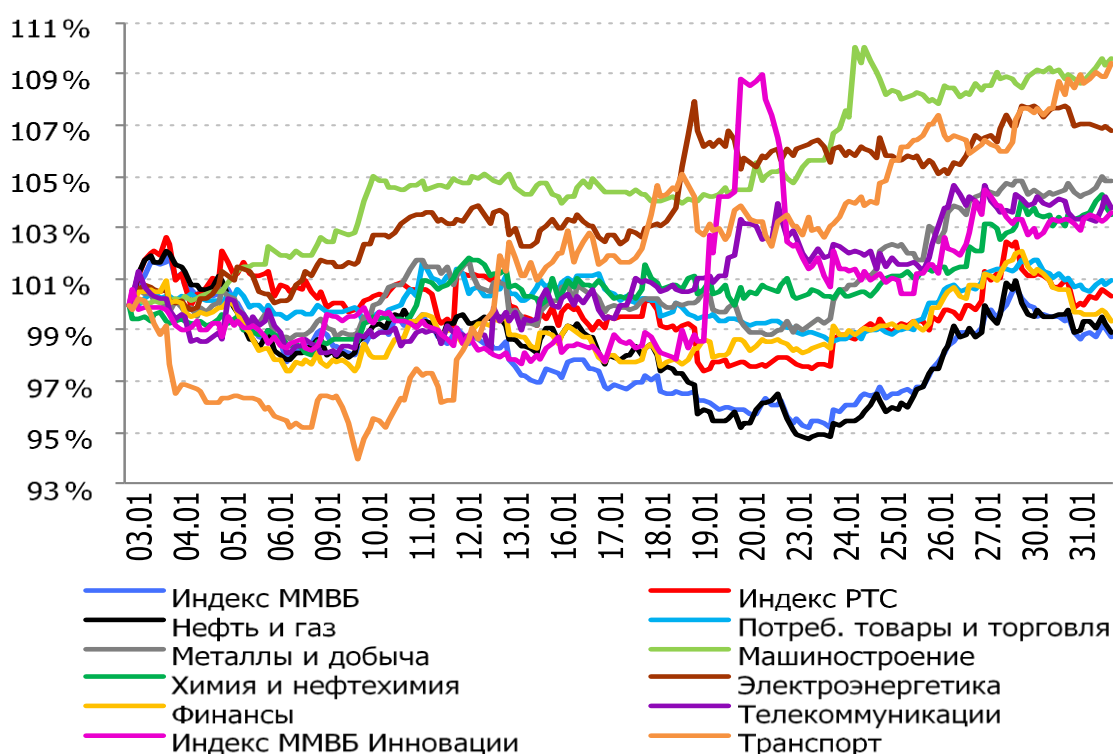


Рисунок 1. Ключевые секторы отечественной экономики и их позиции на российском фондовом рынке [2, с 32].

Среди «голубых фишек» наибольший интерес, на наш взгляд, представляет «Газпром», торгующийся в два раза дешевле максимумов 2008 года (367 руб.). Драйверами для роста могут выступить активизация «Газпрома» на внешних рынках (после прихода Дональда Трампа в Белый Дом внешнеполитическое давление на Россию может ослабнуть). Кроме того, если «Газпром», согласно директиве правительства, будет направлять на дивиденды 50% прибыли, то годовые выплаты составят порядка 15-20 руб., что соответствует 10-15% доходности. В этом случае инвесторы пересмотрят своё отношение к акциям «Газпрома» [1, с. 34].

Следующий вид финансовых инструментов, активно обращающихся на российском фондовом рынке – облигации.

Оказалось, что облигация «Альфа-банк БО-18» с купоном 9,45% и эффективной доходностью в 9% превосходит вклад «Победа+» в этом же банке со ставкой 6% годовых. Бумага «Газпромбанк БО-23» с купоном 9,35% и эффективной доходностью 9% выглядит более привлекательной, чем депозит «Перспективный» со ставкой 6,7%. Ставки по облигационному выпуску «Открытие БО-ПЗ» еще выше: 10,1% по купону и 10% годовых эффективной доходности, тогда как вклад «Приветственный процент» в этом банке предлагает лишь 7,75% годовых. У облигации «Бинбанк БО-П01» купон составляет 12,15%, эффективная доходность — 12%, а ставка по депозиту «Ежемесячный доход» в Бинбанке находится на уровне 6,5% годовых. Если бы закон об отмене НДФЛ не был принят, реальная доходность этих четырех облигаций оказалась бы ниже, поскольку инвестору пришлось бы отдать 13% от купона государству. В этом свете купонная доходность облигаций Альфа-банка составила бы 8,22%, бумаг Газпромбанка и банка «Открытие» — 8,13 и 8,79%, а бондов Бинбанка — 10,57% годовых [2, с. 36].

Относительный рост объема векселей был максимальным среди остальных сегментов долгового рынка, что обусловлено, в первую очередь, их краткосрочным характером и упрощенным порядком выпуска (рисунок 2).

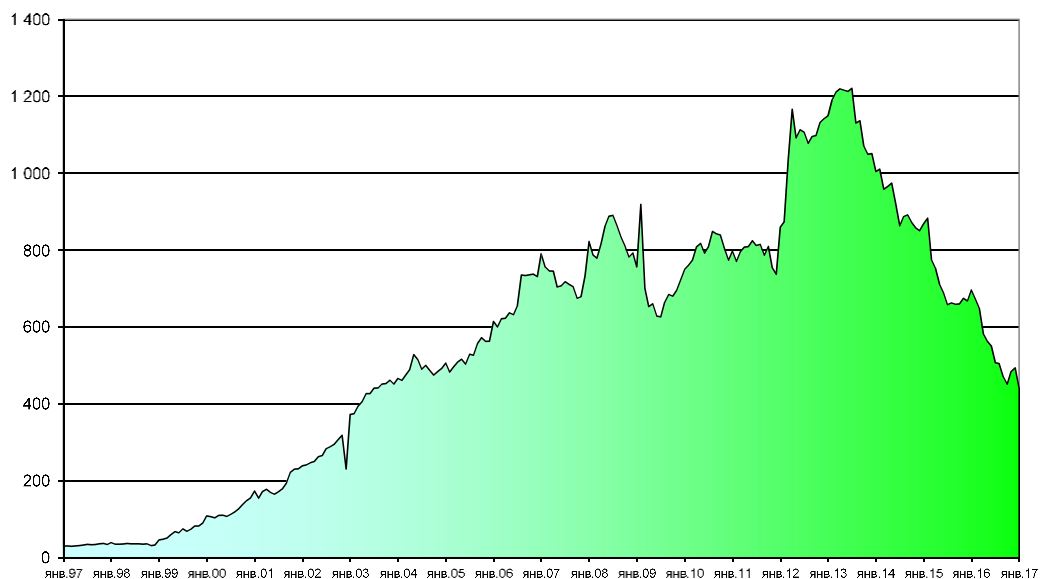


Рисунок 2. Динамика количества векселей, выданных российскими банками за 2016 год [5, с 43]

Помимо традиционных инструментов фондового рынка существуют так называемые производные финансовые инструменты, или деривативы. В развитых странах торговля деривативами является наиболее насыщенным сегментом финансового рынка. Российский рынок деривативов имеет относительно недавнее происхождение, но, тем не менее, наблюдается достаточно активная заинтересованность участников рынка в подобных сделках. Самыми востребованными остаются деривативы на «голубые фишки» вследствие своей высокой надежности.

Таблица

Объем рублевого долгового рынка 2017 г., млн. руб. [4, с 6]

Место	Объем реализации	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
Федеральные	1 470	2 054	40
Муниципальные	392	462	18
Корпоративные	2 264	2 966	31
Векселя	450	570	27
ВСЕГО	4575	6052	32

Таким образом, проанализировав основные финансовые инструменты российского фондового рынка, отметим, что каждый из них открывает новые возможности привлечения капитала и инвестирования средств, при этом каждый из них имеет свои преимущества и недостатки, связанные со временем использования финансового инструмента, уровнем риска и доходности [5, с. 37].

Обозначенные тенденции имеют как позитивные, так и негативные стороны. В качестве положительных моментов отметим возможность привлечения больших объемов ресурсов, выхода на международный рынок, развитие новых отраслей. В то же время, тот факт, что на сегодняшний день фондовый рынок является основным источником капитала для предприятий, делает предприятия зависимыми от настроений инвесторов на рынке. Интернационализация и глобализация фондового рынка ведет к усилению роли иностранных инвесторов в деятельности отечественных предприятий, что также может негативно сказаться на интересах страны. В данной ситуации необходим контроль со стороны государства, а также развитие всевозможных инструментов, позволяющих снизить зависимость предприятий от фондового рынка, кроме того, необходимо исключить перекосы в развитии отраслей.

Развитию многоэмитентного фондового рынка должны послужить следующие факторы: широкая диверсификация инструментов фондового рынка, диверсификация отраслевой структуры экономики, повышение доли капитализации путем развития рынка IPO, повышение инвестиционной культуры населения, повышение информационной «прозрачности» компаний – эмитентов, развитие инвесторской базы, устранение пробелов в законодательстве [6, с. 9].

В заключение особо отметим, что, по мнению автора исследования, существующий в настоящее время в России фондовый рынок является типичным крупным развивающимся рынком. Он характеризуется, с одной стороны, высокими темпами позитивных количественных и качественных изменений, с другой стороны – наличием многочисленных проблем, носящих комплексный характер и препятствующих более эффективному его развитию.

Состояние фондового рынка является важнейшим показателем, характеризующим здоровье экономической системы. Несмотря на пока еще недостаточное развитие важных рыночных институтов, фондовый рынок уже стал одним из важнейших в этом ряду.

В последние десятилетия наблюдается глобализация мировых финансовых рынков с характерной тенденцией включения России в этот международный финансовый комплекс. В долгосрочной перспективе есть основания прогнозировать большее сближение российского и международного финансовых рынков, в том числе за счет большей унификации правил биржевой торговли и стандартов работы торговых площадок, а также приведения в соответствие с мировыми стандартами законодательной и налоговой системы, принципов ведения бухгалтерского учета и

финансовой отчетности. Таким образом, фондовый рынок в России принимает все более транснациональный характер, его структура усложняется, появляются специализированные сегменты, ориентированные на использование определенного инструментария.

Библиографический список:

1. Волков, М.В. Современная экономика: учебное пособие//М.В. Волков. - СПб.: Питер, 2014. – 137 с.
2. Дегтерева О.И., Кандинская О.А, Биржевое дело: Учебник для вузов//О.И Дегтерева. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, Москва, 2013. – 503 с.
3. Козлова, А.А. Российский фондовый рынок: учебник//А.А. Козлова. - М.: ЮНИТИ, Москва, 2014. -190с.
4. Кондрачева С. Н.. Фондовые рынки США. Основные понятия, механизмы, терминология: учебник//С. Н. Кондрачева. – М.: Саратов, ОМЕГА ,2014. – 338 с.
5. Лауфер М. О. Новые тенденции в развитии фондовых бирж: учебник//М. О. Лауфер. – М.: Вопросы экономики, Ростов, 2013. – 362 с.
6. Меронова, А. А. Российский фондовый рынок: Законы, комментарии, рекомендации: учебник//А.А. Меронова – Москва, ЮНИТИ, 2013. – 241с.

УДК 330

Томилова А.М. Оценка финансового состояния фирмы, доминирующей на рынке

Estimation of the financial condition of a firm dominating the market

Томилова Алёна Михайловна,
Студентка ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ», г. Новосибирск
Tomilova Alena Mikhailovna,
Student of FGBOU VO "Novosibirsk State University of Economics and Management
«NINH», Novosibirsk

Научный руководитель:
Коява Людмила Валерьевна
кандидат экономических наук, доцент
Koyava Ludmila Valeryevna
Candidate of economic sciences, associate professor

Аннотация: в статье приведены оценка финансового состояния доминирующей фирмы, доказательство того, что доминирующая фирма не всегда имеет устойчивое финансовое положение

Ключевые слова: доминирующая фирма, конкуренция, оценка, финансы, финансовое состояние, коэффициент, расчет, платежеспособность, рентабельность.

Abstract: the article provides an assessment of the financial state of the dominant firm, proof that the dominant firm does not always have a stable financial position

Keywords: dominant firm, competition, valuation, finance, financial condition, coefficient, calculation, solvency, profitability.

В условиях нестабильной экономической ситуации терпят неудачи как компании на конкурентных рынках, так и фирмы-монополисты.

Для начала стоит более детально рассмотреть рынки разных типов конкуренции:

- рынок совершенной конкуренции (рынок, где каждая фирма занимает долю рынка не более 1%),
- рынок действующих конкурентов (большое количество независимых фирм),

- олигополия (несколько крупных фирм, чаще всего в виде сговора),
- монополия (рынок одной фирмы).

Как специфический вид конкуренции выделяют рынок доминирующей фирмы, где фирма занимает более 35% всего рынка, ее поведение приближено к модели поведения монополиста, а остаточный спрос делят между собой небольшие фирмы-аутсайдеры, для которых цена доминирующей фирмы является ценой рынка.

На таком рынке доминирующая фирма обладает возможностью получать положительную экономическую прибыль в долгосрочном периоде. Более мелкие фирмы также имеют возможность получать положительную чистую прибыль (подобное явление носит название «ценовой зонтик» и характерно для отраслей с высокими барьерами для входа).

Чтобы стать доминирующей, фирма должна обладать преимуществами в издержках. Издержки доминирующей фирмы на единицу продукции, как правило, значительно ниже, чем у фирм-конкурентов.

Существует несколько вариантов оценки доминирующей фирмы: оценка ценовой дискриминации, расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана, индекса Лернера, но в отсутствии необходимых расчётных данных можно воспользоваться традиционными показателями, которые используются в оценке финансового состояния.

Цель исследования заключается в оценке финансового состояния доминирующей фирмы на примере АО «РЭС».

Объектом наблюдения в рамках статьи является Акционерное общество «Региональные электрические сети». Основной вид

деятельности: передача и распределение электрической энергии, технологическое присоединение потребителей на территории Новосибирской области.

По данным Годового отчета за 2015 г. АО «РЭС» доля объекта исследования на рынке услуг по передаче электрической энергии составляет 75,4% от объема услуг по передаче электрической энергии на территории Новосибирской области. Доля услуг по передаче электрической энергии компаний-конкурентов составляет 24,6% от объема услуг по передаче электрической энергии на территории Новосибирской области, в том числе по наиболее крупным: ОАО «РЖД» – 9,2%, ФГУП «УЭВ» - 3,3%.

Для большего понимания лидирующей позиции объекта наблюдения необходимо сравнить показатели АО «РЭС» и ФГУП «УЭВ».

Основным преимуществом доминирующей фирмы, как было сказано ранее, является экономия на издержках. Поэтому целесообразно сравнивать показатели, увязанные с себестоимостью продаж, например, себестоимость, выручка, прибыль (убыток) от продаж, доля себестоимости продаж в общем объеме выручки и рентабельность продукции. Абсолютные показатели по обеим компаниям взяты из наиболее актуальных Годовых отчетов за 2015 г. сравниваемых компаний, относительные посчитаны при помощи первых. Все использованные и полученные параметры приведены в таблице 1.

Таблица 1

Параметры сравнения АО «РЭС» и ФГУП «УЭВ»

Показатель	АО «РЭС»		ФГУП «УЭВ»	
	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.
Себестоимость	9 539 400	8 847 360	1 451 219	1 346 613
Выручка	10 500 916	9 408 900	1 449 705	1 355 482
Доля себестоимости в выручке (%)	90,8 %	94%	100,1%	99,3%
Прибыль (убыток) от продаж	961 516	561 540	-1 514	8 869
Рентабельность продукции (%)	10,1 %	6,3 %	-0,001 %	0,66 %

Из таблицы 1 видно, что АО «РЭС» благодаря основным характеристикам издержек фирм занимает более конкурентоспособное положение. Это показывает, что АО «РЭС» – доминирующая фирма.

Несмотря на занимаемую позицию лидера на рынке, компания терпит убытки. При помощи расчета показателей можно выявить причины ухудшения финансового состояния. Для этого необходимо начать с показателей финансовой устойчивости АО «РЭС», которые приведены в таблице 2.

Таблица 2

Показатели оценки финансовой состояния АО «РЭС»

Показатель	2015 г.	2014 г.
Суммарные обязательства к собственному капиталу (руб.)	1,09	1,03
Собственный капитал к суммарным обязательствам (руб.)	0,919	0,97
Долгосрочные обязательства к внеоборотным активам	0,49	0,45
Коэффициент автономии	0,48	0,492
Коэффициент финансовой устойчивости	0,89	0,88
Коэффициент финансовой активности	1,09	1,03
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-2,66	-2,53
Коэффициент маневренности собственного капитала	-0,79	-0,74
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,08	0,01
Коэффициент промежуточной ликвидности	0,94	0,92
Коэффициент текущей ликвидности	1,37	1,28
Коэффициент общей ликвидности	0,28	0,16
Коэффициент восстановления платежеспособности	-	0,71
К оборачиваемости	2,96	2,52

Показатель	2015 г.	2014 г.
Период оборачиваемости	123,49	144,64
Период оборачиваемости запасов	33,70	31,54
Период оборачиваемости дебиторской задолженности	96,60	121,01
Период оборачиваемости кредиторской задолженности	105,77	128,58
Коэффициент общей рентабельности	2,65	3,41
Коэффициент рентабельности продаж	9,16	5,97
Коэффициент рентабельности собственного капитала	1,49	1,82

По данным таблицы, оценивающей финансовое положение, следует, что у АО «РЭС» отсутствуют собственные оборотные средства, что свидетельствует о том, что компания терпит убытки и функционирует только за счет заемных средств. Оборотные активы финансируются полностью краткосрочными обязательствами.

По анализу финансового состояния компании видно, что, начиная с 2014 г., АО «РЭС» находится в кризисном финансовом состоянии. Размер запасов очень высок, возможно, стоит стремиться к их уменьшению, в целях повышения финансовой устойчивости.

АО «РЭС» не является платежеспособным, и в ближайшие полгода оно не сможет восстановить платежеспособность. За два года у компании не было возможности ее восстановить. Из расчетов видно, что выполняется неравенство $A_2 > P_2$ в начале 2016 г., значит организация может быть платежеспособной в недалеком будущем с учетом своевременных расчетов с кредиторами и получения средств от продажи продукции в кредит. Из вышесказанного следует вывод, что баланс неликвиден. Труднореализуемые активы превышают стоимость собственного капитала, это означает, что его не остается для пополнения оборотных средств, которые возможно будут пополняться преимущественно за счет задержки погашения кредиторской задолженности в отсутствие собственных средств.

Рентабельность собственного капитала упала, свидетельствует о недостаточной эффективности привлечения инвестиционных вложений. Рентабельность активов снижается, в 2015 г. составила всего 1,12%, это означает, с каждого затраченного рубля организация получила прибыль в размере 1,12%. Таким образом, доходность предприятия составила всего 1,12%. Рентабельность продаж с 2014 г. повышается.

Самым неудачным годом из анализируемых был 2014 г., к 2015 г. ситуация несколько улучшилась. Заметное изменение произошло в рентабельности затрат, видно, что прибыли от продаж на единицу затрат стали получать больше, что говорит об увеличении выручки. Сроки оборачиваемости, как запасов, так и ДЗ, и КЗ уменьшились, что является положительной тенденцией, так как данный коэффициент характеризует интенсивность использования активов и обязательств. Коэффициент оборачиваемости приблизительно схож, и его среднее значение 2,7 означает, что организация в течение года получает выручку почти втрое большую стоимости своих активов.

Несмотря на доминирующее положение АО «РЭС», рассчитанные выше показатели говорят о кризисном финансовом состоянии исследуемого объекта. Данное явление могли спровоцировать такие условия как:

- изменение рыночных условий,
- злоупотребления со стороны менеджеров или персонала,
- деятельность проверяющих или контролирующих государственных органов,
- введение новых законов или других нормативных актов.

Таким образом, можно сделать вывод, что компания, которая доминирует на рынке не всегда имеет устойчивое финансовое положение.

Библиографический список:

- 1) Кашин А.В. Особенности регулирования деятельности доминирующей фирмы на муниципальном уровне [Электронный ресурс] URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_13919607_65491616.pdf (дата обращения: 28.06.2017)
- 2) Сосунова Т. В., Коява Л. В. Формирование отчета о движении денежных средств: формальность или необходимость/ Современная наука: Теоретический и практический взгляд: сборник статей международной научно - практической конференции настоящий сборник составлен по итогам международной научно - практической конференции «Современная наука: теоретический и практический взгляд», 15 апреля 2016 г. в г. Тюмень, в 4 ч. Ч.2/ - Уфа: АЭТЕРНА, 2016., С.45-48
- 3) Хвалько А. А. Стратегии поведения фирм-аутсайдеров в отношении доминирующей фирмы в асимметричной рыночной структуре [Электронный ресурс] URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_10229799_18921944.pdf (дата обращения: 28.06.2017)

СЕКЦИЯ 7. МСФО И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ

УДК 339.9

Биткин В.В. Учет кредитных операций в микрофинансовых организациях

Accounting for credit transactions in microfinance organizations

Биткин Владислав Владимирович,

Студент 4 курса факультета экономики НИУ ВШЭ - Нижний Новгород

Bitkin Vladislav Vladimirovich

Fourth-year student of the Economics Department of the Higher School of Economics -
Nizhny Novgorod

Научный руководитель:

Почекаева Ольга Вадимовна, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, НИУ ВШЭ - Нижний Новгород

Scientific adviser: Pochekeyeva O., PhD in economics, Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit of the Higher School of Economics -
Nizhny Novgorod

Аннотация: Микрофинансирование является достаточно новой для нашего рынка сферой деятельности, оно имеет ряд особенностей, включающих свои преимущества и трудности. Одной из главных трудностей микрофинансовых структур являлось приспособление данного вида бизнеса к современным российским стандартам бухгалтерского учёта со спецификой учёта кредитных операций. Правильное ведение бухгалтерского учёта поможет избежать ряда проблем, связанных с неэффективным принятием управленческих решений, наложением санкций со стороны контролирующих организаций. Поэтому исследование бухгалтерского учёта кредитных операций в микрофинансовых организациях является актуальной проблемой на данный период времени

Ключевые слова: кредитные операции, микрофинансовые организации, учет

Abstract: Microfinance is a new field of activity for our market, it has a number of features, including its advantages and difficulties. One of the main difficulties of microfinance structures was the adaptation of this type of business to modern Russian accounting standards with specificity of credit operations accounting. Correct accounting management will help to avoid a number of problems associated with ineffective management decisions, imposing sanctions on the part of controlling organizations. Therefore, the study of accounting of credit transactions in microfinance organizations is an actual problem for a given period of time

Keywords: credit operations, microfinance organizations, accounting

Основным объектом бухгалтерского учета в микрофинансовой организации являются кредитные операции - выдача и возврат займов и процентов по ним. Кредитные операции в микрофинансовой организации могут быть следующих видов: операции по выдаче денежных средств заёмщику (путём банковского перевода или наличными из кассы), возврату выданных заёмщику денежных средств, получению процентов по выданным займам, получение кредита самой микрофинансовой организацией и возврат суммы долга с процентами. Также к кредитным операциям могут быть отнесены списание и формирование резервов под обесценение финансовых вложений.

Для ведения бухгалтерского учёта в данных организациях в настоящее время применяется стандартный коммерческий план счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению, а также положения по бухгалтерскому учёту, применяемые в России. Существует концепция по переходу российской отчётности на международные стандарты (МСФО). Эти изменения коснулись и некредитных финансовых организаций (НФО), к которым относятся и микрофинансовые организации. Были разработаны новые стандарты учёта, в основе которых лежат международные стандарты финансовой отчётности.

В 2018 году все микрофинансовые организации должны перейти на новый единый план счетов – Положение ЦБ РФ №486-П от 02.09.2015г. «О Плане счетов бухгалтерского учета в некредитных финансовых организациях и порядке его применения». Также должны быть применены новые отраслевые стандарты учёта для некредитных финансовых организаций (в том числе микрофинансовых).

Особенно важным является внедрение нововведений в бухгалтерский учёт микрофинансовой организации операций по размещению (выдаче) средств по договорам займов (микрозаймов). Существующее ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений» должно заменить новое Положение 493-П от 01.10.2015 г.

В настоящее время выданные займы учитываются в виде финансовых вложений организации, которые принимаются к учёту по первоначальной стоимости, равной сумме фактически переданных заемщику денежных средств. Проценты, начисленные по условиям договора займа, являются доходами от основного вида деятельности, они отражаются в учете в конце каждого отчётного периода.

В соответствии с новыми отраслевыми стандартами «при первоначальном признании выданных (размещенных) денежных средств по договорам займа в бухгалтерском учете отражаются суммы займов, фактически перечисленные (переданные) некредитной финансовой организацией по указанным договорам» [1].

Последующий учёт ведётся по справедливой стоимости. Справедливая стоимость может быть рассчитана двумя способами: линейным методом и методом дисконтирования.

Сначала при выдаче займа необходимо определить, какая ставка процента применяется в договоре – рыночная или нет. В случае выдачи займа по рыночной ставке процента, следующим этапом будет удостовериться, что заём выдан на срок менее одного года и разница в расчёте амортизированной стоимости займа по рыночной ставке процента и амортизированной стоимости займа по договору не существенна (при выдаче по рыночной ставке разницы не будет). Если по всем условиям стоит «да», то справедливая стоимость займа

будет равна фактически переданной сумме денежных средств. Начисление процентов будет происходить линейным методом, которые подразумевает «равномерное начисление процентов по установленной в договоре ставке в течение срока действия договора займа» [2]

Второй способ расчёта справедливой стоимости – метод ЭСП – по новым отраслевым стандартам учёта возникает в случае, если микрофинансовая организация, практикует выдачи денежных средств по ставке процента ниже рыночной. Такая ситуация возникает, например, когда компания старается эффективней конкурировать со своими контрагентами и пытается привлечь больше новых клиентов. В данном случае необходимо опять же смотреть на срок договора и разницу в расчёте амортизированной стоимости по рыночной ставке процента и амортизированной стоимости по договору микрозайма. В случае, если заём выдан на срок более одного года, или разница между рассчитанными амортизированными стоимостями существенна, при учёте выданного займа справедливая стоимость будет ниже суммы фактически переданных денежных средств (в бухгалтерском учёте компания должна будет отразить расход), а для расчёта начислений процентов по займу будет использоваться метод дисконтирования (ЭСП). Учёт выданных средств и начисление процентов по ним методом дисконтирования подразумевает первоначальную оценку займа по его справедливой стоимости [2].

Справедливая стоимость выданных средств, в случае выдачи по ставке ниже рыночной, будет меньше фактически переданных средств. Сумма, на которую справедливая стоимость меньше, называется «условно начисленные проценты». Они признаются в расходах. Время

и сумма каждого денежного потока рассчитываются исходя из условий договора.

Положение регулирует способ определения актуальности рыночной ставки следующим образом: «При первоначальном признании договора займа или договора банковского вклада некредитная финансовая организация на основании профессионального суждения определяет, является ли процентная ставка по договору ставкой, соответствующей рыночным условиям. Некредитная финансовая организация исходит из понимания рыночных условий, соответствующих данным договорам, сопоставляет процентную ставку по договору с условиями по аналогичным договорам займа или договорам банковского вклада, действующим в самой некредитной финансовой организации и на рынке». [1]

Что касается процентных доходов, то по новым отраслевым стандартам такие доходы отражаются в отчёте о финансовых результатах по сумме фактически начисленных по договору займа процентов без применения ставки дисконтирования в случае, если эти процентные доходы относятся к активам со сроком погашения менее одного года [4].

В случае срока займа более года с применением метода дисконтирования: «процентными доходами (процентными расходами) ... признаются доходы (расходы), начисленные в виде процента ... по операциям, приносящим процентные доходы (процентные расходы)» и «отражаются в ОФР с применением ставки дисконтирования». «Процентные доходы и процентные расходы по предоставленным и привлеченным средствам начисляются в порядке и размере,

предусмотренными соответствующим договором, на остаток задолженности, учитываемой на соответствующем лицевом счете» [2].

Проводки, характеризующие учет кредитных операций в микрофинансовых организациях, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Сравнение проводок, отражающих операции по выдаче микрозаймов в соответствии с действующими и новыми отраслевыми стандартами и планами счетов.

Содержание операции	Действующие стандарты учёта план счетов		Новые отраслевые стандарты и ЕПС		Первичный документ
	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	
Выдача денежных средств из кассы	58.3	50 (51)	48701, 48801, 49401 «микрозаймы, выданные» (разным видам лиц)	20202 (20501) «Касса организации»	Расходный кассовый ордер
Корректировка стоимости займа	-	-	71502	48808 «Корректировки, уменьшающие стоимость предоставленных средств»	Расчёт ЭСП, АС
Начисление процентного дохода (на конец месяца или на дату погашения)	76.3	90.1	48702, 48802, 49402 «Начисленные проценты по микрозаймам, выданным...»	71001 «Процентные доходы»	Договор займа, бухгалтерская справка

Содержание операции	Действующие стандарты учёта план счетов		Новые отраслевые стандарты и ЕПС		Первичный документ
	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	
Корректировка стоимости займа и увеличение процентного дохода	-	-	48807 «Корректировки, увеличивающие стоимость средств, предоставленных по микрозайму.»	71005 «Корректировки, увеличивающие процентный доход на разницу между процентными доходами, рассчитанными с применением ставки дисконтирования и без.	Расчёт ЭСП, АС
			48808	48807	
Оплачена сумма начисленных процентов (Получение процентного дохода)	50 (51)	76.3	20202 (20501)	48709, 48809, 49409 «Расчеты по процентам по микрозаймам, выданным...»	Приходный кассовый ордер
			48809	48802	
Возвращена сумма основного долга	50 (51)	58.3	20202 (20501) «Касса организации»	48701, 48801, 49401 «Микрозаймы, выданные физическим лицам»	Приходный кассовый ордер

Далее необходимо сравнить проводки, используемые для формирования резервов на возможные потери по займам. Также использование данных резервов для погашения, признанных безнадежными, финансовых вложений. Сравнение представлено в таблице 2.

Таблица 2

Сравнение операций на формирование резервов на возможные потери по займам и использование данных средств для погашения финансовых вложений, признанных безнадежными.

Содержание операции	Действующие стандарты учёта план счетов		Новые отраслевые стандарты и ЕПС		Первичный документ
	Дт	Кт	Дт	Кт	
Сформирован резерв под обесценение финансовых вложений	91.2	59	71202 «Расходы по формированию резервов под обесценение»	48710, 48810, 49410 «Резервы под обесценение по микрозаймам, выданным...» (разным лицам)	Бухгалтерская справка
Сформирован резерв сомнительных долгов на предельную сумму процентов по выданным займам	91.2	63			Бухгалтерская справка
Восстановление (уменьшение) ранее начисленного резерва под обесценение фин. вложений	59	91.1	48710, 48810, 49410 «Резервы под обесценение по микрозаймам, выданным...» (разным лицам)	71201 «Доходы от восстановления резервов под обесценение»	Бухгалтерская справка
Восстановление (уменьшение) ранее начисленного резерва под обесценение	63	91.1			Бухгалтерская справка

Содержание операции	Действующие стандарты учёта план счетов		Новые отраслевые стандарты и ЕПС		Первичный документ
	Дт	Кт	Дт	Кт	
Списание основной суммы займа за счёт сформированного резерва под обесценение	91.2	58.3	48710, 48810, 49410	48701, 48801, 49401	Бухгалтерская справка
	59	91.1	«Резервы под обесценение по микрозаймам, выданным...» (разным лицам)	«микрозаймы, выданные...» (разным видам лиц)	
Списание начисленного процентного дохода за счёт сформированного резерва под обесценение	63	76.3	48710, 48810, 49410 «Резервы под обесценение по микрозаймам, выданным...»	48702, 48802, 49402 «Начисленные проценты по микрозаймам, выданным...»	Бухгалтерская справка

Таким образом, видно различие в формировании резервов: по действующим стандартам резервы на сумму займа и на проценты по займу начисляются и списываются на 59 и 63 счета, отдельно. В то время как по новым отраслевым стандартам существуют счета «Резервы под обесценение по микрозаймам, выданным», которые сразу включают в себя резервы и на основную сумму долга и на процентные доходы начисленные

Библиографический список:

1. Положение ЦБ РФ №493-П (от 01.10.2015) «Отраслевой стандарт бухгалтерского учёта некредитными финансовыми

организациями операций по выдаче (размещению) денежных средств по договорам займа и договорам банковского вклада» [Электронный ресурс]/ consultant.ru КонсультантПлюс.- Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. - Загл. с экрана.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (ред. от 26.08.2015) (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 N 160н) [Электронный ресурс]/ consultant.ru КонсультантПлюс.- Режим доступа: <http://www.consultant.ru> - Загл. с экрана.

3. Указание ЦБ РФ № 3719-У (от 09.07.2015) «Об отчётности некредитных финансовых организаций об операциях с денежными средствами» [Электронный ресурс]/ consultant.ru КонсультантПлюс.- Режим доступа: <http://www.consultant.ru> - Загл. с экрана

4. Федотова Д.П. Амортизированная стоимость и корректировки – новые понятия в бухучёте НФО / Д.Г. Федотова // Вестник програмбанка. -2016. - № 10. – С. 10-14

СЕКЦИЯ 8. ФИНАНСЫ

УДК 338

Корельская Е.А. О финансовой политике организации

About the financial policy of the organization

Корельская Екатерина Андреевна,

Студентка Высшей школы экономики, управления и права
Северный (Арктический) Федеральный университет

Korelskaia Ekaterina Andreevna,

Student of the Higher School of Economics, Management and Law
Northern (Arctic) Federal University

Аннотация: Разработка правильной финансовой политики, помогает компаниям эффективно управлять финансами.

Ключевые слова: компания, финансовая политика, управление

Abstrakt: Developing of the right financial policy helps to companies to effectively manage finances.

Keywords: company financial policy, management

Правильно разработанная финансовая политика, нацеленная на оптимальный уровень финансового состояния, дает предприятию возможность достичь эффективного управления финансами. Финансовая политика осуществляется с учетом информации финансового и управленческого учета предприятия.

На принятие управленческих решений влияет множество факторов. Например, отсутствие нужных данных, а также использование устаревшей и недостоверной информации могут являться причиной серьезных просчетов. Информация используется с целью минимизировать неопределенность в принятии решений, а также для уменьшения сокрытия данных, необходимых для формирования финансовой политики.

Учредители предприятия определяют финансовую политику, руководство компании разрабатывает ее в сфере финансов предприятия, а финансовые службы, производственные структуры и другие подразделения реализуют данную политику.

Финансовая политика – это комплекс мероприятий, направленный на формирование, организацию и использование финансов для достижения целей предприятия. [1].

Финансовая политика определяется еще как мероприятия, которые предприятие воплощает в действительность, учитывая внешние и внутренние факторы, которые влияют на деятельность компании. Данные мероприятия реализуются в границах общей финансово-информационной сферы.

Финансово – информационная сфера - это учетная, планируемая и отчетная информация о реакциях финансового состояния на управляющие воздействия органа управления, которая отражает реальное финансовое состояние коммерческой организации.

Из всего, сказанного выше можно определить требования к формированию финансовой политики: нужно руководствоваться финансово-информационной сферой и придерживаться общих внутренних регламентных принципов управления финансами; иметь конкретные и реально достижимые цели финансового развития предприятия, т. е. разработать ряд практических мероприятий, обеспечивающих их реализацию; учитывать внешние и внутренние факторы, влияющие на функционирование коммерческой организации в текущем и прогнозном периодах (уровень налогообложения, ставки по банковскому и коммерческому кредиту, структура собственных и

заемных средств, степень квалификации финансовых работников предприятия и другие факторы).

Финансовая политика предприятия имеет два взаимосвязанных направления – политику доходов и расходов, которые на практике реализуют соответствующие функции финансов. Политика доходов и расходов является ключевой, исходной, так как из ее целей вытекают цели и мероприятия в разрезе кредитной, операционной, учетной, налоговой, инвестиционной, рыночной политики. Планирование каждого из этих направлений осуществляется соответствующими службами предприятия в их непосредственной взаимосвязи, при этом приоритетность того или иного из них зависит от текущего финансового состояния субъекта хозяйствования (так, в условиях кризисного развития более целесообразно ориентироваться на планирование «от доходов», когда вначале осуществляется определение ожидаемых финансовых поступлений и лишь потом планируется их использование).

К основным направлениям разработки финансовой политики предприятия относятся[2]:

- 1) разработка учетной, управленческой и налоговой политики;
- 2) выработка кредитной политики предприятия;
- 3) управление оборотными средствами, дебиторской и кредиторской задолженностью, управление затратами, включая выбор амортизационной политики (операционная политика);
- 4) выбор дивидендной политики;
- 5) инвестиционная политика;
- 6) рыночная политика (маркетинговая и ценовая политика).

Цели финансовой политики подразделяются на стратегические и оперативные. Первые из них рассчитаны на срок реализации от одного года до пяти лет и более. Стоит принять во внимание, что для российских компаний стратегические цели касаются реализации концепции, а не конкретных мероприятий, так как на их деятельность чаще зависит от внешних факторов, а не от самих компаний. Вторая группа целей, рассчитанных на период не более одного года, требует одновременной разработки прикладного механизма их практической реализации, где можно использовать бюджетирование [3].

Финансовая политика в зависимости от времени достижения и вида поставленных целей делится на два вида: краткосрочную и долгосрочную. Значит, финансовая политика должна учитывать тактику и стратегию развития предприятия.

Краткосрочная финансовая политика организации — совокупность мероприятий по целенаправленному формированию, организации и использованию финансов для достижения текущих целей. Она не изучает сущности финансовых отношений и не разрабатывает механизмов и методов оптимизации доходов, расходов, денежных потоков и т.п., а использует существующие, рассматриваемые в финансовом менеджменте [4].

Долгосрочная финансовая политика – это финансовая стратегия предприятия, система долгосрочных целей и способов развития финансов. Она направлена на всесторонний поиск источников финансового обеспечения развития предприятия, достижение высокого финансового потенциала, обеспечивающего долгосрочную финансовую устойчивость предприятия.

В роли информационного обеспечения реализации финансовой политики выступает информация. Определение информации как экономического информационного ресурса предполагает наличие экономических объектов, в которых этот ресурс используется. Благодаря информации в системе управления осуществляется воздействие управляющей системы на управляемую (прямая связь) и обратное воздействие управляемой системы на управляющую (обратная связь) .

В процессе генерирования финансовой информации можно выделить два уровня: 1) оперативный учет; 2) финансовый учет.

Для финансового учета источниками информации являются данные системы учета организации, которые накапливают экономическую информацию, в том числе элементы системы налогообложения, складского, бухгалтерского, управленческого учета. Представленная информация позволит анализировать данные, которые могут указывать на дополнительные (ресурсные) источники получения доходов и снижения расходов, что важно для ликвидности и эффективности деятельности коммерческой организации, а также поможет разработать цели и реализовать финансовую политику в практике ведения финансово- хозяйственной деятельности предприятия [5].

Библиографический список:

1. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А.Д. Шеремет. — 2-е изд., доп. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 374 с.
2. Разработка финансовой политики организации. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/finance/financial_politics_development.shtml (Дата обращения: 10.01.17)
3. Понятие, цели и задачи краткосрочной финансовой политики. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://helpiks.org/5-101407.html> (Дата обращения: 10.01.17)
4. Медведева О.Е. Преимущества и недостатки своп-контракта как инструмента финансового рынка // Карельский научный журнал. 2013. № 3. С. 23–26.
5. Пугачева Д.О., Медведева О.Е. Теоретические и методологические аспекты оценки инвестиционной привлекательности предприятия, проведенной на основе анализа показателей финансового состояния // Международный научно-исследовательский журнал. 2014. № 2-2. С. 61–63.

УДК 336.647/.648

Погодина С.Н. Анализ формирования и использования финансовых ресурсов бюджетных организаций

Analysis of the formation and use of financial resources of budget organizations

Погодина Светлана Николаевна,
Студентка 4 курса факультета экономики
Дзержинский филиал РАНХиГС

Pogodina Svetlana Nikolaevna,
Fourth year student of the Faculty of Economics
Dzerzhinsk Branch of the Russian Academy of Sciences

Аннотация: Источники формирования и направления использования финансовых ресурсов в бюджетных учреждениях разных отраслей однотипны, но при этом они имеют некоторую специфику, обусловленную, во-первых, отраслевыми особенностями деятельности учреждений, и, во-вторых, сочетанием применяемых методов хозяйствования (сметное финансирование и полная или частичная самокупаемость). Основными источниками финансирования здравоохранения являются средства бюджетов всех уровней, средства обязательного и добровольного медицинского страхования и поступления от оказания платных медицинских услуг. Бюджетные средства могут быть использованы только для финансирования учреждений, оказывающих помощь при социально значимых заболеваниях, а также учреждений скорой медицинской помощи, станций переливания крови, родильных домов, домов ребенка. Растущий дефицит региональных и местных бюджетов, за счет которых финансируется преобладающее число бюджетных учреждений, ведет к минимизации средств, выделяемых на социальные расходы. Это приводит к необходимости поиска дополнительных внебюджетных источников финансирования в основном за счет осуществления учреждениями предпринимательской и иной приносящей доход деятельности.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, здравоохранение, бюджет, анализ, исполнение

Abstract: The sources of the formation and direction of the use of financial resources in the budgetary institutions of different branches are the same, but they have some specificity, due, first, to the sectoral features of the institutions, and, secondly, to the combination of applied methods of management (budget financing and full Or partial self-sufficiency). The main sources of health financing are funds of budgets of all levels, mandatory and voluntary medical insurance and income from the provision of paid medical services. Budgetary funds can be used only to finance institutions that provide assistance for socially significant diseases, as well as emergency medical institutions, blood transfusion stations, maternity homes, and children's homes. The growing deficit of regional and local budgets, through which a large number of budgetary institutions are financed, leads to a minimization of the funds allocated for social expenditures. This leads

to the need to search for additional extrabudgetary sources of funding, mainly through the implementation of business and other income-generating activities by institutions.

Keywords: financial resources, health care, budget, analysis, execution

Важнейшим условием эффективного функционирования национальной экономики является рациональное и экономное использование средств государственного бюджета, направляемых на содержание отраслей непроизводственной сферы [5]. В сложившейся экономической ситуации, когда бюджетного финансирования становится недостаточно для покрытия текущих расходов, перспектива развития любого учреждения в экономическом и финансовом плане наряду с объективными макро – и микроэкономическими факторами во многом обусловлена субъективным фактором, а именно финансовой политикой, проводимой руководством организации [2,5].

Государственное бюджетное учреждение здравоохранения Нижегородской области «Володарская центральная районная больница» (далее ГБУЗ НО Володарская ЦРБ) является некоммерческой организацией. Учредителем ГБУЗ НО Володарская ЦРБ является Администрация Нижегородской области, функции и полномочия Учредителя осуществляет министерство здравоохранения Нижегородской области. ГБУЗ НО Володарская ЦРБ находится в ведомственном подчинении министерства здравоохранения Нижегородской области.

ГБУЗ НО Володарская ЦРБ осуществляет свою деятельность на основании и в соответствии с лицензиями, полученными в порядке, установленном действующим законодательством РФ. ГБУЗ НО Володарская ЦРБ не вправе отказаться от выполнения государственного задания которое формирует и утверждает Министерство здравоохранения Нижегородской области. ГБУЗ НО

Володарская ЦРБ вправе сверх установленного государственного задания, а также в случаях, определенных федеральными законами, в пределах установленного государственного задания выполнять работы, оказывать услуги, относящиеся к его основным видам деятельности, для граждан и юридических лиц за плату и на одинаковых при оказании одних и тех же услуг условиях. Порядок определения указанной платы устанавливается Министерством здравоохранения Нижегородской области.

Следует отметить, что ГБУЗ НО Володарская ЦРБ вправе осуществлять приносящую доходы деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых оно создано, а именно, платные медицинские услуги в рамках договоров с гражданами или организациями. Доходы, полученные от такой деятельности, и приобретенное за счет этих доходов имущество поступают в самостоятельное распоряжение ГБУЗ НО Володарская ЦРБ. Следует отметить, что ГБУЗ НО Володарская ЦРБ не вправе размещать денежные средства на депозитах в кредитных организациях, а также совершать сделки с ценными бумагами.

Для комплексной оценки доходной части финансовых ресурсов ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" необходимо использовать Планы финансово-хозяйственной деятельности, которые утверждаются руководством учреждения до начала финансового года, а также провести анализ данных документов [1,4].

Для рассмотрения изменений утвержденных сумм доходов учреждения в динамике воспользуемся Планами ФХД за 2014, 2015 и 2016 финансовые годы.

Анализ доходной части финансовых ресурсов ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" представлен на рисунке 1. Согласно расчетам, финансовые ресурсы в 2015 году сократились на 4,41%, а в 2016 году на 13,42% по отношению к сумме 2015 года. В общей сложности, в период с 2014 по 2016 гг. поступления в бюджет учреждения сократились на 17,23% или на 43'211'405 рублей.

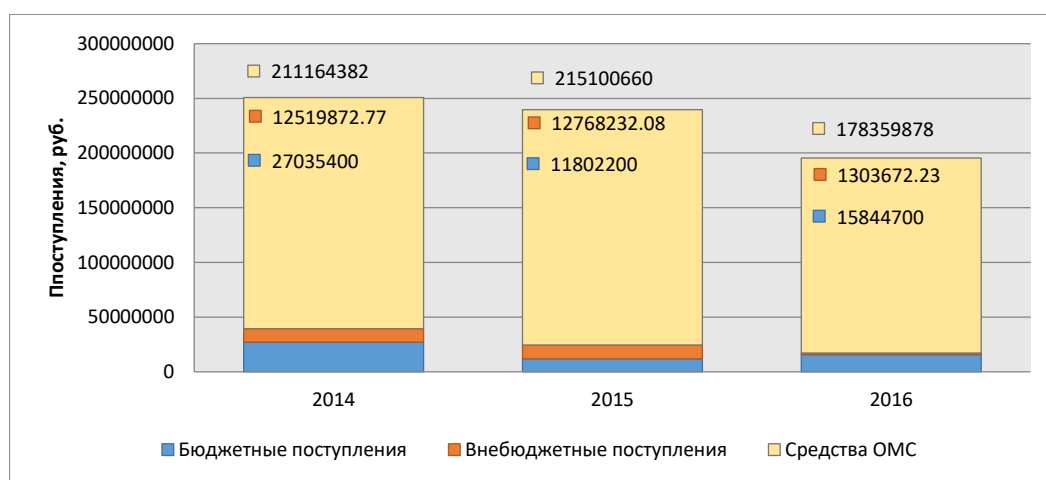


Рисунок 1. Динамика изменений поступлений в бюджет ГБУЗ НО Володарская ЦРБ по группам статей в период 2014-2016гг.

Доходы по статьям в группе "Бюджетные поступления" в 2015 году сократились по отношению к предшествующему году на 56,35%, в 2016 году сумма поступлений составила 15844700,00 рублей, что на 34,25% меньше, чем сумма поступлений в 2015 году. За анализируемый период бюджетные поступления сократились с 27035400,00 рублей до 15844700,00 рублей, или на 41,39%. Данное изменение произошло в результате сокращения перечисляемых субсидий на выполнение государственного задания, которые к 2016 году сократились на 40,74% и отсутствия целевых субсидий.

Доходы по статьям в группе "Внебюджетные поступления" имеют положительную динамику изменений. В 2015 году поступления

увеличились на 1,98%, в 2016 году на 4,19% по отношению к предшествующему году. В целом, внебюджетные поступления увеличились в анализируемом периоде с 12519872,77 рублей в 2014 году - до 13303672,23 рублей в 2016 году или на 6,26%. Изменения по данной группе статей, происходят в основном за счет ежегодного увеличения суммы по статье "Остаток на начало года", к концу рассматриваемого периода данные средства увеличились на 59,20%, с 919872,77 рублей до 1464472,23 рублей. Поступления от оказания платных услуг с 2014 по 2015 гг. оставались неизменными в сумме 11,55 млн. руб., а в 2016 году увеличились на 104,2 тыс.руб. или на 0,9%. Средства, перечисляемые внебюджетным фондом ОМС, в анализируемом периоде сократились с 211164382,84 руб. до 178359878,0 руб. или на 15,54%.

Данные по структурному анализу доходной части финансовых ресурсов ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" приведены на рисунке 2.

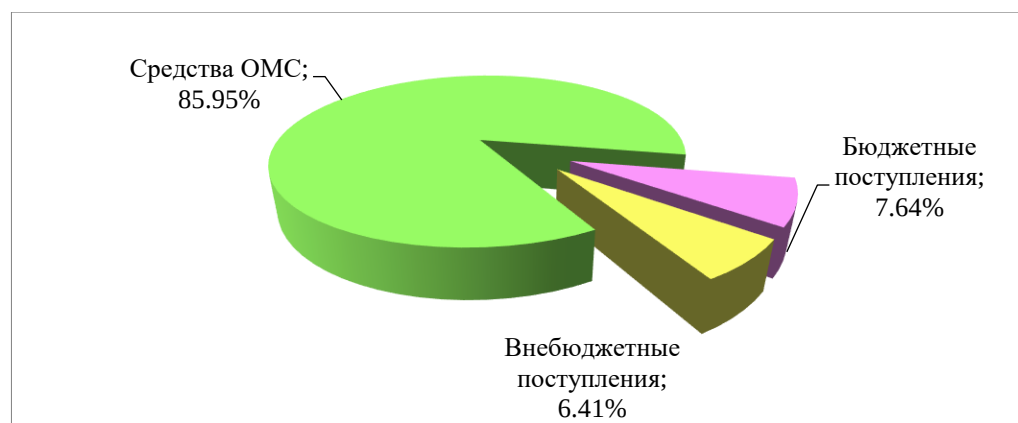


Рисунок 2. Структура доходной части финансовых ресурсов в 2016 году

Проведенный анализ доходной части финансовых ресурсов ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" позволяет сделать вывод о том, что основными источниками поступлений в анализируемом периоде, неизменно остаются средства перечисленные фондом ОМС – порядка 85%.

Второй группой доходов в годовых структурах являются бюджетные поступления которые снизились с 11% до 7,6%. Внебюджетные поступления, ежегодно имеют наименьшую долю в структуре доходов учреждения – 5-6%%, ежегодно увеличивается остаток средств по данной группе статей и суммы поступлений от оказания услуг на платной основе.

Для комплексной оценки расходной части финансовых ресурсов ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" необходимо так же как и для анализа доходной части, воспользоваться Планом финансово-хозяйственной деятельности. Анализ расходной части финансовых ресурсов ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" представлен на рисунке 3.

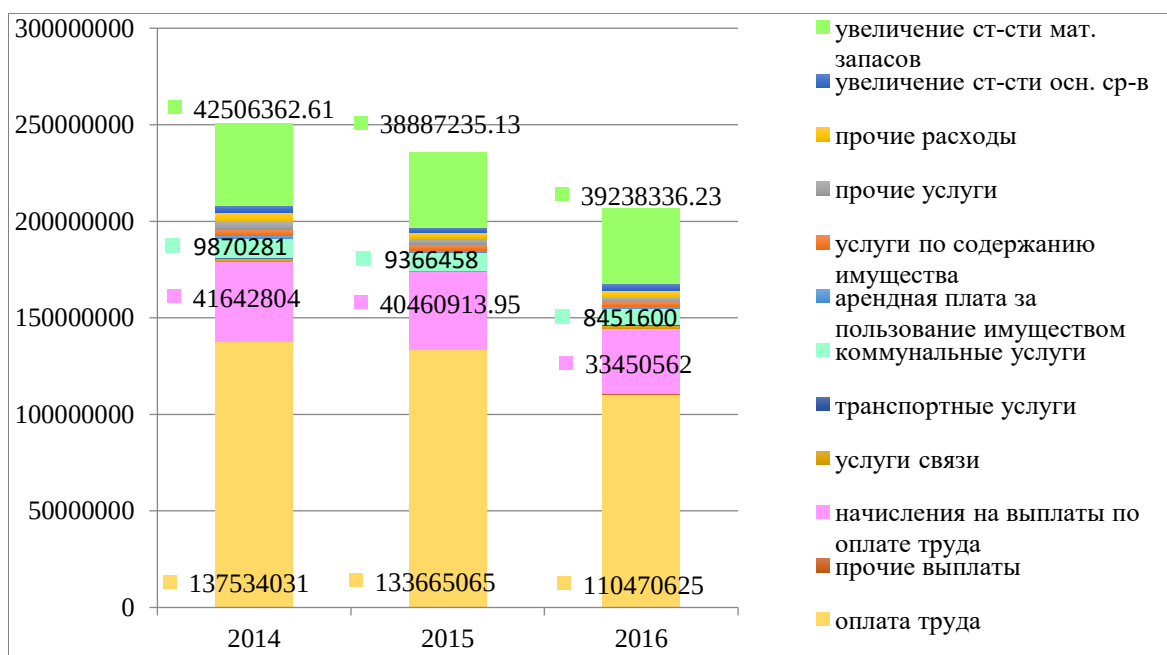


Рисунок 3. Динамика изменений расходов учреждения по группам статей в период с 2014 по 2016 гг.

Как видно, расходы учреждения сократились на 5,2% в 2015 году, и на 13,03% в 2016 году, по отношению к сумме 2015 года. В общей сложности, в период с 2014 по 2016 гг. расходы бюджета учреждения

сократились на 17,55% или на 44'007'677,38 рублей. Снижение произошло практически по всем статьям расходов, за исключением:

- расходы по статье «Прочие выплаты» увеличились в анализируемом периоде с 25,4 тыс.руб., до 345,2 тыс.руб.

Относительное изменение составило 1259,06%;

- расходы на услуги связи в 2015 году увеличиваются с 1,516 млн.руб. – до 2083,7тыс.руб. или на 37,44%, в дальнейшем наблюдается снижение показателя. В общей сложности, расходы по данной статье увеличились в 2016 году на 29,54%, по отношению к сумме 2014 года, или на 447,9 тыс.руб.;

- расходы по статье «Арендная плата за пользование имуществом» в 2015 году сократились на 50,89%, в 2016 году увеличились на 28,92% по отношению к 2015 году, однако в целом по данной статье, в анализируемом периоде происходит снижение на 36,69%;

- по статье «Увеличение стоимости основных средств» в целом наблюдается увеличение показателей на 6,06%;

- по статье «Увеличение стоимости материальных запасов» в анализируемом периоде наблюдается снижение показателя на 7,69%.

Далее, рассмотрим структуру расходов учреждения, в каждом финансовом году анализируемого периода. Данные по вертикальному анализу расходной части финансовых ресурсов ГБУЗ НО «Володарская ЦРБ» приведены на рисунке 4.

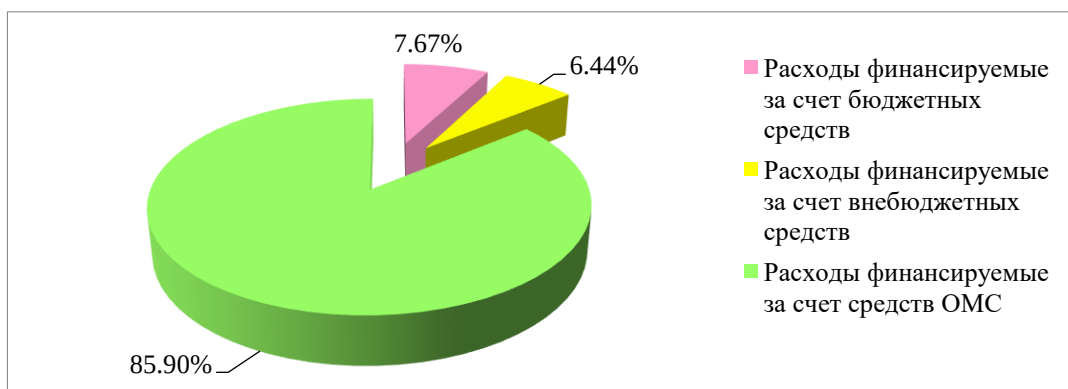


Рисунок 4. Структура расходов учреждения за 2016 год

Как видно, расходы, финансируемые средствами ОМС, занимают порядка 85%, расходы финансируемые за счет бюджетных средств – 7-10: и имеют тенденцию к снижению, расходы финансируемые за счет внебюджетных средств – порядка 5-6:%%.

Основной статьей расходов является «Оплата труда», она имеет долю в размере 56% от общей суммы расходов за год. Следующими по величине расходами являются расходы по статье «Начисления на выплаты по оплате труда», по данной статье расходуется 17% от суммы годовых расходов. По статье «Увеличение стоимости материальных запасов» расходуется 16% от общей суммы расходов за год. На оплату коммунальных услуг было затрачено 4% от годовой суммы расходов. Остальные расходы имеют долю, в размере менее 2%.

Получив данные по расходам, проведем сравнительный анализ, плановых сумм расходов и доходов учреждения (таблица 1)

Таблица 1

Плановое исполнение бюджета учреждения

Наименование/год	2014 год	2015 год	2016 год
Доходная часть	250 719 655,61	239 671 092,00	207 508 250,23
Расходная часть	250 719 655,61	237 682 337,08	206 711 978,23
Соотношения	100,00%	100,84%	100,39%

Согласно таблице 1, плановые доходы ежегодно покрывают плановые расходы: в полном объеме в 2014 году; с превышением доходной части над расходной на 0,84% в 2015 году; с превышением доходной части над расходной на 0,39% в 2016 году. Однако, проведенные расчеты, не могут в полном объеме охарактеризовать целостную картину формирования и использования финансовых ресурсов учреждения. Поэтому воспользуемся данными приведенными в отчете об исполнении учреждением плана его финансово-хозяйственной деятельности, для сравнения плановых и фактических показателей доходной и расходной части бюджета ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ".

Изобразим графически показатели исполнения бюджета учреждения "Володарская ЦРБ" 2016 годы на рисунке 6.

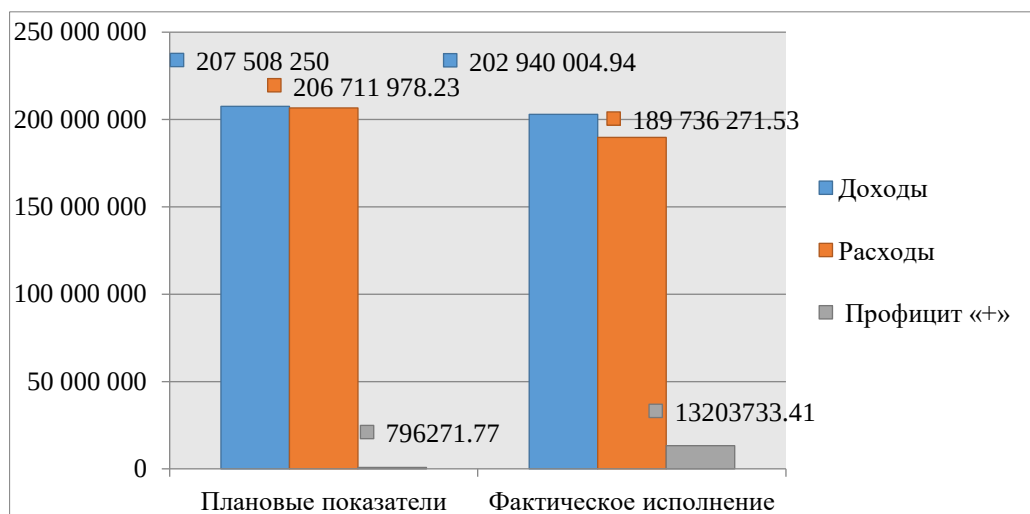


Рисунок 6. Сравнение плановых и фактически исполненных показателей исполнения бюджета "Володарской ЦРБ" за 2016 год

Фактические доходы исполнены по отношению к первоначальным плановым показателям на 97,8 %, фактические расходы исполнены по отношению к первоначальным плановым показателям на 91,79%, профицит бюджета сложился в сумме: 13 203 733,41 рублей. Такая ситуация складывалась на протяжении всего анализируемого периода.

Проведенный анализ формирования и использования финансовых ресурсов в ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" выявил определенные недостатки в данном процессе. В первую очередь необходимо отметить недостатки в проектировании (прогнозировании) расходной и доходной частей бюджета ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ". На протяжении всего анализируемого периода (2014-2016 гг.) просматривается тенденция отклонения фактических значений доходов и расходов от плановых.

Несмотря на профицит бюджета ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ" имеется недофинансирование деятельности данного учреждения. Недофинансирование бюджета ГБУЗ НО "Володарская ЦРБ"

целесообразно сократить путем расширения сферы платных услуг или путем освоения видов медицинских услуг, финансируемых за счет ОМС.

Анализ тенденций рынка платных медицинских услуг показывает, что с одной стороны в г. Володарске наблюдается дефицит качественных предложений высокотехнологичной квалифицированной медицинской помощи, особенно в области сектора детских услуг, с другой стороны имеется потребительский спрос на эти услуги. Одна из медицинских услуг, которую целесообразно оказываемых на платной основе в г. Володарске, является рентгенодиагностическая услуга. Рассчитаем стоимость простой (базовой) рентгенодиагностической услуги.

По данным специализированных информационных источников минимальная стоимость рентгенодиагностического комплекса с цифровой обработкой изображения DIXION CYBERBLOC, предназначенного для проведения рентгенографических исследований и томографии, составляет 835 000 рублей.

Прямые расходы состоят из расходов на оплату труда основного персонала, начисления на оплату труда основного персонала, расходов на медикаменты, износа мягкого инвентаря, износа оборудования:

- размер отчислений на социальные нужды составляет 30 процентов от фонда оплаты труда;
- размер амортизации оборудования, рассчитанный линейным способом, исходя из срока полезного использования оборудования 8 лет, составляет 12,5 процентов в год;
- рентабельность, определяемая отношением прибыли к себестоимости, составляет 25%;

- коэффициент косвенных расходов для поликлинического приема составляет – 0,25.

Среднегодовые расходы по данным статьям затрат составляют:

- расходы на оплату труда врача и медицинской сестры, рассчитанные исходя из шестичасового рабочего дня, - 498 000 руб.;
- расходы на необходимые расходные материалы – 136 865 рубля;
- износ мягкого инвентаря – 11679 рублей.

Для проведения расчета стоимости простой рентгенодиагностической услуги, оказываемой ГБУЗ НО «Володарская ЦРБ» на 2017-2019 годы, построим таблицу 2.

Таблица 2

Расчет стоимости простой рентгенодиагностической услуги, оказываемой ГБУЗ НО «Володарская ЦРБ» на 2017-2019 годы, руб.

Показатели	2017 год	2018 год	2019 год
1.Стоимость оборудования, руб.	835 000	-	-
2.Прямые расходы	900 409	900 409	900 409
3.Расходы на оплату труда	498 000	498 000	498 000
4.Начисления на оплату труда	149 400	149 400	149 400
5.Расходы на материалы	136 865	136 865	136 865
6.Износ мягкого инвентаря	11 679	11 679	11 679
7.Амортизация оборудования	104 375	104 375	104 375
8.Косвенные расходы	225 102	225 102	225 102
9.Рентабельность, %	281 377	281 377	281 377
10.Итоговая стоимость услуги	1 406 888	1 406 888	1 406 888

Средние временные затраты на оказание одной/ услуги составляют 15 минут. Исходя из объема рекомендуемой нагрузки рентгенологического аппарата 1600 часов в год, в течение года на данном аппарате будет оказано 6400 единиц услуг.

Стоимость одной услуги составит $1\,406\,888 / 6400 = 220$ рублей.

Окупаемость аппарата составит $(835\,000 / 1\,406\,888) * 12 \text{ мес.} = 7,1$ мес.

Дополнительно полученные доходы позволят учреждению значительно повысить эффективность и расширить инфраструктуру других видов платных медицинских услуг, что обусловит рост качества их оказания.

Такой путь формирования цен на платные услуги позволит ГБУЗ НО «Володарская ЦРБ» «закладывать» в тарифы не те затраты, которые отражают его фактическое финансирование, а аргументировано включают обоснованный размер оптимального финансирования по конкретным статьям.

Платные услуги расширяют возможности оказания тех услуг, которые ГБУЗ НО «Володарская ЦРБ» не может предоставить за счет бюджетного финансирования, и в этой роли они способны повышать качество и эффективность оказываемой медицинской помощи в целом.

Библиографический список:

1. Парфенов, И.В., Шелкоусова, Т.В. Особенности использования информации учета и отчетности бюджетных организаций для анализа коммерческой деятельности и финансового состояния их обособленных структурных подразделений / И.В. Парфенов, Т.В. Шелкоусова // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях -2014. - N 4.

2. Поляк, Г.Б. Финансы бюджетных организаций: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит» / Г.Б. Поляк, Л.Д. Андросова, О.И. Базилевич. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 463 с

3. Санталова, Ю.Е., Почекаева, О.В. Источники финансирования некоммерческих организаций / Ю.Е. Санталова, О.В. Почекаева // Электронный научно-практический журнал «Молодежный научный

вестник». -2017. -№3 (15). Режим доступа:
<http://www.mnvnauka.ru/2017/03/Santalova.pdf>

4. Чалова А.В., Почекава О.В. Особенности анализа бухгалтерской отчетности некоммерческих организаций / А.В. Чалова, О.В. Почекаева // Электронный научно-практический журнал «Молодежный научный вестник». -2016. -№8. Режим доступа:
<http://www.mnvnauka.ru/2016/08/Chalova.pdf>.

5. Шахова, Г.Я., Боженко, И.П. Государственные расходы и социально-экономическое развитие / Г.Я Шахова, И.П. Боженко // Финансы. - 2015. - № 8. с.62.

УДК 347.73

Проценко К.В. Оценка современного состояния налогового контроля в Российской Федерации

Assessment of the current state of tax control in the Russian Federation

Проценко Ксения Витальевна,
Студентка 1 курса магистратуры
ФГАОУ ВО Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского

Ksenia Protsenko Vitalievna,
The student of 1 course of a magistracy
Federal STATE Autonomous educational institution of the Crimean Federal
University. V. I. Vernadsky

Аннотация: В данной статье проанализирована деятельность налоговых органов в РФ, а также рассмотрены основные показатели оценки эффективности налогового контроля.

Ключевые слова: налоги, налоговая проверка, налоговый контроль, качество проверки, выездная и камеральная проверка.

Abstract: This article analyzes the activity of tax bodies in Russia, as well as the basic indicators of an estimation of efficiency of tax control.

Keywords: taxes, tax audit, tax control, quality inspection, onsite and offsite testing.

Одним из главных факторов развития экономики РФ является эффективная налоговая система, так от качественной организации контрольной работы налоговых органов зависит пополняемость бюджета страны.

Целью написания статьи является проведение анализа эффективности деятельности налоговых органов РФ.

Актуальность выбранной темы обусловлена, тем, что хоть уже и существует не малое количество исследований в области налоговых проверок, но пока еще нельзя с уверенностью сказать, что все проблемы в данной области решены.

В настоящее время одной из задач Правительства РФ является повышение уровня доходов бюджета. Достижение указанного

результата связано с развитием налогового контроля (в рамках задач повышения эффективности налоговой системы РФ). Одно из основных мест среди других форм налогового контроля отводится налоговым проверкам, так как именно они занимают ведущее положение по действенности, эффективности и значимости.

В РФ функции по контролю и надзору за налогоплательщиками осуществляет Федеральная Налоговая служба (далее ФНС) [2].

На рис.1. представлены функции, которые осуществляет ФНС РФ, а на рис.2. межрегиональные инспекции РФ по федеральным округам.

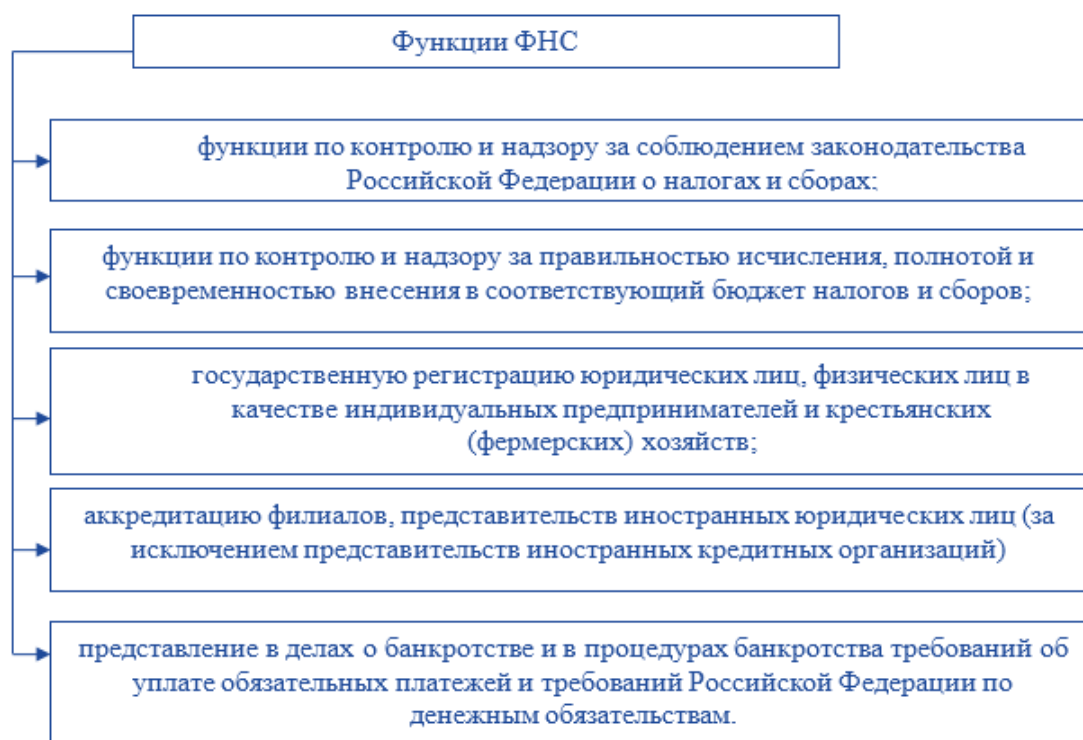


Рисунок 1. Функции ФНС РФ



Рисунок 2. Межрегиональные инспекции РФ по федеральному округу

По состоянию на 07.05.17 г. в Республике Крым насчитывается 11 инспекций. Данные инспекции расположены в таких городах как: Алушта, Симферополь, Ялта, Бахчисарай, Евпатория, Керчь, Саки, Джанкой, Красноперекоепск и с. Мирное и с. Борзенко[2].

Для оценки эффективности налогового контроля проанализируем показатели деятельности налоговых органов, на примере ИФНС России №6 в городе Евпатории.

В табл. 1 и табл. 2 представлены общие сведения о проведенных камеральных проверках [4].

Таблица 1

Анализ дополнительно начисленных платежей по результатам контрольной работы

Год	Дополнительно начислено платежей по результатам контрольной работы				
	Всего, тыс.руб.	Налоги		Штрафы	
		Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %
2015	794,00	650,00	81,86%	144,00	18,14%
2016	876,00	666,00	76,03%	210,00	23,97%

Таблица 2

Сведения о проведенных Инспекцией камеральных проверок

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.
Число камеральных проверок, ед.	12356,00	14964,00
из них выявлено нарушение, ед.	1196,00	1280,00
Доначислено по результатам проверок, тыс. руб	794,00	876,00
из них: налоги:	650,00	666,00
НДС	392,00	499,00
Еденный налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности	66,00	74,00
Налог на прибыль	192,00	93,00
Штрафы:	144,00	210,00
Штрафные санкции по НДФЛ	117,00	162,00
Штрафные санкции по налогу взимаемому в связи с применением УСН	6,00	13,00
Штрафные санкции по единому сельхозналогу	1,00	3,00
Штрафные санкции за нарушения законодательства	20,00	32,00

Проведенный анализ показал, что доначисленные суммы за исследуемые года имеют тенденцию к росту и в результате этого бюджет РФ в 2016 году был пополнен на 876 тыс.руб. Так, за 2016 год в ИФНС России №6 в городе Евпатории проведено 14964 камеральные проверки, что на 2608 проверки больше, чем в 2015 году. В ходе проверок за 2016 год было выявлено 1280 нарушений, что на 82 нарушения больше, чем за прошлый год.

Структурный анализ платежей показал, что удельный вес налогов уменьшился на 6%, а удельный вес штрафных санкций наоборот увеличился на 6%.

Данный анализ показал, что налогоплательщики не выполняют обязательства по своевременной уплате налоговых платежей.

Для определения влияния качества проводимых камеральных проверок на результаты контрольной работы необходимо рассчитать показатель результативности проверок. Так, определим процент результативности налоговых проверок (табл.3).

Таблица 3

Расчет процента результативности камеральных проверок

Показатель	2015 г.	2016 г.
Количество проведенных камеральных проверок, ед.	12356,00	14964,00
из них выявившие нарушения, ед.	1196,00	1280,00
Процент результативности проверок, %	9,68%	8,55%

Из таблицы 3, видно, что уровень результативности проверок снизился на 1,13% по сравнению с 2015 годом.

Для более детального анализа результативности камерального контроля рассчитаем сумму доначисленных платежей в расчете на одну проверку выявившего нарушения (табл 4) [2].

Таблица 4

Расчет суммы доначислений на одну результативную проверку

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.
Доначислено платежей по результатам камеральных проверок, тыс.руб.	794,00	876,00
Результативных проверок, ед.	1196,00	1280,00
Сумма доначислений в расчете на 1 результативную проверку, тыс. руб.	0,66	0,68

Так, из таблицы 4 видно, что за анализируемый период сумма доначисленных платежей в расчете на одну проверку выявившего нарушения приходится 0,68 тыс. рублей, что в свою очередь на 0,22 тыс. рублей больше по сравнению с 2015 годом.

Анализ качества проводимой работы налоговых органов подразумевает оценку проведения выездных проверок, так как именно эти проверки по оценке специалистов обеспечивают наибольшее поступление в бюджет страны.

Далее аналогичным образом проанализируем организацию и проведения выездных налоговых проверок. Общие сведения о проведенных проверках содержатся в табл. 5.

Таблица 5

Сведения о проведенных Инспекцией выездных проверок

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.
Число выездных проверок, ед.	89,00	93,00
из них выявлено нарушение, ед.	87,00	91,00
Доначислено по результатам проверок, тыс. руб.	240856,00	254340,00
из них:		
Налоги	172306,00	184957,00
Штрафы	44703,00	45788,00

Проведенный анализ показал, что количество выездных проверок за анализируемый период значительно не изменился.

Так, за 2016 год в ИФНС России №6 в городе Евпатории проведено 93 выездные проверки, что на 4 проверки больше, чем в 2015 году. При этом бюджет РФ в 2016 году был пополнен на 254340 тыс. руб. В ходе проверок за 2016 год было выявлено 91 нарушение. Так, за рассматриваемый период сумма налогов в общей сумме налоговых платежей увеличилась, это свидетельствует о неуплате налогов налогоплательщиками или их неправильном исчислении.

Рассчитаем удельный вес проверок, выявивших нарушения законодательства о налогах и сборах, в общем количестве проведенных выездных проверок (табл.6) [4].

Таблица 6

Расчет процента результативности проверок

Показатель	2015 г.	2016 г.
Количество проведенных камеральных проверок, ед.	89,00	93,00
из них выявившие нарушения, ед.	87,00	91,00
Процент результативности проверок, %	97,75%	97,85%

Из табл.6 видно, что процент результативности проверок за 2016 год по сравнению с 2015 годом почти не изменился. Такой высокий показатель свидетельствует об эффективном планировании Инспекцией проведения выездных проверок.

Для более детального анализа результативности выездного контроля рассчитаем сумму доначисленных платежей в расчете на одну проверку выявившею нарушения (табл. 7).

Таблица 7

Расчет суммы доначислений в расчете на одну результативную проверку

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.
Доначислено платежей по результатам камеральных проверок, тыс. руб.	240856,00	254340,00
Результативных проверок, ед.	87,00	91,00
Сумма доначислений в расчете на 1 результативную проверку, тыс. руб.	2768,46	2794,95

За анализируемый период работы Инспекции, данный показатель увеличился, но не значительно.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы, что в ходе анализа системы ФНС РФ было установлено, что от ее эффективного функционирования зависит перераспределение благ. Так, как ни одно

государство не может обойтись без налоговых доходов.

Оценка эффективности контрольной работы прежде всего необходима для самой инспекции, так как именно такой анализ позволит оценить качество работы инспекции и сделать соответствующие выводы.

Проанализировав деятельность ИФНС России №6 в городе Евпатории, можно сказать, что показатели как по камеральным, так и по выездным проверкам изменились, но не значительно. Так, общий анализ проверок показал, что налогоплательщики не выполняют обязательства по своевременной уплате налоговых платежей, но высокие показатели процента результативности говорят о том, что Инспекция эффективно планирует проведения налоговых проверок.

Таким образом, постоянное совершенствования и непрерывный поиск путей повышения эффективности деятельности налоговых органов в свою очередь будет способствовать улучшению экономического благополучия.

Исходя из этого, что бы повысить эффективность деятельности налоговых органов необходимо создать услуги консультации налогоплательщиков, это в свою очередь позволит уменьшить не нарушая законодательства совокупность налоговых платежей и защитить себя от ущерба связанного с налоговыми санкциями.

Библиографический список:

1. Демин А.В. Налоговое право России: учеб. пособие / А.В.Демин. - РУМЦ ЮО, 2012. — 490 с.
2. Дубровская В.П. Организация и методика проведения налоговых проверок: учеб. пособие / В.П.Дубровская, Н.В.Свиридова.

- ПГУ 2013, - 286 с.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) : федеральный закон РФ от 5 августа 2000 г. N 117 // Собрание законодательства РФ. - 2000. - № 32. - Ст. 3340.

4. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nalog.ru> (дата обращения 14.05.17)

5. Постановление Правительства РФ от 30 сентября 2004 г. N 506 «Об утверждении Положения о Федеральной налоговой службе». - Доступ из справ. - правовой системы «Консультант – Плюс». Режим доступа: <http://base.garant.ru/12137054/>

6. Тяжких Д.С. Налоговая проверка предприятия: методика проведения, 1 том. - СПб, 2013. — 37 с.

УДК 336.3

Солдаткин С.Н. Причины и пути активизации заёмной деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации

The reasons and ways for the intensifying of borrow activity of executive authorities of the constituent entities of the Russian Federation

Солдаткин Сергей Николаевич,

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов,
Хабаровский государственный университет экономики и права

Soldatkin Sergey Nikolaevich,

Ph.D., Associate Professor, Department of Finance,
Khabarovsk State University of Economics and Law

Аннотация: Необходимость укрепления финансовой самостоятельности субъектов РФ, поиска собственных возможностей обеспечения сбалансированности региональных бюджетов, средств на реализацию региональных программ модернизации и инноваций неизбежно ведёт к дальнейшей активизации заёмной деятельности органов власти субъектов РФ. Требуется рассмотрение вопросов проведения взвешенной долговой политики на региональном уровне.

Ключевые слова: бюджет, заимствования, государственный долг, долговая политика региона

Abstract: The need to strengthen the financial autonomy of constituent entities of the RF, finding their own ways to ensure balance in the regional budgets, funds for the implementation of regional programmes for the modernization and innovation inevitably leads to further enhance of the borrow activity of authorities of subjects of the RF. The review of the weighted debt policy at the regional level is required.

Keywords: budget, borrowing, public debt, debt policy of the region

Тесное переплетение бюджетной и региональной политики российского государства особенно проявляется в отношении субъектов РФ. Обеспечение бюджетной устойчивости и финансовой самостоятельности органов власти субъектов РФ сегодня вполне увязывается с такими приоритетами государственной региональной политики, как сбалансированное социально-экономическое развитие субъектов РФ и сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов и

качестве жизни населения. При этом одной из важнейших задач региональной политики является повышение обеспеченности расходов субъектов РФ и муниципальных образований (без учета субвенций) закрепленными налоговыми и неналоговыми доходами [1].

Вместе с тем, сложившаяся сегодня в России система межбюджетных отношений нельзя считать рациональной и справедливой, поскольку большая часть налоговых доходов, получаемых регионами, по-прежнему направляется в доход федерального бюджета. Более того, перераспределение расходных полномочий между бюджетами разных уровней, происходящее в рамках совершенствования межбюджетных отношений, далеко не всегда приводит к реальному улучшению ситуации с наполняемостью бюджетов субъектов РФ. Поэтому российским регионам становится все сложнее обеспечивать необходимый уровень финансовой устойчивости и самостоятельности.

В результате непродуманной политики распределения полномочий и соответствующих им размеров бюджетных средств между федеральным центром и регионами происходит снижение финансовой состоятельности субъектов РФ, они становятся все более зависимыми от федерального бюджета. Это находит проявление в росте удельного веса безвозмездных поступлений из федерального бюджета в доходной части бюджетов большинства субъектов РФ.

Нынешний уровень финансовой состоятельности российских регионов можно оценить через динамику численности регионов-доноров: в 2005 году 19 из 87 регионов (21,8 процента) были донорами федерального бюджета, в 2011 году – 37 из 83 (44,6 процента), в 2013 году – 10 из 83 (12,0 процентов), в 2014 году – 10 из 85 (11,8 процентов).

В 2015–2016 годах уже 14 из 85 субъектов РФ (16,5 процентов) отнесены к регионам-донорам: г. Москва, г. Санкт-Петербург, Калужская, Ленинградская, Московская, Самарская, Сахалинская, Свердловская, Тюменская и Ярославская области, Республика Татарстан, Ненецкий, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа. В 2017 году предполагается снижение количества регионов-доноров в результате серьезных структурных изменений налоговых сборов на территории ряда субъектов РФ.

Большинство субъектов РФ сегодня испытывают бюджетный дефицит, что вынуждает их руководство прибегать к такому способу финансирования бюджетного дефицита, как осуществление государственных заимствований в форме эмиссии субфедеральных ценных бумаг (облигаций) или получения банковских или бюджетных кредитов.

На наш взгляд, можно выделить ряд причин, приведших в последние годы к активизации заёмной деятельности исполнительных органов власти субъектов РФ и, как следствие, - к росту государственного долга:

- необходимость укрепления финансовой самостоятельности региона;
- поиск собственных возможностей обеспечения сбалансированности бюджетов при росте уровня их дефицитности;
- рост расходов на реализацию региональных программ модернизации и инноваций, социальных программ;
- необходимость оказания финансовой помощи муниципальным образованиям, имеющим, как правило, дефицитные бюджеты.

Наиболее значимым источником финансирования дефицита региональных бюджетов сегодня остаются прямые государственные заимствования субъекта РФ в форме эмиссии облигаций внутреннего государственного займа и получения кредитных ресурсов. В табл. 1 приведены данные, характеризующие значимость различных форм долговых обязательств субъектов РФ.

Таблица 1

Характеристика состава и структуры государственных долговых обязательств субъектов РФ за 2010–2016 гг. (основной долг) [2]

Показатели	Годы				
	2010	2012	2014	2015	2016
Государственный долг субъектов РФ, млрд. руб.	1 096,0	1 351,4	2 089,5	2 318,6	2353,2
То же, процентов	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
в т. ч. по формам долга:					
1. Государственные ценные бумаги субъектов РФ, млрд. руб.	407,2	375,4	442,1	432,8	457,5
Удельный вес, процентов	37,1	27,8	21,1	18,7	19,4
2. Банковские кредиты, млрд. руб.	232,7	438,2	888,1	965,4	808,5
Удельный вес, процентов	21,2	32,4	42,5	41,6	34,4
3. Бюджетные кредиты, млрд. руб.	340,1	426,2	647,5	808,7	990,5
Удельный вес, процентов	31,0	31,5	31,0	34,9	42,1
4. Государственные гарантии субъектов РФ, млрд. руб.	115,8	111,5	111,3	102,9	88,3
Удельный вес, процентов	10,5	8,3	5,3	4,4	3,8
5. Иные обязательства, млрд. руб.	0,2	0,1	0,5	8,8	8,4
Удельный вес, процентов	0,2	0,0	0,1	0,4	0,3

Как видно из данных табл. 1, динамика изменения абсолютных значений по отдельным формам долга в 2010–2016 гг. весьма различна: если в целом совокупный объем государственного долга субъектов РФ вырос в 2,1 раза, то долговые обязательства по государственным

ценным бумагам субъектов РФ – в 1,1 раза, по банковским кредитам – в 3,5 раза, по бюджетным кредитам – в 2,9 раза, по иным долговым обязательствам – в 42 раза, а по государственным гарантиям субъектов РФ произошло снижение в 1,3 раза.

В результате изменилась структура долга субъектов РФ: если в 2010 г. на долю государственных ценных бумаг субъектов РФ в общем объеме долга приходилось 37,1%, а на кредиты в целом – 52,2%, то в 2016 г. доля ценных бумаг сократилась почти вдвое (19,4%), а на долю кредитов пришлось уже 76,5%. Доля государственных гарантий за тот же период сократилась почти втрое – с 10,5 до 3,8%. В итоге удельный вес бумажного и кредитного долга в структуре государственного долга субъектов РФ вырос с 89,3% (2010 г.) до 95,9% (2016 г.).

По нашему мнению, нынешняя структура долговых обязательств субъектов РФ является вполне закономерной и объективной, но весьма нерациональной с точки зрения обеспечения долговой устойчивости самих субъектов. Например, в 2012–2015 гг. преобладали банковские кредиты – самый дорогостоящий вид долговых обязательств. И только благодаря программе Минфина России по замещению банковских кредитов бюджетными (казначейскими) кредитами из федерального бюджета в 2016 г. удалось «оттеснить» банковские кредиты на второе место.

По мнению Минфина России, в структуре задолженности субъектов РФ существует ряд «перекосов», свидетельствующих о просчетах в проведении регионами заемной политики и вызывающих необходимость разработки и реализации комплекса мер по повышению ответственности субъектов в части проведения «разумной» заемной/долговой политики: приближение накопленных долговых

обязательств отдельных регионов к объему их годовых доходов, преобладание краткосрочных обязательств, неравномерность графика погашения долга, наличие значительного объема обязательств перед федеральным бюджетом [3].

Таким образом, необходимость обеспечения сбалансированности регионального бюджета и финансовой самостоятельности субъекта РФ непосредственно влияют на характер реализуемой заёмной деятельности и построение механизма осуществления долговой политики.

В любом случае только сбалансированный региональный бюджет позволяет осуществлять помимо текущих расходов расходы капитального характера, связанные с развитием территории, прежде всего с созданием необходимой инфраструктуры. Именно такой подход позволяет стимулировать частных инвесторов к масштабным вложениям в экономику региона. Только в этом случае можно достичь сбалансированного социально-экономического развития субъекта РФ, повысить его инвестиционную привлекательность и конкурентоспособность.

Библиографический список:

1. Государственная программа РФ «Региональная политика и федеративные отношения» (утверждена постановлением Правительства РФ № 307 от 15 апреля 2014 года). Источник: URL: <http://base.garant.ru>
2. Объем и структура государственного долга субъектов Российской Федерации и долга муниципальных образований. [Электронный ресурс]. URL: <http://minfin.ru>
3. Рекомендации по проведению субъектами Российской Федерации ответственной заёмной/долговой политики. [Электронный ресурс]. URL: <http://minfin.ru>

УДК 329

Чурбанова А.С. Особенности организации финансов политических партий

Features of the organization of finance of political parties

Чурбанова Анастасия Сергеевна,
Северный (Арктический) Федеральный университет им. М.В. Ломоносова

Churbanova Anastasiia Sergeevna,
Northern Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov

Аннотация: В статье рассматривается цель создания, организационно-правовая форма и законодательная база деятельности политических партий в Российской Федерации. Далее в статье приведены особенности формирования имущества и права участников на собственность организации, а также основные источники финансовых ресурсов политических партий в РФ и формы их привлечения. В заключении приведена общая схема финансовых отношений политических партий и конкретные примеры партий, действующих в Российской Федерации.

Ключевые слова: политическая партия, финансовые отношения, ресурсы, ликвидация политических партий

Abstract: The purpose of the creation, the organizational and legal form and the legislative base for the activities of political parties in the Russian Federation are considered in the article. Further in the article are given the features of the formation of property and the right of participants to the property of the organization, as well as the main sources of financial resources of political parties in the Russian Federation and the forms of their attraction. In conclusion, the general scheme of financial relations of political parties and specific examples of parties operating in the Russian Federation are given.

Keywords: political party, financial relations, resources, liquidation of political parties.

Огромную роль в структуре рыночных отношений и в механизме их регулирования со стороны государства играют финансы. Они - неотъемлемая часть рыночных отношений и одновременно важный инструмент реализации государственной политики. Вот почему сегодня как никогда важно хорошо знать природу финансов, хорошо разбираться в особенностях их функционирования, видеть способы

наиболее полного их использования в интересах эффективного развития общественного производства.

Разграничение предприятий по организационно-правовым формам влечет различия в организации их финансов: формировании капитала, финансировании производственно-хозяйственной деятельности, распределении результатов хозяйствования.

Цель данного реферата состоит в изучении особенностей финансовой деятельности политических партий.

В соответствии с целью был поставлен ряд задач, требующий рассмотрения в рамках данной работы:

- охарактеризовать организационно-правовую форму политических партий и законодательную базу их деятельности;
- выявить особенности формирования имущества;
- изучить сущность и выявить отличительные черты финансов политической партии;
- рассмотреть использование доходов от предпринимательской деятельности;
- охарактеризовать общую схему финансовых отношений политических партий;
- проследить порядок ликвидации политических партий;
- рассмотреть конкретные примеры политических партий.

Для раскрытия темы использовались различные источники: публикации законов, учебная литература для ВУЗов, ресурсы Интернета.

Политическая партия - это общественное объединение, созданное в целях участия граждан Российской Федерации в политической жизни общества посредством формирования и

выражения их политической воли, участия в общественных и политических акциях, в выборах и референдумах, а также в целях представления интересов граждан в органах государственной власти и органах местного самоуправления [2].

Политическая партия является видом общественной организации как организационно-правовой формы юридических лиц [1].

Цели и задачи политической партии излагаются в ее уставе и программе.

Основными целями политической партии являются:

- формирование общественного мнения;
- политическое образование и воспитание граждан;
- выражение мнений граждан по любым вопросам общественной жизни, доведение этих мнений до сведения широкой общественности и органов государственной власти;

- выдвижение кандидатов (списков кандидатов) на выборах Президента Российской Федерации, депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, высших должностных лиц субъектов Российской Федерации (руководителей высших исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации), в законодательные (представительные) органы государственной власти субъектов Российской Федерации, выборных должностных лиц местного самоуправления и в представительные органы муниципальных образований, участие в указанных выборах, а также в работе избранных органов.

Деятельность политических партий основывается на Конституции Российской Федерации и регулируется федеральными

конституционными законами, Федеральным законом «О политических партиях» и иными федеральными законами [2].

В собственности политической партии может находиться любое имущество, необходимое для обеспечения ее деятельности, предусмотренной Федеральным законом «О политических партиях» и уставом политической партии.

Собственником имущества политической партии, в том числе имущества ее региональных отделений и иных структурных подразделений, является политическая партия в целом. Члены политической партии не имеют прав в отношении имущества политической партии. Региональные отделения и иные зарегистрированные структурные подразделения политической партии обладают правом оперативного управления имуществом, закрепленным за ними собственником, имеют самостоятельный баланс или смету.

Имущество политической партии используется только для реализации целей и решения задач, предусмотренных уставом и программой политической партии.

Региональные отделения и иные зарегистрированные структурные подразделения политической партии отвечают по своим обязательствам находящимся в их распоряжении имуществом. При недостаточности указанного имущества субсидиарную ответственность по обязательствам регионального отделения или иного зарегистрированного структурного подразделения политической партии несет политическая партия.

Ответственность за осуществление финансовой деятельности политической партии, ее региональных отделений и иных

зарегистрированных структурных подразделений несут назначаемые в соответствии с уставом политической партии уполномоченные лица [2].

Денежные средства политической партии формируются за счет:

- а) вступительных и членских взносов, если их уплата предусмотрена уставом политической партии;
- б) средств федерального бюджета, предоставляемых в соответствии с настоящим Федеральным законом;
- в) пожертвований;
- г) поступлений от мероприятий, проводимых политической партией, ее региональными отделениями и иными структурными подразделениями, а также доходов от предпринимательской деятельности;
- д) поступлений от гражданско-правовых сделок;
- е) других не запрещенных законом поступлений.

Денежные средства политической партии размещаются на счетах в кредитных организациях, зарегистрированных на территории Российской Федерации. Политическая партия, ее региональные отделения и иные зарегистрированные структурные подразделения вправе иметь только по одному расчетному счету [2].

Также источники финансирования политических партий можно разделить на сокращающиеся (традиционные) и растущие.

Политическая партия и ее региональные отделения (если иное не установлено уставом политической партии) вправе заключать договоры займа с физическими и юридическими лицами, кредитные договоры с юридическими лицами.

В течение календарного года общая сумма, на которую политической партией и ее региональными отделениями могут быть заключены договоры займа с одним физическим лицом, не должна превышать пятикратный размер установленной пунктом 8 статьи 30 Федерального закона «О политических партиях» суммы пожертвований, полученных от одного физического лица в течение календарного года (4 330 000 рублей).

В течение календарного года общая сумма, на которую политической партией и ее региональными отделениями могут быть заключены договоры займа, кредитные договоры с одним юридическим лицом, не должна превышать пятикратный размер установленной пунктом 8 статьи 30 Федерального закона «О политических партиях» суммы пожертвований, полученных от одного физического лица в течение календарного года.

В случае, если прекращение обязательств по указанным договорам наступает не в результате исполнения или возложения исполнения обязательств на другого кредитора, на сумму неисполненных обязательств распространяются предусмотренные статьей 30 Федерального закона «О политических партиях» положения о пожертвованиях политической партии и ее региональным отделениям, в том числе требования о возврате пожертвования [2].

Политическая партия и ее региональные отделения вправе принимать пожертвования в виде денежных средств и иного имущества от физических и юридических лиц при условии, что эти пожертвования документально подтверждены и указан их источник.

Пожертвования политической партии и ее региональным отделениям в виде денежных средств осуществляются безналичным

перечислением. Допускаются пожертвования от физических лиц путем передачи наличных денежных средств политической партии и ее региональным отделениям. Общая сумма ежегодных пожертвований наличных денежных средств от одного физического лица не должна превышать четыре тысячи триста тридцать рублей.

Не допускаются пожертвования политической партии и ее региональным отделениям от:

- а) иностранных государств и иностранных юридических лиц;
- б) иностранных граждан;
- в) лиц без гражданства;
- г) граждан Российской Федерации, не достигших возраста 18 лет;
- д) российских юридических лиц с иностранным участием;
- е) международных организаций и международных общественных движений;
- ж) органов государственной власти, иных государственных органов, органов местного самоуправления и т.д.

Пожертвования, указанные выше, пожертвования, внесенные с нарушением определенных требований, а также пожертвования, перечисление (передача) которых влечет за собой превышение указанных ниже сумм, политическая партия или ее региональные отделения в течение месяца со дня их получения либо со дня получения информации об их неправомерности должны вернуть жертвователям, а в случае невозможности возврата перечислить (передать) в доход федерального бюджета. Юридическое лицо при передаче политической партии или ее региональному отделению пожертвования в виде денежных средств перечисляет их на счет политической партии или ее регионального отделения в кредитной организации с указанием

в платежном поручении следующих сведений о нем: идентификационного номера налогоплательщика, наименования, даты регистрации, банковских реквизитов, отметки об отсутствии ограничений.

Гражданин Российской Федерации при передаче политической партии или ее региональному отделению пожертвования в виде денежных средств перечисляет их на счет политической партии или ее регионального отделения в кредитной организации лично из собственных средств с предъявлением паспорта или заменяющего его документа и указанием в платежном документе либо в денежном переводе следующих сведений о себе: фамилии, имени, отчества, даты рождения, адреса места жительства, серии и номера паспорта или документа, заменяющего паспорт гражданина, сведений о гражданстве.

В случае, если пожертвование осуществляется не в виде денежных средств, политическая партия или ее региональное отделение оценивает его в денежном выражении и вносит соответствующие данные в сводный финансовый отчет политической партии, в бухгалтерскую (финансовую) отчетность политической партии или в бухгалтерскую (финансовую) отчетность регионального отделения политической партии.

Сумма пожертвований, полученных политической партией, в том числе ее региональными отделениями, от одного юридического лица в течение календарного года, не должна превышать сорок три миллиона триста тысяч рублей, а от одного физического лица в течение календарного года, не должна превышать четыре миллиона триста тридцать тысяч рублей.

Общая сумма ежегодных пожертвований, полученных политической партией и ее региональными отделениями, не должна превышать четыре миллиарда триста тридцать миллионов рублей. При этом сумма ежегодных пожертвований, полученных региональным отделением политической партии, не должна превышать восемьдесят шесть миллионов шестьсот тысяч рублей [2].

Политическая партия самостоятельна в решении хозяйственных вопросов обеспечения своей деятельности, в том числе вопросов оплаты труда, предпринимательской деятельности, получения и использования денежных средств и иного имущества.

В целях создания финансовых и материальных условий для реализации целей и решения задач, предусмотренных уставом и программой политической партии, политическая партия, ее региональные отделения и иные структурные подразделения вправе осуществлять следующие виды предпринимательской деятельности:

а) информационная, рекламная, издательская и полиграфическая деятельность для пропаганды своих взглядов, целей, задач и обнародования результатов своей деятельности;

б) изготовление и продажа сувенирной продукции с символикой и (или) наименованием политической партии, а также изготовление и продажа издательской и полиграфической продукции;

в) продажа и сдача в аренду имеющегося в собственности политической партии движимого и недвижимого имущества.

Доходы от предпринимательской деятельности политической партии, ее региональных отделений и иных структурных подразделений не могут перераспределяться между членами

политической партии и должны использоваться только в целях, предусмотренных ее уставом.

Движение денежных средств и иного имущества политической партии должно быть отражено в сведениях о поступлении и расходовании средств политической партии, сводном финансовом отчете политической партии. Результаты хозяйственной деятельности политической партии должны быть отражены в бухгалтерской (финансовой) отчетности политической партии, ее региональных отделений и иных структурных подразделений [2].

Основным источником существования любой политической партии являются членские взносы, которые могут и не покрывать все их расходы. В то же время для них характерны вклады и пожертвования от сторонников партии.

К третьей группе источников доходов политических партий относятся поступления от издательской и прочей деятельности, которая может носить и коммерческий характер.

К четвертой группе относится финансирование из федерального бюджета, а также другие источники, не запрещенные законом [3].

Расходование финансовых средств может осуществляться по нескольким направлениям:

- проведение съездов, партийных конференций, общих собраний;
- содержание руководящих органов политической партии;
- содержание региональных отделений и иных зарегистрированных структурных подразделений;
- подготовку и проведение выборов и референдумов;

- учреждение и содержание издательств, информационных агентств, полиграфических предприятий, СМИ, образовательных учреждений;
- публичные мероприятия;
- пропагандистскую деятельность (информационную, рекламную, издательскую, полиграфическую);
- международную деятельность;
- благотворительную деятельность;
- другие не запрещенные законом расходы.

Для политических партии характерна вертикальная структура управления при наличии первичных партийных органов и аппарата центрального руководства [3].

Общая схема финансовых отношений политической партии представлена в Приложении Б.

Политическая партия может быть ликвидирована по решению ее высшего руководящего органа - съезда либо по решению Верховного Суда Российской Федерации.

Государственная регистрация политической партии в связи с ее ликвидацией осуществляется в порядке, предусмотренном Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», с учетом особенностей такой регистрации, установленных Федеральным законом «О политических партиях».

Сведения и документы, необходимые для осуществления государственной регистрации политической партии в связи с ее ликвидацией, представляются в федеральный уполномоченный орган. Он направляет в регистрирующий орган сведения и документы,

необходимые для осуществления данным органом функций по ведению единого государственного реестра юридических лиц.

На основании указанного решения и представленных сведений и документов, регистрирующий орган в срок не более чем пять рабочих дней со дня получения необходимых сведений и документов вносит в единый государственный реестр юридических лиц соответствующую запись и не позднее рабочего дня, следующего за днем внесения соответствующей записи, сообщает об этом в федеральный уполномоченный орган.

Государственная регистрация политической партии в связи с ее ликвидацией осуществляется в срок не более чем десять рабочих дней со дня представления всех оформленных в установленном порядке документов.

В случае ликвидации политической партии ее имущество после завершения расчетов по ее обязательствам передается:

- а) на цели, предусмотренные уставом и программой политической партии, если ликвидация политической партии осуществлена по решению съезда политической партии;
- б) в доход федерального бюджета, если ликвидация политической партии осуществлена по решению суда [2].

В России существует множество партий; демократических, коммунистическо-социалистических, националистических и т.д. Все они защищают чьи-то интересы.

Демократические партии созданы для защиты интересов буржуазии, богачей и собственников. Все эти партии являются проводниками идей капитализма и выражают, как правило, интересы международных финансовых групп. Партии классового характера

являются партиями не общенациональными, а узкоклассовыми, то есть они учитывают интересы только рабочего класса. Партии национального толка защищают интересы нации и народа, откидывают идею классового строения общества [5].

По состоянию на 5 февраля 2015 года Минюстом России зарегистрировано 77 партий. В 2014 году более 98% всех поступивших денежных средств из различных источников перечислено 6 организациям: Единая Россия, ЛДПР, КПРФ, Справедливая Россия, Яблоко, Патриоты России. Другими словами, почти всё финансирование партийной системы страны приходится на 8% объединений, при этом партии «Яблоко» и «Патриоты России» не принимают прямого участия в выработке законов в Федеральном Собрании РФ.



Рисунок 1. Поступления денежных средств политическим партиям по кварталам за 2014 г



Рисунок 2. Процентное соотношение поступлений денежных средств политическим партиям в 2014 г.

Больше всего денег ежегодно перечисляется Единой России (Приложение В). По данным 2014 года Единая Россия получила – 37% от всех поступлений крупнейшим партиям РФ, ЛДПР – 34%, КПРФ – 14%. По данным 2014 года основным источником финансирования является Федеральный бюджет РФ, кроме ЛДПР. Большую часть финансирования они получили за счёт пожертвований.

Таблица 1

Источники финансирования политических партий в 2014 году

Источник финансирования	Единая Россия	КПРФ	ЛДПР	Патриоты России	Яблоко	Справедливая Россия
Федеральный бюджет	99,77%	98,31%	45,27%	0,00%	99,98%	100,0%
Пожертвования	0,00%	0,11%	53,32%	45,58%	0,00%	0,00%
Гражданско-правовые сделки	0,23%	0,92%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Региональные отделения	0,00%	0,66%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Другое	0,00%	0,00%	1,41%	54,42%	0,02%	0,00%

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- несмотря на большое количество партийных организаций в стране, реальные возможности участвовать в политической жизни есть у менее 8%;

- эти возможности обеспечены деньгами в основном из федерального бюджета;

- отсутствие в доходах как таковых членских взносов [4].

В заключение всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что для любой политической партии вопрос финансирования является крайне важным. Он должен включать в себя все права и обязанности, связанные с получением средств, их расходованием, владением имущества, с ведением хозяйственной деятельности.

Финансы способствуют появлению новых политических движений и партий, обеспечивают эффективное их участие в общественной жизни, революционном преобразовании страны. Любой партии необходимо финансовая база, так как партия использует систему доходов и расходов для укрепления своего организационного единства, широкого распространения своих программных взглядов среди различных социальных групп и общественных движений.

В последнее время усилилась тенденция к государственному финансированию. Однако, это не единственный источник финансирования политических партий, хотя и самый значимый. На счета партий поступают добровольные взносы от граждан, организаций, предприятий. Это немалые средства, исчисляемые миллионами рублей. Народ также должен знать, на что они расходуются. Открытость и прозрачность деятельности партий — необходимое условие завоевания доверия граждан и повышения внутрипартийной дисциплины.

Библиографический список:

- 1 Консультант плюс [Электронный ресурс]: Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть первая. 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ. Редакция от 31.01.2016 на основе изменений, внесенных Федеральным законом от 31.01.2016 N 7-ФЗ Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (Дата обращения: 13.06.17)
- 2 Консультант плюс [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 11.07.2001 N 95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.03.2016) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32459/ (Дата обращения: 15.06.17)
- 3 Самойлова, С.С. Лекции по финансам / Т.Н. Толстых. – Тамбов: ТГУ им. Г.Р. Державина, 2013. – 220 с.
- 4 Журнал Политекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/199/> (Дата обращения 19.06.17).
- 5 Информационно-аналитический центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inance.ru/2015/09/finans-i-partij/> (Дата обращения 19.06.17)
- 6 Центральная избирательная комиссия Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cikrf.ru/politparty/finance/rashod.html> (Дата обращения 15.06.17).

СЕКЦИЯ 9. БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

336.7

Колесников Д.А. Финансовый мониторинг, как элемент системы экономической безопасности банка

Financial monitoring as part of the system of economic security of the bank

Колесников Дмитрий Александрович

магистрант, профиль «Финансовый мониторинг»

Институт экономики и управления Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского

Kolesnikov Dmitriy Aleksandrovich

Master of Science, "Financial Monitoring" Profile

Institute of Economics and Management of V.I. Vernadsky Crimean Federal University

Научный руководитель

Сурнина К.С. д.э.н., профессор кафедры Государственных финансов и
банковского дела

Институт экономики и управления Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского,

**Scientific adviser: Doctor of Economics, Professor Surnina K.S. Department of
Public Finance and Banking**

Institute of Economics and Management of V.I. Vernadsky Crimean Federal
University

Аннотация: в статье рассмотрен финансовый мониторинг как элемент системы экономической безопасности банка. Выделены субъекты первичного финансового мониторинга, очерчено место финансового мониторинга в банковской системе России. Выделены общие требования Центрального банка Российской Федерации к банкам и определенные обязательства, описан финансовый мониторинг в банке.

Ключевые слова: финансовый мониторинг, экономическая безопасность, банк, субъекты, требования, обязательства.

Abstract: the article considers financial monitoring as part of the system of economic security of the Bank. The selected entities of initial financial monitoring, outlines the place of financial monitoring in the banking system of Russia. Selected the General requirements of the Central Bank of the Russian Federation to the banks and certain obligations of the financial monitoring in the Bank.

Keywords: financial monitoring, economic security, banking, subjects, requirements, obligations.

Постановка проблемы. Глобализационные процессы в мире, сопровождаются возникновением проблем, которые связаны с

увеличением операций по отмыванию денег и финансированию терроризма. Наиболее привлекательной для отмывания денег является банковская система, которая позволяет оперировать значительными суммами денег, выполнять широкий спектр услуг довольно быстро, а также имеет устойчивые связи с иностранными учреждениями. Именно на этом этапе скорость выявления схем зависит от активного участия субъектов первичного финансового мониторинга в процессе противодействия легализации доходов, полученных преступным путем.

В таких условиях, существенную угрозу для экономической безопасности банка составляют действия его клиентов с активами, полученными преступным путем, поскольку они являются источником репутационного и юридического рисков. Поэтому в разрезе банковского менеджмента становятся актуальными вопросы обеспечения процесса противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма в банковских учреждениях. Целью статьи является теоретическое обоснование финансового мониторинга, который является неотъемлемым элементом экономической безопасности банка.

Изложение основного материала исследования. Финансовый мониторинг – совокупность мероприятий, которые осуществляются субъектами финансового мониторинга в сфере предотвращения и противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, финансированию терроризма, что включают проведение государственного финансового мониторинга и первичного финансового мониторинга [1]. Система финансового мониторинга состоит из первичного и государственного уровней. Субъекты

первичного финансового мониторинга изображена на рис. 1.

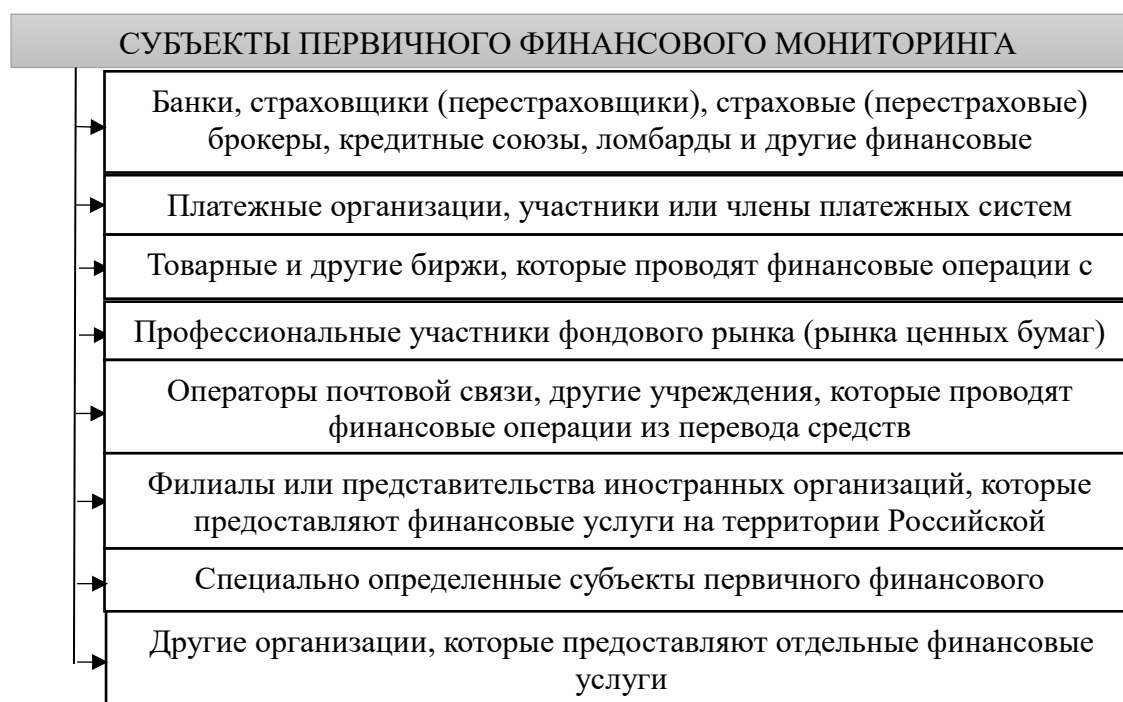


Рисунок 1. Субъекты первичного финансового мониторинга

Основные вопросы осуществления финансового мониторинга в банковской системе Российской Федерации определяются совокупностью нормативно-правовых документов, основными из которых являются:

- Федеральный закон от 7 августа 2001 г. №115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

- Федеральный закон "О банках и банковской деятельности" от 02.12.1990 N 395-1-ФЗ;

- "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ;

- "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ.

Центральный Банк Российской Федерации является одним из субъектов государственного финансового мониторинга, который осуществляет государственное регулирование и надзор в сфере предотвращения и противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, или финансированию терроризма относительно банков, платежных организаций и членов платежных систем, являющихся банковскими учреждениями.

Схематично финансовый мониторинг в банковской системе России показано на рис. 2.

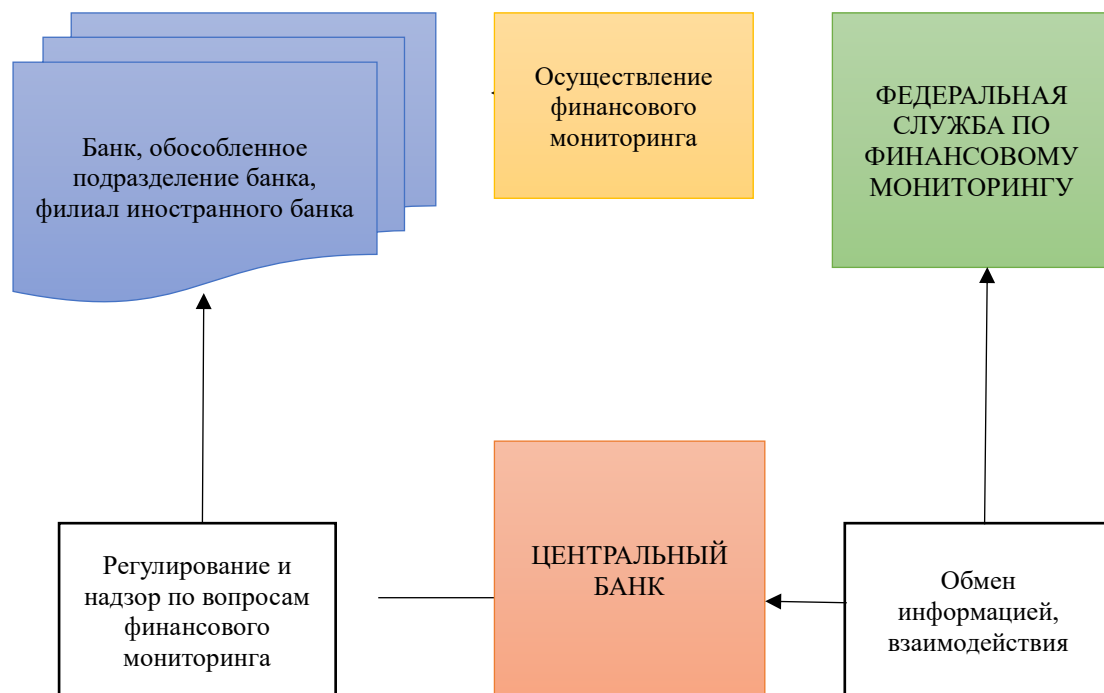


Рисунок 2. Финансовый мониторинг в банковской системе РФ

С целью предотвращения использования банковской системы для легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, или финансирования терроризма Банком России был утверждён ряд нормативных актов по вопросам противодействия этому явлению. К

основным из них можно отнести:

- Положение Банка России от 02.03.2012 №375-П «О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [2];

- Положение Банка России от 15.10.2015 №499-П «Положение об идентификации кредитными организациями клиентов, представителей клиента, выгодоприобретателей и бенефициарных владельцев в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [3].

В этих положениях выделены общие требования к банкам (рис. 3)



Рисунок 3. Общие требования Банка России относительно порядка деятельности банков

На уровне банковского учреждения устанавливаются правила, разрабатываются программы проведения финансового мониторинга и назначаются работники, ответственные за его проведение. Банковские учреждения имеют определенные обязательства (рис. 4).

ОБЯЗАТЕЛЬСТВА БАНКОВСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	
→	Стать на учет в ФСФМ (Федеральная служба по финансовому мониторингу) как субъект первичного финансового мониторинга
→	Выявлять и регистрировать финансовые операции, подлежащие финансовому мониторингу, относительно которых есть достаточные основания подозревать, что они связаны, касаются или предназначены для финансирования терроризма
→	Осуществлять идентификацию, изучение и классификация клиентов с учетом установленных банком критериев рисков
→	Предоставлять ФСФМ информацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации по вопросам предотвращения легализации криминальных доходов / финансированию терроризма
→	Обеспечивать управление рисками легализации криминальных доходов/финансирования терроризма
→	Останавливать финансовые операции в случае, если такие операции содержат признаки легализации, если участником или выгодоприобретателем по финансовой операции является лицо, которое включено к перечню лиц, связанных с осуществлением террористической деятельности или относительно которых применены международные санкции
→	Обеспечивать приостановление и/или отслеживание (мониторинга) финансовых операций клиентов по решению (поручению) ФСФМ
→	Согласовывать назначение и увольнение ответственного работника банка

Рисунок 4. Обязательство банковского учреждения

Банковские учреждения с целью выполнения возложенных на него задач вправе обращаться с запросами в органы исполнительной власти, правоохранительных органов, Центрального банка, юридических лиц, которые в установленном законодательством порядке информируют о результатах рассмотрения такого запроса.

Банки играют ключевую роль в борьбе с отмыванием денег. Эта роль может быть либо активной, когда банк создает условия для проведения сомнительных операций или же пассивной, когда банк является лишь ключевым звеном он играет лишь роль ключевого звена в проведении финансовой операции. Инструменты противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, в банке имеют структуру, изображённую на рис. 5.

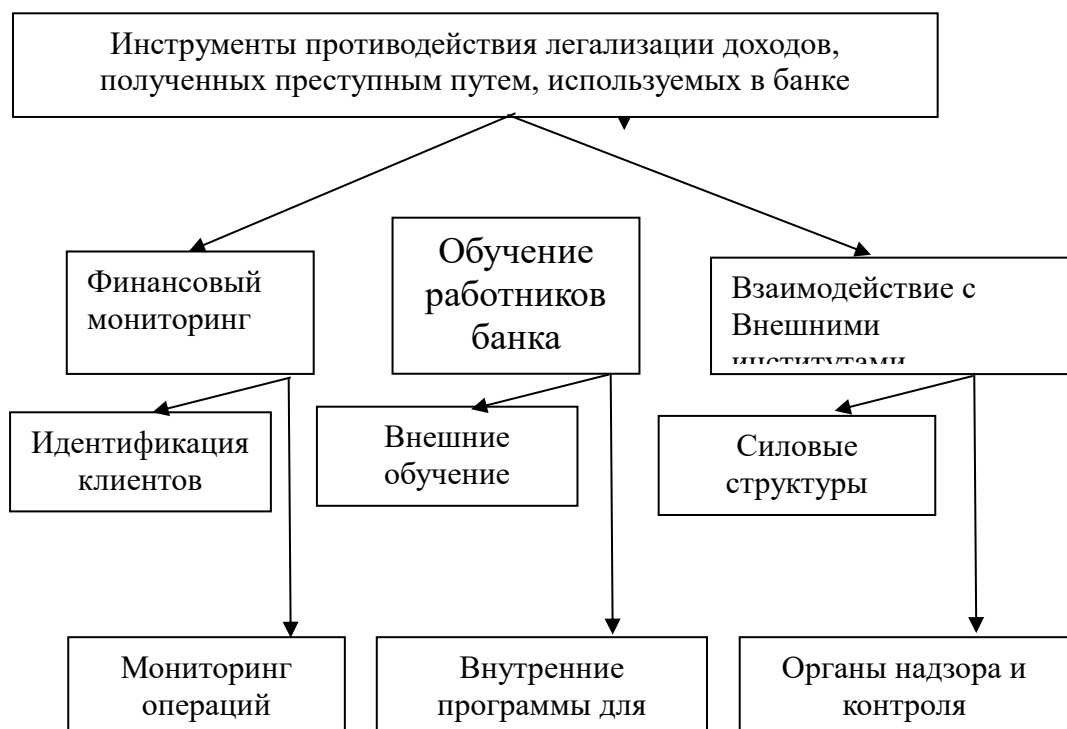


Рисунок 5. Инструменты противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, используемые в банке

Для уменьшения степени риска банки должны придерживаться политик: KYC-customers – «знай своего клиента», KTYC-transactions – «знай операции своего клиента», KCYC-customers of customers – «знай клиентов своего клиента», KYBP-business partners – «знай своих

партнеров по бизнесу», KYE-employees – «знай своих сотрудников».

Ещё одним фактором уменьшения степени риска выступают непосредственно разработки по противодействию отмыванию денег самого банка к которым можно отнести эффективные процедуры идентификации клиентов с нахождением настоящих выгодоприобретателей проведения финансовых операций, разработку и внедрение эффективных правил контроля подозрительных операций с уведомлением о них финансовой разведки страны [6].

Учитывая тенденции развития и трансформации новых методов и способов к отмыванию денег, следует сосредоточить внимание именно на совершенствовании подсистемы идентификации клиента банка, используя подходы «знай своего клиента», «знай клиентов своего клиента». и тому подобное.

Ключевым звеном в общей политике «знай своего клиента» – является идентификация клиента. При идентификации клиента банк должен проводить как первичное и периодическое распознавания, что, в первую очередь, зависит от рискованности деятельности клиента, так и неплановую идентификацию, которая может инициироваться в случае существенных изменений в документах или характере использования счета клиента.

Основным моментом в идентификации клиента банка должна стать цель банка – понять характер деятельности своего клиента и природу получения денежных поступлений на его счета. Особого внимания заслуживает пункт в рекомендациях Базельского комитета «Рекомендованные клиенты», можно использовать данные идентификации клиента другого банка, если данный клиент пользовался его услугами, или другими «рекомендующими лицами»,

при условии, что они придерживаются стандартов «знай своего клиента».

Отдельно отмечены лица, которые занимают высокое политическое положение в стране, банкам следует уделять особое внимание при входе в деловые отношения с такими лицами, особенно в странах с развитой коррупцией, так как политические деятели могут использовать свое политическое положение для получения взяток или хищения государственного имущества

Важным аспектом при оценке риска клиента является постоянный мониторинг счетов и операций клиента. Банки должны осуществлять не только постоянный контроль и надзор за операциями клиента, но и понимать суть операций, что зависит от характера деятельности клиента, от его производственных мощностей, размера активов и тому подобное.

Политики «знай своих партнеров по бизнесу» является безоговорочным условием успешной борьбы с отмыванием денег в банковском секторе. Банки должны действовать в рамках одних унифицированных правил при подходе к обслуживанию своих клиентов, если такой подход станет стандартом, то банки могут сократить временные и трудовые затраты на повторную идентификацию клиента, что уже был идентифицирован в другом учреждении.

Политики «знай своих сотрудников» – новый подход, основанный на создании собственной базы данных лиц, которые были замешаны в операциях по отмыванию денег или других финансовых махинациях. Информация для заполнения базы данных может браться как из открытых источников, например, некоторые резонансные дела,

получившие широкую огласку в средствах массовой информации, так из запросов предыдущего места работы сотрудника.

Подытоживая можно утверждать, что система предупреждения и противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, в банке это совокупность инструментов банка, направленных на идентификацию и оценку риска своих клиентов на этапе установления отношений, а также контроль за операциями клиента на этапе его сотрудничества с банком с целью предупреждения и противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования террористической деятельности.

Таким образом можно сказать, что важным элементом системы противодействия легализации незаконных доходов в государстве является банковская система. В современных условиях банковская система работает не очень эффективно, что связано с отсутствием связи между отдельными элементами законодательства и системы противодействия легализации незаконных доходов.

Для повышения эффективности противодействия легализации незаконных доходов на уровне банковских учреждений необходимо [6]:

- выявить проблемные аспекты деятельности банковских учреждений и обеспечить оперативность и эффективность мероприятий по планированию инспекционных проверок;
- разработать и внедрить на уровне законодательства методические подходы по определению уровня доверия клиента и действий банковских учреждений в сфере финансового мониторинга;
- сосредоточить усилия именно на оптимизации системы финансового мониторинга на уровне отдельного банка, чем на рекомендациях для банковской системы в целом;

– на законодательном уровне ввести норму об обязательности выделения отдельного структурного подразделения банком для обеспечения эффективной деятельности по финансовому мониторингу.

Выводы. Учитывая сложность отечественного механизма противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма особое внимания приобретают вопросы обеспечения высокой степени координации между субъектами финансового мониторинга. Ведь согласованное функционирование субъектов финансового мониторинга в большой степени определяет состояние и эффективность борьбы с отмыванием денег, организованной преступностью, распространением теневого сектора, а следовательно – надежность всей кредитно-финансовой системы страны в целом и, а также экономическую безопасность конкретных отдельных банковских учреждений.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 07.08.2001 N 115-ФЗ (ред. от 30.12.2015)
"О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма"
(с изм. и доп., вступ. в силу с 29.03.2016)
2. Положение Банка России от 02.03.2012 №375-П «О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»
3. Положение Банка России от 15.10.2015 №499-П
«Положение об идентификации кредитными организациями клиентов,

представителей клиента, выгодоприобретателей и бенефициарных владельцев в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

4. Изутина, С. В. Особенности отмывания денег полученных преступным путем на стадии размещения // Правовая идея. — 2013. — № 2 (2). — С. 6.

5. Камынин, И. Д. Совершение безналичных расчетов с целью отмывания преступных доходов / И. Д. Камынин // Уголовный процесс. — 2008. — № 3. — С. 3—10.

6. Косюк, А. В. Финансовый мониторинг как механизм управления банковским риском легализации преступных доходов // Труд и социальные отношения. — 2011. — № 6. — С. 95—100.

УДК 336.71

Малышева В.Н. Современные методы обеспечения экономической безопасности банка

Modern methods of ensuring economic security of bank

Малышева Виктория Николаевна,
студентка экономического факультета,
Кубанский государственный аграрный
университет имени И.Т. Трубилина

Malysheva Victoria Nikolaevna,
Kuban State Agrarian University
named after I.T. Trubilin

Аннотация: Рассмотрено понятие экономической безопасности банка. Изучены основные формы угроз для нормального функционирования банковской системы. Определены меры, обеспечивающие экономическую безопасность банка.

Ключевые слова: экономическая безопасность, банк, служба, мошенничество.

Abstract: The concept of economic security of bank is considered. The main forms of threats for normal functioning of a banking system are studied. The measures ensuring economic security of bank are defined.

Keywords: economic security, bank, service, fraud.

Обеспечение экономической безопасности – необходимое условие сохранения денежных ресурсов и потенциальных возможностей развития любого предприятия. Основные методы распознавания недобросовестности в финансовой среде: анализ, тщательная проверка и контроль всех представленных данных. Главное внимание необходимо уделять состоянию сложившихся договорных, деловых, личных и прочих отношений между инвестором, гарантом, работником, клиентом и т. д.

Под экономической безопасностью банка следует понимать состояние защищенности жизненно важных интересов банка от внутренних и внешних угроз, достигаемое путем реализации

определенной системы мер экономического, организационного и технического характера [7].

Наиболее эффективно экономическая безопасность обеспечивается с помощью создания специализированной службы. Образование данной службы в составе организационной структуры банков практикуется ими уже достаточно долго. Деятельность службы экономической безопасности направлена на устранение угроз нормальному функционированию банковских структур и создание условий для эффективного развития банковской деятельности, что обуславливает актуальность выбранной темы исследования и ее практическую значимость. Практическая значимость исследования – определение востребованности результатов исследования [16].

Проанализируем деятельность и основы функционирования стандартной службы экономической безопасности банка в соответствии с указанными аспектами и задачами. Следует признать, что подавляющая часть угроз носит криминальный характер. В частности, может быть оказано давление на сотрудников банка в корыстных интересах криминальных элементов, разбойное хищение ценностей и даже установление контроля над той или иной банковской структурой путем внедрения “своего человека” в штат банковских сотрудников. Таким образом, необходимо тщательно подбирать кадровый персонал.

Кредит является одной из форм инвестирования предприятия. Стоит остановиться на основных понятиях, связанных с инвестированием капитала.

Инвестиционный климат в любой стране является одним из главных факторов общеэкономической ситуации. Подъему экономики

в значительной степени способствует эффективная инвестиционная деятельность, которая служит важным рычагом развития экономики [9].

Инвестиционная деятельность определяет основу благополучного развития мировой экономики, а также способствует определению перспектив для проведения модернизации и диверсификации экономики различных стран мира [8]. От инвестиционной деятельности во многом зависит экономическое развитие, положение в мировом сообществе и уровень благосостояния населения страны [1].

При этом инвестирование может осуществляться как в виде в отечественных, так и в иностранных инвестиций. Иностранные инвестиции представляют собой вложения капитала иностранным инвестором в отрасли экономики как в самой стране, так и за ее пределами [13]. Но в тоже время, использование зарубежных инвестиций ставит страну в некую зависимость, вызывает рост внешнего долга, что является негативным моментом.

Инвестиционная привлекательность – интегральная характеристика отрасли (предприятия, проекта) с позиций перспективности развития, доходности инвестиций и уровня инвестиционных рисков [14, 10]. При оценке инвестиционной привлекательности прежде всего необходимо провести анализ инвестиционной деятельности предприятия, который имеет важное значение при выдаче кредита банком.

На стадиях подготовки и контроля за выданным кредитом немаловажно уделять особое внимание достоверности предоставляемых сведений. Необходимо проводить проверку всех

документов, касающихся деятельности предприятия. Проверяется репутация клиента по всем доступным каналам. Такую работу проводит служба экономической безопасности банка [17].

Следует принять во внимание, что служба экономической безопасности банка должна не только обеспечивать защиту от финансовых и криминальных рисков, но и создавать условия для эффективного развития всего потенциала банка. Помимо денежного банк обладает многими видами ресурсов, которые при умелом использовании предоставляют возможность для получения дополнительных доходов, осуществления различной деятельности, приносящей прибыль. Служба экономической безопасности банка должна формировать систему взаимодействия потенциалов банка и их защиты как от внешних, так и от внутренних источников угроз.

Рассмотрим конкретные меры защиты от мошенничеств, которые может использовать банк.

Для предотвращения мошеннических операций в расчетно-кассовых центрах необходимо обеспечить четкое разделение полномочий между сотрудниками банка [17]. Так, работа непосредственно в кассах никак не должна совмещаться с выполнением функций других отделов. На сегодняшний день широко распространена практика совмещения функций контролеров и кассиров. Контролеры осуществляют собственные функции и часть функций бухгалтерии, что не только отвлекает их от выполнения своих обязанностей, но и создает угрозу экономической безопасности банка. Работа в кассе должна как можно меньше затрагивать должностные полномочия бухгалтерии. Операции с денежными средствами должны выполнять только кассиры. Нельзя позволять кассирам заполнять

документы за клиента, заниматься оформлением депозитных договоров или выпиской депозитных сертификатов. Безусловно, необходимо исключить доступ посторонних лиц к любым ценностям, находящимся в банке. Недостачи или излишки, выявленные в кассе, должны немедленно отражаться в сводном бухгалтерском учете.

Основу обеспечения надлежащего уровня экономической безопасности в кредитном отделе банка составляет своевременный и полный контроль клиентов на платежеспособность. Кроме того важны:

- высококачественная проверка залога и всех поручительств;
- контроль за ценными бумагами;
- непрерывный надзор за обеспечением кредитов ликвидными залогами и за наличием залогов по ранее выданным кредитам [7].

Для защиты от мошенничеств в бухгалтерии банка необходимо:

- разделение обязанностей для того, чтобы один и тот же сотрудник не обслуживал постоянно одного клиента;
- проведение частых ревизий, которые должны быть спонтанными;
- надзор за переводом средств с одного счета на другой, в случае если данную операцию по каким-то обстоятельствам нельзя вовсе запретить;
- постоянно проверять личные счета сотрудников на предмет возникновения необычных вкладов;
- ограничить доступ сотрудникам бухгалтерии к кассе и наличным деньгам.

Библиографический список:

1. Бардаков Н.С., Погребная Н.В. Проблемы выбора перспективных акций для инвестирования акционерами в современном

обществе. В сборнике: Финансовая и банковская деятельность на современном этапе экономического развития в России и за рубежом сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. НОО «Профессиональная наука». 2017. С. 43-53.

2. Белкина Е.Н. Анализ внешней и внутренней среды как основа принятия стратегических решений. В сборнике: АГРАРНАЯ НАУКА, ТВОРЧЕСТВО, РОСТ 2013. С. 287-290.

3. Белкина, Е.Н., Черепухин, Т.Ю. Ресурсный потенциал региона: формирование, оценка, перспективы развития : монография / - Ставрополь: Издат.-информац. центр «Фабула».- 2011. – 186 с.

4. Белкина Е.Н., Айдинова А.Т., Черепухин Т.Ю. Мониторинг как база принятия стратегических решений в системе отраслевого менеджмента // Проблемы экономики и юридической практики. 2012. № 6. С. 113-116.

5. Гайдук В.И. Моральные риски в банковской деятельности / В.И. Гайдук, А.Л. Вороков, Н.В. Гайдук // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – №10(124). С. 1518 – 1536.

6. Гайдук В.И. Финансовая безопасность коммерческих банков: критерии и индикаторы / В.И. Гайдук, А.Л. Вороков, Н.В. Гайдук // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №10(114). С. 76 – 97.

7. Гамза В. А., Ткачук И. Б., Жилкин И. М. Безопасность банковской деятельности. Учебник; Юрайт - М., 2014. - 528 с.

8. Дмитренко К.Ю., Погребная Н. В., Чекмарева С.А. Мировой рынок инвестиций: динамика, проблемы и тенденции развития // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. №123. – С. 1555-1565.

9. Казазиди Э.Я., Погребная Н.В. Вывоз капитала из России: динамика, проблемы и последствия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – №04(118). – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/04/pdf/50.pdf>

10. Комлацкий Г.В. Аргументы инвестиционной привлекательности агропромышленного комплекса Краснодарского края и направления его преобразования / Комлацкий Г.В., Погребная Н.В., Галушкина Д.И.// Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2017. – №06(130). – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2017/06/pdf/77.pdf>

11. Кулич М. В., Погребная Н. В. Политика импортозамещения в отечественной экономике: плюсы и минусы санкций. Материалы международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения». Издательство: Краснодарский центр научно-технической информации (Краснодар). 2016. - С. 47-52.

12. Манджиев Ц.Д., Белкина Е.Н., Вороков С.С. Развитие предпринимательской среды региона: теория и инструментарий. Краснодар, 2016.

13. Молчан А.С., Погребная Н.В., Сурнина Ю.В. Российская сфера НИОКР: современные инвестиционные реалии // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – №09(123). – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2016/09/pdf/104.pdf>

14. Погребная, Н. В. Иностранные инвестиции [Текст] : учеб. - метод. пособие / Н. В. Погребная. – Краснодар : КубГАУ, 2015. – 140 с.

15. Погребная, Н. В. Международный бизнес [Текст] : учеб. - метод. пособие / Н. В. Погребная. – Краснодар : КубГАУ, 2015. – 154 с.

16. Погребная, Н. В. Методология научного исследования [Текст] : учеб.-метод. пособие / Н. В. Погребная. – Краснодар : КубГАУ, 2015. – 92 с.

17. Тепман Л. Н., Эриашвили Н. Д. Управление банковскими рисками; Юнити-Дана - М., 2013. - 312 с.

СЕКЦИЯ 10. СТАТИСТИКА И ЭКОНОМЕТРИКА

УДК 519.237.5

Макарова А.Д. О возможности использования рядов Тейлора в линеаризации уравнения регрессии

On the possibility of using the Taylor series linearization in regression equations

Макарова Алёна Дмитриевна,
магистрант 1 курса специальность «Прикладная информатика»,
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.
Makarova Alena Dmitrievna,
undergraduate of 1st course specialty "Applied Informatics",
Saratov state technical University them Yuri Gagarin

Научный руководитель:
Максимов А.А., к.ф.-м.н., доцент кафедры информационно-коммуникационные
системы и программная инженерия,
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.
Scientific adviser: Maximov A., Phys.-m..D., associate Professor of the Department of
information and communication systems and software engineering,
Saratov state technical University them Yuri Gagarin

Аннотация: В работе исследованы возможности использования степенных рядов при линеаризации уравнений регрессии. На первом шаге в работе проводится классификация моделей по видам нелинейности; рассматриваются возможные схемы приведения к линейным моделям; выделяется класс регрессий, где алгебраическая линеаризация невозможна. На следующем шаге показана линеаризация с помощью рядов Тейлора для показательных функций; проведена апробация метода на примере моделирования тренда во временном ряду урожайности картофеля.

Ключевые слова: эконометрический анализ; линеаризация; МНК-регрессии

Abstract: The author explores the possibility of using power series in the linearization of the regression equations. In the first step, the author performs classification of models according to the types of nonlinearity; considers possible schemes of reduction to linear models; a class of regression where the algebraic linearization impossible. In the next step, the author shows the linearization using the Taylor series for exponential functions; conducts testing of the method on the example of the simulation of the trend in yield of potatoes.

Keywords: econometric analysis; linearization; least-squares regression

На современном этапе развития экономической науки, использование математического аппарата для исследования и прогнозирования различных экономических явлений является обязательным. Однако классические методы эконометрики предлагают достаточно узкий класс моделей, используемых при моделировании. Реальные же экономические задачи не так однородны и требуется использование новых моделей и методов. Решение данной проблемы может развиваться в двух направлениях: усложнение самого математического аппарата (например, использование имитационного моделирования, генетических алгоритмов и пр.) или разработка способов преобразования исходных данных, для возможности применения классических методов эконометрики, в частности, МНК-метода. Целью работы является исследование возможностей применения степенных рядов при линеаризации уравнений регрессии.

Обязательным атрибутом любой эконометрической регрессии является наличие случайного члена (погрешности вычислений) и главная задача моделирования – разработать такие модели, которые минимизировали бы эту погрешность. Поэтому основным методом определения коэффициентов регрессионного уравнения является МНК-метод, необходимым условием использования которого является линейность соотношений между экономическими переменными.

Однако часто между экономическими явлениями существует нелинейные связи, которые делятся на два класса: нелинейные по переменным, но линейные по параметрам и нелинейные по параметрам [1].

Нелинейные регрессии по включённым переменным легко приводятся к линейному виду (т.е. к возможности применения МНК-

метода) с помощью замены переменных. Класс нелинейных по оцениваемым параметрам моделей подразделяется на два подкласса: внутренне линейных и внутренне нелинейных моделей. Первые из которых, могут быть сведены к линейным моделям с помощью некоторых алгебраических преобразований (например, логарифмирования или потенцирования соответствующего уравнения) [2].

Вторые же – неприводимы к линейному виду, поэтому для определения их коэффициентов используются различные итерационные процедуры (например, метод максимального правдоподобия), которые зависят от начальных условий и требуют использования специализированных программных продуктов.

В нашей работе, для построения внутренне нелинейных моделей предлагается использовать возможности рядов Тейлора, а именно теорему Тейлора, говорящую о том, что любая непрерывная на отрезке $[a, b]$ функция может быть представлена в виде:

$$f(x) = f(x_0) + \sum_{n=1}^{\infty} \frac{f^{(n)}(x_0)}{n!} (x - x_0)^n$$
, где точка x_0 принадлежит отрезку $[a, b]$, а все производные непрерывно дифференцируемы.

Если функция $f(x)$ зависит от нескольких переменных, то формула Тейлора принимает вид:
$$f(x) = f(x_0) + \sum_{n=1}^{\infty} \frac{df^{(n)}(x_0)}{n!} (x - x_0)^n$$

Например, для построения показательной регрессии мультипликативного вида $\hat{y} = a \cdot e^{bx} \cdot \varepsilon$, обычно используется логарифмирование обеих частей уравнения, что приводит к линейной функции: $\ln y = a + b \cdot \ln x + \ln \varepsilon$, для построения которой можно использовать МНК-метод [1].

Если же для построения показательной функции использовать разложение в ряд Тейлора, то получим: $y(0)=a$; $y'(0)=ab \cdot e^{bx} = ab$; $y''(0)=ab^2$; $y'''(0)=ab^3$ и т.д. Следовательно,

$$y = a + \frac{ab}{1!}x + \frac{ab^2}{2!}x^2 + \frac{ab^3}{3!}x^3 + \frac{ab^4}{4!}x^4 + \dots = a \left(1 + bx + \frac{b^2}{2}x^2 + \frac{b^3}{6}x^3 + \frac{b^4}{24}x^4 + \dots \right)$$

Согласно теореме об интерполяции функции [3], погрешность вычисления $\varepsilon=0,001$ достигается на основе использования 4 слагаемых.

Рассмотрим иллюстрирующий пример. Исследования, проведённые в работе [4], показали, что урожайность картофеля определяется показательным трендом: $y = 77,09 \cdot e^{0,039t}$, где ошибка аппроксимации составляет $A=9,1\%$. Построим показательный тренд временного ряда урожайности на основе ряда Тейлора: $y = 106,47 - 9,3t + 1,39t^2 - 0,05t^3 + 0,0007t^4 + \varepsilon$. Здесь $R^2=0,893$ и $A=7,56\%$

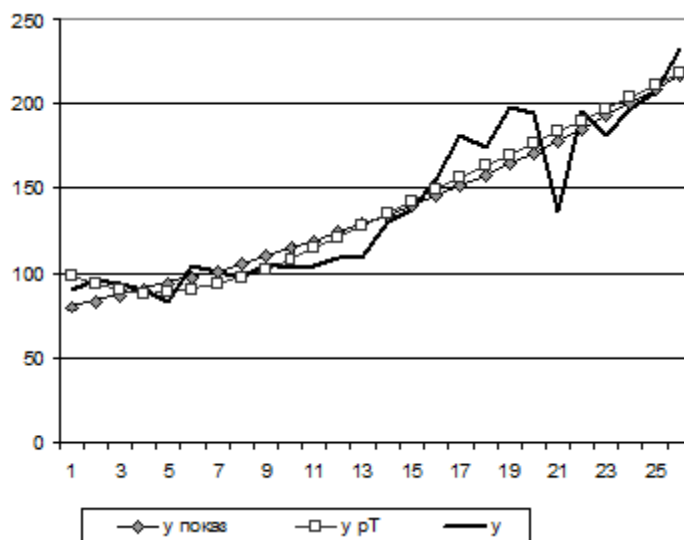


Рисунок 1. Интерполяция ряда урожайности картофеля на основе классической показательной регрессии и регрессии на основе ряда Тейлора

Таким образом, рассмотренный пример позволяет сделать вывод о возможности использования степенных рядов в линеаризации уравнений регрессии. Например, для тех моделей, для которых традиционно используются метод максимального правдоподобия: для производственной функции $y = (b_1 K^\lambda + b_2 L^\lambda)^{1/\lambda}$, для показательных моделей в смешенной форме $\hat{y} = a \cdot e^{bx} + \varepsilon$.

Библиографический список:

1. Тиндова М.Г., Кузнецова О.С. Эконометрика / Саратов. 2015.
2. Тиндова М.Г. Многомерный статистический анализ // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2011. № 1. С. 98.
3. Тиндова М.Г. Предварительная классификация многомерных объектов в интеллектуальном анализе данных // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2008. №4. С. 137-138.
4. Тиндова М.Г. Анализ коинтеграционных связей в урожайности сельскохозяйственных культур // В сборнике: Экономико-математические методы анализа деятельности предприятий АПК: Материалы Междунар. научн.-прак. конф./ под ред. Ткачева С.И. – Саратов, ООО "Амирит". 2016. С. 222-225

УДК 33

Сократова И.С. Сбалансированность бюджетов субъектов Российской Федерации: проблемы и пути обеспечения

The balanced budgets of the constituent entities of the Russian Federation:
problems and ways of ensuring

Сократова И.С.,
студент, Санкт-Петербургский государственный университет
г. Санкт-Петербург, Россия
Sokratova I.S.,
Student, St. Petersburg State University
Saint-Petersburg, Russia

Научный руководитель:
Дюкина Т.О., кандидат экономических наук,
доцент кафедры статистики, учета и аудита
Санкт-Петербургский государственный университет
Scientific adviser: Dyukina T.O., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Statistics, Accounting and Auditing
St. Petersburg State University

Аннотация. В статье проведен анализ исполнения консолидированного бюджета субъектов федерации в 2016 году, на основе которого предложен комплекс мер по повышению сбалансированности бюджетов на региональном уровне.

Ключевые слова: бюджетная политика, бюджетный профицит и дефицит, региональный и муниципальный долг.

Abstract: The article provides analysis of the implementation of the consolidated budget of the subjects of the Russian Federation in 2016, on the basis of which a set of measures to improve the balance of budgets at the regional level was proposed.

Keywords: fiscal policy, budget surplus and deficit, regional and municipal debt.

Бюджетная политика субъектов Федерации выступает в качестве ведущего инструмента регионального развития [9]. Ведь преимущественно за счет средств бюджетов субъектов федерации осуществляется финансирование направлений, участвующих в формировании человеческого капитала: образование, культура и спорт, социальная политика. В этой связи управление сбалансированностью

региональных бюджетов становится неотъемлемой частью бюджетной политики любого субъекта РФ, а применение и комбинация методов по ее обеспечению приобретает новое значение [3].

В минувшем 2016 году консолидированный бюджет субъектов федерации был сведен почти с нулевым дефицитом. Данный результат, главным образом, был достигнут за счет значительного профицита бюджета Москвы и ограничительной расходной политики большинства регионов. Тем не менее, для значительного числа регионов вопрос достижения бюджетной сбалансированности стал еще более острым, чем в 2015 г.

В 2015 г. доходы консолидированных бюджетов субъектов Федерации в номинальном выражении показали рост на 6,6% по сравнению с 2014 г. и составили 9924 млрд руб. Однако в постоянных ценах 2015 г. доходная составляющая региональных бюджетов показала рост всего лишь на 0,9%. Положительную динамику доходной составляющей консолидированных бюджетов регионов обеспечили возросшие поступления от налога на прибыль и поступления НДС, соответственно на 8,2% и 7,5% по сравнению с 2014 г. При этом трансферты из федерального бюджета, напротив, упали на 2,4% относительно 2014 г. Стоит отметить, что контролируемые на федеральном уровне доходы составляют основную часть доходов регионов: на НДС и налог на прибыль приходится в среднем более 50% доходов субъектов. В свою очередь, регионы могут сами контролировать лишь около 10% всех своих доходов (такие, как продажа имущества и сборы).

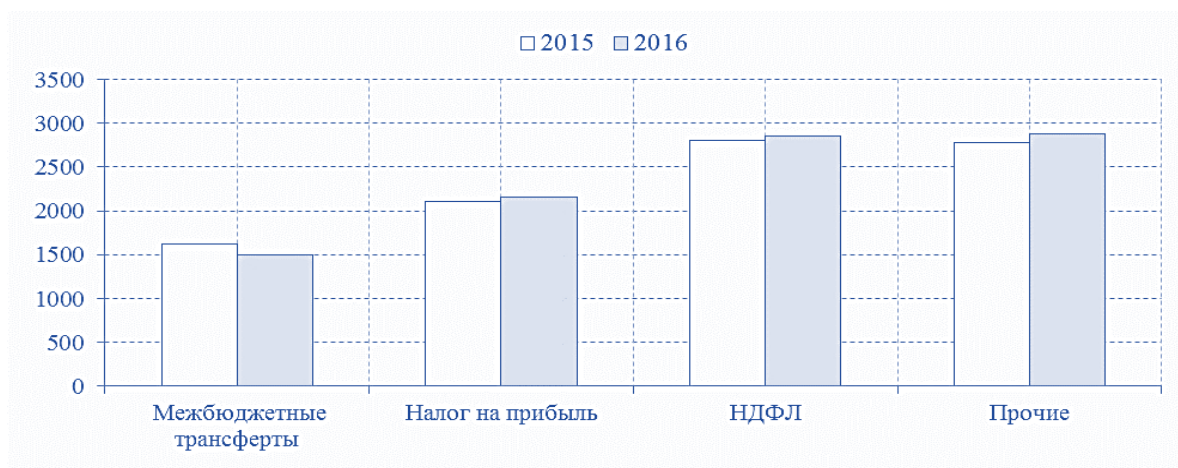


Рисунок 1. Динамика доходов региональных бюджетов в постоянных ценах за 2015–2016 гг., млрд.руб.

Составлено автором по [8].

По итогам 2016 года суммарные доходы консолидированных бюджетов продемонстрировали рост в 74-х регионах страны. Однако только в 53-х из них положительная динамика доходной части бюджета опередила темпы роста ИПЦ. Причем Калининградская область удерживает лидирующее место по темпу роста доходной части бюджета, который в 2016 году составил 44,6%. Вторую и третью строчку рейтинга занимают соответственно Ульяновская область (+22,1%) и Республика Крым (+21,9%).

В свою очередь, в 11 субъектах федерации суммарные доходы консолидированных бюджетов показали негативную динамику (в 2015 году таких регионов было 23). Снижение доходной части бюджета более чем на 10% было зафиксировано в трех субъектах федерации: Сахалинская область (-30,2%), Ненецкий АО (-21,3%) и Ханты-Мансийском АО (-10,7%). Следует заметить, что катализатором снижения доходов бюджетов данных регионов стало значительное сокращение собственных доходов, в частности поступлений по налогу на прибыль.

В 2016 г. расходы консолидированных бюджетов регионов в номинальном выражении показали рост на 4,8% по сравнению с 2015 г., вместе с тем, в реальных ценах они сократились на 2,1%. Текущее сокращение расходных статей значительно меньше соответствующего показателя 2015 г., когда в постоянных ценах региональные расходы упали на 5,9%. Более того, если посмотреть на динамику расходов консолидированных бюджетов регионов в постоянных ценах в ретроспективе с 2008 года, то можно сделать вывод, об их падении почти на 9%, а относительно максимального значения, достигнутого в 2012 г., практически на 20%.

Трудная финансовая ситуация, наблюдаемая в регионах отразилась, прежде всего, на инвестиционных расходах, но коснулась и социальной сферы. Рассмотрим данную ситуацию на примере финансирования сферы образования, на которую приходится наибольшая доля бюджетных ассигнований региональных бюджетов (25,6%). В 2016 г. номинальные расходы на сферу образования в консолидированных бюджетах субъектов Федерации выросли на 3%, однако в реальном выражении они продемонстрировали падение на 4%, последовательно ликвидируя прирост, сложившийся в 2012-2013 гг. под действием указов Президента Российской Федерации «О мероприятиях по реализации государственной социальной политике», в основных целях которых предписывалось увеличение заработной платы работникам бюджетных учреждений [7]. Необходимо отметить, что в 2016 г. в 25 субъектах Федерации произошло сокращение расходов на образование относительно 2015 года. Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод о том, что реальный объем

образовательных программ и услуг, финансируемых за счет средств бюджетов субъектов Федерации в 2016 году, значительно сократился.

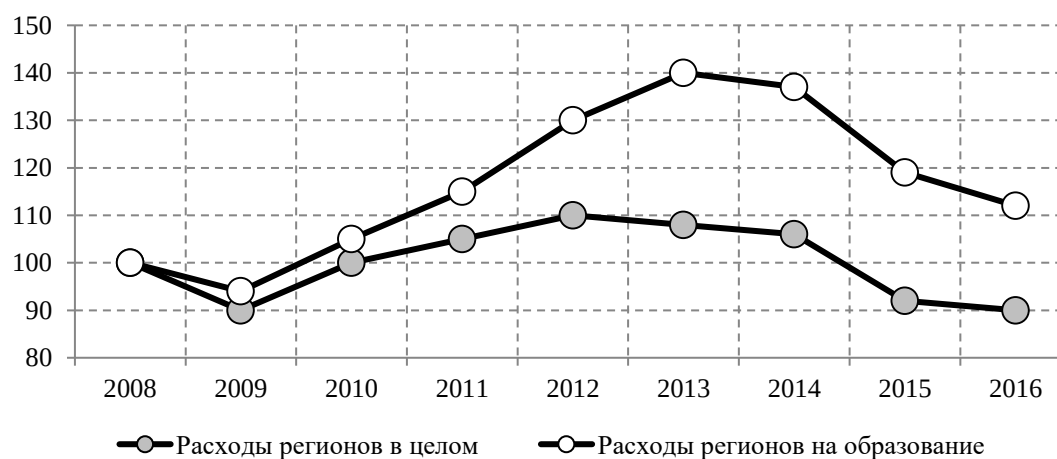


Рисунок 2. Динамика общего объема расходов регионов и региональных расходов на образование в постоянных ценах за 2008–2016 гг.

Составлено автором по [8].

В 2016 г. консолидированный бюджет субъектов Федерации был исполнен с дефицитом в 12,6 млрд руб., который составляет порядка 0,01% от ВВП. С формальной точки зрения, степень сбалансированности бюджета на региональном уровне выросла по сравнению с 2014 и 2015 г., когда дефицит бюджета субъектов Федерации составлял соответственно 0,6% и 0,2% от ВВП.

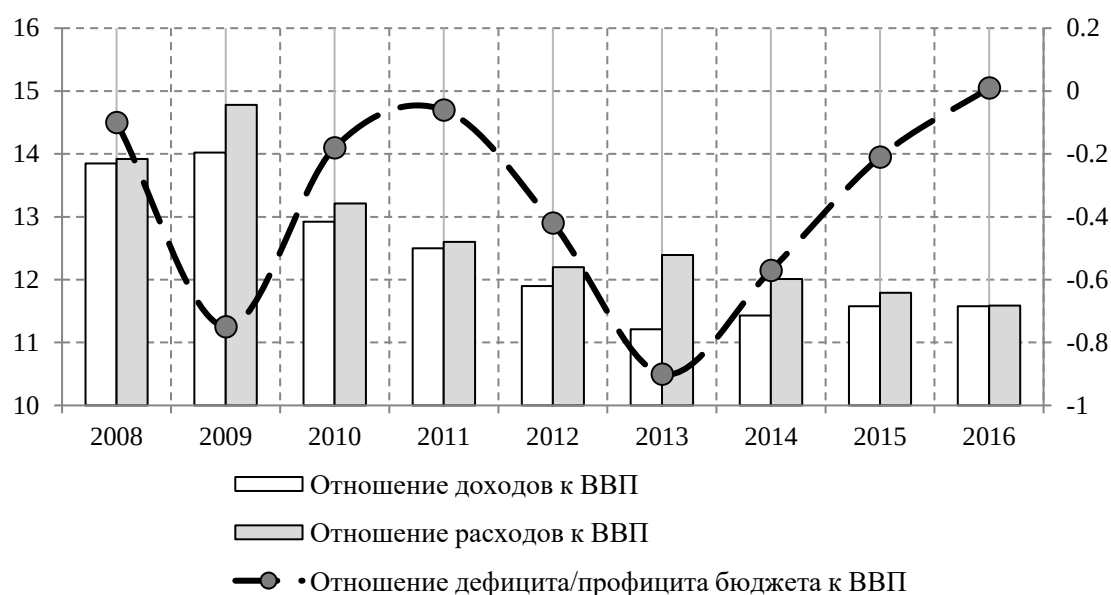


Рисунок 3. Доходы, расходы и дефицит (правая ось) консолидированных региональных бюджетов за 2008-2016 гг. (в % от ВВП).

Составлено автором по [2,8].

Однако более детальный анализ показывает, что полученный результат был, достигнут, главным образом, за счет исполнения бюджета Москвы с профицитом в 116 млрд руб. Необходимо также отметить, что в 2016 г. значительно увеличилось число профицитных регионов. Так, в минувшем году 29 субъектов федерации завершили год с положительным сальдо баланса (в 2015 году таких регионов было 9). Однако подавляющее число регионов страны завершили 2016 г. с дефицитом бюджетов, даже несмотря на успешную реализацию плана по экономии расходных средств бюджета.

Сравнительно с 2015 г. 19 регионов страны продемонстрировали негативную динамику по показателю соотношения дефицита бюджета и доходов. Так, лидерами по падению уровня бюджетной сбалансированности стали Республика Хакасия (-27,3%), Ненецкий АО (-23,2%) и г.Севастополь (-16,5%).

Необходимость исполнения принятых обязательств, включая социальные гарантии, предоставление государственных услуг в соответствующих объемах и должного качества, вывели на первый план в политике государства задачу обеспечения устойчивого функционирования бюджетов, в том числе за счет привлечения заемных источников [6]. Так, в 2016 г. долг регионов и муниципалитетов показал рост на 2,1% относительно 2015 г. и на начало 2016 года составил 2,72 трлн. рублей. Необходимо отметить, что за 2013-2015 гг. совокупный долг регионов и муниципалитетов вырос в 1,67 раза. Значительный рост долговых обязательств в 2013-2015 гг. был в значительной степени обусловлен нехваткой собственных доходов и федеральных трансфертов для выполнения расходных обязательств по повышению заработной платы работникам бюджетной сферы. Однако, по международным меркам, текущее (на конец 2016 г.) соотношение долга субъектов Федерации и ВВП, составляющее 2,7%, продолжает оставаться низким, и не представляет собой серьезной макроэкономической угрозы.

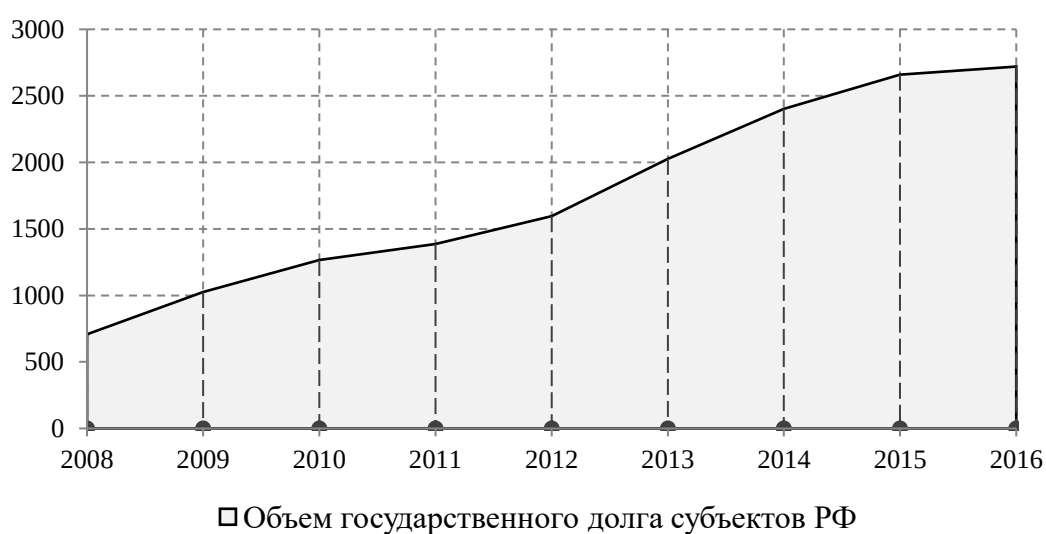


Рисунок 4. Объем долга регионов и муниципалитетов, млрд.руб.
Составлено автором по [4].

Тем не менее, относительные показатели задолженности по регионам сильно дифференцированы: коэффициент вариации показателей регионального и муниципального долга отнесенного к собственным доходам (без учета безвозмездных поступлений) составляет 59,1% на начало 2017 года. Так, в 8-х субъектах федерации значение показателя долговой нагрузки уже преодолело критическую отметку в 100% (при среднем значении в 61%).

Более детальный анализ влияния задолженности регионов и муниципалитетов на реализацию бюджетной политики в 2016 году может свидетельствовать об усиливающихся негативных тенденциях. Так, между двумя рядами данных - соотношение регионального и муниципального долга и собственных доходов субъектов федерации на начало 2017 г. и соотношение бюджетного дефицита и собственных доходов регионов в 2016 г.- наблюдается отрицательная корреляция, коэффициент которой составляет -0,42. Данный результат может свидетельствовать о том, что значительное число субъектов федерации с высоким уровнем долговой нагрузки одновременно имеют и существенный бюджетный дефицит, что может свидетельствовать о хроническом характере их несбалансированности. Последний нашел подтверждение и в более раннем исследовании [5].

В 2016 году структура долга регионов и муниципалитетов претерпела изменения, непосредственно связанные с увеличением доли бюджетного кредитования – с 34,3% до 40,3%. Низкие процентные ставки и широкие временные рамки делают данный инструмент заимствований более привлекательным по сравнению с кредитами финансово-кредитных учреждений, доля которых уменьшилась до 38,1% (44% - 2015 г.). Кроме того, в 2016 году

произошел рост доли облигационного займа в структуре регионального и муниципального долга (с 16,7% до 17,4%), главным образом, за счет снижения волатильности рынка ценных бумаг.

Таблица 1

Структура регионального и муниципального долга в 2012–2016 гг., %

	2012	2013	2014	2015	2016
Облигации	24,0	22,8	18,8	16,7	17,4
Кредиты Банков	35,1	41,7	44,6	44,0	38,1
Бюджетные Кредиты	31,9	27,8	30,8	34,3	40,3
Прочие	9,0	7,7	5,8	5,1	4,3
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Составлено автором по [4].

Необходимо отметить, что для целого ряда субъектов федерации накопленный долг уже сейчас является серьезным экономическим бременем в связи с проблемами по рефинансированию долга и увеличению доли расходов на обслуживание долга в общем объеме расходов. Так в 2016 г. доля процентных расходов в совокупном объеме расходов регионов составила 2,3%, в 2015 году она равнялась 1,6%, а в предыдущие годы редко превышала отметку в 1%.

Укрепление макроэкономической стабильности, обеспечение бюджетной устойчивости и финансовой самостоятельности органов власти субъектов РФ и органов местного самоуправления остаются предметом пристального внимания со стороны федерального центра [10]. Вследствие этого в обозримом будущем настоятельный характер приобретает задача определения комплекса мер по дальнейшему повышению сбалансированности бюджетов на региональном уровне.

Осуществление следующего пакета мер позволит повысить самостоятельность, гибкость и ответственность властей субъектов федерации в проведении бюджетной и налоговой политики:

1. Увеличение неналоговых доходов бюджета посредством:

- повышения ставок арендной платы за пользование имуществом, находящимся в государственной собственности субъектов РФ;
- увеличения норматива изъятия в региональный бюджет прибыли унитарных предприятий, созданных субъектами РФ;
- роста поступления доходов от продажи имущества, находящегося в государственной собственности субъектов РФ (преимущественно неиспользуемого в рамках выполнения полномочий субъекта РФ).

2. Увеличение налоговых доходов бюджета путем:

- отказа от предоставления налоговых кредитов и отсрочек по уплате региональных налогов и федеральных налогов, зачисляемых в бюджеты субъектов РФ;
- расширения полномочий органов власти субъектов федерации в области налогового и тарифного регулирования;
- предоставления органам власти субъектов РФ права по выявлению объектов налогообложения и содействию их регистрации.

3. Осуществление оптимизация расходов посредством:

- снижения объемов инвестиций в объекты государственной собственности субъектов Федерации;
- улучшения структуры каждой расходной статьи путем сокращения зон неэффективности бюджетных средств.

4. Проведение эффективной политики заимствований и управления государственным долгом субъекта федерации путем:

- пролонгирования долговых обязательств с переносом их погашения на последующие годы;

— осуществления операций по рефинансированию дорогих в обслуживании долгов более дешевыми.

Библиографический список:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 26.12.2014, с изм. от 03.07.2016): КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. М., 2016.
2. Валовой внутренний продукт в постоянных ценах. // URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab2.htm (Дата обращения: 10.04.2017).
3. Власенко Е.О. Методы обеспечения сбалансированности бюджета субъекта РФ. Известия Иркутской государственной экономической академии. 2010. № 5. С. 103-107.
4. Государственный долг субъектов РФ и долг муниципальных образований. // URL: http://minfin.ru/ru/statistics/subbud/sub_debt/ (Дата обращения: 16.04.2017).
5. Дюкина Т.О. Субъекториентированная налоговая ставка как инструмент оптимизации систем налогообложения в условиях фискального федерализма. Известия Байкальского государственного университета. 2015. Т. 25. № 6. С. 1052-1060.
6. Замятина Н.В. Государственный долг субъектов Российской Федерации в контексте экономических отношений. Финансы и кредит. 2011. № 36. С. 30-34.
7. Кирюшкина А.Н. Анализ динамики и структуры государственного долга субъектов РФ // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 12.

8. Краткая информация об исполнении бюджетов субъектов РФ. // URL: <http://minfin.ru/ru/statistics/subbud/execute/> (Дата обращения: 16.04.2017).

9. Налоги и налогообложение. Палитра современных проблем. Майбуров И.А., Иванов Ю.Б., Алиев Б.Х., Аристархова М.К., Башкирова Н.Н., Буссе Р., Викторова Н.Г., Вишневская Е.Н., Вишневский В.П., Гончаренко Л.И., Гварлиани Т.Е., Грачев М.С., Греков И.Е., Гринкевич Л.С., Гурнак А.В., Дербенева В.В., Десятнюк О.М., Дюкина Т.О., Евневич М.А., Евстигнеев Е.Н. и др. Монография для магистрантов, обучающихся по программам направления «Финансы и кредит» / Москва, 2014. Сер. Magister

10. Солдаткин С.Н. К вопросу о факторах долгового финансирования российских регионов в среднесрочной перспективе. Известия Байкальского государственного университета. 2014. № 1. С. 52-59.

СЕКЦИЯ 11. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

УДК 334

Ершов С.В., Дьячков А.В. Мультипроектное управление при использовании универсального ресурса

Multiproject management with using an universal resource

Ершов Сергей Викторович,

Кандидат технических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления,

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова

Ershov Sergey Viktorovich,

Ph.D., Associate Professor, Department of State and municipal government,

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov.

Дьячков Алексей Викторович,

Студент магистратуры,

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова

D'yachkov Aleksey Viktorinovich

Graduate student,

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov.

Аннотация: Рассмотрен процесс планирования последовательности выполнения проектов при использовании ограниченного количества персонала.

Ключевые слова: проект, организация, персонал.

Abstract: The process of planning the sequence of projects is considered when using a limited number of personnel.

Keywords: project, organization, personnel.

Многие организации, специализирующиеся на услугах крупному и среднему бизнесу, работают по принципу мультипроектного управления. Это означает, что одновременно могут реализовываться несколько самостоятельных проектов, претендующих на ресурсы организации [1]. По такому принципу работает, например, Инженерный центр «Энергосервис» при обслуживании нефтегазовых месторождений.

Если для отдельного проекта требуется уникальный ресурс (например, специальное оборудование), на который не претендуют другие проекты, то и проблем с распределением ресурса не возникает. Совсем иная ситуация, когда все одновременно реализуемые проекты претендуют на один и тот же ограниченный ресурс. Чаще всего таким универсальным ресурсом является персонал. В этом случае доступность необходимого количества персонала будет оказывать существенное влияние на последовательность выполнения и «время ожидания» некоторых проектов, что скажется на эффективности работы организации.

Поскольку реализуемые проекты не «последние», и руководство организации заключает контракты на выполнение новых проектов, в интересах организации распределить реализуемые проекты так, чтобы как можно раньше освободить как можно больше персонала (который потребуется для выполнения новых проектов).

Рассмотрим теоретическую модель. Имеется k проектов с номерами $i = 1 \dots k$. Проект с номером i длится t_i недель (или других единиц времени) и для его реализации требуется m_i сотрудников. Всего в организации N сотрудников, доступных для участия в проектах. Будем использовать условный номер недели j , начиная нумерацию с единицы.

Будем искать решение задачи в виде коэффициентов назначения x_{ij} . Если проект i выполняется в неделю j , то $x_{ij} = 1$, иначе $x_{ij} = 0$. Тогда в неделю j будет занято сотрудников

$$n_j = \sum_{i=1}^k x_{ij} \cdot m_i, \quad (1)$$

где n_j – количество сотрудников, занятых в неделю j .

Это количество не должно превышать количество сотрудников, доступных для участия в проектах N

$$n_j \leq N. \quad (2)$$

Для организации крайне нежелательно, когда значительное количество сотрудников заняты в поздние недели. Это означает их недоступность для новых проектов. Наоборот, важно, чтобы в ранние недели было занято как можно больше сотрудников, и чтобы они освободились как можно раньше. Этому будет соответствовать минимальное значение целевой функции, равной сумме произведений количества сотрудников, занятых в неделю, на номер этой недели

$$\sum_{j=1}^T \sum_{i=1}^k j \cdot x_{ij} \cdot m_i \rightarrow \min. \quad (3)$$

Количество недель, выделенных для проекта i , должно быть равно продолжительности этого проекта в неделях t_i

$$\sum_{j=1}^T x_{ij} = t_i. \quad (4)$$

Мы получили задачу линейного программирования [2] с целевой функцией (3) и ограничениями (2) и (4).

Рассмотрим пример. В организации имеется шесть проектов на оказание услуг с номерами $i = 1 \dots 6$. Для выполнения проекта i необходимо привлечь m_i сотрудников. Время, необходимое для выполнения проекта i равно t_i . Всего сотрудников, которые могут участвовать в проектах $N = 35$. Будем считать, что с самого начала все сотрудники свободны.

Основные характеристики рассматриваемых проектов приведены в таблице 1.

Таблица 1

Характеристики проектов

	Номер проекта					
	1	2	3	4	5	6
Необходимое количество сотрудников	8	10	7	12	12	18
Продолжительность проекта, недель	2	3	2	3	2	2

Решим задачу линейного программирования в MS Excel (инструмент Поиск решения). Для этого составим таблицу решения (таблица 2) и таблицу целевой функции (таблица 3). Ячейки таблицы решения содержат значения x_{ij} для каждого проекта и каждого номера недели (значения 0 или 1). Ячейки таблицы целевой функции содержат количество сотрудников, занятых по каждому проекту в каждую неделю.

Таблица 2

Таблица решения

Номер проекта	Необходимо сотрудников	Номер недели						t_i
		1	2	3	4	5	6	
1	8	0	0	0	1	1	0	2
2	10	1	1	1	0	0	0	3
3	7	1	1	0	0	0	0	2
4	12	0	0	1	1	1	0	3
5	12	0	0	1	1	0	0	2
6	18	1	1	0	0	0	0	2

Таблица 3

Таблица целевой функции

Номер проекта	Необходимо сотрудников	Номер недели						t_i
		1	2	3	4	5	6	
1	8	0	0	0	8	8	0	2
2	10	10	10	10	0	0	0	3
3	7	7	7	0	0	0	0	2
4	12	0	0	12	12	12	0	3
5	12	0	0	12	12	0	0	2

Номер проекта	Необходимо сотрудников	Номер недели						t_i
		1	2	3	4	5	6	
6	18	18	18	0	0	0	0	2
Всего сотрудников		35	35	35	35	35	35	
Занято сотрудников		35	35	34	32	20	0	
Целевая функция		35	70	102	128	100	0	435
Свободно сотрудников		0	0	1	3	15	35	

В приведённом примере полученная последовательность выполнения проектов соответствует минимальному значению целевой функции, равному 435.

При заключении новых контрактов и появлении новых проектов появляется необходимость нового планирования последовательности выполнения проектов. Новое планирование (в приведённом примере) следует начинать с недели номер 3 и ориентироваться не на общее количество сотрудников, а уже на количество свободных сотрудников. Вряд ли найдутся проекты, для которых необходимы один или три сотрудника (неделя номер 3 и 4). На какой-то период некоторые сотрудники окажутся не занятыми в проектах, но они могут заняться повышением своей квалификации. В любом случае, при рассматриваемом подходе, количество таких сотрудников будет минимальным.

В примере рассмотрено мультипроектное управление при ограничении использования персонала. Но на месте персонала может быть любой другой универсальный ресурс, используемый во всех реализуемых проектах.

Библиографический список:

- 1 Управление проектом. Основы проектного управления / под. ред. проф. М.Л. Разу. – М.: КНОРУС, 2016.-756 с.
- 2 Попова Н. В. Математические методы: электронный учебник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://matmetod-porova.narod.ru/Index.htm> (Дата обращения: 10.06.2017).

УДК 338.2

Исмагилов Р.Г. Анализ программно-целевого управления в городском округе город Уфа Республике Башкортостан

Analysis program management in the urban district of Ufa the Republic of
Bashkortostan

Исмагилов Руслан Галиевич,

Ведущий специалист отдела экономики и предпринимательства
Администрации Орджоникидзевского района ГО г. Уфа Республики
Башкортостан

Ruslan Ismagilov Galievich,

Leading specialist of the Department of Economics and entrepreneurship
Of the administration of Ordzhonikidzevsky district of Ufa of Republic Bashkortostan

Аннотация: в данной работе проведен комплексный анализ программно-целевого управления на муниципальном уровне. Выявлены основные нормативные правовые документы, регламентирующие программное управление в городском округе город Уфа Республики Башкортостан. Проведен анализ отчетности реализации муниципальных программ за 2015 год. Рассмотрены основные этапы жизненного цикла программ и выявлены их основные недостатки. Актуальность темы исследования состоит в том, что муниципальная программа является эффективным инструментом способный качественно решать существующие проблемы и достигать приоритетные муниципальные цели и задачи.

Ключевые слова: муниципальная программа городского округа город Уфа Республики Башкортостан, разработка муниципальных программ, реализация муниципальных программ, оценка эффективности реализации муниципальных программ, проблемы муниципальных программ.

Abstract: in this work, we conducted a comprehensive analysis of program-oriented management at the municipal level. Identified the main legal documents regulating software control in the urban district of Ufa of Republic Bashkortostan. The analysis of the reporting of the implementation of municipal programs for 2015. Describes the main stages of the software life cycle and identified their main weaknesses. Topicality of the research lies in the fact that the municipal program is an effective tool able to efficiently solve existing problems and achieve the priority municipal goals and objectives.

Keywords: municipal program of urban district Ufa city of the Republic of Bashkortostan, development of municipal programs municipal programs to assess the effectiveness of implementation of municipal programs municipal programs.

Данная работа призвана дать полноценную и комплексную оценку программного управления на муниципальном уровне. Используя для анализа сведения и основные показатели городского

округа город Уфа Республики Башкортостан за 2015 год, необходимо выявить методологические особенности управления муниципальными программами, а также основные проблемы, возникающие при их разработке, утверждении, реализации и оценке эффективности.

В Российской Федерации программно-целевая деятельность на муниципальном уровне регулируется федеральными, региональными и муниципальными нормативными правовыми актами.

При этом Бюджетный кодекс Российской Федерации (далее – БК РФ) относится к основополагающему и систематизирующему документу который устанавливает общие правила программного управления на всех уровнях государственного устройства. Его центральное положение обусловлено тем, что государственные программы РФ, государственные программы субъектов РФ и муниципальные программы, входящие в единую систему государственного планирования, осуществляются главным образом через систему государственных и муниципальных бюджетов [1].

Так в статье 179 БК РФ прописаны общие принципы программного управления и определены полномочия органов государственной власти и местного самоуправления. К примеру, ответственные органы самостоятельно определяют сроки реализации программ, правила и порядок разработки, утверждения, реализации и оценке ее эффективности, по результатам оценки эффективности самостоятельно принимают решения о целесообразности дальнейшей реализации программы или необходимости ее изменения. Данная статья также устанавливает общие принципы и сроки утверждения бюджетных ассигнований на финансовое обеспечение реализации программ.

В городском округе город Уфа Республики Башкортостан (далее – ГО г.Уфа РБ) основным нормативным правовым документом, регулирующим программное управление, является «Порядок разработки, реализации и оценки эффективности муниципальных программ ГО г.Уфа РБ» (далее – Порядок), принятый постановлением Администрации ГО г.Уфа РБ от 15 июня 2015 г. №2435 [2].

Действующий Порядок состоит из 9 разделов и 15 приложений.

В разделе «Общие положения» раскрываются сущность и основные характерные черты муниципальной программы.

По определению муниципальной программой является система мероприятий, направленных на достижение важнейших муниципальных целей и задач в сферах социально-экономического развития города Уфы.

В состав каждой муниципальной программы входят подпрограммы и мероприятия, которые разрабатываются на срок не менее шести лет.

Основным заказчиком муниципальной программы является Администрация ГО г.Уфа РБ, основным ее исполнителем является структурное подразделение Администрации ГО г.Уфа РБ (далее – ответственный исполнитель), которое осуществляет со всеми заинтересованными сторонами ее разработку и реализацию.

До утверждения муниципальной программы ее проект предусматривает публичное обсуждение населением города Уфы.

Каждая муниципальная программа содержит в себе 15 основных разделов, где прописываются все ее характерные свойства. Во втором разделе Порядка «Требования к содержанию муниципальной программы» приводится их перечисление и краткое описание. При

этом отсутствует всякая информация о предназначении разделов, требованиях и методики составления, а также отсутствуют какие-либо ссылки на возможные документы, позволяющие правильно сформировать раздел.

Все муниципальные программы при разработке должны ориентироваться на приоритетные национальные проекты, а при определении целей программ учитываться цели и задачи долгосрочных планов социально-экономического развития РФ и РБ.

Последующие разделы Порядка раскрывают детали программного управления в ГО г.Уфа РБ и описывают ее «жизненный путь».

В проектном менеджменте, «жизненный путь» программ и проектов, принято называть, как жизненный цикл. Таким образом жизненный цикл муниципальных программ — это совокупность стадий развития, которая проходит программа за весь период своего «существования». В общем представлении жизненный цикл муниципальных программ делится на 4 основные стадии: начальная стадия, стадия разработки, стадия реализации и стадия завершения. В свою очередь каждая стадия состоит из ряда отдельных фаз, которые более детально раскрывают и описывают процессы, происходящие в жизненном цикле программ.

Начальная стадия состоит из двух фаз: «Обоснование разработки муниципальной программы» и «Принятие решения о разработке муниципальной программы».

Осуществление муниципальной программы начинается с представления в управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ ответственным исполнителем пакета документов обоснования

разработки муниципальной программы. Данное обоснование подается ежегодно до 15 марта и должен содержать: предлагаемое наименование муниципальной программы, анализ проблем на решение которых будет направлена программа, цели, задачи и их обоснование, целевые показатели, перечень мероприятий, необходимые финансовые ресурсы на реализацию программы и возможные источники их обеспечения, а также сроки реализации программы.

В течении 10 дней управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ принимает и обрабатывает поступившие предложения. Затем, учитывая цели и показатели прогноза социально-экономического развития ГО г.Уфа РБ, на очередной финансовый год формирует проект перечня муниципальных программ и направляет для рассмотрения в финансовое управление Администрации ГО г.Уфа РБ, которое в случае не соответствия установленным требованиям отклоняет предложение.

Финансовое управление Администрации ГО г.Уфа РБ проводит предварительную экспертизу представленного проекта перечня на возможность ассигнований реализаций программ из средств городского бюджета и до 1 апреля направляет заключение в управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ.

Управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ, основываясь на представленных заключениях возможности финансового обеспечения на реализацию муниципальных программ, в течении 5 дней направляет проект перечня на рассмотрение в Коллегию Администрации ГО г.Уфа РБ.

Коллегия Администрации ГО г.Уфа РБ рассматривает проекты муниципальных программ и принимает решения о целесообразности

их разработки и реализации. По итогам принятых решений Коллегии Администрации ГО г.Уфа РБ, управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ составляет протокол заседания, который также будет являться основанием для начала разработки программы.

Стадия разработки муниципальной программы подразделяется на три фазы: «Формирование проекта муниципальной программы», «Экспертиза и оценка проекта муниципальной программы» и «Утверждение и финансовое обеспечение муниципальной программы».

После принятия решения о необходимости и целесообразности достижения приоритетных муниципальных целей и задач программно-целевым методом ответственный исполнитель разрабатывает проект муниципальной программы и не позднее 1 июня направляет его в управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ.

В случае отсутствия необходимых знаний или иных причин, препятствующих разработке проекта муниципальной программы, порядком предусматривается возможность привлечения сторонних организаций.

В течении 10 дней специалисты управления экономики Администрации ГО г.Уфа РБ проводят оценку проекта муниципальной программы на соответствие установленным Порядком требованиям. В случае наличия каких-либо замечаний проект возвращается на доработку. При положительном заключении проект муниципальной программы направляется на экспертизу (согласование) в финансовое управление Администрации ГО г.Уфа РБ и Ревизионную комиссию Администрации ГО г.Уфа РБ.

Процедура экспертизы (согласования) проводится в течении 5 рабочих дней, по результатам которого составляется заключение.

Не позднее 1 июля управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ направляет ответственному исполнителю окончательное заключение по проекту муниципальной программы. Положительное заключение дает основание к представлению муниципальной программы на утверждение в Администрацию ГО г.Уфа РБ.

Все муниципальные программы утверждаются постановлением Администрации ГО г.Уфа РБ не позднее 1 августа. В свою очередь Совет ГО г.Уфа РБ принимает решение об объемах финансового обеспечения реализации муниципальной программы.

В случае изменения объемов финансирования муниципальной программы, ответственный исполнитель корректирует основные параметры в соответствии с уровнем финансирования.

На стадии реализации муниципальной программы осуществляется непосредственное достижение намеченных муниципальных целей и задач. Все заинтересованные стороны, участвующие в реализации программы, начинают реализовывать все запланированные мероприятия и работы. В установленные сроки предоставляют необходимую информацию о ходе реализации муниципальной программы.

В свою очередь ответственный исполнитель осуществляет текущий контроль и координацию за ходом реализации программы, в установленные сроки проводит оценку эффективности реализации мероприятий, осуществляет контроль за целевым и эффективным использованием бюджетных средств, также разрабатывает возможные варианты дополнительного привлечения дополнительных источников

внебюджетных ресурсов, а в случае необходимости вносит предложения в Администрацию ГО г.Уфа РБ о продлении сроков реализации муниципальной программы.

Порядком также установлено, что ответственный исполнитель должен ежеквартально и ежегодно (до 5 февраля) предоставлять в управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ отчет о ходе реализации программ.

Управление экономики Администрации ГО г.Уфа РБ проводит постоянный мониторинг реализации муниципальных программ и ежегодно (до 25 февраля) предоставляет главе Администрации ГО г.Уфа РБ информацию об эффективности реализации муниципальных программ, о исполнении ее финансовой части и уровне достижения целевых показателей.

В ходе реализации муниципальной программы в нее могут быть внесены изменения в части финансового обеспечения, в содержание мероприятий, в состав участников и целевых показателей. Все вносимые изменения требуют соблюдения определенных процедур, установленных Порядком.

На стадии завершения муниципальной программы ответственный исполнитель готовит общий доклад об итогах реализации программы, уровне достижения целевых показателей, эффективности использования финансовых средств.

В целях определения степени достижения поставленных целей и задач муниципальной программой, Администрацией ГО г.Уфа РБ была принята 27 июня 2014 г. №2862 «Методика проведения оценки эффективности реализации муниципальных программ ГО г.Уфа РБ» [3].

Оценка эффективности реализации муниципальных программ производится путем расчета интегральных показателей шести комплексных критериев и сопоставление их с качественной шкалой. Результаты расчетов дают представление о степени достижения целевых показателей, качестве и произведенном эффекте осуществления мероприятий, об общей численности получателей результатов реализации программы.

При рассмотрении итоговых оценок определяется степень целесообразности дальнейшего финансирования муниципальной программы. Высокая и умеренная эффективность дает возможность программе сохранить свое финансирование. При удовлетворительной эффективности предусматривается сокращение финансирования. При неэффективной муниципальная программа досрочно прекращает реализацию.

Результаты оценки эффективности реализации муниципальной программы служат основанием для формирования перечня муниципальных программ в очередном финансовом году.

В 2015 году в «Перечень муниципальных программ ГО г.Уфа РБ» входило 16 программ, направленных на развитие: образования, культуры и искусства, муниципального здравоохранения, физической культуры и спорта, опеки и попечительства, благоустройства, ЖКХ, транспортного обслуживания и мониторинга состояния среды обитания и здоровья населения, пожарной безопасности, развития ГО г.Уфа РБ, молодежной политики, системы социального обслуживания отдельных категорий населения, системы безопасности, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного, техногенного характера и иных происшествий, земельных отношений,

управления муниципальным имуществом, строительства, реконструкции, капитального ремонта дорог и искусственных сооружений. Срок реализации всех программ составляет 6 лет, без деления на этапы [4].

Общий объем требуемых финансовых ресурсов, предусмотренных на реализацию 16 муниципальных программ, на период с 2014 – 2020 гг. составил: 102 046 967 600 рублей.

Из них:

- из федерального бюджета: 2 707 788 480 рублей;
- из бюджета Республики Башкортостан: 22 220 280 070 рублей;
- из бюджета ГО г.Уфа РБ: 70 783 063 730 рублей;
- внебюджетные средства: 6 335 835 320 рублей.

Анализ финансовой отчетности показал, что изначально на реализацию 16 муниципальных программ в 2015 г. требовалось: 25 673 961 970 рублей. Но при утверждении программ, предельный объем финансирования был установлен в размере: 24 740 966 750 рублей [6].

Бюджетом ГО г.Уфа РБ на реализацию муниципальных программ в 2015г. было заложено: 22 668 234 950 рублей. По представленным отчетам финансового управления Администрации ГО г.Уфа РБ о кассовых расходах основные средства, на реализацию муниципальных программ, за 2015 г. было израсходовано: 21 079 694 420 рублей. Таким образом, недофинансирование и отклонение от первоначальной требуемой суммы на реализацию муниципальных программ в 2015 г., составило 17.9%.

В 2015 г. наибольшая доля бюджетных потреблений от общего объема заложенных финансовых ресурсов приходилась на реализацию

муниципальных программ: «Развитие образования в ГО г.Уфа РБ» - 42,6%, «Развитие строительства, реконструкции, капитального ремонта дорог и искусственных сооружений в ГО г.Уфа РБ» - 17,1%, «Благоустройство ГО г.Уфа РБ» - 14,4%.

Анализ ежегодного итогового отчета реализации муниципальных программ за 2015 г. показал, что при составлении отчета использовались показатели 13 муниципальных программ, по 3 программам: «Развитие муниципального здравоохранения в ГО г.Уфа РБ», «Развитие земельных отношений в ГО г.Уфа РБ» и «Управление муниципальным имуществом ГО г.Уфа РБ» информация отсутствовала в связи с реорганизации структурных подразделений Администрации ГО г.Уфа РБ. 13 муниципальных программ имеют 118 целевых показателей. Наиболее высокий процент достижения целевых показателей имеет программа «Развитие опеки и попечительства в ГО г.Уфа РБ» (2,4%), наименьший процент у программы «Развитие молодежной политики в ГО г.Уфа РБ» (0,54%). Анализ качественных характеристик реализации муниципальных программ показал, что 11 программ имеют оценку «высокая», 2 программы: «Развитие молодежной политики ГО г.Уфа РБ» и «Развитие территории ГО г.Уфа РБ» имеют оценку «умеренно-эффективная».

Основными причинами недостижения целевых показателей муниципальных программ в 2015 г. является:

- текучесть кадров в структурных подразделениях Администрации ГО г.Уфа РБ, осуществляющих реализацию;
- недофинансирование;
- неисполнение соисполнителями условий контрактных договоров;

- увеличение стоимости объектов или услуг;
- нарушения в отчетности (неправильное заполнение или несвоевременно поданные отчетные документы).

В целях полноценного и объективного анализа программного управления в ГО г.Уфа РБ, необходимо разобрать конкретную муниципальную программу и определить качество ее составления.

Для примера была выбрана муниципальная программа «Развитие культуры и искусства в городском округе город Уфа Республики Башкортостан», утвержденная постановлением Администрации ГО г.Уфа РБ от 14 ноября 2014г. [5].

Анализ финансовой отчетности показал, что на реализацию программы в 2015 г. изначально требовалось: 903 787 770 рублей, но предельный объем финансирования был установлен в размере: 893 908 620 рублей. По данным финансового управления Администрации ГО г.Уфа РБ о кассовых расходах, сумма, затраченная при реализации, составила 815 764 470 рублей.

Муниципальная программа имеет 7 целевых показателей. Качественная характеристика эффективности реализации программы за 2015 г. имеет оценку: «эффективность высокая».

При анализе содержания муниципальной программы были выявлены недостатки, связанные с некачественным ее составлением.

В разделе «Характеристика текущего состояния и проблем сферы культуры и искусства в ГО г.Уфа РБ на решение, которых направлена Программа», отсутствуют конкретные статистические показатели, нет информации о состоянии микросреды и микросреды, влияющей на развитие сферы культуры и искусства в г. Уфе, а также изменение ее

динамики. Не проведен полноценный анализ существующих проблем и трудностей, препятствующих развитию данной сферы.

Цели и задачи муниципальной программы не имеют конкретной формулировки и измеримости, нет четкого понимания, какой результат получит общество в результате их достижения.

Мероприятия муниципальной программы составлены таким образом, что предполагают не решение существующих проблем и нахождение новых методов оптимизации работы, а связаны по-прежнему с обеспечением текущего функционирования структурного подразделения Администрации ГО г.Уфа РБ. Такие цели могут быть временно достигнуты и при этом не иметь устойчивого положения. По истечению срока реализации муниципальной программы все достигнутые показатели могут снова вернуться к прежним результатам.

По результату проведенной работы можно сделать выводы, что программное управление в ГО г.Уфа РБ находится на стадии формирования, при котором имеются определенные и значимые недостатки:

- во-первых, отсутствует эффективный инструмент, позволяющий качественно оценить и обосновать предлагаемые к реализации муниципальные программы;

- во-вторых, муниципальные программы ГО г.Уфа РБ имеют низкое качество составления. Уровень качества содержания программ является одним из первостепенных условий для успешной и эффективной ее реализации. Поэтому содержание должно отвечать высоким требованиям и нести в себе всю полноту информации, необходимой для планирования, организации, координации и контроля муниципальных программ. Данное условие выполнимо только при

наличии качественных методических рекомендаций и требований к составлению муниципальной программы.

Библиографический список:

1. Российская Федерация. Законы. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ по состоянию на 01.01.2016 г. / Информационно-справочная система КонсультантПлюс, 1992-2016.

2. Городской округ город Уфа РБ. Постановление. Постановление Администрации городского округа город Уфа Республики Башкортостан от 15.06.2015 года № 2435 "Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности муниципальных программ городского округа город Уфа Республики Башкортостан". URL:

<http://ufacity.info/programs/detail.php?ID=183370>

3. Городской округ город Уфа РБ. Постановление. Постановление Администрации городского округа город Уфа Республики Башкортостан от 27.06.2014 года № 2862 "О Методике проведения оценки эффективности реализации муниципальных программ городского округа город Уфа Республики Башкортостан". URL:

<http://ufacity.info/programs/detail.php?ID=178269>

4. Городской округ город Уфа РБ. Постановление. Перечень муниципальных программ городского округа город Уфа Республики Башкортостан. URL:

<http://ufacity.info/programs/list.php?p=3>

5. Городской округ город Уфа РБ. Постановление. Постановление Администрации городского округа город Уфа Республики Башкортостан от 27.06.2014 года № 5035 «Об утверждении муниципальной программы «Развитие культуры и искусства в городском округе город Уфа Республики Башкортостан» на 2014-2020 гг. URL:

<http://ufacity.info/programs/detail.php?ID=157732>

6. Отчет о реализации муниципальных программ городского округа город Уфа Республики Башкортостан за 2015 год. URL:

http://ufacity.info/programs/list.php?p=3&PAGEN_1=2

7. Райзберг Б.А., Лобко А.Г. Программно-целевое планирование и управление: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 428 с.

СЕКЦИЯ 12. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

УДК 30.34

Мищенко Ю.И., Московец А.М. Теоретические аспекты мотивации персонала

Theoretical aspects of staff motivation

Мищенко Юрий Иванович,

доцент, кандидат экономических наук
Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина

Mishchenko Yuri Ivanovich,

Associate professor, candidate of economic sciences
The Kuban state agrarian
University named after I.T. Trubilin

Московец Анна Михайловна,

студент
Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина

Moskovets Anna Mikhailovna,

student
The Kuban state agrarian
University named after I.T. Trubilin

Аннотация: Деятельность любого предприятия зависит от эффективного управления трудовыми ресурсами. Причем, как показывает практика, материальные методы стимулирования трудовой деятельности не являются достаточными. Также стоит учесть, что в кризисный период, которым сейчас характеризуется экономика России, предприятие несет финансовые потери и не способно выделять дополнительные денежные средства на мотивацию персонала. В данной статье будут рассмотрены различные методы материальной и нематериальной мотивации, влияющие на трудовую деятельность.

Ключевые слова: мотивация, потребности, материальная и нематериальная мотивация, внутренняя и внешняя мотивация

Abstract: The activity of any enterprise depends on effective human resource management. And, as practice shows, material methods of stimulation of labor activity is not sufficient. It is also worth considering that during the crisis period, which is now Russia's economy, the company suffers financial losses and is not able to allocate additional funds for staff motivation.

This article will discuss the various methods of tangible and intangible motivations influencing employment.

Keywords: motivation, needs, material and non-material motivation, internal and external motivation

В настоящее время в условиях новой экономики, когда современное общество характеризуется как информационное ввиду значимости информации как для отдельного индивида, так и для предприятия любой организационно-правовой формы и сферы деятельности, а экономическая инфраструктура знаменуется преобладанием неосязаемых активов (услуг и технологий) над осязаемыми, когда общество воспринимает экономику как экономику знаний с новыми бизнес-процессами, обеспечивающими компаниям лидерство и конкурентоспособность посредством развития интеллектуального капитала, большое значение приобретает рассмотрение проблемы мотивации сотрудников, так как именно мотивированные и самомотивированные сотрудники способны вывести предприятие на новый уровень деятельности, а также не только обеспечить достижение стратегических и тактических целей, но посредством инновационных инструментов достичь качественно нового состояния бизнеса.

Существующая кризисная ситуация в экономике также накладывает на бизнес определенную ответственность, так как компании не только чувствуют существенное ограничение денежных средств, но и теряют квалифицированных и высококвалифицированных сотрудников ввиду недостаточной мотивации труда.

Проблема изучения мотивации работников нашла отражение в трудах как зарубежных, так и отечественных авторов.

Исследования многих авторов (Д. Аткинсон, Д. Макклеланд, А.К. Маркова, Ю.М. Орлов, Х. Хекхаузен и др.) свидетельствуют о том, что мотивация достижения успеха и мотивация избегания неудач

являются важными видами человеческой мотивации. При этом, существуют различные определения самого понятия «мотивация». Так, мотивация может быть охарактеризована как «причины, лежащие в основе поведения» [1]. Мотивация по В. К. Вилюнасу представляет собой совокупную систему процессов, отвечающих за побуждение и деятельность. К. К. Платонов считает, что мотивация, как явление психическое есть совокупность мотивов.

В свою очередь, мотив является одним из ключевых понятий психологической теории деятельности, разрабатывавшейся ведущими советскими психологами А.Н.Леонтьевым и С.Л.Рубинштейном. Наиболее простое определение мотива в рамках данной теории: «Мотив является опредмеченной потребностью»

Что касается наиболее известных современных теорий мотивации (Маслоу, МакКлелланда, Герцберга), то они делают основной упор на определение перечня и структуры потребностей людей.

Мотивация сотрудников зависит от ряда факторов, а именно, от индивидуальных потребностей, самоактуализации и самооценки. При этом, именно потребности являются движущей силой для достижения работником определенных целей.

Что касается стимулирующих воздействий, то они могут быть как внутренними (определяемыми индивидом, его внутренним состоянием) и внешними (определяемыми предприятием).

Внешние стимулы трудовой деятельности имеют как материальный, так и нематериальный характер.

При этом, материальные (финансовые) методы мотивации работников получили достаточно широкое распространение как в зарубежных компаниях, так и на отечественных предприятиях. Популярность материального стимулирования трудовой деятельности обусловлена не только необходимостью удовлетворения физиологических потребностей, но и потребностью удовлетворения высших (духовных) потребностей, для которых требуется финансирование [2].

Стоит отметить, что существующая кризисная ситуация в экономике требует от руководства предприятий осуществления более тщательного подхода к материальному стимулированию. Например, компании могут делать больший акцент на смешанной оплате труда, то есть выплачивать заработную плату как совокупность фиксированной и переменной компонент, при этом, переменная компонента будет напрямую зависеть от того вклада, который работник внес в результативность деятельности компании. Таким образом, данная система выгодна и компании, и сотруднику.

Также в настоящее время ввиду ограниченности финансовых средств вместо выплаты сотрудникам материального вознаграждения, компания может поощрять особо выделяющихся сотрудников акциями. Так, например, поступает глава компании Amazon Джефф Безос, который полагает, что лучше всего мотивирует трудовую деятельность наличие у работника доли организации. Таким образом, работник воспринимает компанию не только как своего работодателя, но и как часть бизнеса, который принадлежит ему лично, и

следовательно, коммерческие показатели которого необходимо улучшать посредством собственной работы.

Что же касается нематериальных методов мотивации трудовой деятельности, то они имеют еще большее разнообразие, нежели методы материальной мотивации, которые могут быть применены в сложные для экономики времена.

К методам нематериальной мотивации можно отнести оплату питания, санаторно-курортного лечения, частичную или полную оплату абонементов в спортивный зал, а также программы добровольного негосударственного страхования: медицинского и пенсионного страхования. Безусловно, для реализации данных методов нематериальной мотивации предприятие несет определенные расходы, однако, сотрудники не получают «живые» деньги. Посредством данных нематериальных методов предприятие не только мотивирует работников на увеличение скорости и улучшения качества работы, но и проявляет социальную ответственность бизнеса по внутреннему направлению, а также улучшает свой имидж в качестве компании-работодателя. Также преимущество данных методов мотивации в кризисный период заключается в том, что компании могут иметь привлекательные финансовые договоренности с поставщиками услуг [3].

Некоторые иностранные предприятия также испытывают ряд финансовых затруднений ввиду чего используют различные инструменты для повышения внутренней мотивации сотрудника (данный вид мотивации также имеет наименование «самотивация»).

Для повышения внутренней мотивации некоторые руководители предоставляют сотрудникам право выбора. Сотрудники имеют различные базовые навыки, разные ценности и индивидуализированные подходы к выполнению задач. Предоставляя сотрудникам возможность выбирать задания, наиболее подходящие их личным предпочтениям и сильным сторонам, развивается внутренний мотиватор. Работники чувствуют, что их навыки используются наиболее эффективным способом и им предоставлена возможность выбирать проекты из личной заинтересованности, что в свою очередь, повышает шансы на успешное завершение проекта.

Также для повышения самомотивации сотрудников руководству следует ставить перед работниками сложные задачи. Сотрудники, которым ставятся сложные задачи (посильные для выполнения) приобретают внутреннюю мотивацию и нацелены на то, чтобы подтолкнуть самих себя к лучшему. Предоставление сложных заданий работникам, а также возможности иметь полную свободу в принятии решений свидетельствует о том, что у них возникает ощущение контроля над выполняемым проектом. Этот контроль создает чувство собственности в проекте, и сотрудники мотивированы преуспеть и желают принять вызов.

Также следует признать, что внутренние мотиваторы на рабочем месте усиливаются, когда работники обретают дух соревнования, обретают уверенность в своих силах, получают уважение со стороны коллег и менеджеров, а также получают удовольствие от трудовой деятельности.

Помимо указанных приемов нематериального стимулирования, существуют и другие весьма эффективные инструменты мотивации трудовой деятельности.

Так, предоставление работникам регулярной обратной связи о результатах их работы позволяет не только улучшить показатели производительности труда, но и создать у работника понимание эффективности его работы, ощутить больший контроль над качеством выполняемых задач и стабильностью занимаемого положения. Если работодатели уделяют время для осуществления регулярной обратной связи и конструктивной критики, работники получают возможность определить дальнейшие действия для улучшения трудовой деятельности.

Также компаниям стоит учитывать стремление работников в улучшении своих профессиональных знаний и навыков, в стремлении к карьерному росту. Сотрудники, которые предчувствуют свое светлое профессиональное будущее, являются более мотивированными, нежели сотрудники, которые чувствуют, что они остаются на определенном этапе развития, при этом они ощущают, что положение не изменится, и данный факт не способствует созданию мотивации для успешной трудовой деятельности. Сотрудники, которые видят четкий путь к карьерному росту, имеют личную заинтересованность в компании и внутренне мотивированы и нацелены на внесение личного вклада в достижение успеха компании, и следовательно, в достижение собственного успеха.

И разумеется, для достижения максимальной эффективности работы сотрудников и мотивации их командной работы необходимо разработать механизмы взаимопомощи и наставничества.

Наставничество, как правило, осуществляется более опытными коллегами и способствует скорейшему усвоению работников необходимо материала. Что касается взаимопомощи, то она позволяет не только установить благоприятные взаимоотношения в коллективе, но и в оптимальном режиме решать рабочие вопросы.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать следующий вывод: в настоящее время, когда экономическая ситуация характеризуется как кризисная, руководству предприятий стоит направить усилия на удержание квалифицированных и высококвалифицированных специалистов посредством применения эффективной системы мотивации, которая будет заключаться в применении материальных стимулов (которые принесут выгоды не только работнику, но и компании) и нематериальных стимулов, затраты на применение которых будут небольшими и при этом позволят сотрудникам не только ощутить свою значимость, но и раскрыть профессиональный потенциал.

Библиографический список

1. Реуш Т.С., Мут А.А., Искандарян Г.О. Кадровая политика: секреты успеха // В сборнике: [Анагенез управления экономическими системами как новый взгляд на экономическое развитие](#) // Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. -2017. - С. 306-313.
2. Толмачев А.В., Иванова И.Г. Управление организацией (предприятием) Краснодар. - 2016.

3. Саенко И.И. Основные направления совершенствования структуры управления АПК // В сборнике: [Достижения современной науки](#) // Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 633-640.

4. Саенко И.И. Развитие инновационного потенциала региона // В сборнике: актуальные проблемы современной науки // Сборник статей Международной научно-практической конференции. // Научный центр «Аэстерна». - 2014. - С. 114-119.

5. Саенко И.И. Менеджмент // Учебное пособие для студентов направления подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Государственное и муниципальное управление". // Армавир. - 2015.

6. Саенко И.И., Мавриц В.А. Инновации в управлении персоналом // В сборнике: в мире науки и инноваций // Сборник статей международной научно-практической конференции: в 8 частях. - 2016. - С. 114-116.

УДК 33.338

Пономарева К.В. Влияние среды доверия на творческий потенциал сотрудников

The influence of environment on creative potential of employees

Пономарева Ксения Владимировна,

Студентка 4 курс

Донской государственный технический университет

Россия, г.Ростов-на-Дону

Ponomareva Ksenia Vladimirovna,

Student 4 course

Don State Technical University

Russia, Rostov-on-Don

Научный руководитель:

Бородай В.А., д.с.н. профессор кафедры

Сервис, туризм и индустрия гостеприимства

Донской государственный технический университет

Россия, г.Ростов-на-Дону

Scientific adviser: Boroday VA, Ph.D. Professor of the department

Service, Tourism and Hospitality Industry

Don State Technical University

Russia, Rostov-on-Don

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы влияния доверительных отношений в компании на эффективность ее деятельности. Показано, что в ситуации выбора между лояльным сотрудником и сотрудником, которому можно доверять, становится очевиден – доверие намного более ценный ресурс, чем лояльность. При этом, прогрессивные руководители пробуют сосредоточить свое внимание на культуре доверия и обмена знаниями. Делается вывод, что доверие подчиненным это ресурс, от которого зависит возможность, как минимум, оперативно реагировать на опасные отклонения в работе, тем самым предотвращая потери и убытки, а как максимум, ускорять рост компании за счет развития, поддерживая и расширяя наиболее результативные технологии в управлении и производстве.

Ключевые слова: нематериальная мотивация, лояльность, моральные принципы, эффективность, корпоративная культура, развитие.

Abstract: The article examines the impact of trust relations in the company on the effectiveness of its activities. It is shown that in the situation of choice between a loyal employee and an employee you can trust, it becomes obvious that trust is a much more valuable resource than loyalty. At the same time, progressive leaders try to focus their attention on a culture of trust and knowledge sharing. It is concluded that trust in subordinates is a resource on which depends the ability, as a minimum, to respond quickly to dangerous deviations in work, thereby preventing losses and losses, and, as a

maximum, to accelerate company growth through development, supporting and expanding the most efficient technologies in Management and production.

Keywords: non-material motivation, loyalty, moral principles, efficiency, corporate culture, development.

В современных условиях одним из актуальных элементов в бизнесе является доверие. Данная категория — это основа любых отношений, как в личной жизни, так и в бизнесе. Доверие, это нематериальный актив компании, который определенным образом подтверждает способность фирмы быть конкурентоспособным. Это стратегический вектор развития компании. Быть конкурентоспособным сегодня и означает способность предприятий покинуть технологии «мелких лавочников» и перейти на индустриально-системные предупредительные и количественные начала [1]. Если вы кому-то не доверяете, исполнение любой просьбы или поручения придется постоянно контролировать и проверять. Люди, которым не доверяют, теряют мотивацию и работают менее качественно. Очень часто у руководителей возникает вопрос, - что важнее: доверие к сотруднику или его высокая лояльность?

Если предстоит выбор между сотрудником, который будет работать «без пинка» и подчиненным, которому можно доверять — кого вы бы взяли на работу? На наш взгляд не следует спешить с выводами. Эти понятия, как мы думаем, не идентичны и не всегда взаимосвязаны.

Анализ литературы об управлении персоналом позволяет сделать вывод о том, что одной из важнейших характеристик сотрудника является уровень его лояльности. Под лояльностью обычно понимается готовность добровольно, без контроля или принуждения, соблюдать формализованные, а также неформальные правила и регламенты, существующие в организации. Это еще раз подтверждает истину -

человеческий фактор становится все более важным, и с этим придется считаться. Тем более, что это обещает рост эффективности труда, а это ведет к росту прибыли и иным выгодам [2]. Очевидно, что лояльный сотрудник будет стремиться качественно выполнять свою работу и на своем месте всячески способствовать тому, чтобы организация процветала. Как правило, чем более лоялен сотрудник, тем больше доверия ему оказывает руководитель. Однако, как показывает практика, существует разница между доверием и лояльностью.

Причиной лояльности является не взаимное доверие, а совпадение интересов сторон в конкретный момент времени. Сотрудник будет лоялен только до тех пор, пока место работы способно удовлетворять его интересы, как в денежном вознаграждении, так и в развитии, безопасности, комфорте и т.д., т.е. пока собственные интересы не вступают в противоречие с интересами другой стороны.

Однако, что произойдет в случае, если интересы работника будут нарушены и степень лояльности уменьшится? Как подтверждает практика, разные люди поведут себя в такой ситуации по-разному: кто-то попытается реализовать свои интересы в ущерб организации, а кто-то постарается найти компромисс между собственными интересами и интересами других. И в такой ситуации на первое место выступает именно доверие, которое является основой всех человеческих отношений. Это справедливо и потому, что с этим связана перспектива деятельности любой фирмы. Как известно, сервис и соответственно лояльность клиента создают именно те, кто работает с клиентом, а не руководство [3]. В целом, доверие – это мера готовности одного человека положиться на другого в конкретной ситуации или в течение определенного периода времени. По мнению экспертов, доверие

обладает экономической ценностью. Доверие - это своеобразная смазка общественного механизма. Оно крайне эффективно. Имея возможность положиться на слово другого человека, вы экономите массу усилий. Доверие – это товар, у него есть реальная экономическая и практическая ценность; оно повышает эффективность системы в целом, позволяет вам производить больше благ или чего-то другого, что вы считаете ценностью. К сожалению, этот товар не так легко купить.

На чем же основывается возможность доверять человеку? В своем академическом издании Фрэнсис Фукуяма пишет о том, что доверие - это возникающее у членов сообщества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более или менее предсказуемо, честно и с вниманием к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общими нормами. Марк Тулий Цицерон был более категоричен в своих изречениях. Он считал, что доверие можно снискать двумя качествами: если вас признают дальновидными и справедливыми. Ведь мы чувствуем доверие к тем людям, которые, как мы думаем, понимают больше, чем мы, и, которые, как мы верим, предвидят будущее и всякий раз, когда что-нибудь случается и положение становится опасным, способны найти выход из него и своевременно принять решение [4]. С другой стороны, к справедливым и верным людям, то есть к честным мужам, мы чувствуем доверие при условии, что они не вызывают у нас подозрения насчет их склонности к обману или противозаконным намерениям.

Таким образом, в качестве минимальных критериев возникновения доверия к человеку можно определить наличие у него высоких моральных принципов и хорошей способности к мышлению.

Если моральный уровень высокий и способность к мышлению

развита очень хорошо, то это люди, которым можно высказывать безусловное доверие. Присущие им высокие моральные принципы не позволят действовать без учета чужих интересов, а способность понимать жизненные ситуации не даст совершить глупый поступок.

Если мы имеем дело с сочетанием высокого морального уровня и недостаточным уровнем мышления – это люди, заслуживающие доверия, но нуждающиеся в четком разъяснении алгоритма действий. Такие люди специально не станут действовать во вред другим, но в силу слабого понимания могут нанести вред необдуманными поступками.

Когда же оба критерия на низком уровне – можно с уверенностью сказать, что это люди, которым доверять не стоит. Однако, из-за невысокой способности к обдумыванию собственных поступков, действовать они будут достаточно топорно и их противодействие вашим интересам или попытки манипулирования заметить достаточно легко. Это тот случай, когда можно утратить коммерческие позиции, и малый бизнес, особенно в сфере услуг, вынужден тратить все больше усилий и денег на то, чтобы найти своего клиента[5].

Сочетание невысокого морального уровня с высокой способностью понимать других и происходящие события делает таких людей действительно опасными. В случае потери ими лояльности, они будут действовать с учетом только собственных интересов. Кроме того, их действия будут максимально скрыты от других, поэтому потери от них будут наиболее значительные.

Несомненно, на возникновение доверия между людьми оказывают влияние и другие факторы – история отношений, общность базовых моральных принципов, сила воли и ряд других, в том числе и факторы внешней среды. А характер влияния внешней среды на

экономическое управление предприятием зависит от тесноты взаимосвязей [6]. Но даже такая упрощенная двухфакторная модель позволяет оценивать, заслуживает человек доверия или нет.

Таким образом, наш выбор в ситуации выбора между лояльным сотрудником и сотрудником, которому можно доверять, становится очевиден – доверие намного более ценный ресурс, чем лояльность. В случае доверия расхождение интересов сторон не приведет к возникновению проблем.

Продолжая тему о доверии необходимо отметить, что эта категория является элементом корпоративной культуры компании. А она в свою очередь является стратегическим активом компании. Поэтому, говоря о перспективах развития компании, следует иметь в виду, что в компании должны приживаться такие понятия как видение, миссия и стратегия [7]. Такой стратегический ресурс как корпоративная культура, это таблетка растворимого аспирина. Ее уже не видно, но она продолжает работать.

В одной из российских компаний топ-руководители проанализировали актуальные возможности для роста и развития. Для этого было проведено исследование, одним из вопросов которого был следующий: что больше всего воодушевляет и мотивирует персонал к совместному творчеству, обмену идеями и опытом, вовлеченности в трудовой процесс и росту заинтересованности в результатах? Рейтинг факторов мотивации распределился следующим образом. На первое место с 90% результатом респонденты поставили корпоративную культуру доверия и обмена знаниями. Второе и третье места с равными долями в 5% каждый получили такие факторы как «нематериальная мотивация (почетные звания, обратная связь от коллег, признание

экспертов, благодарности)» и «материальное поощрение (расширение соцпакета – оплата обедов, парковки, дополнение пакета медстрахования, льготные условия выплаты кредитов, дополнительные дни к отпуску)»

Оказалось, что среда, в которой сотрудники доверяют компании и друг другу – самое важное условие повышения ее творческой составляющей работы. Ведь именно в кризисные времена особенно нужны новые возможности для роста и развития. В среде, где сотрудники доверяют друг другу и готовы обмениваться знаниями, компания получает разные бонусы и новые возможности. Это те категории, которые не требуют далеких стратегических прогнозов и знаний технологии форсайта. В нынешних условиях возможно предположить, что с помощью существующих методов познания (обработки) знаний невозможно построить долгосрочные прогнозы развития «когнитивно сложных систем», которыми являются все мало-мальски действующие бизнесы, т.к. эти прогнозы становятся частью уже сегодняшнего их развития [8]. Например, можно сократить затраты на развитие сотрудников, если выявлять, описывать и распространять лучшие решения производственных задач (хорошие практики). А если прикреплять новичков для обучения к самым знающим сотрудникам, можно почти вдвое сократить время их адаптации. Идеи сотрудников, собираемые в специальном банке идей, дают новые решения производственных и любых других задач. Экспертный опыт и знания сотрудников не уйдут вместе с ними, если сохранять их в «интеллектуальных активах» или даже простых базах знаний. Словом, доверительная обстановка положительно отражается на эффективности работы компании и повышает ее инновационность.

Что такое среда доверия и обмена знаниями? Такая среда формируется аналогично доверительным отношениям в песочнице, когда дети доверяют тем, с кем знакомы лично, тем, кто первым делится своими игрушками, а также, если в песочнице уже заведен такой порядок – делиться своими игрушками.

Если же вернуться к миру взрослых, мы также доверяем тем, с кем лично знакомы, особенно если в «нашей песочнице» (компании) описаны правила игры, и они соблюдаются. Конечно, чтобы поделиться тем, что знаешь, важно понимать, кому важны те знания, которыми располагаешь, а также каким способом можно ими поделиться – ведь обмениваться знаниями в курилке уже не в тренде. А главное, мы больше доверяем нашим руководителям, когда они сами делятся знаниями, уважают экспертное мнение сотрудников, поощряют извлечение уроков из процессов и проектов [9]. Последнее особенно важно, когда речь идет о получении не вполне позитивного опыта, а именно – признании своих ошибок. Смысл не в том, чтобы просто признавать ошибки, но в том, чтобы анализировать их причины, и не наступать на те же грабли снова. Признавать и анализировать свои ошибки особенно непопулярно в нашей стране и возможно только в самой доверительной корпоративной среде.

Нематериальные факторы мотивации и поощрения особенно важны, когда материальные возможности стимулирования сотрудников ограничены. Поэтому прогрессивные руководители пробуют сосредоточить свое внимание на культуре доверия и обмена знаниями. Корпоративную культуру можно исследовать, оценить и даже измерить.

Игра по правилам и соблюдение договоренностей – составляющие культуры доверия. Анализ показывает, что

договоренности во многих компаниях обычно соблюдаются. А вот лидерство руководителей в поддержании доверительной атмосферы оказалось под большим вопросом. Увлечь руководителей новыми идеями можно, если они увидят бонусы и выгоды от такой культуры для своих бизнес-процессов и даже для себя лично. Ситуация может иметь несколько вариантов развития событий, которые все же могут быть описаны нами заранее в подготовленных сценариях [10].

Например, результаты будут достигаться с меньшими затратами (времени в том числе), сократятся сроки (производства, вывода на рынок), улучшится качество (продукции, услуг). Четверо из восьми руководителей различных направлений в компаниях (директор отдела продаж, IT-директор, руководитель аналитического отдела и директор по персоналу) захотели стать лидерами корпоративной культуры доверия, потому что увидели пользу для своих подразделений. Например, директор по персоналу одной из компаний оценила возможности сокращения сроков адаптации новичков и обучения сотрудников на коллективном опыте. Руководитель аналитического отдела другой компании увидел возможности получения новых идей от сотрудников, директор по продажам – потенциал «извлечения уроков» и обучения сотрудников на полученном опыте. IT-директор, как системный руководитель, увидел пользу для стратегических задач компании и также захотел лично участвовать в новых процессах.

Лидерство – это ведь не просто интерес, поддержка и желание участвовать. Это желание стать примером для подражания и увлекать, показывая преимущества [11]. Каждый из таких руководителей в последующем возглавил новые процессы. Например, руководитель

аналитического отдела увлекся идеей сбора и описанием хороших практик – эффективных способов решения производственных задач в компании и в отрасли. Он также организовал процесс сбора и оценки идей сотрудников – пока что без банка идей. А директор по персоналу занимается процессом выявления особого «экспертного знания» среди персонала и разработкой системы нематериального поощрения тех экспертов, которые уже начали обучать новичков, развивая хорошо забытую советскую систему наставничества. Затем она планирует собирать хорошие практики, чтобы обучать и развивать персонал без приглашенных тренеров. Директор по продажам другой компании разработал и внедряет процесс постоянного извлечения уроков из получаемого опыта, и планирует создать базу знаний самого успешного опыта продаж. А IT-директор со своей командой уже разрабатывает базы знаний – банк идей и базу хороших практик.

Такие действия приводят к тому, что показатель «уровня доверительности» корпоративной культуры может вырасти в компании до 55%. За это время сроки адаптации новичков могут сократиться почти в два раза, а продажи, несмотря на кризис, увеличиться до 20%. Так иногда «лирика» (корпоративная культура) может положительно повлиять на «физику» (финансовые показатели).

И еще некоторые важные аспекты доверия. Могут ли руководители доверять информации, которая поступает от подчиненных? Искусство эффективной коммуникации во многом опирается на достоверность информации. Искусство эффективной коммуникации предполагает наличие у любого коммуникатора некоторых обязательных навыков, умений, а также знание принципов эффективной коммуникации [12]. Это не праздный вопрос, который

должен волновать человека, отвечающего за одно подразделение или организацию в целом. От того, какой ответ на него можно дать, зависит возможность, как минимум, оперативно реагировать на опасные отклонения в работе, тем самым предотвращая потери и убытки, а как максимум, ускорять рост компании за счет развития, поддерживая и расширяя наиболее результативные технологии в управлении и производстве.

Если вы руководитель, то являетесь тем единственным человеком, определяющим, каким будет ответ на вопрос о доверии конкретно в вашей компании. Вы своими поступками, насаждаемой культурой и поддерживаемыми обычаями обуславливаете, есть у вас все основания доверять подчиненным, или вы должны проверять их информацию, чтобы оградить себя от ошибочных решений, провалов и разочарований. Понимание целей, мотивации, ценностей сотрудников с высоким потенциалом позволит предоставлять им возможности, отвечающие их ожиданиям. Это простой процесс, но, к сожалению, немногие лидеры к нему обращаются [13].

Чтобы разобраться, какой случай ваш, предлагаем познакомиться с простой системой координат, состоящей всего из двух параметров: квалификация сотрудника и дистанция власти. Под квалификацией подразумеваются как уровень профессиональной компетенции, так и личностная зрелость сотрудника. Параметр «дистанция власти» характеризует сложившуюся культуру отношений между вышестоящими и нижестоящими сотрудниками. Например, чем сложнее подчиненному напрямую обратиться к руководителю компании, чем сложнее проявлять инициативу, чем больше ритуалов во взаимодействии нижестоящего с вышестоящим нужно выполнить,

тем дистанция власти в компании больше. Таким образом, можно сформировать матрицу доверия, в которой будут оси координат - «квалификация» и «дистанция власти». Матрица доверия будет состоять из четырех квадратов – четырех сочетаний параметров, определяющих, в каких случаях и каким сотрудникам доверие будет оправданным, а чью информацию нужно проверять более тщательно.

Например, квадрант с характеристикой высокого уровня доверия. Здесь сотрудники характеризуются высоким уровнем квалификации и работой в среде с низкой дистанцией власти. Это означает, что, являясь экспертами в своей работе, сотрудники могут прямо высказывать свое мнение вышестоящим коллегам. Сотрудники, попадающие в этот квадрат, обладают наивысшей степенью доверия, что отражается коэффициентом доверия, равным единице. Прогрессивные работодатели именно к такой схеме работы и стараются стремиться. Таким образом, следует отметить, что «лучшие работодатели» умеют не только привлекать людей, но также создавать им условия, позволяющие заметно продлить «пассионарность» [14].

Квадрант с средним уровнем доверия. Сотрудники этой группы, как и первой, имеют высокий профессиональный уровень, однако, не могут прямо и без ограничений высказывать свое мнение в силу большой дистанции власти и, как следствие, высоких барьеров и сложных ритуалов. Несмотря на высокий профессионализм, сотрудники, работающие в подобной корпоративной атмосфере, будут подгонять свои действия и результаты под ожидаемые и одобряемые руководителем и системой. А это означает их неполную объективность и правдивость. Коэффициент доверия у этой группы можно оценить как равный 0,5. Его значение говорит нам о том, что благодаря высокому

уровню профессионализма сотрудники не смогут пойти на абсолютный подлог и значительные искажения информации, несмотря на складывающуюся неблагоприятную корпоративную среду [15]. Они будут прикладывать усилия, чтобы донести до руководителя, хоть и с некоторым искажением, но объективную картину происходящего.

Низкий уровень доверия. Сотрудники этого квадранта (группы) обладают низким уровнем квалификации и по профессиональным причинам не в состоянии быть объективными. Кроме того, большая дистанция власти вынуждает их делать все возможное, чтобы скрывать допускаемые даже в силу объективных обстоятельств ошибки. Коэффициент доверия в ситуациях подобного рода самый низкий из всех четырех групп, он равен -1.

Средний уровень доверия. В этом квадранте (группе) располагаются сотрудники с низкой профессиональной квалификацией. Однако благодаря корпоративной культуре с малой дистанцией власти они ощущают дружелюбное отношение к себе и заинтересованность. Желание быть максимально полезными команде и своему руководителю исключает фактор сознательного искажения информации, передаваемой ими. Тем не менее, коэффициент доверия понижен до 0,5 в связи с тем, что недостаточный уровень экспертизы может не позволить этим сотрудникам в определенных обстоятельствах адекватно оценивать рабочую ситуацию. Иными словами, они могут неосознанно заблуждаться и таким образом искажать передаваемую информацию.

Как же происходит в реальности? В реальности есть много компаний, в которых присутствуют все четыре типа сотрудников. Это обусловлено отсутствием сильной корпоративной культуры и

местечковыми правилами, устанавливаемыми местными князьками. В любом случае, чем больше дистанция власти в вашей компании, чем больше власти у принципа «я начальник – ты дурак, ты начальник – я дурак», тем больше вам необходимо тратить времени и ресурсов на проверку и перепроверку поступающей снизу информации. В современных рыночных условиях нельзя обходиться без элементов корпоративизма. Необходимо научиться управлять бизнесом на основе ценностей. Ценности - это компас и ключи к главным дверям успеха бизнеса [16]. Для компаний с большой дистанцией власти типичной является картина, когда руководитель живет в мире иллюзий, упиваясь своим управленческим гением, тогда как сотрудники и клиенты имеют абсолютно противоположное мнение.

Библиографический список:

1. Савченко А.Б., Бородай В.А. Формирование будущего – проектирование устойчиво функционирующих бизнес процессов // Научно-исследовательская и инновационная деятельность в России. Актуальные вопросы теории и практики. - Саратов: ЦПМ Академия бизнеса. 2016. С. 61-64.
2. Бородай В.А. Эволюция системы управления сервисом в XXI веке: конгруэнтность искусственного интеллекта и творчества // Наука сегодня: постулаты прошлого и современные теории: V межд. научно-практическая конф. 2016. С. 3-7.
3. Безуглова М.Н., Бородай В.А. Дилемма оптимизации – делать вещи правильно или делать правильные вещи // В сборнике: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА Материалы III международной

научно-практической конференции. 2014. С. 15-18.

4. Дудкина О.В. Лояльность клиентов как инструмент маркетинга в сфере сервиса // В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования: опыт, проблемы и перспективы сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. НОО «Профессиональная наука». 2017. С. 290-300.

5. Бородай В.А. Формирование сервисной бизнес-модели во взаимоотношениях крупного и малого бизнеса // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики. - Саратов: Академия бизнеса. 2016. С. 32-35.

6. Бородай В.А., Дудкина О.В., Алгоритм планирования в туризме как форма экономического влияния на результаты деятельности// В сборнике: ПОДВОДЯ ИТОГИ ГОДА. ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ, СОЦИОЛОГИИ, ФИЛОСОФИИ, ИСТОРИИ, ЭКОНОМИКИ Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор А.А. Зарайский. 2016. С. 22-25. (Саратов)

7. Бородай В.А. Сценарий корреспондирования стратегии сервисной компании // В сборнике: Россия и мировое сообщество: экономическое, социальное, технико-технологическое развитие Сборник научных трудов по материалам I Международного мультидисциплинарного форума. 2017. С. 38-49.

8. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С.

30-32.

9. Boroday V. A.; Dudkina O. V., Problem field of coaching in Russian business//Economy and society. -№ 1-3 (10). Saratov. 2014. -P. 422-425.

10. Бородай В.А. Стратегическое управление в сервисе как операционный бизнес-процесс в условиях многофакторной стратегической модели // Бизнес технологии в России: теория и практика., материалы IV междунар. науч.-практ. конф., Саратов. 2016. Издательский дом «Академия бизнеса». - С. 6-10.

11. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.

12. Бородай В.А. Преимущества нелинейных стратегий эффективных коммуникаторов в сервисной деятельности // Наука сегодня: постулаты прошлого и современные теории. - Саратов: Академия бизнеса. 2016. С. 7-11.

13. Бородай В.А., Петренко А.С. Бенефиты талантливым работникам – фундамент лояльности в сервисной компании // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики. - Саратов: ЦПМ Академия бизнеса. 2016. С. 25-28.

14. Бородай В.А. Проектирование и управление взаимоотношениями персонала и бизнеса работодателя // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики. - Саратов: Академия бизнеса. 2016. С. 36-40.

15. Дудкина О.В. Ориентиры HR-службы в современных условиях // В сборнике: Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг Сборник научных трудов. Выпуск 12. Сер. "Социально-экономические и

общегуманитарные проблемы развития сферы услуг. Том 2 Социально-экономические проблемы развития сферы услуг" Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 60-63.

16. Бородай В.А. Имплементация вовлеченности как способ мотивации персонала сервисной компании // В сборнике: Россия и мировое сообщество: экономическое, социальное, технико-технологическое развитие Сборник научных трудов по материалам I Международного мультидисциплинарного форума. 2017. С. 23-37.

УДК 33.338

Резван Д.Е. Ценность идеи как корпоративная парадигма управления сотрудниками нового поколения

The emergence problems

Резван Даниил Евгеньевич,

Студент факультета Сервис и туризм
Донской государственной технической университет
г. Ростов-на-Дону, Россия

Rezvan Daniil Evgenievich,

Student of the Faculty of Service and Tourism
Don State Technical University
Rostov-on-Don, Russia

Научный руководитель:

Бородай В.А., д.с.н., профессор кафедры
Сервис, туризм и индустрия гостеприимства
Донской государственной технической университет
г. Ростов-на-Дону, Россия

Scientific adviser: Borodai VA, Doctor of Sociological Sciences, Professor of
the Department
Service, Tourism and Hospitality Industry
Don State Technical University
Rostov-on-Don, Russia

Аннотация: В статье рассматриваются подходы к системе управления сотрудниками нового поколения. Смена ценностей, которая происходит в новых поколениях, это сложная интеграция, которая сопровождается долгим «самокопанием» и поиском причин неудовлетворенности. Показано, что представители нового поколения не бунтари, а скорее тихие индивидуальности, ценящие свободу личности, принимающие мир и людей такими, какие они есть. Представители этого поколения делают свое дело хорошо только тогда, когда у них искренне горят глаза, когда то, что они делают, полностью отвечает их внутренним убеждениям. Они часто предпочитают не брать на себя ответственность управления, а наслаждаться своим любимым делом в позиции линейного специалиста. Делается вывод, что каждое новое поколение лучше и умнее предыдущего. Задача для любого руководителя – создать для поколения Z такие условия, в которых им захочется делать лучше нас и наш бизнес.

Ключевые слова: Ценности, мотивация, эффективность, деловая среда, корпоративная культура, коммуникации.

Abstract: The article considers approaches to the management system of employees of the new generation. The change in values that occurs in new generations is a complex integration, which is accompanied by a long "self-digging" and the search for reasons for dissatisfaction. It is shown that the representatives of the new generation are

not rebels, but rather quiet individuals, who value individual freedom, accept the world and people as they are. Representatives of this generation do their work well only when they sincerely burn their eyes, when what they do fully meets their inner convictions. They often prefer not to take responsibility of management, but to enjoy their favorite business in the position of a line specialist. It is concluded that each new generation is better and smarter than the previous one. The task for any manager is to create conditions for generation Z in which they want to do better than us and our business.

Keywords: Values, motivation, efficiency, business environment, corporate culture, communication.

Люди из поколения Z – это еще очень молодые люди, но об их особенностях можно судить по тем «игракам», которые родились ближе к 2000 году и уже сменили ценностную парадигму. У них появилось ощущение ценности самой идеи. А это уже относится к потребности в самореализации: хочется делать то, что нравится, приносит пользу и реальные результаты. В данной парадигме деньги являются уже следствием, а не самоцелью.

Надо понимать, что смена ценностей, которая происходит в новых поколениях, прямым образом влияет и на предшественников. Но если для последних – это естественный процесс, то для первых – порой сложная интеграция, которая сопровождается долгим «самокопанием» и поиском причин неудовлетворенности. Это процесс для молодого поколения является не простым, и ..возможно предположить, что с помощью существующих методов познания (обработки) знаний невозможно построить долгосрочные прогнозы развития «когнитивно сложных систем», которыми являются все мало-мальски действующие бизнесы, т.к. эти прогнозы становятся частью уже сегодняшнего их развития [1].

Считаем целесообразным предложить для рассмотрения четыре направления, которым важно уделить особое внимание, чтобы повысить мотивацию и эффективность двадцатилетних специалистов.

Процессы и проекты компании, а точнее их результаты, во многом зависят от управления. Вы скажете: все зависит от управления. И, конечно, будете правы. И вместе с тем рынок говорит о важности лояльности и вовлеченности линейного персонала, системе мотивации и методах развития. Говорит, потому что от исполнителей зависит не меньше. Постановка альтернативных задач, с одной стороны, является результатом анализа, а с другой - требует многовариантности расчетов [2]. Но что делать, если персонал «уже не тот», если культурно-ценностная пропасть между менеджерами, сформировавшимися в XX веке, и поколением нового тысячелетия становится только больше? Как быть, когда привычные инструменты повышения эффективности сотрудников просто не работают? И кто такие представители поколения Z, чего они хотят?

Мы уже активно с ними сталкиваемся. Это молодые современные люди, родившиеся в конце 1990-х – начале 2000-х годов. В отличие от своих предшественников из поколения Y они не бунтари, а скорее тихие индивидуальности, ценящие свободу личности, принимающие мир и людей такими, какие они есть. Представители этого поколения делают свое дело хорошо только тогда, когда у них искренне горят глаза, когда то, что они делают, полностью отвечает их внутренним убеждениям.

Они – дети социальных сетей. В их жизни тысячи подписчиков, и порой общение между ними сводится к комментариям под постами и фотографиями, а проявление симпатии – к лайку. Значит ли это, что они не коммуникабельны? Отнюдь. Они легки и открыты. Они не любят недосказанности и уверены, что нет необходимости разговаривать на разных языках с людьми разного статуса. Помните,

как у «игреков» было с субординацией? Они противостояли ей, пытались ломать систему статусов и иерархальную организационную структуру. Двадцатилетние же абсолютно не против разделения на «начальник – подчиненный». Они часто предпочитают не брать на себя ответственность управления, а наслаждаться своим любимым делом в позиции линейного специалиста. Они руководствуются принципом «скажи мне, как надо сделать, а я сделаю это лучше».

Особенностей у юного поколения очень много, но на их эффективность влияют именно уровень вовлеченности в рабочий процесс и культура корпоративных коммуникаций в компании. То есть то, на что мы как руководители можем повлиять. Конечно, только правильного представления мало, чтобы ситуация начала меняться. Нужен еще тяжелый труд, но правильное представление – это обязательное условие для начала перемен [3].

Рассмотрим инструменты, которые помогут людям старших поколений открыть в себе черты поколения Z, а юным сотрудникам – стать результативными и получать удовольствие от работы.

Во-первых, это вовлечение. Старайтесь вовлекать сотрудников в определение лучших практик. Следует отметить и такой важный фактор, как поиск смысловой компоненты в трудовой деятельности. Работник теперь заинтересован не в любом труде, а только в таком, который представляется ему осмысленным, отвечает его жизненным установкам [4]. Предоставьте им возможность открыто обсуждать результаты проектов, процесса выполнения задач, анализировать основные ошибки и сложности, успешные и не очень решения. Поощряйте собрания «без руководителей» с визуализацией: оборудуйте кабинет, в котором будут только пуфы и стены для

рисования или несколько флипчартов. Пусть сотрудники фиксируют лучшие идеи и практики на цветных карточках и стикерах. Это позволит им развиваться через наставничество и обмен опытом, и они всегда смогут вернуться в «свой» кабинет для того, чтобы найти лучшее решение в новой сложной ситуации. Следует отметить и такой важный фактор, как поиск смысловой компоненты в трудовой деятельности. И именно на них следует направлять внимание организаторов работ и самого изменяемого [5].

Старайтесь привлекать молодых специалистов к формированию диагностических материалов. Мы будем продолжать оценивать наш персонал, но что нам мешает сделать это инструментом вовлечения? Разработка критериев оценки, тестов, кейсов, сценариев интервью, деловых игр, – это не только доставит удовольствие креативным и творческим личностям, но и вызовет интерес и симпатию к процедуре оценки в целом.

Продолжайте внедрять в корпоративную культуру практику ведения «дневника специалиста» или блога. Избавляйтесь от скучных и серых отчетов. Поколение Z любит писать истории и посты. Используйте storytelling и привычную для них среду социального обитания (интранет) для мониторинга и контроля их работы.

Пробуйте совместно разрабатывать и формировать корпоративную книгу знаний и опыта. Должностные инструкции ограничивают свободную личность, поэтому предоставьте молодежи самостоятельно разрабатывать регламенты своих отделов или целых функций.

Целесообразно привлекать молодых специалистов в любые трансформационные проекты. Уровень вовлеченности возрастает в

геометрической прогрессии, когда на твоих глазах трансформируется компания, когда ты непосредственно принимаешь участие в изменениях даже незначительного масштаба. В этом случае, вы получите еще и приятный бонус: часто в период изменений не хватает смелого и свежего взгляда на процессы и структуры компании. Таким образом, следует отметить, что «лучшие работодатели» умеют не только привлекать людей, но также создавать им условия, позволяющие заметно продлить «пассионарность». Такое возможно только там, где сотрудники развиваются, не только понимая, но и чувствуя, что их усилия достойно вознаграждаются. Иными словами, там, где их ценят [6].

Во-вторых, - коммуникации. Залог эффективной работы персонала любого поколения – регулярный мониторинг реакции сотрудников на изменения, управленческие решения и корпоративные события. Это позволяет получить своевременную обратную связь и минимизировать сопротивления. Каналы коммуникаций разнообразны, но следует выбирать именно тот, который будет наиболее актуальным для представителей поколения Z. В инновационных компаниях и с молодыми специалистами полезно избегать излишней бюрократии, отдавая предпочтение современным инструментам обмена информацией: интранету, конференц-коллам, скайп-митингам.

Специалисты поколения Z всегда должны получать «сверху» обратную связь по принятым ими решениям, по выполненным задачам. Обратная связь говорит о важности и значимости их работы. Но это важность им важна не для самоутверждения, а для ощущения своей полезности.

Юные сотрудники охотно делятся друг с другом опытом. Следует чаще собирать филиалы, удаленный персонал, команды разных офисов и управлений. Организация внутренних конференций способствует как развитию внутренних коммуникаций, так и повышению эффективности работы через анализ методов разных команд [7].

Чистота каналов внутренних коммуникаций – это еще и честность. Прекрасная корпоративная ценность, которой необходимо следовать. Честность в компании – это профессиональная экологичность, качество, которые Z очень ценят. Среди прочих равных они отдадут предпочтение «экологичной» компании, даже если финансовые выгоды будут не столь велики.

В третьих - принципы эффективного нетворкинга. Если бы все слушались классика с его знаменитым "Никогда не говорите с неизвестными", нетворкинг не протянул бы и минуты. Как налаживать деловые контакты, чтобы они приносили результат? Как расположить холодного собеседника, как поступать с "обиженными"? Если сравнивать с тем, что происходило лет 10 назад, сейчас заметно проще устанавливать деловые связи. Молодые люди в целом стали более открытыми для общения, для сотрудничества, быстрее идут на контакт. Во многом на это повлияло появление социальных сетей и рост численности их пользователей. Культура общения в социальных и профессиональных сетях развивает стремление молодых людей к взаимодействию, к обмену информацией [8]. И, как следствие, современный человек больше готов к общению с незнакомыми людьми. Интернет-среда по умолчанию психологически более комфортна для взаимодействия. Возможно, это связано с тем, что

сейчас заранее можно посмотреть, с кем собираетесь общаться, подготовиться к контакту, обдумать, на какую тему пойдет разговор.

Как и во многих других вопросах, стоит разделять привычки людей разных поколений. Так, например, старшее поколение предпочитает личное общение. А те, кто моложе 40 лет, охотнее переходят в виртуальное пространство для общения, в том числе и делового. Безусловно, и в этом вопросе бывают исключения.

Для каждого предприятия большую роль сыграл рост рынка кадровых компаний в России. Эта тенденция повлияла на то, что люди стали больше доверять рекрутерам, так как осознают, как и чем специалисты по подбору могут быть им полезны. Состояние рынка труда меняется вместе с ситуацией в экономике страны, поэтому дальновидные люди охотно идут на деловые контакты, понимая, что они могут пригодиться. Вместе с тем, знакомиться эффективно не просто. Здесь существуют свои принципы, существенно влияющие на эффективность деловых контактов. Реализация потенциальных возможностей зависит от эффективности отобранных средств, а этот выбор, в свою очередь, определяется адекватной диагностикой проблемы [9]. Молодые люди, особенно поколения Z, стараются это использовать в своей деятельности. Рассмотрим их подробнее.

Принцип адресности. Для эффективного общения необходимо, в первую очередь, изучить человека, с которым планируете взаимодействие. Надо как можно больше узнать о его интересах, как личных, так и профессиональных, обратить внимание на его опыт в целом. Особое внимание следует уделить его выступлениям на различных мероприятиях, написанию статей, комментариев и пр.

Сейчас эту информацию найти довольно легко. Таким образом, человеку будет проще вам открыться при знакомстве.

Принцип взаимности. Этот принцип плавно вытекает из предыдущего. Для создания благоприятной атмосферы общения следует начинать разговор с вдумчивых комментариев к тем материалам, которые пишет собеседник и где-либо размещает. Как правило, эта информация доступна. Человек скорее обратит на вас внимание, когда почувствует, что к нему проявляют интерес.

Принцип уважения личного пространства. Данный принцип заключается в том, что не нужно навязывать человеку варианты для общения, удобные только вам. Все-таки это вы в первую очередь заинтересованы в контакте, поэтому правильным решением будет подстроиться под желания собеседника.

Принцип ближнего круга. Как известно, лучшая реклама – это рекомендации. Когда вы начинаете общение с человеком и упоминаете общего знакомого, например бизнес-партнера, который вам порекомендовал собеседника, то контакт пойдет заведомо успешнее, чем, если бы вы пришли "с улицы". Стоит отметить, что функционал бизнес-партнера становится все более значимым в современной деловой среде [10]. Это еще раз говорит о том, что надо больше знакомиться, развивать и поддерживать деловые связи.

Принцип заинтересованности собеседника. Смысл этого принципа заключается в том, что вы должны предложить тему для разговора, интересную собеседнику. В этом случае будет большая вероятность, что человек позитивно настроится на общение. Как правило, люди предпочитают больше говорить, чем слушать. А вам

надо научиться внимательно выслушивать собеседника и вовремя задавать вопросы.

Конечно же, нельзя пропустить стратегические аспекты. Практически все проблемы бизнеса связаны либо с отсутствием стратегии, либо с уходом от выбранной когда-то стратегии в погоне за тактическими успехами [11]. Поэтому следующий принцип - принцип работы на будущее. Всегда надо помнить о том, что любой человек изменяет свою роль по отношению к вам в течение жизни. Поэтому надо думать на перспективу. Если сейчас человек не представляет для вас интереса, все равно надо быть корректным и оказывать содействие, если есть необходимость. Как следствие, в будущем он может стать вашим заказчиком, партнером, кандидатом или другом. А может, и кого-то порекомендовать – вспоминаем о принципе ближнего круга. Приведем пример из практики нашей компании. Недавно нам позвонил потенциальный заказчик, желающий воспользоваться услугами по подбору персонала. Он представился и сказал, что некоторое время назад сам был кандидатом, и ему понравилось, как деликатно и профессионально наш рекрутер вел с ним разговор. Теперь он открыл свою компанию и вспомнил о нас.

Принцип общего словаря. В работе рекрутера часто можно найти параллели с психологией. Например, при разговоре с собеседником мы рекомендуем подстроиться под стиль его общения. Целесообразно использовать в своей речи ту же терминологию и прилагательные, что и он, а также войдите в один с ним темп речи [12]. Если же контакт, по различным причинам оказался не эффективным следует возвратиться к интересным нам людям с другим подходом. Необходимо проанализировать, почему человек не ответил, и

подумать, где еще мы можем с ним пересечься и какой темой разговора заинтересовать.

Бывает так, что в практике бизнеса есть свой список "обиженных" – кому-то забыли ответить, "не так отреагировали". Как следует поступить с ними? Если такая ситуация произошла, можно попробовать представить себя на месте человека, с которым вы поступили некорректно. В таком случае к вам придет решение этого вопроса, вы поймете, как лучше действовать. Например, для некоторых ответ может быть таков – я смогу выстроить заново отношения с "обидчиком", если он вернется ко мне не "как ни в чем не бывало", а вспомнит историю нашего взаимодействия и извинится за свою ошибку. Даже если вы хорошо организованы – и на старуху бывает проруха. Нужно не бояться признавать свои ошибки.

Рекомендуется тщательно вести свою базу кандидатов, клиентов, партнеров и т.д. Это нужно для того, чтобы выходя заново на человека, у вас была возможность вспомнить, что произошло в прошлый раз.

Практика деловых контактов показывает, что можно правильно возобновлять связи после долгого молчания. Действительно случаются ситуации, когда по тем или иным причинам мы возвращаемся к общению с человеком после некоторого перерыва. В этом случае нужно напомнить собеседнику историю прошлого взаимодействия и уже после этого предложить возобновить диалог. При этом надо помнить принципы, изложенные выше, и затрагивать темы, интересные вашему контакту. При общении с кандидатом надо уточнить, какова текущая профессиональная ситуация, чтобы не попасть в странный

диалог, когда расписываете вакансию, а для собеседника это давно не актуально.

В четвертых, - инновации. Z – это digital. Именно поэтому этот инструмент очевиден. Инновации – это все то новое, что отсутствовало в управлении до сегодня включительно [13]. Сферы, в которых данный инструмент будет наиболее уместным и повлияет на эффективность команд:

- Собrania и летучки. Делайте их максимально полезными, быстрыми и легкими. Используйте флипчарт и маркеры, цветные стикеры или цветную бумагу в форме звезд для фиксирования идей и задач. Вводите новые традиции: летучка в понедельник утром может сопровождаться кофе и безе, а большие собрания ведутся тренером или модератором с элементами геймификации и фасилитации.

- Тренинги и повышение квалификации. Целесообразно инвестировать в разработку дистанционных курсов обучения сотрудников. Это не умаляет наличие и развитие корпоративного учебного центра и вместе с тем способствует большему вовлечению в повышение квалификации молодых специалистов.

- Решение текущих проблем и задач. Следует использовать различные форматы для генерирования идей и анализа информации. Современный управленческий мир предлагает как классические стратегические активности, так и игрофицированные методы: Brainstorm («Мозговой штурм»), Force Field («Силовое поле»), World Café («Мировое кафе»), Open Space («Открытое пространство»), бизнес-симуляции.

– Управление проектами. Внедряйте agile-методы для управления внутренними и внешними проектами, используйте Agile Poker Planning в планировании работ и оценке рисков, Star Map для развития Т-навыков проектных команд.

Каждое новое поколение лучше и умнее предыдущего. У сотрудников с высоким потенциалом есть множество возможностей думать и действовать в рамках собственных интересов наряду с уверенностью, что так и должно быть [14] . Задача для любого руководителя – создать для поколения Z такие условия, в которых им захочется делать лучше нас и наш бизнес.

Библиографический список:

1. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С. 30-32.

2. Бородай В.А., Дудкина О.В., Алгоритм планирования в туризме как форма экономического влияния на результаты деятельности// В сборнике: ПОДВОДЯ ИТОГИ ГОДА. ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ, СОЦИОЛОГИИ, ФИЛОСОФИИ, ИСТОРИИ, ЭКОНОМИКИ Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор А.А. Зарайский. 2016. С. 22-25. (Саратов)

3. Бородай В.А. ИмPLICITный характер функций организационного развития сервисных компаний // Управление

экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 4(98). С.42.

4. Бородай В.А., Дудкина О.В. Альтернативы гомогенизации системы мотивирования персонала сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 30.

5. Минасян Л.А., Бородай В.А. Паллиативные проблемы синхронизации целей сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 5 (99). С. 3.

6. Бородай В.А. Проектирование и управление взаимоотношениями персонала и бизнеса работодателя // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики. - Саратов: Академия бизнеса. 2016. С. 36-40.

7. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.

8. Дудкина О. Компетентностный подход в менеджменте человеческих ресурсов в современных условиях // В сборнике: Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг Сборник научных трудов. Выпуск 12. Сер. "Социально-экономические и общегуманитарные проблемы развития сферы услуг. Том 2 Социально-экономические проблемы развития сферы услуг" Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 57-60.

9. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период //

Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах.- М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.

10. Borodai V.A. Innovative technology - a strategic approach to corporate business travel // International conference on modern researches in science and technology: materials of the I international research and practice conference January 31th, 2017, Berlin, Germany: Scientific public organization “Professional science”, 2017. 711 p.

11. Безуглова М.Н., Бородай В.А. Дилемма оптимизации – делать вещи правильно или делать правильные вещи // В сборнике: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА Материалы III международной научно-практической конференции. 2014. С. 15-18.

12. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Социальные коммуникации в сфере рыночного обмена // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 156-158.

13. Дудкина О.В. Лояльность клиентов как инструмент маркетинга в сфере сервиса // В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования: опыт, проблемы и перспективы сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. НОО «Профессиональная наука». 2017. С. 290-300.

14. Бородай В.А., Петренко А.С. Бенефиты талантливым работникам – фундамент лояльности в сервисной компании // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики. - Саратов: ЦПМ Академия бизнеса. 2016. С. 25-28.

СЕКЦИЯ 13. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

УДК 330.45

Александров Д.В., Мартыненко Ю.В. Повышение качества обслуживания с помощью управления очередью

Improve customer service through queue managment

Александров Дмитрий Владимирович,
Магистрант направления «Экономика»,
Ульяновский государственный университет
Aleksandrov Dmitriy Vladimirovich,
Graduate student,
Ulyanovsk State University

Научный руководитель:
Мартыненко Ю.В., к.ф.-м.н., доцент кафедры экономико-математических
методов и информационных технологий,
Ульяновский государственный университет
Scientific adviser: Martynenko J., Ph.D., Associate Professor, Department
of economic and mathematical methods and IT, Ulyanovsk State University

Аннотация: Предлагается механизм управления очередью, позволяющий добиться приемлемого уровня обслуживания клиентов. Любая компания, оказывающая услуги, должна стремиться поддерживать качество обслуживания клиентов на высоком уровне, чтобы сохранить свою конкурентоспособность. Одним из факторов этого качества является время ожидания клиентом своей очереди. Поэтому задача исследования различных механизмов, позволяющих контролировать и оптимизировать время ожидания, имеет важное практическое значение.

Ключевые слова: очередь, качество обслуживания, теория массового обслуживания.

Abstract: The service sector plays an important role in the modern economy. A company that serves customers must maintain the quality of service at a high level in order to save its competitiveness. One of the factors of this is customer waiting time. Therefore the study of control and optimization methods of the waiting time is very important.

Keywords: queue, quality of service, queuing theory.

Стремительное распространение информационно-коммуникационных технологий привело к тому, что потребители привыкли к удобному и быстрому обслуживанию с помощью

всевозможных цифровых каналов. Как указано в [4], сегодня потребители ожидают персонализированного технологичного поведения, основанного на предвосхищении их потребностей. Возможности клиентов во взаимоотношениях с компаниями заметно расширились; современные потребители хотят, чтобы их возросший статус компании уважали, а отсутствие уважения их раздражает. Клиенты рассчитывают на простой контакт с компанией и на вдумчивую и уважительную реакцию на их замечания. Появление интернета заметно усилило влияние потребителей — они получили возможность высказывать свои замечания прямо на сайте и мгновенно отправлять жалобы по электронной почте или размещать их в социальных сетях.

Однако, несмотря на активную цифровизацию процессов взаимодействия потребителей с компанией, невозможно полностью исключить ситуации, требующие личного визита клиента в «точку обслуживания», под которой будем понимать подразделение компании, непосредственно работающее с клиентами. Как следствие, в этих точках возникают очереди, и длительное пребывание в них раздражает клиентов, имеющих опыт комфортного и быстрого сервиса. Поэтому предотвращение образования очередей и управление очередью, если она все-таки возникла, являются важными задачами.

Для компаний, деятельность которых связана с обслуживанием клиентов, необходима правильная организация процесса обслуживания. От того, насколько быстро, качественно и удобно для клиента проходит его контакт с компанией, во многом зависит вероятность его повторных обращений. Более того, недовольный обслуживанием клиент не только сам может отказаться от услуг данного предприятия, но и побудит других людей к такому отказу

своими негативными отзывами.

Сложность организации процесса обслуживания обусловлена тем, что по своей сути он является случайным. Т.е. невозможно заранее предсказать, что будет с процессом в данный конкретный момент времени, можно лишь установить закономерности в характеристиках за длительный период. Однако клиент, приходя в компанию, имеет дело с этим процессом здесь и сейчас, и характеристики обслуживания для него могут значительно отличаться от средних значений. Поэтому всегда остается вероятность, что в некоторый момент времени в силу разных причин обслуживание пройдет не на должном уровне.

При попытке количественно выразить зависимости между параметрами работы системы мы приходим к необходимости обратиться к экономико-математическому аппарату, а именно к теории массового обслуживания. Предлагаемые ею зависимости, как правило, нелинейны, что затрудняет нахождение универсальных закономерностей, однако можно найти весьма полезные результаты для частных случаев.

Исходные данные, необходимые для расчетов, можно получать из информации, собираемой «электронной очередью» (программно-аппаратным комплексом, позволяющим формализовать и оптимизировать управление потоком посетителей). В зависимости от выбранной модели можно найти как показатели работы «точки обслуживания», так и целевые показатели качества обслуживания, к которым следует стремиться.

В работах [2,3] были рассмотрены вопросы контроля допустимого времени ожидания клиента в очереди. В данной работе проблема рассматривается с другой стороны – как управлять очередью,

если невозможно избежать ее образования.

Рассмотрим организацию, которая оказывает услуги большому числу клиентов (банк, государственная структура, страховая компания и т. д.). Пусть поток клиентов имеет такую высокую интенсивность, что полное устранение очередей практически невозможно (для этого потребуется столько каналов обслуживания, что система сделается экономически неэффективной). Тогда следует сконцентрироваться на управлении параметрами очереди, стремясь добиться приемлемого для клиентов времени ожидания. Для этой цели не подходят стандартные модели теории массового обслуживания, так как в них вычисляются предельные (т.е. не зависящие от времени работы) вероятности нахождения системы в том или ином состоянии. Предполагается, что система работает достаточно долго, чтобы перейти в стационарный режим, и тогда можно будет найти показатели эффективности работы системы [1].

В случае же значительной перегрузки и образования большой очереди предельные вероятности и, как следствие, показатели эффективности просто не существуют. Кроме того, схема расчетов предполагает, что система находится в установившемся, стационарном режиме, что не соответствует реальной ситуации. Так, если в момент начала обслуживания уже образовалась очередь, система будет работать в нестационарном, переходном режиме. Если начальная очередь была слишком велика, то система может так и не перейти к стационарному режиму.

Таким образом, в интересующей нас ситуации провести расчеты на основе базовых моделей не получится. Вместо этого нами предлагается использовать модель гибели и размножения в динамике,

т.е. для каждого состояния системы находиться $p_i(t)$ – вероятность того, что в момент времени t в системе было i заявок. Это усложняет задачу, большая часть результатов может быть получена только численно, а не аналитически. Но результаты расчетов будут ближе к исследуемой системе и помогут повысить эффективность ее работы.

Пусть в точке обслуживания имеется некоторое количество рабочих мест для сотрудников, работающих с клиентами. При этом кроме непосредственного обслуживания, сотрудникам нужно выполнять вспомогательную работу без контактов с клиентами. Возникает задача выбора оптимального количества тех, кто будет работать с клиентами, и тех, кто будет заниматься вспомогательной работой. Простой, но не выгодный экономически способ решения – нанять много сотрудников, чтобы система функционировала в недогруженном режиме. На практике организация вряд ли воспользуется этим вариантом.

В качестве альтернативы можно предложить следующее: часть сотрудников обслуживает клиентов, если очередь укладывается в заданные параметры. Остальные в это время занимаются вспомогательной работой. Если же очередь слишком велика, то к обслуживанию подключаются занятые вспомогательной работой, оставив ее на время, необходимое для устранения перегрузки. Например, к моменту открытия точки обслуживания скапливается большое количество клиентов, т.е. система сразу попадает в состояние перегрузки. Тогда все сотрудники заняты обслуживанием, пока очередь не сократится до приемлемого уровня, после чего часть сотрудников переключается на вспомогательные работы.

Введем следующие обозначения. Пусть k_1 – число основных

каналов (т.е. сотрудников, занятых только обслуживанием), k_2 – число резервных каналов (т.е. сотрудников, временно перешедших на обслуживание), λ – интенсивность поступления заявок в систему, μ – интенсивность обслуживания заявки одним каналом, N – число заявок в очереди к основным каналам, при котором считается, что система перегружена.

Тогда общая схема работы выглядит следующим образом:

вариант 1: в очереди к основным каналам число заявок менее N , резервные каналы свободны;

вариант 2: в очереди к основным каналам N или более заявок, вновь поступившие заявки переводятся на резервные каналы до тех пор, пока очередь к основным каналам не снизится до приемлемого уровня.

Рассмотрим, какие из параметров работы системы во втором варианте могут быть найдены аналитически. Работа основных каналов описывается в этом случае процессом чистой гибели, т.е. вероятность того, что в момент времени t в системе будет $N + k_1 - l$ заявок, $l = 0..N$, определяется формулами

$$p_{N+k_1-l}(t) = (k_1\mu)^l \cdot \frac{t^l}{l!} \cdot e^{-k_1\mu t}, \quad l = 1..N, \quad (1)$$

$$p_{N+k_1}(t) = e^{-k_1\mu t} \quad (2)$$

Тогда вероятность того, что в очереди не осталось ни одной заявки и освободился хотя бы один основной канал, равна $1 - \sum_{l=0}^N p_{N+k_1-l}(t)$.

Используя данные вероятности, можно найти математическое ожидание и дисперсию длины очереди к моменту времени t , и на основе этой информации определить N , т.е. критическую длину

очереди, когда к обслуживанию нужно подключать резервных сотрудников.

Приведем результаты численного эксперимента. Пусть по данным электронной очереди в среднем к моменту начала обслуживания формируется очередь из 80 клиентов, далее интенсивность их прихода невелика. Среднее время обслуживания 7 минут, количество каналов $k_1 + k_2 = 5$.

Найдем математическое ожидание, дисперсию и коэффициент вариации длины очереди к моментам времени 30, 60, 90, и 120 минут с момента начала работы при количестве основных каналов k_1 от 1 до 5.

Таблица 1
Характеристики очереди при $k_1 = 1$

Время, прошедшее с момента начала работы	30 минут	60 минут	90 минут	120 минут
Средняя длина очереди	76,71	72,42	68,14	63,85
Дисперсия длины очереди	4,28	8,57	12,85	17,14
Коэффициент вариации, %	2,69	4,04	5,26	6,48

Таблица 2
Характеристики очереди при $k_1 = 2$

Время, прошедшее с момента начала работы	30 минут	60 минут	90 минут	120 минут
Средняя длина очереди	73,42	64,85	56,28	47,71
Дисперсия длины очереди	8,57	17,14	25,71	34,28
Коэффициент вариации, %	3,98	6,38	9,01	12,27

Таблица 3

Характеристики очереди при $k_1 = 3$

Время, прошедшее с момента начала работы	30 минут	60 минут	90 минут	120 минут
Средняя длина очереди	70,14	57,28	44,42	31,57
Дисперсия длины очереди	12,85	25,71	38,57	51,43
Коэффициент вариации, %	5,11	8,85	13,97	22,71

Таблица 4

Характеристики очереди при $k_1 = 4$

Время, прошедшее с момента начала работы	30 минут	60 минут	90 минут	120 минут
Средняя длина очереди	66,85	49,71	32,57	15,46
Дисперсия длины очереди	17,14	34,28	51,43	66,34
Коэффициент вариации, %	6,19	11,77	22,01	52,65

Таблица 5

Характеристики очереди при $k_1 = 5$

Время, прошедшее с момента начала работы	30 минут	60 минут	90 минут	120 минут
Средняя длина очереди	63,57	42,14	20,68	2,93
Дисперсия длины очереди	21,42	42,85	65,22	26,79
Коэффициент вариации, %	7,28	15,53	39,04	176,34

Как следует из таблиц 1-5, чтобы обслужить в среднем половину из начального количества клиентов, требуется работа 5 основных каналов в течение часа. Рассмотрим варианты дальнейшей работы, т.е. в очереди 40 клиентов при количестве основных каналов k_1 от 1 до 5, временные интервалы те же.

Таблица 6

Характеристики очереди при $k_1 = 1$

Время, прошедшее с момента начала работы	90 минут	120 минут	150 минут	180 минут
Средняя длина очереди	36,71	32,42	28,14	23,85
Дисперсия длины очереди	4,28	8,57	12,85	17,14
Коэффициент вариации, %	5,63	9,02	12,74	17,35

Таблица 7

Характеристики очереди при $k_1 = 2$

Время, прошедшее с момента начала работы	90 минут	120 минут	150 минут	180 минут
Средняя длина очереди	33,42	24,85	16,28	7,97
Дисперсия длины очереди	8,57	17,16	25,66	28,64
Коэффициент вариации, %	8,75	16,65	31,10	67,14

Таблица 8

Характеристики очереди при $k_1 = 3$

Время, прошедшее с момента начала работы	90 минут	120 минут	150 минут	180 минут
Средняя длина очереди	30,14	17,28	5,16	0,31
Дисперсия длины очереди	12,85	25,77	25,29	1,92
Коэффициент вариации, %	11,89	29,37	97,47	439,05

Таблица 9

Характеристики очереди при $k_1 = 4$

Время, прошедшее с момента начала работы	90 минут	120 минут	150 минут	180 минут
Средняя длина очереди	26,85	9,68	0,37	0,000682
Дисперсия длины очереди	17,14	33,75	2,57	0,003874
Коэффициент вариации, %	15,41	60,01	427,38	9128,448

Таблица 10

Характеристики очереди при $k_1 = 5$

Время, прошедшее с момента начала работы	90 минут	120 минут	150 минут	180 минут
Средняя длина очереди	23,57	3,23	0,004991	1,64E-07
Дисперсия длины очереди	21,44	22,01	0,034126	9,92E-07
Коэффициент вариации, %	19,64	145,02	3701,622	607255,1

Таким образом, можно рекомендовать следующий вариант работы: в течение первого часа все 5 каналов заняты обслуживанием. В течение второго часа, если есть вспомогательная работа, одного сотрудника можно отправить в резерв для ее выполнения, если же такой работы нет, то за этот час длина очереди сведется практически к нулю. После этого, если интенсивность прихода клиентов будет низкой, на вспомогательные работы можно отправить 2 или 3 сотрудников.

Далее рассчитаем параметры работы с вновь приходящими клиентами (т.е. с теми, кто не был в исходной очереди). Пусть λ – интенсивность их поступления. В первом случае примем, что λ составляет 4 человека в час, т.е. лишь небольшое количество клиентов приходит в течение рабочего дня, остальные прибывают к моменту открытия точки обслуживания.

Найдем среднюю длину очереди к концу первого часа работы при условии, что к начальной длине в 80 клиентов мы прибавили еще 4. Эта величина составляет 41,14, коэффициент вариации 15,9%. Отличие от аналогичных показателей при начальном значении 80 клиентов незначительно. Теперь сравним показатели для второго часа работы. При $k_1 = 4$ средняя длина очереди 9,68, коэффициент вариации 60%. При $k_1 = 5$ средняя длина очереди 2,64, коэффициент вариации 162%. Результаты также не слишком отличаются от исходных. Т.е. при

небольшом λ рекомендации по режиму работы остаются прежними.

Теперь оценим ситуацию при больших значениях λ . Если рассматривать точку обслуживания как многоканальную систему с неограниченной очередью, то условие существования предельных вероятностей $\rho/k_1 < 1$, где $\rho = \lambda/\mu$, выполняется при $\lambda < 60k_1/7$ человек в час (см. таблицу 11).

Таблица 11

Приемлемая интенсивность прихода клиентов при $k_1 = 1.5$

k_1	1	2	3	4	5
$60k_1/7$	8,57	17,14	25,71	34,28	42,85

Из таблицы 11 следует, что если λ больше 8,57 человека в час, то у системы просто не хватит ресурсов на обслуживание, очередь будет велика на протяжении всего рабочего дня и все сотрудники будут заниматься обслуживанием, не имея времени на вспомогательные работы. Единственный выход в такой ситуации – увеличение количества сотрудников. Для λ меньшего, чем 8,57 человека в час, результаты приведены в таблице 12.

Таблица 12

Параметры работы при низких значения λ

λ	Средняя длина очереди к концу первого часа работы
5	42,14
6	43,14
7	44,14
8	45,14
9	46,14

Теперь рассмотрим ситуацию, когда в начале рабочего дня не скапливается значительной очереди, но в течение дня возникают моменты, когда очередь быстро растет. Найдем, при каком N к

обслуживанию нужно подключать резервных сотрудников. Пусть цель заключается в том, что за 30 минут нужно разгрузить очередь. Будем считать, что трое сотрудников заняты обслуживанием, а двое заняты вспомогательной работой. Оценим среднюю длину очереди при различных значениях N .

Таблица 13

Параметры работы при условии, что образовалась очередь

N	$k1$	Средняя длина очереди через 30 минут
10	1	6,71
10	2	3,55
10	3	1,17
10	4	0,22
10	5	0,027
15	1	11,24
15	2	8,43
15	3	5,10
15	4	2,19
15	5	0,61

Таким образом, можно рекомендовать следующее: если длина очереди 10 человек и более, то двое сотрудников, занятых дополнительной работой, переключаются на обслуживание до тех пор, пока очередь не уменьшится до 4-5 человек. В среднем для этого понадобится около 30 минут при условии, что после формирования очереди интенсивность прихода клиентов на какое-то время падает почти до 0.

Предлагаемая схема позволяет проводить расчеты параметров работы точки обслуживания даже в нестационарном режиме. Учитывается, что часть каналов являются основными, а часть – резервными. Также принимается во внимание начальная длина очереди. В результате могут быть получены рекомендации по

требуемому количеству основных и резервных каналов в разные моменты работы системы.

Библиографический список:

1. Красс М.С., Чупрынов Б.П. Математические методы и модели для магистрантов экономики: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2010. – 496с.
2. Мартыненко Ю.В. Построение показателей операционной эффективности на основе теории массового обслуживания // Современная экономика: проблемы и решения. – 2014. – N12(60). – С. 18-26.
3. Мартыненко Ю.В. Совершенствование процесса обслуживания клиентов в условиях перегрузки системы // Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом: сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции №3 (Новосибирск, 10 февраля 2016 г.). – ИЦРОН, 2016. – С. 114-117.
4. Соломон М. Высокие технологии работы с клиентами. Как превратить случайного потребителя в искреннего приверженца. – М.: Иванов, Манн и Фербер, 2013. – 256с.

УДК 658

**Денисова А.Е. Основные проблемы внедрения
процессного подхода к управлению на российских
предприятиях**

The basic problems of introduction of the process approach to management at
Russian enterprises

Денисова Анна Евгеньевна,

Студент,

Ульяновский государственный университет

Denisova Anna Evgenyevna,

Student,

Ulyanovsk State University

E-mail: annanosikovanotka@gmail.com

Научный руководитель:

Мартыненко Ю.В., к.ф.-м.н., доцент,

Ульяновский государственный университет

Scientific adviser: Martynenko Yu.V., Cand. of Phys.-Math. Sc., A.P.,

Ulyanovsk State University

Аннотация: Внедрение процессного подхода и соответствующей организационной структуры актуальная задача для многих компаний, работающих на российском рынке. В статье анализируются и классифицируются проблемы перехода к процессному управлению российскими предприятиями, а также обозначаются направления их решений и приводятся примеры выхода из сложных организационных ситуаций.

Ключевые слова: управление бизнес-процессами, процессный подход, процессное управление, бизнес-процесс

Abstract: The introduction of the process approach and an appropriate organizational structure is a crucial task for many companies operating in the Russian market. The article analyzes and classifies the problems of transfer to process approach to management at Russian enterprises, indicates directions of their decisions and provides examples of solutions of complex organizational situations.

Keywords: business process management, process approach, process management, business process.

Состояние современного бизнеса характеризуется быстрым изменением внешней среды, постоянно возрастающей конкуренцией и повышающимися требованиями потребителей. Выжить в рыночных условиях и добиться успеха могут только те компании, которые быстро

адаптируются к изменениям, рационально используют ресурсы и технологии, уделяют пристальное внимание обеспечению качества продукции или услуг через реализацию качества процессов планирования, производства и управления. Внимание реализации качества сместилось с продукта на процессы. Качество продукта достигается через качество процессов. [3, с.17]

В связи с этим, сегодня на предприятиях всего мира осуществляется переход от традиционного функционального управления к процессному, которое в полной мере соответствует новой парадигме управления и построено на новых принципах: направленность на постоянное улучшение качества конечного продукта и удовлетворение клиента, взаимная ответственность за результат бизнес-процесса между всеми его участниками, эффективная система мотивации работы персонала и др. Важно подчеркнуть, что этот переход стал возможен благодаря бурному прогрессу в информационных технологиях и их прикладной адаптации в сфере производства и управления.

Современная, сложная и динамичная рыночная среда требует от российских предприятий совершенствования своих систем управления и соответствующих информационных систем. Одним из основных направлений создания эффективной системы управления предприятием является применение процессного подхода к деятельности организации и управлению финансово-хозяйственной деятельностью предприятия.

В условиях жесткой конкуренции на рынке РФ применение процессного подхода в управлении организацией является актуальным и перспективным направлением выхода из сложившейся ситуации.

Процессный подход открывает новые возможности для построения эффективной организации, однако, при переходе к нему, предприятие неминуемо сталкивается с комплексом различных проблем.

В России проблемами внедрения процессного подхода занимаются такие специалисты, как В.В. Репин и В.Г. Елиферов. Группа ученых-практиков разработала и апробировала методологию внедрения процессного подхода к управлению компанией на основе системы международных стандартов качества семейства ISO 9001:2000 на некоторых отечественных предприятиях. Так, кроме практической деятельности, ученые работают над созданием единой системы понятий, правил, регламентов для успешного перехода к процессному подходу в управлении предприятием.

Успешный опыт применения процессного подхода относится, в основном, к предприятиям зарубежных стран, поскольку в Западной экономике, давно выработана и широко применяется система стандартов качества и описания бизнес-процессов.

Российские и зарубежные ученые сходятся во мнении, что для реализации перехода к процессному подходу в управлении отечественными предприятиями еще нет необходимой теоретико-практической базы, достаточного позитивного опыта внедрения, а также не решено слишком большое количество проблем внутри подавляющего большинства российских организаций. Прежде всего, это касается отсутствия системы стандартов, средств документирования, регламентов работ и т. д. [1] Процессный подход предполагает достаточную свободу действий в выборе средств и инструментов для внедрения.

Несмотря на то, что использование процессно-ориентированного управления ведет к улучшению качества продукции и услуг, эффективному функционированию, и повышению конкурентоспособности, при его внедрении предприятие сталкивается с определенными сложностями и конфликтами с российской действительностью. И поэтому попытки внедрить этот подход на российских предприятиях пока не приводят к успешным результатам. На пути исследователей встает целый ряд проблем, лишь преодолев которые можно рассчитывать на успех.

Обычно вопросы, касающиеся управления, не возникают просто так, а являются следствием тех или иных проблем, «мешающих жизни» компании: низкая скорость принятия решений, безответственность сотрудников, сбои в работе. Как следствие: снижается доходность или конкурентоспособность, замедляется развитие, а возможно, компания даже закрывается.

Руководитель или собственник в один прекрасный момент понимает, что так работать дальше невозможно. Естественно, далее возникают вопросы: «А как можно и нужно? И что следует сделать в первую очередь?» [9]

Зачастую интуитивно понятно, что для решения проблем необходимо «навести порядок», т. е. объяснить сотрудникам как они должны работать, к чему стремиться. Представить всю деятельность организации сразу невозможно, поэтому ее нужно определенным образом описать, и, скорее всего, в соответствии с какими-то четкими правилами. Иными словами, назревшие проблемы требуют системного подхода и формализации деятельности организации — набора

удобных и простых в использовании документов, определяющих, что и как должно происходить, кто за что отвечает.

По оценкам экспертов, типовой сценарий внедрения процессного подхода в общих чертах следующий: ставятся «правильные» цели, инициируется проект, описываются бизнес-процессы, осуществляются попытки провести их анализ и приступить к реорганизации. Большинство организаций испытывают трудности на третьем этапе, когда необходимо получить определенные результаты. Не получив быстрых, измеримых результатов, проведя длительную, кропотливую работу, руководство организаций, как правило, сворачивают работы по проекту [5].

Преждевременное завершение проекта внедрения процессного подхода сводит на нет все усилия перехода к новому подходу в управлении предприятием. Существуют компании, которые отказываются от проведения проекта при появлении первых трудностей. Существуют компании, которые вовсе сворачивают деятельность по проекту при достижении первых успехов. Начальный успех становится предлогом для возврата к более привычному способу ведения бизнеса.

Анализируя причины возникновения проблем, можно сделать вывод, что большинство из них является следствием теоретического и методического характера. Как правило, персонал организации сопротивляется изменениям в связи с непониманием сути и реальных возможностей процессного подхода к управлению, а также недостаточным уровнем владения инструментами описания и совершенствования бизнес-процессов.

В мировой практике применение процессного подхода - один из важнейших факторов успеха. Однако российские предприятия часто не могут воспользоваться «благом» обобщенного западного опыта. Почему международные стандарты не приживаются у нас? Возможно, одной из главных причин неудачного внедрения является отсутствие стандартов-образцов и четких указаний. Все, что сказано в стандарте «ИСО 9001:2000 Требования к Системам менеджмента качества» сводится к следующему: «...систематическая идентификация и управление различными процессами организации, и, в особенности, взаимосвязями между процессами, могут рассматриваться как подход, основанный на процессах, или «процессный подход».... Стандарт поощряет применение процессного подхода в управлении..., а также рассматривает его как способ ... выявления и реализации возможностей для улучшения». Плюс целый раздел требований к процессам «жизненного цикла», главные из которых касаются соответствия процессов требованиям потребителя продукции и/или услуг.

Какие точно процессы идентифицировать, как ими управлять, как и какие взаимосвязи устанавливать — стандарт дает на откуп предприятию. Эта гибкость стандарта обеспечивает его универсальность и, одновременно, уникальность процессного решения для каждого предприятия. Но этой свободой надо уметь пользоваться. А в России эти стандарты управления 21-го века ложатся совсем на иную основу, чем за рубежом. Наш менеджмент очень далек от современного, мирового уровня — по многим позициям мы только начинаем осваивать то, что там давно уже вошло в школьные учебники.

Поэтому такая свобода толкования приводит к тому, что предприятия трактуют «процессный подход» в меру своего понимания, исходя из собственных задач и возможностей.

В Интернете почти нет (за исключением десятка материалов) глубоких и интересных статей по регламентации деятельности организации. Книг по регламентации также практически нет. Почему? Неужели эта тема неактуальна и не имеет практической значимости?

Регламентация деятельности играет важную роль, причем чем больше компания, тем больше в ней документов. Но больше — не значит лучше. В данной статье сделана попытка проанализировать и дать оценку текущей ситуации в части культуры регламентации современных российских компаний.

Большие компании обладают значительными ресурсами, часть из которых может быть использована для построения эффективной системы регламентации. Однако этого не происходит. Почему? Вот некоторые соображения на этот счет:

1. В целом, в крупных и средних компаниях отсутствует система стандартизации (регламентации) деятельности. Другими словами, решение задач регламентации не является системным. Присутствуют отдельные фрагментарные элементы, недостаточно эффективно интегрированные между собой. Отсутствие системности проявляется, например, в следующем:

- Эффективность работы по утвержденным регламентам никто не проверяет;
- Регламенты вводят в действие, но не контролируют, своевременно не актуализируют;

- Регламенты вводят в действие, но персонал с ними не знакомят и не обучают;
- Одновременно существуют и используются различные версии нормативных документов;
- Регламенты согласовывают, но не утверждают (работа «в стол»);
- Аудит проводят, проблемы выявляют, но регламенты не изменяют;
- Для работы по утвержденным регламентам не хватает ресурсов, но никого это не волнует;
- И т. д.

2. Во многих компаниях персонал просто не хочет работать по регламентам. Руководители и сотрудники целенаправленно «герметизируют» информацию, которая делает их уникальными и незаменимыми на определенном «участке фронта». Это позволяет им накручивать себе цену на пустом месте, либо в результате устранения собой же созданного бардака.

3. Часто в компаниях срабатывает старый советский стереотип о том, что место инструкций и прочих регламентов — в шкафу, в бухгалтерии. Отсюда — изначально скептическое отношение сотрудников ко всем регламентам и формальный подход к участию в работе по описанию процессов.

4. Устаревание нормативной базы при неадекватной и несвоевременной ее актуализации.

База внутренних нормативно-методических документов крупной компании может включать сотни (если не тысячи) регламентов, положений, инструкций. Как правило, ситуация такова, что эти

документы не успевают актуализировать или делают это формально, «для галочки». В результате от 30 до 80% всех документов устаревают — безнадежно отстают от реальной деятельности. Руководители и сотрудники это понимают и относятся к регламентирующей документации соответствующим образом — не исполняют ее. Причинами неадекватной и несвоевременной актуализации документов являются:

- Методически неправильно организованная работа (к актуализации не привлекают руководителей, непосредственно отвечающих за исполнение регламентирующих документов);
- Недостаточная квалификация сотрудников, привлекаемых для ее выполнения;
- Недостаток ресурсов;
- Прочие.

Часто задачу актуализации регламентов поручают одному подразделению (или даже одному сотруднику!). Причем, как правило, у него и без этого много работы. В результате такой сотрудник физически не справляется с поставленной задачей.

5. Отсутствие нормирования труда в привязке к регламентам (невозможность исполнения стандартов из-за ресурсных ограничений).

Какую информацию должен содержать регламент выполнения процесса? Есть несколько разных точек зрения на этот вопрос. Как минимум, в него включают:

- Паспорт документа (назначение, область действия и т. п.);
- Краткое текстовое описание;
- Графическую схему (довольно часто, впрочем, обходятся без нее);

- Подробное пошаговое описание операций процесса (часто в виде таблицы).

Гораздо реже в регламент включают описание ресурсов (количество требуемых сотрудников, оборудование и т. п.).

Однако очень редко регламенты процессов построены с учетом реальной трудоемкости выполнения соответствующих операций и загрузки сотрудников, выполненной с учетом нормативов.

Пример. Выполняется описание процессов некоторого отдела. На выходе получается два десятка графических схем и несколько регламентов. В результате, если следовать регламентам, каждый сотрудник участвует в нескольких процессах. Но физически его рабочий день ограничен. Какие операции, и каких процессов он успеет выполнить? Если не успеет, то на какой срок он может отложить работу? Без нормирования и расстановки приоритетов на эти вопросы ответить почти невозможно. При последующем внедрении полученного комплекта регламентирующих документов возникает ситуация, когда сотрудники не успевают выполнять ключевые требования из-за физического отсутствия времени, возможно, что они используют этот аргумент, чтобы объяснить свою неэффективную работу. В любом случае проверить это сложно.

Описание процессов при условии тщательно проработанных нормативов может дать реальную картину загрузки персонала и указать на необходимость увеличения штата отдела (или наоборот, что половину сотрудников надо уволить). Этот вывод не очень порадует руководство, которое хотело бы «обеспечить выполнение регламентов» силами существующего штата сотрудников.

Для выполнения нормирования нужны квалифицированные специалисты, нужно время на замеры и т. п. Для производственного персонала, стоящего за станком, без этого не обойтись, а вот для фронт или бэк-офиса?! Часто задачи и/или ограничения бизнеса приводят к невозможности следовать нормативам.

Вероятно, это одна из существенных причин возникновения «неработающих» регламентирующих документов.

6. Регламентация процессов производства в ущерб регламентации процессов управления/развития (т. е. регламентация в «отдельно взятом подразделении»).

В ряде компаний регламентация процессов производства достигает 90–100%, т.е. регламентирована практически вся деятельность. Более-менее благополучная ситуация в этом плане складывается на крупных промышленных предприятиях и в строительных организациях, чья деятельность достаточно жестко регулируется многочисленными ГОСТами, СНИПами, ТУ и другой нормативно-технической документацией. Почему?

Внешние требования (ограничения) предопределяют наличие ряда регламентирующих документов. Чем более жесткими являются проверки, осуществляемые внешними контролирующими органами, тем более «работоспособными» являются эти документы. Однако, они так же подвержены устареванию, могут плохо актуализироваться и т.д.

В некоторой производственной компании процессы производства регламентированы на 100%, процессы складского хранения на 80%. Но степень регламентации процессов управления и развития близка к 0%.

Особенно стоит подчеркнуть отсутствие регламентов управления, выполняемых руководителями. «На верхнем уровне» кроме нескольких общих положений, схемы орг. структуры и должностных инструкций руководителей может вообще ничего не быть. Деятельность по принятию решений не регламентирована. Решения каждый раз принимаются по разным алгоритмам. Они «непрозрачны» и т.п. Такая ситуация, как правило, «не радует» собственников бизнеса.

Аргументация менеджеров сводится к тому, что маркетинг, управление и другие схожие процессы сродни искусству и их нельзя регламентировать, поскольку бизнес настолько непредсказуем, что созданные сегодня регламенты теряют свою актуальность завтра. Полагаю, речь идет о неспособности структурировать деятельность, а не о возможности ее описать. А, между тем, неструктурированное планирование закупок, например, пагубным образом сказывается на всей цепочке товародвижения, приводя к «перетариванию» складского комплекса, задержкам в обеспечении магазинов и к нехватке товара на полках, при одновременном его избытке на складе.

7. При внедрении процессного управления предприятие пытается начать описывать все существующие в организации процессы. Однако при этом организация зачастую сталкивается с нехваткой ресурсов и сложностью управления таким масштабным проектом. При постановке процессного управления важно быстро пройти весь цикл от описания процесса до сбора конкретной информации о его исполнении и эффективности. [6, с.280]

8. Практика внедрения процессного подхода на российских предприятиях показывает, что при этом руководство сталкивается с такой серьезной проблемой как сопротивление изменениям со стороны персонала. Любые действия, связанные с реализацией процессно-ориентированного управления, рассматриваются сотрудниками как "дополнительные", добавленные к основной деятельности. [6, с.280]

Конечно, внедрение процессного подхода требует пересмотра устоявшихся взглядов на принципы управления, изменения иерархической структуры предприятия, ломки стереотипов. На это накладывается нехватка методической литературы и разночтения в теории. Казалось бы, всеми используется один и тот же подход и известная терминология, однако когда начинается проект, выясняется, что значительные расхождения имеются не только в понятиях, но и в методических подходах к процессному управлению.

Весь путь от идеи до реализации сопряжен с рядом проблем, которые можно условно разделить на две группы.

Первая группа проблем, по мнению ведущих российских исследователей В.Г. Елиферова и В.В. Репина, включает в себя теоретические, методологические и технологические сложности [2].

В России на текущий момент издано большое количество работ по теме процессного управления, однако основную их часть составляют работы переводного характера, неадаптированные к российскому рынку, а также работы общего характера. Существует серьезная нехватка публикаций по методологии внедрения процессного подхода с учетом специфики отдельных отраслей. Отсутствует на данный момент и общий инструментарий процессного

подхода, и в результате каждая компания, приступающая к разработке процессной модели, как отмечают специалисты, сталкивается со следующими проблемами:

- терминологическая и методологическая разобщенность различных методик и информационных программ;
- трудности в определении достаточного уровня детализации при описании бизнес-процессов (особенно характерно для крупных компаний);
- сложности при создании общей картины, связанные с плотным пересечением функций и наличием сложнорегламентируемых областей.

Вторая группа проблем, на которые указывают российские ученые, – практические проблемы, которые возникают вследствие особенностей конкретных компаний и их менеджмента. Среди наиболее распространенных в России проблем можно выделить:

- разногласия среди топ-менеджмента компании по вопросам необходимости изменений и масштабов проекта;
- выделение недостаточного объема ресурсов на проведение изменений, не наделение руководителя проекта достаточным объемом полномочий;
- отсутствие компетентного персонала для участия в рабочей группе;
- корпоративная культура, основанная на личных, а не на профессиональных отношениях;
- наличие в организации зон «размытой» ответственности;
- нежелание собственников или топ-менеджмента переходить к более «прозрачной» структуре;

- полное или частичное сворачивание проекта при отсутствии быстрой отдачи;
- слишком большой объем работы, возложенный на сотрудников, не входящих в рабочую группу;
- затягивание проекта или наоборот обозначение слишком коротких сроков;
- сопротивление персонала изменениям.

Все «практические» проблемы являются проблемами управления, и их решение находится в руках топ-менеджмента компании. Сопротивление персонала характерно для всех компаний, переживающих комплексную трансформацию, опасения сотрудников чаще всего связаны с тем, что их обязанности будут расширены без увеличения уровня оплаты, также нередко работники не хотят проходить сложное обучение и пользоваться новыми информационными системами, которые, обычно, первое время работают неисправно. [8]

Методы решения вышеперечисленных проблем представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Методы решения проблем

Проблемы	Методы решения
Недовольство персонала	Комплекс HR-поддержки проекта, который включает в себя работу с сотрудниками по развязыванию инициативы и преодолению страха наказания за ошибку, развитию навыков командной работы.
Разрыв в теоретико-методологической базе	Обращение к опытным консультантам и создание общей группы по проекту, включающей собственных сотрудников и приглашенных специалистов.
- Разногласия в топ-менеджменте; - Бюджетные ограничения; - Перераспределение ресурсов и должностей	Инициаторам проекта необходимо убедить топ-менеджмент и весь персонал компании в неизбежности преобразований. Для этих целей необходимо сформулировать обоснование необходимости проекта с указанием причин.
Корпоративная культура, основанная на личных, а не на профессиональных отношениях	Сокращения и перераспределение должностей должны проводиться на профессиональных началах, иначе эффективность компании может значительно упасть, а не повысится.
Ограничения, которые накладывает имеющийся персонал компании на возможные изменения	Предварительная оценка персонала на наличие заранее определенного списка навыков.

Подлинное процессное управление – это сложная технология, современный мировой уровень менеджмента. Но отступить некуда, если российские предприятия хотят быть по-настоящему конкурентоспособными на локальных и мировых рынках. Надо

осваивать эти технологии, а не довольствоваться простыми вариантами и ожидать от них эффекта.

На какой бы стадии развития не находилась компания, чем раньше ее руководство и собственник обращают внимание на построение системы управления с использованием процессного подхода, тем больше вероятность опередить конкурентов и предупредить возникновение типичных «болезней роста». Проектирование системы управления, ее внедрение и последующее правильное функционирование существенно упрощается при использовании специализированного программного обеспечения для бизнес-моделирования.

Таким образом, задача российского менеджмента состоит не только в том, чтобы воспроизводить западные технологии управления 50-летней давности (бюджетирование, массовый маркетинг, управление по целям) или вдогонку осваивать сегодняшние, а в игре на опережение – внедрение в свою практику технологий управления завтрашнего дня. Управление перестройкой структур и процессов, протекающих на предприятии в настоящий момент должно стать массовой специальностью. Модели предприятия, поддерживаемые инструментальными средствами должны стать неотъемлемой частью информационной системы предприятия, предоставляя его менеджерам возможность наблюдения точной и полной картины организации бизнеса, а также его перестройки.

А задача консультантов состоит в поисках простоты, но не нужно при этом искажать главные идеи процессного подхода, нужно совершенствовать технологии реализации, делать сложное по сути

простым сначала в понимании, а затем и в применении, как 1С стала простой и обыденной для бухгалтерии.

Библиографический список:

1. Григорьев Л. Ю. Процессное управление - первые итоги и перспективы. [Электронный ресурс] URL: www.interface.ru (дата обращения 28.05.2017)
2. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление: учебник. [Текст] / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 319 с. – (Учебник программы МВА).
3. Ефимов В.В. Размышления о процессном подходе. // Методы менеджмента качества. – 2004. - №11.
4. Кукарцев А.В. Обзор практики внедрения процессного подхода к управлению на российских предприятиях. // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. – 2007. [Электронный ресурс] URL: <http://nauka-rastudent.ru/6/1555/> (дата обращения 28.05.2017)
5. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов [Текст]/ В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 544 с.
6. Собакарева А.В. Процессный подход и мероприятия по устранению проблем его внедрения на российских предприятиях. // Вестник МГТУ. – 2008. – том 11, №2. [Электронный ресурс] URL: http://www.vestnik.mstu.edu.ru/v11_2_n31/articles/12_sobaka.pdf (дата обращения 30.05.2017)
7. Храмцова Л.А., Абдуллина Р.Р., Иванова О.В. Проблемы внедрения процессного подхода на российских предприятиях. // Наука-

RASTUDENT.RU. – 2014. – №6 (06-2014) [Электронный ресурс] URL: <http://nauka-rastudent.ru/6/1555/> (дата обращения 28.05.2017)

8. Юрлова А.А. Внедрение процессного подхода в России: проблемы и решения // Российское предпринимательство. — 2014. — № 14 (260). — с. 61-71. [Электронный ресурс] URL: <http://bgscience.ru/lib/8435/> (дата обращения 30.05.2017)

9. Публикация «Зачем нужно бизнес-моделирование». [Электронный ресурс] URL: http://www.businessstudio.ru/articles/article/zachem_nuzhno_biznes_modelirovanie/ (дата обращения 28.05.2017)

СЕКЦИЯ 14. МАРКЕТИНГ

УДК 338.012: 551.1/.4

Грачева Е.Г. Современное состояние и проблемы нефтяной отрасли в России

The current state and problems of the oil industry in Russia

Грачева Екатерина Галимовна,
Магистрант по направлению подготовки «Стратегическое управление и
планирование на предприятии»,
Оренбургский государственный университет
Gracheva Ekaterina Galimovna,
Master in the field of training "Strategic management and planning at the
enterprise"
Orenburg State University

Научный руководитель:
Чмышенко Е.В., к.э.н., доцент кафедры экономического управления
организацией
Оренбургский государственный университет
Scientific adviser: Chmyshenko EV, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Economic Management of the Organization
Orenburg State University

Аннотация: Нефтяная отрасль России входит в состав топливно-энергетического комплекса и обеспечивает около 40% производства первичных энергоресурсов. Добыча нефти в России стабильно растет, начиная с 2000-х годов. В 2017 году прогнозируется увеличение нефтедобычи на 10 млн. тонн или примерно на 1,8% к уровню 2016 года.

Ключевые слова: экономика России, добыча нефти, развитие нефтяной отрасли

Abstract: The oil industry of Russia is a part of the fuel and energy complex and provides about 40% of the production of primary energy resources. Oil production in Russia has been steadily growing since the 2000s. In 2017, it is projected to increase oil production by 10 million tons, or by about 1.8% to the level of 2016.

Keywords: Russian economy, oil production, oil industry development

Нефтяная отрасль России входит в состав топливно-энергетического комплекса и представляет собой сложную отрасль производства. В настоящее время можно выделить следующие виды

деятельности в соответствии с происходящими технологическими процессами:

1. Поиск и разведка месторождений.
2. Строительство нефтяных и нагнетательных скважин.
3. Добыча нефти.
4. Переработка нефти.
5. Транспорт, хранение, сбыт нефти и продуктов переработки.
6. Строительство нефтепродуктопроводов и нефтебаз. [6]

Российская нефтяная промышленность обладает мощным ресурсным потенциалом и обеспечивает около 40% производства первичных энергоресурсов.

При этом доля нефтяного комплекса, согласно Концепции долгосрочного развития нефтяной промышленности России, в ВВП составляет более 17,5%, в экспорте – около 46,5%, доля налоговых поступлений в бюджет РФ – свыше 35,1% (рис. 1,2,3) [2].

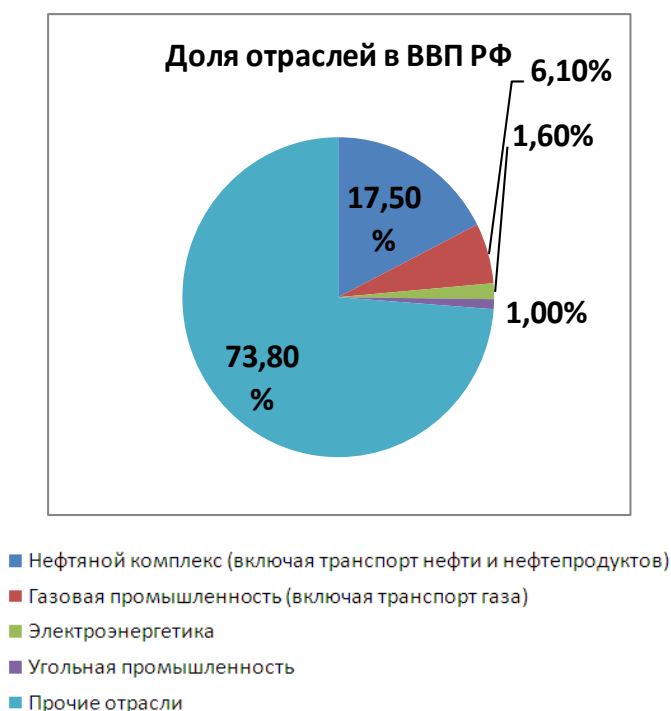


Рисунок 1. Доля отраслей в ВВП РФ, %



Рисунок 2. Доля отраслей ТЭК в суммарном экспорте РФ, %



Рисунок 3. Поступления в бюджет РФ, %

Как показывает статистика добыча нефти в России стабильно растет, начиная с 2000-х годов, хотя в связи с мировым экономическим кризисом в последнее время темпы роста замедлились, а в 2008-м произошло даже небольшое падение добычи. В 2010 году добыча нефти в России преодолела планку в 500 млн. тонн в год и с тех пор ежегодно повышается [3].

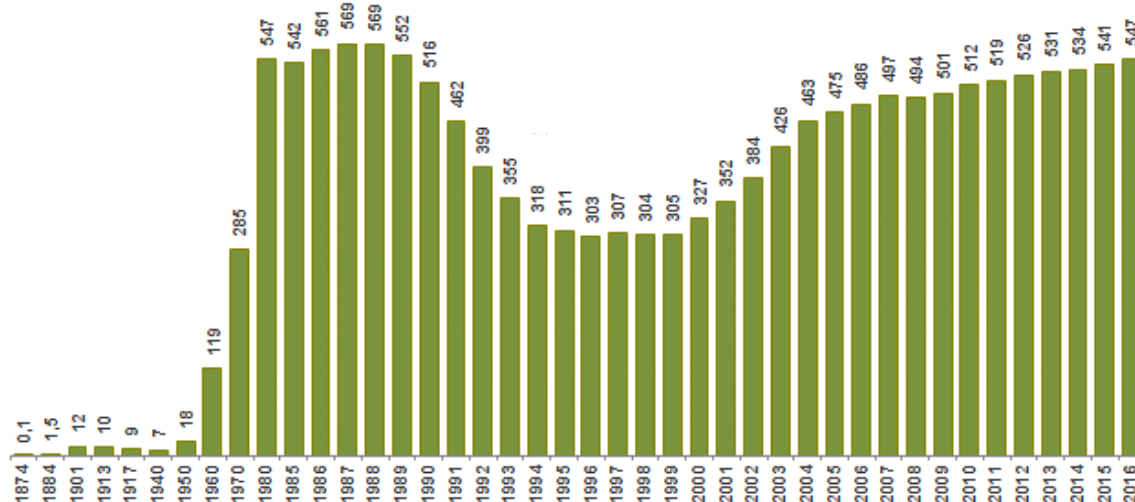


Рисунок 4. Добыча нефти в России, млн. тонн

В 2016 году, несмотря на разговоры о необходимости уменьшения размеров добычи нефти, была пройдена новая рекордная отметка: добыто 547 млн. тонн нефти и газоконденсата, а это на 1,3% больше, чем в 2015 году.

На мировом энергетическом рынке Россия является одним из крупнейших игроков и входит в тройку лидеров вместе с Саудовской Аравией и США. Доля России в мировой нефтедобыче возросла с 8,9% в 2000 г до 12,4% в 2016 г. Рынками сбыта нефти являются европейские страны; также увеличиваются поставки нефти в страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

В России нефтедобычу осуществляют в основном 8 крупных вертикально-интегрированных нефтяных компаний (ВИНК), доля которых составляет порядка 90% всей добычи нефти, а также более 200 малых и средних добывающих компаний. Безусловными лидерами нефтяной отрасли в России по добыче нефти считаются Роснефть и Лукойл.

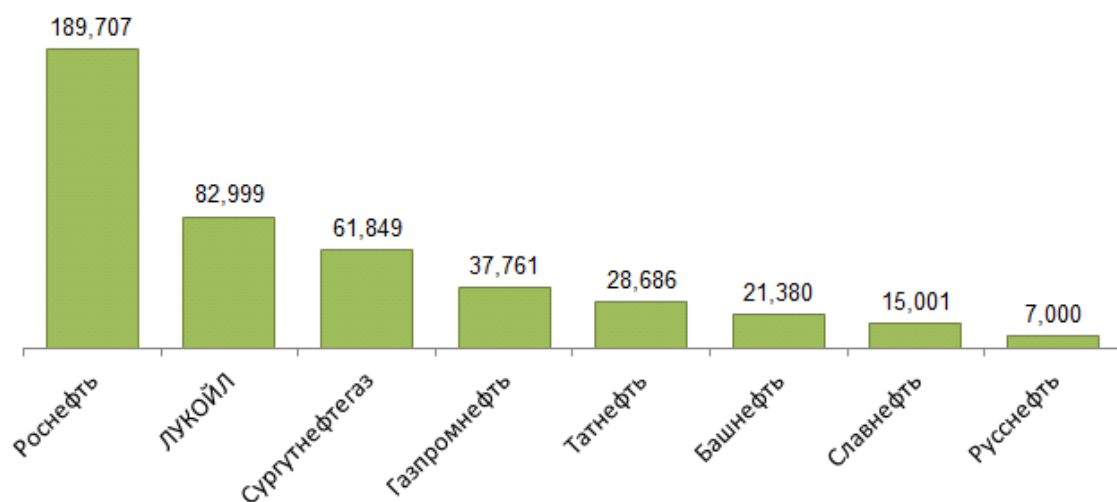


Рисунок 5. Добыча нефти крупнейшими компаниями в 2016 году, млн.т.

В 2017 году прогнозируется увеличение нефтедобычи на 10 млн. тонн или примерно на 1,8% к уровню 2016 года. Существует несколько причин такого роста. Во-первых, ввод новых двух нефтепроводов «Заполярье-Пурпе» и «Куюмба-Тайшет», благодаря чему были подключены к единой нефтепроводной транспортной системе такие новые месторождения Ямало-Ненецкого АО и Красноярского края как: Восточно-Мессояхское, Пяяхинское, Юрубчено-Тохомское и Сузунское.

Во-вторых, в 2016 году ПАО «НК «ЛУКОЙЛ» начал добычу на месторождении им. Филановского на шельфе Каспия, где ожидается прирост добычи в 2017 году около 1,5 млн тонн. В-третьих,

продолжится рост на месторождениях «Газпром нефти», запущенных в предыдущие годы [4].

Однако в настоящее время наметился и ряд проблем, мешающие развитию нефтяного комплекса.

1 По оценкам на данный момент в России осталось всего лишь 30% легкой нефти. Остальные запасы – это труднодобываемая нефть. Для ее добычи необходимы новые технологии и капиталовложения, при этом степень износа существующих основных фондов высока.

2 Сокращение объемов разведки. Нефтяные компании это направление не развивают. Разведкой в основном занимаются мелкие компании, которые создаются с целью открытия нового месторождения, подтверждения запасов и продажи более крупному нефтяному игроку. При этом у крупных компаний отсутствуют риски вложения больших средств в так называемые «пустые скважины» и появляется возможность немедленной добычи нефти, а владельцы мелких компаний получают огромную прибыль от ее продажи в случае успешной разведки.

3 Отсутствие конкуренции. Для создания конкуренции на рынке, необходимо развивать малые нефтекомпании. Они нуждаются в квотах на переработку и НПЗ. Однако этим вопросом государство не занимается и о малых НПЗ вспоминают только во времена топливного кризиса.

4 Налоговая политика. В настоящее время 90% новых и 30% уже разрабатываемых месторождений нефти малорентабельны. Новая схема расчета "60-66-90" хоть и стала катализатором инвестиционной активности нефтяных компаний, но не стимулировала увеличение

нефтедобычи в России. Необходима грамотная налоговая политика в области нефтедобычи.

5 Нефтеперерабатывающие заводы. Сегодня в России действует 27 крупных НПЗ и две сотни мини-НПЗ. Мощность этих заводов составляет всего 270 млн. тонн в год. Тем не менее, общий износ оборудования превышает 50%.

6 Кадровый вопрос. Сегодня в России не хватает высококвалифицированных специалистов в области геологии, бурения и геофизики.

7 Качество. Качество нефтепродуктов российских НПЗ достаточно низкое. Доля бензина класса Евро-3, Евро-4 - всего 38%, а дизельного топлива - лишь 18%.

8 Попутный нефтяной газ (ПНГ). ПНГ - это углеводородный газ, который выделяется из скважин и из пластовой нефти в процессе ее сепарации и по сути является побочным продуктом нефтедобычи. Он является ценным сырьем для энергетической и химической промышленности. Однако до сих пор ежегодный объем сжигания ПНГ в России составляет около 20 млрд м³, что, в свою очередь, негативно сказывается на окружающей среде и здоровье человека. [1]

Решение вышеуказанных проблем возможно при условии выполнения следующих действий:

обеспечение расширенного воспроизводства запасов нефти за счет геологоразведочных работ и своевременной подготовки месторождений к эксплуатации как в зрелых, так и в новых районах нефтедобычи;

формирование новых крупных нефтяных комплексов, предусматривающих добычу нефти, утилизацию НПП и развитие

нефте- и газохимии, главным образом, в восточных районах России и на шельфе арктических и дальневосточных морей [5];

совершенствование технологий добычи нефти, включая внедрение современных методов увеличения нефтеотдачи для увеличения коэффициента извлечения нефти;

развитие транспортной инфраструктуры, в том числе трубопроводной для транспортировки нефти и нефтепродуктов;

развитие нефтепереработки и повышение качества выпускаемых нефтепродуктов;

ресурсосбережение, сокращение потерь на всех стадиях технологического процесса при подготовке запасов, добыче, транспортировке и переработке нефти;

подготовка высококвалифицированного персонала путем совместного сотрудничества ВУЗов страны и крупных нефтяных компаний.

Библиографический список:

1. В.В. Бушуев, В.А. Крюков, В.В. Саенко, В.Ю. Силкин, А.Н. Токарев, Ю.К. Шафраник, В.В. Шмат Нефтяная промышленность России — сценарии сбалансированного развития. Проект // Коллектив авторов. М.: ИАЦ Энергия, 2010. 160 с.
2. В.В. Бушуев «Концепция долгосрочного развития нефтяной промышленности России (материалы для подготовки Генеральной схемы развития нефтяной отрасли до 2020 года)», Заседание ТПП, Москва, 15 июня 2010 г.
3. Все о нефти [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://vseonefti.ru/upstream/>

4. Ежеквартальный бюллетень "Нефтегазовый комплекс" [Электронный ресурс]: - Режим доступа: http://riarating.ru/corporate_sector/20170221/630056562.html

5. "Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов" (разработан Минэкономразвития России) [Электронный ресурс]: - Режим доступа: www.consultant.ru

6. Экономика предприятий нефтяной и газовой промышленности: Учебник В.Ф. Дунаев, В.А. Шваков, Н.П. Епифанова, В.Н. Лындин. Под редакцией В.Ф. Дунаева. – М.: ФГУП Изд-во «Нефть и газ» РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина, 2006. – 352с.

УДК 339.13

**Никитина Н.В., Бычек И.И. Перспективы
регулирования сенсорного маркетинга на уровне
стандартизации**

The prospects of regulation of touch marketing at the level of standardization

Никитина Н. В.,
старший преподаватель кафедры менеджмента, маркетинга и права,
Гродненский государственный аграрный университет
Nikitina N. V.,
teacher, Department of management, marketing and law,
Grodno state agricultural university

Бычек И. И.,
кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, маркетинга
и права,
Гродненский государственный аграрный университет
Bychek I.I.,
Ph.D., Associate Professor, Department of management, marketing and law,
Grodno state agricultural university

Аннотация: Стандартизация и сенсорный маркетинг до сих пор развивались как отдельные области, но в сегодняшних реалиях общества потребления они должны найти точки пересечения, чтобы повысить удовлетворенность потребителей и защитить их от недобросовестных конкурентов, действующих в области сенсорного маркетинга.

Ключевые слова: потребитель, сенсорный маркетинг, стандартизация

Abstract: Standardization and touch marketing still developed as certain areas, but they have to find points of intersection in today's realities of consumer society to increase satisfaction of consumers and to protect them from the unfair competitors acting in touch marketing.

Keywords: consumer, touch marketing, standardization

Стандарты серии ISO сегодня применяют более миллиона предприятий, что делает его самым распространённым в мире. Уникальность стандарта состоит в том, что впервые объектом стандартизации стала система менеджмента, объект, который никогда раньше стандартизации не подвергался. Но прогресс не стоит на месте, поэтому и стандарты системы менеджмента необходимо поддерживать

в актуальном состоянии. Продвижение товара, степень воздействия на потребителя и маркетинговый подход в целом также должны быть отражены в следующей редакции стандарта DIS ISO 9001: 2015.

Новая структура стандарта DIS ISO 9001:2015 нашла отражение в схематичном представлении процессного подхода. Но современный менеджмент неотделим от маркетинга, поэтому управляя положением и деятельностью фирмы во внешнем мире, неизбежно реализуется маркетинговый подход, который может быть определен прежде всего как рыночно ориентированная система управления, определяющая успех предприятия во внешней среде.

Удовлетворенность потребителя в стандарте DIS ISO 9001:2015 несколько переформулирована для того, чтобы еще раз подчеркнуть необходимость понимания потребностей клиента, включая отзывы потребителя, взгляды клиента на организацию, ее восприятие, а также восприятие ее товаров и услуг. Высшее руководство должно демонстрировать лидерство и обязательства в отношении ориентации на потребителя, гарантируя что:

а) требования потребителей, а также действующие законодательные и нормативные требования определяются, воспринимаются и постоянно выполняются;

б) риски и потенциальные возможности, которые могут влиять на соответствие продуктов и услуг, а также на способность повышать удовлетворенность потребителя, определяются и по ним предпринимаются действия;

в) поддерживается нацеленность на повышение удовлетворенности потребителя.

Лидерство и приверженность включает в себя требования к высшему руководству организации. Высшее руководство должно демонстрировать свое лидерство в системе менеджмента качества и взять на себя обязательства по внедрению и управлению этой системой. Другой составляющей лидерства и обязательства высшего руководства является демонстрация приверженности ориентации на потребителя.

Новая версия ISO 9001:2015 усиливает требования, которые раньше лишь предполагались, например проверка ошибок, управление изменениями, риск-менеджмент и допуск ошибок при невыполнении запланированных мероприятий. Данный стандарт возможно более директивный в этих областях, и имеет меньше возможностей для интерпретации. При следовании путем, предложенным новым стандартом, организация придет к лучшему пониманию ожиданий клиентов и защиты своей деятельности.

Но интересный вопрос об удовлетворенности потребителей остается открытым в ранее упомянутом стандарте. Уровень дохода населения не рассматривается первостепенно, следовательно, необходимо учитывать, что в системе менеджмента качества:

- а) качество не бесплатно;
- б) качество - это не всегда прибыльный «товар», так как должно подкрепляться платежеспособным спросом населения.

В системе ISO разработаны отдельные подпункты об удовлетворении запросов потребителя, но ни в одном из разделов не прописано, какими маркетинговыми инструментами можно воздействовать на потребителя, следовательно, у ряда производителей ставка не всегда делается на качество[1].

В настоящем мире система маркетинговых коммуникаций, пиар, сенсорный маркетинг могут продвигать или продавать не только высококачественные товары и услуги. Поэтому в стандартах ISO обязательно и необходимо рассматривать уровень удовлетворенности покупателя не только через обратную связь (опросы), но и то, что не всегда умело используемые инструменты маркетинга (нейромаркетинг, аромобрендинг и др.) оказывают агрессивное, иногда и разрушительное воздействие на психику потребителя. Необходимо осознавать, что это воздействие никакими документами четко не регламентируется, поскольку охватывает не физическую, а эмоциональную сторону взаимодействия потребителя и производителя. В Республике Беларусь такое воздействие определяется «Законом о рекламе». К основным нормативно-правовым актам, регулирующим рекламную деятельность можно отнести такие, как:

- Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе»;

- постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 «О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе»;

- постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 июля 2013 г. № 603 «Об утверждении Положения о порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы, состава Межведомственного совета по рекламе и внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам рекламы»;

- постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156 «Об утверждении единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, внесении дополнения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 февраля 2009 г. № 193 и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь».

К примеру, наружная реклама оформляется в соответствии с перечнем этих документов, но воздействие на психо-эмоциональное состояние потребителя в них не отражено. Порядок и перечень документов для согласования и выдачи разрешения на размещение средств наружной рекламы определяется действующим законодательством о рекламе и об административных процедурах.

В модели EFQM определяется способность организации достигать выдающихся результатов в вопросах удовлетворения текущих потребностей своих клиентов и предвосхищения их будущих потребностей. Критерий состоит из двух подкритериев: показатели исполнения и измерение восприятия потребителей. Но опять же мы отмечаем тенденцию, что давление со стороны производителя на потребителя в эту модель не встроено, не смотря на ее разновекторность. А такой подкритерий как предвосхищение будущих потребностей можно искусственно моделировать, жонглируя ценностями, как культурными, так и национальными, и общечеловеческими.

Следовательно, в нынешнем обществе с агрессивным и завуалированным воздействием на потребителя целесообразно начать

процесс встраивания в стандарты семейства ISO ограничения именно в этой сфере, задействовать не только процессный, но и маркетинговый подход. Основным приоритетом функционирования системы менеджмента качества является постоянное повышение удовлетворенности потребителей. Поэтому вся деятельность высшего руководства должна осуществляться с акцентом на повышение удовлетворенности потребителей, все решения приниматься с учетом интересов потребителей. Удовлетворенность потребителей можно достичь исходя из регулирования качества продукции, а, не «играя» со здоровьем потребителей, в том числе и с психическим. Известно, что используя сенсорный маркетинг, можно продать товар низкого качества, но такой вопрос, как и когда наступит удовлетворенность потребителя данным товаром, остается открытым.

Несомненно, сенсорный маркетинг является новейшим инструментом воздействия на потребителя для повышения объемов продаж, однако его некорректное использования может привести к ряду негативных последствий. При этом продажа какого-либо товара с помощью инструментов сенсорного маркетинга не гарантирует удовлетворение потребителя.

Необходимо обратить внимание еще на одну проблему. В Республике Беларусь сенсорный маркетинг выступает достаточно новым направлением и фирмы, задействованные в этой сфере, работают разрозненно. В России в настоящее время действует Всероссийская ассоциация сенсорного маркетинга. Клиенты относятся к данной сфере часто с недоверием, так как в ней задействовано большое количество непрофессионалов. Эта проблема еще один повод, чтобы деятельность организаций, занятых в этой сфере, более детально

определялась стандартами ISO. Главным результатом работы Ассоциации должен стать некий знак качества, свидетельствующий об уровне подрядчика. Главная задача ассоциации – это создать некий набор стандартов, которым должна соответствовать любая компания, занимающаяся сенсорным маркетингом. Из этого можно сделать вывод, что при таком подходе потребители будут удовлетворены качеством сенсорного маркетинга, а организации вытеснят недобросовестных конкурентов.

Необходимо отметить, что в России и в Беларуси рост этого рынка идет быстрыми темпами. Если раньше клиентам приходилось объяснять, что такое сенсорный маркетинг, аромамаркетинг, аудиомаркетинг и зачем это нужно, то в настоящее время больше вопросов возникает в отношении качества продукта на данном рынке. Важно отметить, что качество такого продукта - это не только некие осязаемые вещи в виде растворов для ароматизации или оборудования для проигрывания музыки, но, скорее, технология, некие знания и опыт, которые помогают успешно реализовывать проекты. Как показывает опыт, разные запахи и разная музыка, могут по-разному работать для каждой индустрии и даже географического месторасположения компании. Вот в этом и заключается основная ценность профессионалов в сенсорном маркетинге [2].

Таким образом, потребители, заинтересованы в качественной продукции, товарах и услугах, но, не смотря на то, что ISO функционирует более двадцати лет и охватывает миллионы предприятий, десятки стран, некачественных товаров и услуг не становится меньше. Поэтому вопрос стандартизации в продвижении

товаров и услуг остается открытым и наиболее актуальным для общества потребления.

Библиографический список:

1. Чайка И.И., Галеев В.И., Аванесов Е.К. Вглядываясь в будущее ИСО 9001// Стандарты и качество.- 2012. - N 2. - С. 82-85
2. Чайка И.И. Стандарт ИСО 9001:2015. Что нас ожидает?// Стандарты и качество. – 2014 . - № 6. - С.60-63
3. Шаповалов В.А. Маркетинговый анализ. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.- 184с.

УДК 339.138

Серова О.Ф. Особенности digital – рекламы

Features of digital advertising

Серова Ольга Федоровна,
Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга,
Волгоградский государственный университет

Serova Olga Fedorovna,
Ph.D., Associate Professor, Department of Marketing,
Volgograd State University

Аннотация: Digital-реклама – это один из современных видов рекламы, позволяющий одновременно охватывать массового потребителя и персонализировано продвигать товары и услуги. Использование digital – инструментов помогают увеличить клиентскую базу, гармонизировать отношения между компаний и потребителем, а также позволяет выйти на качественно новый уровень продвижения.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, инструменты digital – рекламы, интерактивное взаимодействие с потребителем.

Abstract: Digital-advertising is one of the modern forms of advertising, allowing simultaneously to cover the mass consumer and to personalize the promotion of goods and services. The use of digital tools contribute to increase customer base, to harmonize relations between companies and consumers, and also allows to reach a qualitatively of promotion.

Keywords: Online-marketing, digital-advertising tools, interactive communication with consumer.

Глобальная сеть – это уникальное средство коммуникации, которое открывает перед современными компаниями новые возможности для рекламы. С помощью средств интернет-маркетинга с лёгкостью достигается большой охват аудитории. Существует множество инструментов интернет-маркетинга, каждый из которых способствует достижению различных целей компании. Глобальная сеть ставит все компании в максимально равные условия [3, с. 50].

Интернет открыл совершенно новые возможности для рекламирования и для конечного потребителя, который сегодня сам решает (или думает, что решает), как поступить с тем или иным

рекламным продуктом. В любом случае, пользователь вовлечен в процесс рекламирования, перейдя от функции наблюдателя до роли соучастника.

Любое проявление интернет-маркетинга, некоего интерактива с потребителем в Интернете в настоящее время объединяет понятие «digital». Точного перевода этого слова на русский язык нет, однако наиболее часто используется понятие «цифровой» [2].

Из-за такого перевода у маркетологов существуют разногласия относительно широты охвата самого понятия digital-рекламы. Например, Кент Вертайм утверждает: «К digital-рекламе относится реклама, размещаемая на современных цифровых носителях (digital-билборды, LED доски, электронные экраны), то есть любые носители, которые работают и управляются с помощью компьютерных программ» [1, с. 127].

Стоит отметить, что описываемые рекламные носители стали активно использоваться в России только последние 10 лет, но очень быстро получили заслуженную популярность.

Компания «ЭСПАР-Аналитик» провела исследование в 50 крупных городах России. Данные на май 2016 года показали: «Из 73,9 тысяч всех рекламных конструкций 13% были оборудованы динамической сменой изображения. Всего 0,94% из всех рекламных объектов были выполнены в цифровом формате. Доля поступивших в бюджет средств составила 34,5% от динамических конструкций и 10% поступили за счет использования цифровых форматов» [6]. Таким образом, видна эффективность и прибыльность digital-рекламы, использование цифровых носителей даже в небольших количествах является очень выгодным для компаний.

Другое мнение относительно digital-рекламы, которое предлагают нам интернет-поисковики при запросе определения данного понятия, состоит в том, что digital-реклама – это всего лишь синоним интернет-рекламы в завуалированной форме. Такого мнения придерживаются блоггеры Александр Деревницкий и Евгений Колотилов, а также маркетологи и web-программисты Игорь Манн, Аарон Уолтер, Кит Джереми, авторы множества работ по маркетингу.

Третье, наиболее распространенное и принятое большинством маркетологов мнение, состоит в том, что digital-реклама – это один из современных видов рекламы, который включает в себя распространение контента через Интернет посредством web-сайтов, мобильных приложений, социальных сетей, через лоббирование, рекламу в компьютерных играх и компьютерных программах, различные виды рассылок.

В русской версии книги о юзабилити Стива Круг есть максимально точное разъяснение особенностей и отличий digital-рекламы, от любой другой: «Не стоит однозначно утверждать, что digital-рекламой является любой оцифрованный и выкинутый в Интернет рекламный продукт. Digital – это в первую очередь та реклама, которая непосредственно взаимодействует со своим потребителем. Это баннер, который позволяет незамедлительно купить товар, лишь кликнув для входа на сайт продавца. Это занимательный видео-ролик рекламного содержания, который сами зрители добровольно рекомендуют друг другу. Это продвижение чего-либо в социальных сетях, с чьей помощью можно прорекламирровать буквально все» [4, с. 15].

Digital-реклама - это значительно более «умный» вид рекламы, который стал доступен только после всеобщего охвата компьютерных технологий и постоянного нахождения огромного числа авторизованных пользователей в Интернете. Авторизация означает наличие информации о пользователях, что значительно упрощает процедуру сегментирования и определения целевой аудитории.

То есть, для того, чтобы найти представителей целевой аудитории среди пользователей Интернета, компании больше не нужно проводить сложный анализ, собирать фокус-группы, нанимать большое число специалистов. Достаточно обратиться в специальные сервисы или к владельцам приложений, способных сегментировать пользователей по одним только их действиям в интернете.

Рассмотрим это примере. Сейчас информация – это товар, который можно легко купить и продать. К примеру, оптовый продавец, производитель строительных материалов ищет новых клиентов. Торговые представители компании работают активно, компания широко известна в своем городе, но хочется выйти на новый уровень. Наличие сайта и хорошая поисковая оптимизация не приносит должных результатов, какой делать следующий шаг? А следующий шаг должен быть таким: компания может обратиться к представителям Mail.ru или Яндекс. Почта, которые, с помощью своих сервисов могут предоставить заказчику тысячи электронных адресов потенциальных клиентов. Как это работает? Покупатель информации задает параметры: «оптовые покупатели строительных материалов», «Волгоградская область», «Ростовская область», «Астраханская область», «Воронежская область». В свою очередь, продавец информации среди огромного потока электронных сообщений на своих

серверах сначала находит всех пользователей указанных регионов, а затем все сообщения, в теме которых указаны любые теги связанные со строительными материалами. Например, «стройматериалы», «пиломатериалы», «кровля», «фасад» и так далее. После указывается минимальное количество таких сообщений, например, десять (для того, чтобы выделить тех, кто покупает строительные материалы достаточно часто). Авторы всех сообщений, подходящих под заданные параметры, и есть целевая аудитория компании. Имея адреса их электронной почты можно делать массовую персонализированную рассылку сообщений с предложениями своих товаров и услуг. Такой поиск занимает значительно меньше времени и сил, чем поиск представителей целевой аудитории «вручную».

Рассмотрим инструменты digital-рекламы подробнее.

Поисковая оптимизация – комплекс мер по продвижению сайта в рейтинге результатов запросов в поисковых системах. Как правило, чем выше позиция сайта, тем больше пользователей интернета посетят его, следовательно, большее число потенциальных клиентов узнают о существовании компании и предлагаемых ею товарах или услугах.

E-mail - маркетинг – это почтовая рассылка сообщения, содержащего информацию о компании. В дальнейшем аудитория, заинтересованная предложением компании сможет посетить её web-сайт, перейдя по приложенной ссылке.

Сегодня процесс ведения почтовых рассылок полностью автоматизирован. Достаточно лишь раз зарегистрироваться на сервисе почтовых рассылок (самый известный это Smartresponder.ru) [7].

Директ - маркетинг - это рассылка персонализированных денежных писем. То есть, компания обращается к получателю письма по имени с конкретным предложением.

Вирусный маркетинг – это какая-либо информация в Интернете (видео, книга, статья, картинка), содержащая ссылку на сайт компании.

Эмпирический маркетинг – смысл этого метода в том, что потенциальному потребителю предлагается попробовать продукт на себе, либо рекламное сообщение заставляет адресата испытать какие-либо эмоции, конечно же, положительные.

Маркетинг на форумах и досках объявлений – один из самых старых методов интернет-маркетинга. Какое-либо лицо вступает в обсуждения по теме, связанной с проблемой, которую призван решать продукт компании. При публикации сообщения, в котором говорится о продукте, данное лицо помещает ссылку на web-сайт компании.

Контекстная реклама – то такой тип рекламы в Интернете, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы. Контекстная реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара или услуги, целевой аудиторией, что повышает вероятность их отклика на рекламу [5].

Партнерская программа – это поиск посредников или партнёров, готовых заниматься реализацией продукции компании за определённый процент. Также партнёрство может заключаться во взаимовыгодном размещении ссылок на сайты друг друга.

Дропшипинг (Dropship) – метод интернет-маркетинга, похожий на партнёрскую программу, но с одним явным отличием: посредник получает товар только после того, как клиент оплатит покупку. То есть продажа происходит по системе предварительной оплаты.

Социальные сети. Этот метод представляет собой размещение рекламных ссылок на социальных сетях, либо чаще всего, создание собственной группы.

Блог от имени организации или лица, представляющего компанию. Это личный дневник, где будут публиковаться любые сообщения; блог может содержать ссылку на сайт фирмы.

Видео - маркетинг – это размещение рекламного видео-ролика и ролика со ссылкой на организацию. Чаще всего для его распространения используется сайт Youtube.com, с помощью которого можно отследить число просмотров и количество людей, которым данное видео понравилось/не понравилось.

Баннерная реклама – размещение рекламного баннера на другом сайте.

Медийная реклама - это тоже баннерная, но более эффективная реклама, так как размещается на площадках по принципу контекстной рекламы и показывается только целевой аудитории (тогда как обычные баннеры приводят более смешанный трафик).

Тематические статьи – один из видов паблисити, но с некоторым отличием, когда публикация статьи осуществляется самой организацией, а не СМИ.

Флеш-анимация сайта – это графическое сообщение на сайте, которое можно назвать динамическим, то есть находящимся в движении. Данный инструмент делает сайт компании более

современным и позволяет пользователю получить актуальную информацию сразу при входе на сайт.

Таким образом, все перечисленное выше выводит рекламную отрасль на качественно новый уровень, предоставляя огромные возможности для творчества. Digital-реклама объединяет два параметра: массовый охват и одновременно персонализированность рекламы. Digital - инструменты способствуют эффективному продвижению компании в Интернете, помогают увеличить клиентскую базу, гармонизировать отношения между компаний и потребителем, а также позволяют выйти на качественно новый уровень продвижения.

Библиографический список:

1. Вертайм К. Цифровой маркетинг/[Текст]. Издательство «Альпина Паблишер», 2016 год. – 234 с.
2. Илларионова О. «Digital-реклама: как это происходит».- статья на сайте ImageCMS/ [Электронный ресурс]// [Текст] Режим доступа: <https://www.imagecms.net/blog/polnyi-rakurs/digital-reklama-kak-eto-proishodit> Загл. с экрана 22.07.2013 г.
3. Кот Д. Копирайтинг. Как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают/[Текст]. Издательство «Питер», 2015 г. – 112 с.
4. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга/[Текст]. Издательство «Питер», 2010 г. - 194 с.
5. Романовская А. «Методы интернет-маркетинга» // [Электронный ресурс] / [Текст], Режим доступа: <http://www.internetdoxod.ru/marketing.php> Загл. с экрана 03.09.2010 г.

6. ЭСПАР-Аналитик: система исследований в наружной рекламе – [Электронный ресурс]/ [Текст] / Режим доступа - <http://www.espar.ru/>, Загл. с экрана, 15.08.2016 г.

7. Smartresponder - Система автоматизированной рассылки электронных сообщений. // [Электронный ресурс] / [Текст], Режим доступа: <http://smartresponder.ru/> Загл. с экрана.

СЕКЦИЯ 15. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 330

Булатова Ю.В. Инновационный кадровый менеджмент: понятие, принципы, задачи, методы и функции инновационного менеджмента в кадровой работе

Innovative personnel management: the concept, principles, tasks, methods and functions of innovative management in personnel work

Булатова Юлия Владиславовна,
Дзержинский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
Нижегородская область г.о.г. Дзержинск.

Bulatova Julia Vladislavovna,
Dzerzhinsky branch of FGBOU VO "The Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation", Nizhny Novgorod region of the city. Dzerzhinsk.

Аннотация: в статье описаны проблемы инновационного кадрового менеджмента, принципы, задачи, функции и методы инновационного менеджмента в кадровой работе

Ключевые слова: кадровый менеджмент, инновационный менеджмент

Abstract: In the article problems of innovative personnel management, principles, tasks, functions and methods of innovative management in personnel work are described

Keywords: Cadre management, innovative management

Современный менеджмент только тогда может быть действительно успешным, когда он находится в постоянном и непрерывном развитии, когда он ориентирован на изменения, обеспечивающие жизнестойкость организации, накопление инновационного потенциала и целеустремленность [1].

В настоящее время, для того, чтобы функционировать в условиях экономического кризиса, любой организации необходимо изменяться. Данный факт признает большинство руководителей, поэтому, всем прекрасно известно, что персонал является важнейшей частью

организации и представляет собой один из самых ценных ресурсов инновационного развития. Залог успешной деятельности организации - это его персонал со своими навыками, умениями, квалификацией и идеями. Постоянное развитие персонала, поиск новых подходов к управлению ими являются необходимой чертой успешного функционирования организации.

Хорошая и успешная организация стремится максимально эффективно использовать потенциал своих работников, создавая все условия для наиболее полной отдачи сотрудников на работе и для интенсивного развития их потенциала.

Следовательно, под инновационным менеджментом понимается процесс управления инновациями для удовлетворения перспективных потребностей рынка, охватывающий проектную, технологическую, материальную, организационную и кадровую подготовку производства, внедрение нововведений, анализ полученных результатов и внесение корректив в эти виды деятельности.

Научная дисциплина «инновационный менеджмент» представляет собой совокупность принципов, методов и форм управления инновационными процессами, инновационной деятельностью, занятыми этой деятельностью организационными структурами и их персоналом [2].

Инновационный менеджмент представляет собой одну из разновидностей функционального менеджмента, непосредственным объектом которого выступают инновационные процессы во всём их разнообразии, осуществляемые во всех сферах народного хозяйства.

Инновационный кадровый менеджмент является важнейшей составной частью управления. Основной его целью выступает

построение эффективной системы инновационного управления кадрами в рамках государства, региона, отрасли, а также организации для формирования и эффективного функционирования инновационно - активного кадрового потенциала работника.

Инновационный менеджмент в кадровой работе опирается на положения кадрового менеджмента, направленного на развитие и эффективное использование кадрового потенциала организации.

В кадровом менеджменте различают несколько уровней управления:

1. Оперативный уровень, в котором доминирует кадровая работа;
2. Тактический уровень, где доминирует управление персоналом;
3. Стратегический уровень предусматривает, доминирование управления человеческими ресурсами;
4. Политический уровень управления корпорацией направлен на разработку, контроль за реализацией кадровой политики.

Всё вышеперечисленное применяется в инновационном кадровом менеджменте на всех указанных уровнях управления.

Инновационный менеджмент в кадровой работе непосредственно связан с инновационно-кадровым маркетингом — научная концепция и основанная на ней комплексная система организации, управления и анализа нововведений, связанных с поиском и отбором кадров, ориентированная, в конечном счете, на обновление и эффективное функционирование кадрового потенциала организации.

Инновационный менеджмент в кадровой работе раскрывает содержание и особенности управления нововведениями в кадровой

сфере одной из самых сложных с социально-психологических позиций сфер. Учитывая специфику его объекта при его изучении, с одной стороны, нельзя обойтись без некоторых общих понятий и положений, касающихся состояния и развития социально-экономических систем, а с другой стороны, требуется использование экономики, социологии труда, конфликтологии и других наук.

Объектом инновационного менеджмента в кадровой работе являются процессы обновления и развития, инновационные свойства, потребности и параметры кадров и кадровых систем предприятий, организаций и др., а субъектом выступают инновационные составляющие (отделы, сектора, группы, специалисты) кадровых и трудовых служб предприятий, организаций и других структур.

Главная цель инновационного менеджмента в кадровой работе в организации - обеспечение эффективных масштабов и темпов обновления ее кадровой системы в соответствии с текущими и перспективными интересами и целями организации, современными закономерностями развития персонала, требованиями и стандартами государства, рынка к уровню развития человеческих ресурсов.

Рассматривая инновационный кадровый менеджмент с общих позиций временного аспекта, а также в условиях переходного, в том числе кризисного состояния российской экономики, можно выделить стратегическую и тактическую цели.

Стратегическая цель - создание на базе поэтапного развития рыночной экономики инновационного потенциала рынка труда и рынка образовательно-профессиональных услуг, эффективной многоуровневой системы инновационного управления кадрами в рамках государства, региона, организации для формирования и

эффективного функционирования качественно нового, инновационно-активного кадрового потенциала [3].

Тактическая цель (период кризиса и стабилизации) - сохранение лучшей, инновационно-активной части кадрового потенциала страны, региона, предприятия путем реализации соответствующих антикризисных инновационно-кадровых мероприятий, в том числе по перестройке профессионально-квалификационной структуры кадров, а также последовательного освобождения от кадров.

Все функции инновационного кадрового менеджмента можно объединить в две группы [3]:

1) функции по реализации кадровых нововведений как объекта управления: организация и проведение научно-аналитических работ в области развития человеческих ресурсов, выявления и решения новых кадровых проблем организации (совместно с научно-исследовательскими организациями); оценка эффективности кадровых нововведений; разработка прогнозов, концепций, инновационно-кадровой политики, планов, программ и проектов кадровых нововведений; их финансово-ресурсное обеспечение; организация кадровых нововведений и контроль их реализации; мотивация кадров;

б) функции по направлениям и сферам управления персоналом: организация непрерывного образования персонала (подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров); поиск и отбор кадров для новых производств, кадров новых дефицитных профессий; аттестация и оценка труда кадров инновационных структур, инновационных качеств персонала; разработка схем должностного развития, совершенствование должностных инструкций в связи с развитием рабочих мест, организации труда и персонала; продвижение

и перемещение работников по ступеням служебной и профессиональной карьеры, организация формирования и работы с кадровым резервом руководящего персонала и т.д.

Методы инновационного менеджмента в кадровой работе представляют собой совокупность приемов, используемых по всему циклу «образование - трудовой процесс - увольнение» с целью повышения эффективности работы с кадрами.

В области подготовки кадров к методам инновационного менеджмента в кадровой работе относят развитие и превращение высшего образования в динамичную, инновационно-восприимчивую разветвленную систему, действующую на основе государственной поддержки и саморегулирования в целях создания наиболее благоприятных условий и приоритета деятельности высокопрофессиональной, наиболее творческой части работников и различных структур.

В области сокращения персонала используются различные методы увольнения – «метод открытого окна», «метод селективного сокращения», «тактика запугивания» и другие.

К основным принципам инновационной деятельности относятся: свобода научного и научно-технического творчества, правовая охрана интеллектуальной собственности, интеграция научной, научно-технической деятельности и образования, поддержка конкуренции в сферах науки и техники, концентрация ресурсов на приоритетных направлениях научного развития, стимулирование деловой активности в научной, научно-технической и инновационной деятельности.

Основные принципы инновационного менеджмента могут быть логически разделены на пять группы [1]:

1. Создание атмосферы, стимулирующей поиск и освоение новшеств.
2. Нацеленность всей инновационной деятельности на потребителя.
3. Определение приоритетных направлений инновационной деятельности исходя из целей и задач фирмы.
4. Уменьшение числа уровней управления с целью ускорения процессов исследования, производства и сбыта.
5. Максимальное снижение сроков разработки и внедрения нововведений, организационных работ не по эстафетному принципу, а на основе параллельного решения задач.

Подводя итог, следует отметить, что инновационный менеджмент является управленческой деятельностью, ориентированной на получение нового положительного качества различных свойств (например, информационного, организационного, собственно управленческого) в результате разработки и реализации неординарных управленческих решений. Его основной задачей является управление инновационными процессами на любом уровне посредством их качественного и количественного изменения в результате применения адекватных методов организации и управления.

Библиографический список:

1. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент// Учебник для вузов. — 6-е изд. — СПб.: Питер, 2011. — 448 с.
2. Ильенкова, С.Д. Инновационный менеджмент //Учебник / Под ред. С. Д. Ильенковой, 3-е изд. перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2008 г. — 432 с.
3. Гугелев, А.В. Инновационный менеджмент: учеб./А.В. Гугелев.- Москва: Дашков и К, 2009.- С.285 – 331.

СЕКЦИЯ 16. ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 658.153

Заикина Н.А. Управление денежными потоками организации

Cash management organization

Заикина Наталья Александровна,

Студентка 4 курса, кафедра бухгалтерского учета, анализа и финансов Волжская государственная академия водного транспорта, г. Нижний Новгород

Zaikina Natalia Alexandrovna,

Student 4 courses, Department of Accounting, Analysis and Finance,
Volzhsky State University of Water Transport, Nizhny Novgorod

Научный руководитель:

Почекаева Ольга Вадимона, к.э.н., доцент бухгалтерского учета, анализа и финансов Волжская государственная академия водного транспорта,
г. Нижний Новгород

Scientific adviser: Pochekayeva O., PhD in conomics, Associate Professor of the
Department of Accounting, Analysis and Finance,
Volzhsky State University of Water Transport, Nizhny Novgorod

Аннотация: Эффективность деятельности предприятия напрямую зависит от организации системы управления денежными потоками, которая создается для выполнения тактических и стратегических планов предприятия, обеспечения платежеспособности и финансовой устойчивости, минимизации затрат на финансирование его хозяйственной деятельности, рационального использования источников финансирования. В статье рассмотрены подходы к анализу и управлению денежными потоками коммерческих организаций на материалах исследуемой организации, предложены пути максимизации денежных потоков.

Ключевые слова: анализ, управление, денежные потоки

Abstract: The efficiency of the enterprise's activity directly depends on the organization of the cash flow management system, which is created for the implementation of the company's tactical and strategic plans, ensuring solvency and financial stability, minimizing the costs of financing its economic activities, and rational use of funding sources. In the article approaches to the analysis and management of cash flows of commercial organizations on the materials of the organization are examined, ways of maximizing cash flows are suggested.

Keywords: analysis, management, cash flows

В последние годы в системе финансового управления предприятием всё большее внимание уделяется вопросам организации

управления денежными потоками предприятия, оказывающих влияние на конечные результаты его хозяйственной деятельности [1,2,4]. Управление денежными потоками коммерческой организации проводится на основании их анализа, источником информации для анализа являются формы бухгалтерской отчетности организации - бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и отчет о движении денежных средств [5,6,7]. Исследуемой организацией является ПАО «АМЗ».

Анализ коэффициентов платежеспособности предприятия, проведенный в таблице 1, показал что, предприятие не платежеспособно, так как в основном все коэффициенты ликвидности ниже нормативного значения.

Таблица 1

Анализ платежеспособности предприятия ПАО «АМЗ» за 2015-2016 гг.

Наименование	Норматив	2015 г.	2016г.	Изменение
Коэффициент текущей ликвидности	>2	1,54	1,50	-0,04
Коэффициент критической ликвидности	>0,8	1,14	1,02	-0,12
Коэффициент абсолютной ликвидности	>0,2	0,20	0,18	-0,02

За анализируемый период чистый денежный поток стал положительным, что означает появление у предприятия денежных средств. Расчет чистого денежного потока представлен в таблице 2.

Таблица 2

Анализ чистых денежных потоков ПАО «АМЗ» за 2015-2016 гг.

Показатели	2015 г.		2016 г.		Абсолютное изменение, тыс. руб.
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	
Чистый денежный поток от текущих операций	512562	-732,7	-201615	-64,8	-714 177
Чистый денежный поток от инвестиционных операций	-388053	554,7	-10330	-3,3	377 723
Чистый денежный поток от финансовых операций	-194466	278,0	522927	168,2	717 393
Чистый денежный поток за отчётный период	-69957	100	310981	100,0	380 938

В таблице 3 был проведен анализ денежных потоков от текущей деятельности.

Таблица 3

Анализ состава, структуры и динамики денежных потоков от текущей деятельности ПАО «АМЗ» за 2015-2016 гг.

Показатели	за январь-декабрь 2015 г.		за январь-декабрь 2016 г.		Абсол. измен., тыс. руб.	Темп изменения, %
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %		
Поступления-всего, в том числе:	15613872	100	11829020	100	-3784852	-24,24
от продажи продукции, товаров, работ, услуг	15215956	97,45	11634274	98,35	-3581682	-23,54
арендных платежей, лицензированных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей	56244	0,36	14141	0,12	-42103	-74,86
прочие поступления	341671	2,19	180605	1,53	-161066	-47,14
Платежи -всего,	-15101310	100	-12030636	100	3070674	-20,33

Показатели	за январь-декабрь 2015 г.		за январь-декабрь 2016 г.		Абсол. измен., тыс. руб.	Темп изменения, %
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %		
в том числе:						
Поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	-12263946	81,21	-8684044	72,18	3579902	-29,19
в связи с оплатой труда работников	-1595101	10,56	-2112832	17,56	-517731	32,46
процентов по долговым обязательствам	-294461	1,95	-272337	2,26	22124	-7,51
налог на прибыль	-84961	0,56	-116712	0,97	-31751	37,37
прочие платежи	-862841	5,71	-844711	7,02	18130	-2,10
Сальдо денежных потоков от текущих операций	512562		-201615		-714177	-139,33

Анализ показал, что в 2016 году по текущей деятельности предприятия обеспечен отрицательный поток денежных средств (в размере 202 млн. руб.), что свидетельствует о неэффективности и убыточности производственно-хозяйственной деятельности. Наглядно структуру поступлений и платежей от текущей деятельности можно посмотреть на рисунках 1 и 2.



Рисунок 1. Структура поступлений по текущей деятельности ПАО «АМЗ» в 2016 году



Рисунок 2. Структура платежей по текущей деятельности

В таблице 4 представлен анализ денежных потоков от инвестиционной деятельности организации.

Таблица 4

Анализ состава, структуры и динамики денежных потоков от инвестиционной деятельности ПАО «АМЗ» за 2015-2016 гг.

Показатели	2015 г.		2016 г.		Абсол. измен., тыс. руб.	Темп изменения, %
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %		
Поступления всего, в том числе:	125079	100	50031	100	-75 048	-60,00
от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам)	105000	83,95	50000	99,94	-55 000	-52,38
дивидендов, процентов по долговым	20079	16,05	31	0,06	-20 048	-99,85

Показатели	2015 г.		2016 г.		Абсол. измен., тыс. руб.	Темп изменения, %
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %		
финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях						
Платежи всего, в том числе:	-513132	100	-60361	100	452 771	-88,24
в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	-146162	28,48	-60211	99,75	85 951	-58,81
в связи с приобретением долговых ценных бумаг(прав требования денежных средств к другим лицам), предоставление займов другим лицам	-366970	71,52	-150	0,25	366 820	-99,96
Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций	-388053		-10330		377 723	-97,34

Проведенный анализ денежных потоков от инвестиционной деятельности показал, что от данного вида деятельности в 2016 году предприятие получило чистый денежный отток в размере 11 млн. руб., что не может быть рассмотрено как положительное изменение, но данный факт объясняется продолжительным сроком окупаемости капитальных вложений.

Наглядно структуру поступлений и платежей от инвестиционной деятельности можно посмотреть на рисунках 3 и 4.



Рисунок 3. Структура поступлений по инвестиционной деятельности ПАО «АМЗ» в 2016 году



Рисунок 4. Структура платежей по инвестиционной деятельности ПАО «АМЗ» в 2016 году

Проведенный в таблице 5 анализ денежных потоков от финансовой деятельности показал, что в 2016 году предприятие вело

эффективную финансовую деятельности по сравнению с 2015 г., так как сальдо денежных потоков увеличилось в 4 раза.

Таблица 5

Анализ состава и структуры денежных потоков от финансовой деятельности ПАО «АМЗ» за 2015-2016 гг.

Показатели	2015 г.		2016 г.		Абс. изменение, тыс.руб.
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	
Поступления-всего, в том числе:	397839379	100	342511138	100	-55 328 241
получение кредитов и займов	3132873	0,79	373164	0,11	-2 759 709
прочие поступления	394706506	99,21	342137974	99,89	-52 568 532
Платежи -всего, в том числе:	-398033845	100	-341988211	100	56 045 634
в связи с погашением (выкупом) векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	-3769811	0,95	-232147	0,07	3 537 664
Прочие платежи	-394264034	99,05	-341756064	99,93	52 507 970
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	-194466		522927		717 393

Наглядно структуру поступлений и платежей от финансовой деятельности можно посмотреть на рисунках 5 и 6.



Рисунок 5. Структура поступлений по финансовой деятельности ПАО «АМЗ» в 2016г.



Рисунок 6. Структура платежей по финансовой деятельности

Исходя из проведенного анализа денежных потоков был сделан вывод, что основной приток денежных средств в 2016 году предприятие получило по финансовой деятельности, что свидетельствует о том, что для удовлетворения потребностей своей производственной деятельности предприятие прибегало к заимствованиям денежных средств.

Как показал анализ имущества, предприятие имеет высокий уровень запасов, кредиторской и дебиторской задолженности, что сокращает скорость оборачиваемости капитала. В результате этого за рассматриваемый период 2015-2016 гг. наблюдается увеличение продолжительности операционного и финансового циклов. Расчет приведен в таблице 6.

Таблица 6
Расчёт продолжительности операционного и финансового цикла ПАО «АМЗ» за 2015-2016 гг.

Показатель	2015 год, дни	2016 год, дни	Изменение, дни	Темп роста, %
Период оборачиваемости запасов, Оз	79,74	102,6	22,87	128,67
Период оборачиваемости дебиторской задолженности, Одз	167,61	201,52	33,92	120,23
Период оборачиваемости кредиторской задолженности, Окз	159,25	188,64	29,4	118,46

Показатель	2015 год, дни	2016 год, дни	Изменение, дни	Темп роста, %
Продолжительность операционного цикла, Доц	247,34	304,13	56,79	122,96
Продолжительность финансового цикла, Дфц	88,1	115,49	27,39	131,09

На рисунке 7 видно, что денежные потоки ПАО «АМЗ» в 2016 году не сбалансированы.

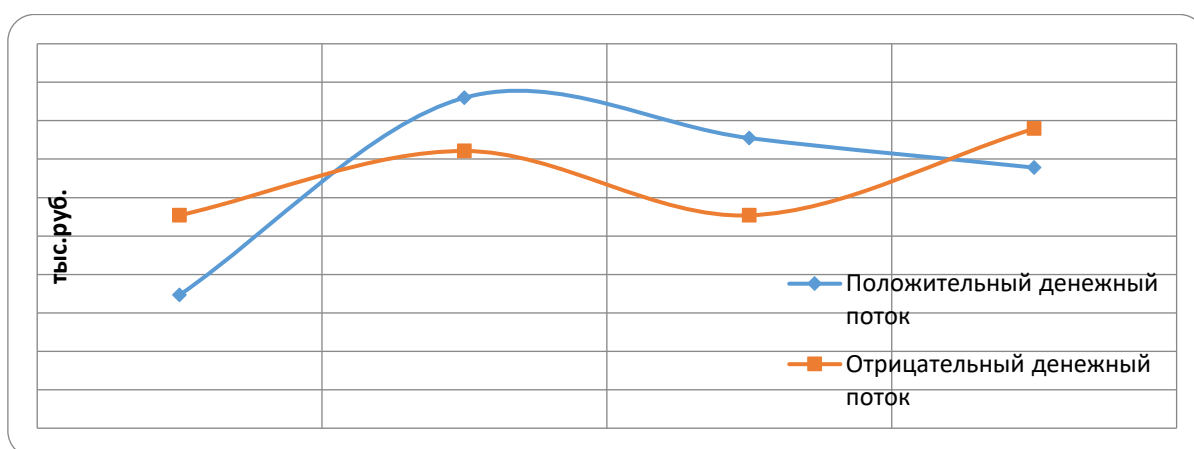


Рисунок 7. Сбалансированность денежных потоков ПАО «АМЗ» в 2016 году

По результатам проведенного исследования был предложен ряд мероприятий по совершенствованию управления денежными потоками.

Для улучшения сложившейся ситуации было предложено предоставление скидок при оплате без отсрочки платежа, что приведет к уменьшению дебиторской задолженности на сумму 234 млн. руб., и повлечет за собой сокращение периода оборачиваемости дебиторской задолженности, и как следствие приведет к сокращению операционного и финансового циклов. При этом высвобожденные денежные средства можно направить на погашение кредиторской

задолженности. Результаты прогнозных расчетов по внедрению данного мероприятия приведены в таблице 7.

Таблица 7

Расчёт эффективности от мероприятия по сокращению сроков поступления средств на счета предприятия ПАО «АМЗ» от дебиторов

Наименование показателя	Формулы для расчетов	2016 год
В– выручка, тыс. руб.	-	12846789
ДЗ– сумма дебиторской задолженности, тыс. руб.	-	7 787 328
Т– число дней рассматриваемом периоде, дн.	-	360
Тпог– период погашения ДЗ по данному виду расчетов, дн.	-	30
СС– себестоимость продукции, тыс. руб. в том числе	-	10483327
Зпер – переменные затраты, тыс.руб.	-	7784089
PR – чистая прибыль предприятия, тыс.руб.	-	331 434
Рзпер – рентабельность переменных затрат, %	$PR/Зпер$	4,26
р – ставка предоставляемой скидки дебиторам за поступление средств без отсрочки, %	-	3
Рм-ставка скидки за каждый месяц сокращения срока поступлений, %	$p*30/T$	0,25
р _{дн} – ставка скидки за каждый день ускорения расчетов с дебиторами от суммы, полученной досрочно, %	p/T	0,01
10. Запас прочности для ускорения расчетов, %	$p-R_m$	2,75
S – сумма уменьшения долга (экономия) дебиторов от поступлений без отсрочки, тыс. руб.	$ДЗ*p/100$	233619,84
S _{дн} – сумма уменьшения долга дебиторов за каждый день сокращения срока возврата платежей, тыс. руб.	$(ДЗ*p)/(T*100)$	648,94
Рдоп-дополнительная прибыль предприятия от суммы поступления без отсрочки, тыс. руб.	$((ДЗ-S)*R_{зпер}/100)-S$	88004,91
Рдоп.дн-дополнительная прибыль, полученная за каждый день сокращения сроков поступления средств на счета предприятия, тыс. руб.	$((((ДЗ-S)*R_{зпер})/(T*100))-S_{дн})$	244,46

При анализе имущества также установлено, что организация имеет финансовые вложения, не приносящие доход. Для сбалансированности денежных потоков во времени было предложено продать паи и акции на сумму 649 890 тыс. руб., по которым проценты (дивиденды) не выплачивались на протяжении 2х лет. Внедрение предложенного мероприятия приведет к увеличению чистого денежного потока ПАО «АМЗ» на сумму 650 млн. руб. Реализация данных объектов также способствует увеличению денежных потоков, расчет приведен в таблице 8.

Таблица 8

Влияние мероприятия по продаже части финансовых вложений на чистый денежный поток, тыс.руб.

Наименование показателя	2016 г.	2015 г.
Денежные потоки от текущих операций		
Поступления	11829020	15613872
Платежи	-12030636	-15101310
Сальдо денежных потоков от текущих операций	-201616	512562
Денежные потоки от инвестиционных операций		
Поступления	699921	125079
Платежи	-60361	-513132
Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций	639560	-388053
Денежные потоки от финансовых операций		
Поступления	342511138	397839379
Платежи	-341988211	-398033845
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	522927	-194466
Сальдо денежных потоков за отчётный период	960871	-69957

Полученный чистый денежный поток и избыток денежных средств во II и III квартале были распределены таким образом, что

удалось устранить платежный недостаток в I и IV квартале. Влияние данного мероприятия можно посмотреть на рисунке 8.

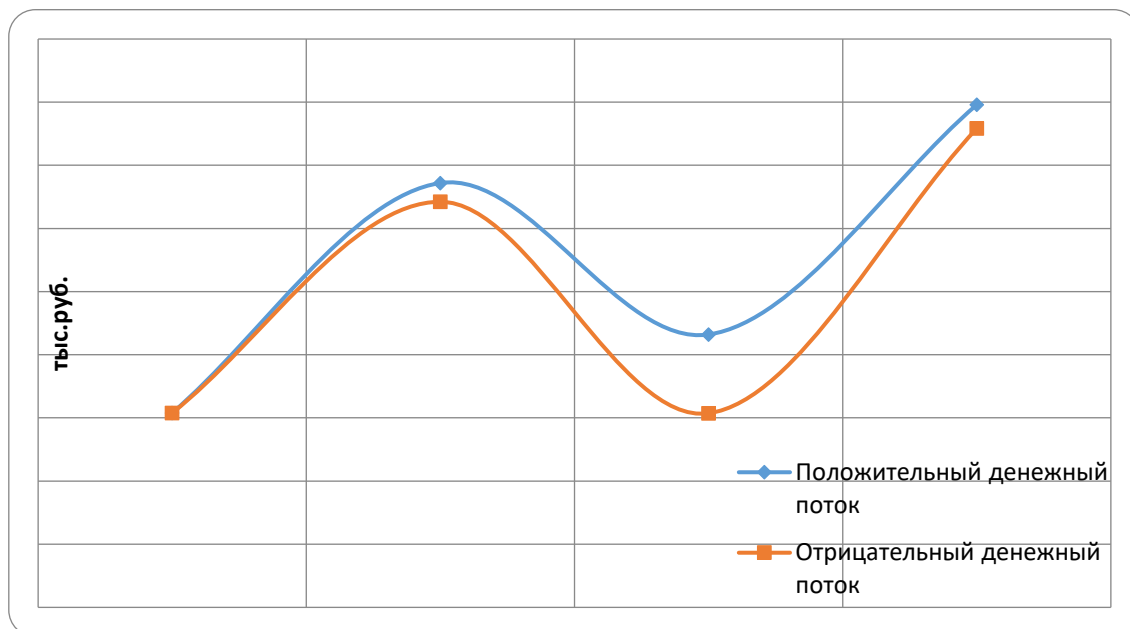


Рисунок 8. Влияние мероприятия по перераспределению полученного денежного потока на его сбалансированность

Таким образом, предложенные мероприятия способствуют увеличению денежных потоков и их синхронизации.

Библиографический список:

1. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский –М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 240 с.
2. Бланк, И.А. Финансовый менеджмент: учеб.курс.-2-е изд. перераб. и доп. –К.: Эльга, Ника- Центр, 2004. – 656 с.
3. Брусов, П. Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 232 с.

4. Кузнецова, И.Д. Управление денежными потоками предприятия: учебное пособие; под ред. А.Н.Ильченко / Иван. гос. хим.–технол. ун-т. – Иваново, 2008. –193 с.

5. Карпова, Т. П. Учет, анализ и бюджетирование денежных потоков: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» специальности (профилю подготовки) «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Т. П. Карпова, В. В. Карпова. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. – 302с.

6. Мельник, М.В. Комплексный экономический анализ: учебное пособие / М.В Мельник., С.Е Егорова, Н.Г. Кулакова и др. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 352 с.

7. Тимофеева, Т.В. Анализ денежных потоков предприятия: учеб. пособие /Т.В. Тимофеева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. – 368 с.

СЕКЦИЯ 17. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 338. 24(075)

Бородай В.А. Форсайт как техника принятия решений в туристской сфере в условиях неопределенности

Foresight as a technique of decision-making in the tourism sphere in conditions of uncertainty

Бородай Владимир Александрович,
доктор социологических наук, профессор
Донской государственный технический университет
г. Ростов-на-Дону, Россия

Borodai Vladimir Alexandrovich,
Doctor of Sociology, Professor
Don State Technical University
Rostov-on-Don, Russia

Аннотация: В статье рассматривается проблема принятия решений в условиях неопределенности. Показана технология использования механизма форсайт в туристской индустрии, ее возможности при формировании стратегического образа отрасли. Форсайт включает в себя множество текущих задач: исследование текущего положения, интервью с экспертами, прогнозирование, изучение сценариев и другие процессы, позволяющие в итоге выработать свод рекомендаций, которые могут стать началом новой технологической политики в отрасли.

Ключевые слова: Прогнозирование, неопределенность, бизнес-процесс, политика, частно-государственное партнерство, конкурентоспособность.

Abstract: The article considers the problem of decision-making under conditions of uncertainty. The technology of using the foresight mechanism in the tourist industry, its capabilities in the formation of the strategic image of the industry is shown. Foresight includes many current tasks: a study of the current situation, interviews with experts, forecasting, scripting, and other processes, which ultimately lead to a set of recommendations that can be the beginning of a new technology policy in the industry.

Keywords: Forecasting, uncertainty, business process, politics, public-private partnership, competitiveness.

Пока одни интеллектуалы демонстративно возмущаются, называя форсайт новоявленной чушью, другие увлеченно работают над конструированием будущего. В чем выигрывают те, кто знает грядущее

наперед, и чем поможет бизнесу понимание ландшафта изменений и системное мышление? Наверняка выгода бизнеса будет заключать в приобретении элементов синергии. А, как известно, основным принципом синергетики выступает выделение таких степеней свободы, которые могли бы играть роль параметров порядка, подчиняющихся, подстраивающихся по себе остальные степени свободы [1].

Вынося тему за рамки узкого профессионального сообщества, мы часто сталкиваемся с тем, что форсайт и как термин, и как явление, вызывает искреннее непонимание и кажется чем-то непостижимым для человека, не имеющего прямого отношения к таким исследованиям. На самом деле уловить общую идею не так уж сложно. Стоит начать с определения. Если говорить кратко, это техника и способ формирования образа будущего. Необходимость в форсайтах появилась с ростом неопределенности: для государства, для корпоративных игроков, компаний. В своих попытках разработать стратегию действий они сталкиваются с множеством факторов, которые невозможно учесть при экстраполяционном прогнозировании. При этом им необходимо опереться на какие-то ориентиры, точки, картины будущего. В этой ситуации кроме традиционного набора сценариев стратегического развития нам потребуются составленные заранее и рассчитанные на вероятные кризисные или опасные ситуации практические планы конкретных действий [2]. Для успешного выполнения этой задачи важно зафиксировать образ будущего, в данном случае – туристской индустрии, через десять-двадцать лет. Чтобы уже сейчас увидеть, какой будет эта индустрия, необходимо определить, что ляжет в ее технологическую основу. Поэтому, необходимо сконцентрироваться на том, чтобы понять, какие группы

технологий будут массово применены и составят фундамент будущей туристской индустрии. Весь этот процесс называется форсайтом, и включает в себя множество текущих задач: исследование текущего положения, интервью с экспертами, прогнозирование, изучение сценариев и другие процессы, позволяющие в итоге выработать свод рекомендаций, которые могут стать началом новой технологической политики. Для того чтобы добиться успеха в этой необъятной сфере, необходимы многие качества, которые следует вырабатывать – мало кто с ними рождается [3]. Весьма вероятно, она будет затем принята на государственном уровне.

Хотя проект еще не окончен, уже сейчас текущие результаты позволяют нам сказать много нового о российской туристской индустрии. Она имеет свою особенность: в логику создания системы управления для нее много десятилетий назад был заложен межотраслевой принцип, искусственно объединяющий различные сферы деятельности как объекты управления. В то же время, ни технологические цепочки, ни рынки технологических решений невозможно привязать к какой-то конкретной сфере, они, как мы уже отметили, носят межотраслевой характер. Поэтому современной задачей становится отбор групп технологий, которые актуальны для всех или хотя бы для групп, так называемых кросс-секторальных технологий, но, конечно, с упором на средне- и высокотехнологичные области применения.

Главная задача заключается в переводе понимания того, какие технологии будут актуальны, на межотраслевой уровень управления. Как показывает практика, для этого потребуется время, потому что у представителей различных секторов иногда диаметрально

противоположные суждения о том, какой должна быть национальная туристская и технологическая политика. Общее, что их объединяет, это понимание того, что из анализа целей, которые ставят компании, становится очевидно, что у многих из них видение развития лежит в плоскости поиска возможностей роста – новых продуктах, новых рынках и других новых проектах [4]. Некоторые отрасли выступают за протекционизм и жесткую защиту рынка, другие, наоборот, хотят видеть глобальный рынок и открытую конкуренцию. Однако для запуска процесса технологического обновления и инноваций по всей стране план действий для всей сферы должен быть единым, поэтому приоритеты отдельных секторов перестают быть первостепенными. Им не так легко с этим смириться, ведь каждый развивался по собственному сценарию, а теперь они должны учитывать интересы друг друга. Это необходимо, чтобы новая технологическая политика была успешной.

Поскольку в России порядка двадцати лет вообще не было технологической политики для сферы туризма, мы должны получить перечень проектов и приоритетных направлений, где государству необходимо в ближайшее время сконцентрировать свои ресурсы [5]. Это должны быть приоритеты, связанные с территориальным развитием регионов и проекты по поддержке конкретных видов туризма. При этом следует учитывать возможности кластерного подхода. На этом область применения результатов проводимых исследований не заканчивается. Безусловно, эффекты форсайта гораздо шире: они затрагивают не только государственную политику, но и сложение частно-государственных коалиций. Следующим шагом,

например, станет определением того, какие игроки готовы включиться в эту программу: туристские компании, разработчики, бизнес.

Туристские сектора ставят перед исследователями дополнительную задачу: в процессе работы необходимо учитывать их внутренние различия. При этом официальная статистика отсутствует, и мы делаем выводы, опираясь на результаты фрагментарных исследований. Например, интересные данные были собраны о самооценке компаний: в среднем, она довольно высокая. На вопрос: «На каком уровне находится проектирование технологий развития туризма, по вашим оценкам?», 30-40% компаний различных секторов отвечают, что они не уступают мировым аналогам. Около 30% говорят, что они в числе российских лидеров, а еще одна треть компаний признается в небольшом отставании от лидеров российского рынка и определяют свой уровень развития как средний. Но при анализе ответов на вопросы по конкретным технологическим решениям, очевидно, что они в ситуации отставания десяти-пятнадцати, а иногда и более лет от передовых компаний в мире. Это проявляется и в системе управления, и во взаимоотношениях с клиентами или с поставщиками технологий. Кроме того, двадцать лет – это очень много, фактически это несколько продуктовых циклов. Конечно, только правильного представления мало, чтобы ситуация начала меняться. Нужен еще тяжелый труд, но правильное представление – это обязательное условие для начала перемен [6]. У нас есть некоторые туристские компании, которые двигаются в правильном направлении, но разрыв между ними и их мировыми аналогами все же очень велик. Российская туристская индустрия получила уже несколько тревожных сигналов извне. Во-первых, в 2009 году произошел кризис, и хотя сейчас многие

отрицают пришествие «второй волны», мировая экономика большинству экспертов пока не внушает оптимизма. Кроме того, нет оснований считать, что глобальная ситуация не затронет и нас. Во-вторых, в 2010 году мы прошли историческую точку – обозначился дефицит кадров. Структурная безработица – явление не новое, но с 2010 года в отдельных туристских секторах спрос превышает предложение. И конечно, третий сигнал – это вступление в ВТО, которому в России многие долго сопротивлялись именно потому, что могут потерять преференции и стать неконкурентоспособными. Тем не менее, представители отечественной туристской индустрии продолжают заявлять об успехах.

Важность проведения исследований и анализа тенденций развития туристской сферы необходимая и важная работа всех участников сферы туризма. Развитие туристской деятельности - один из наиболее важных и перспективных направлений структурной перестройки экономики. Сложно, почти невозможно не ошибаться, если ты что-то делаешь. Поэтому кризис – а это как раз и есть самое яркое выражение того, что что-то в деятельности бизнеса было не так, – это возможность, разобрав ситуацию и осознав ошибки, исправить их. То есть оптимизация – это новая возможность сделать правильный эффективный бизнес [7]. Зарубежный и отечественный опыт показывает, что исследования темпов развития данной сферы являются очень важными. С этой целью специалисты должны разбираться с различными видами и требованиями к информации, ее источниками, уметь определить преимущества, выбрать наиболее эффективный способ проведения исследования для получения достоверных, своевременных данных о товарах, услугах, конкурентов и принятия

обоснованных решений в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

Процесс внедрения исследований типа мониторинга на предприятиях туристической индустрии должен иметь четкую направленность, последовательность, определение подразделений в выполнении заданий и их функций.

Цели анализа могут быть многовариантными:

- экономическими (получение прибыли, снижение себестоимости);
- экологическими (обеспечение мест отдыха в экологически привлекательных зонах);
- маркетинговые (изучение спроса, потребностей, потенциальных клиентов и их удовлетворение, исследование мотивов клиентов в получении услуг, выход на новые сегменты рынков). Например, известно, что важной детерминантой потребительского поведения является информированность покупателя. В силу постоянного увеличения количества доступных на рынке товаров и услуг и обновления качественных характеристик товаров величина информированности, определяемая как отношение информации, которой обладает средний человек, к общей доступной информации, уменьшается [8].

Эффективность исследований типа анализа в значительной мере зависит от использования источников информации. Обычно маркетологи используют официальные каналы. Достаточно весомой и результативной является информация о конкурентах, полученной в результате наблюдений, анкетирования, бесед с потребителями, посетителями, поставщиками, посредниками, работниками

конкурирующих фирм, а также со специалистами на конференциях, семинарах, выставках, презентациях. Важны сведения о конкурентах, полученные из материалов отчетов, докладов, информационных и рекламных сообщений. В последние годы развитие современных технологий дало возможность использовать среду Internet. В сети есть возможность проанализировать цены и спрос на авиабилеты, определенные туры и даты для отдыха в отдельных регионах.

Современные ученые предлагают в процесс анализа включить еще три процедуры:

1) определение показателей, характеризующих состояние предприятия, анализ их влияния на экономический, финансовый и социальный статус;

2) отработка механизма влияния на экономические процессы, которые реально протекающих в регионе с целью создания нормальных условий для функционирования субъектов малого бизнеса ;

3) подготовка мероприятий и предложений региональным органам госадминистрации и местного самоуправления по корректировке деятельности, направленной на развитие малого предпринимательства.

В совокупности все показатели дадут возможность определить конкурентные позиции производителя - конкурента и определить тактику конкурентной борьбы.

Сейчас, поставив перед собой задачу технологического обновления в туристской сфере, мы не всегда говорим только о передовых, супер-прорывных технологиях, скорее о «догоняющей логике». Как известно, любая компания, хоть немного выросшая из

масштабов мелкого бизнеса, неизбежно бюрократизируется - иначе ситуацию в компании под контролем не удержать [9], что является сдерживающим элементом в развитии. Но и в этом ключе может происходить развитие, если присутствует знание о том, по какому пути оно идет, и ведется анализ прошлого опыта. Здесь, в свою очередь, существует определенная специфика: чтобы обеспечить догоняющее развитие, необходимо сокращать время прохождения пути и синтезировать как можно больше чужого опыта. В качестве примера можно привести экологическую направленность всех сфер туристской тематики. Сама идея уже не нова, в мире этим занимаются давно, и наработано огромное количество практики. Сначала это сделали в Японии, затем в Америке, связав весь японский опыт, затем в Европе, переработав, в свою очередь, опыт и американцев, и японцев. Для перехода на экологическую тему пришлось переобучать специалистов всех уровней, вводить новые стандарты, чтобы выстроить принципиально новую идеологию работы, а это долгий путь, особенно в отношении людей.

Очень важный момент также заключается в том, что наши компании не решают не только проблему реального инновационного рывка. На данном этапе они должны, как минимум, обеспечить себе базис. Форсайт как раз может способствовать решению этой задачи, потому что он всегда является первым шагом в любом процессе, в основе которого лежит стратегия. Это некий ландшафт, который обозначает основные ориентиры будущего устройства мира. Просто на смену планам должно прийти представление об оптимальном состоянии отрасли, рынка: необходимо вместе с сотрудниками создавать картинку будущего, формулировать, каким должен стать

бизнес компании [10]. Первоочередная задача для туристских компаний – выбрать свою нишу, ту точку в будущем, на достижение которой будет направлена внутренняя стратегия. Но сам ландшафт – это не путь, он не связан с программой, это лишь некая информация, формирующая определенность на будущее.

Сама программа строится уже поверх стратегии, с учетом имеющихся ресурсов, конкретных проектов, команды и других факторов. Форсайты, прогнозы, программы – это разные слои управления, и схема их взаимодействия уже давно устоялась. Кроме того, очень часто картина, которую мы получаем, может не соответствовать идеальному представлению какого-либо из заказчиков. Потому что они видят себя субъективно, а по итогам исследования оказывается, что их позиции в более крупном масштабе совсем не такие, как им казалось [11]. И тогда форсайт служит, кроме всего прочего, информацией для размышления: он заставляет продумывать действия в непредвиденных условиях, ведь по своей сути это одна из техник принятия решения в условиях неопределенности. Вопрос, как туристским компаниям обеспечить внутренний рынок – работа другого характера. Это уже предмет инновационной и научно-технологической политики.

Результат работы форсайтов проявляется и еще в одном аспекте – вынесении всего списка проблемных вопросов в публичное поле. То, что о предмете такой работы стали думать и говорить большое количество экспертов, управленцев – уже большое достижение. Раньше у компаний и экспертов не было такой специальной площадки, где они могли бы совместно размышлять, озвучивать внутренние проблемы туризма, формулировать запросы. Это уже процесс

коммуникационный, когда он запускается, специалисты не просто обсуждают видение будущего, но и предлагают возможные варианты того, как дальше работать с имеющимися проблемами и становиться конкурентоспособными. А, быть конкурентоспособным сегодня и означает способность предприятий покинуть технологии «мелких лавочников» и перейти на индустриально-системные предупредительные и количественные начала [12]. Именно это общее видение помогает сформировать единое направление, которое может обеспечить технологический прогресс в туристской индустрии на уровне страны.

Библиографический список:

1. Минасян Л.А., Бородай В.А. Паллиативные проблемы синхронизации целей сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 5 (99). С. 3.
2. Бородай В.А. Стратегическое управление в сервисе как операционный бизнес-процесс в условиях многофакторной стратегической модели // Бизнес технологии в России: теория и практика., материалы IV междунар. науч.-практ. конф., Саратов. 2016. Издательский дом «Академия бизнеса». - С. 6-10.
3. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
4. Бородай В.А. Стратегические ловушки роста // Инновации социальные и экономические: вызовы и решения. – Ростов-на-

Дону: Донской государственный технический университет. 2014. С. 103-105.

5. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.

6. Бородай В.А. ИмPLICITный характер функций организационного развития сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 42.

7. Безуглова М.Н., Бородай В.А. Диллема оптимизации – делать вещи правильно или делать правильные вещи // В сборнике: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА Материалы III международной научно-практической конференции. 2014. С. 15-18.

8. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Социальные коммуникации в сфере рыночного обмена // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 156-158.

9. Бородай В.А. Эволюция системы управления сервисом в XXI веке: конгруэнтность искусственного интеллекта и творчества // Наука сегодня: постулаты прошлого и современные теории: V межд. научно-практическая конф. 2016. С. 3-7.

10. Бородай В.А., Дудкина О.В. Альтернативы гомогенизации системы мотивирования персонала сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 30.

11. Бородай В.А. Торговля в современном обществе: социально-институциональный анализ: моногр. – Ростов-на-Дону.: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. -332 с.

12. Савченко А.Б., Бородай В.А. Формирование будущего – проектирование устойчиво функционирующих бизнес процессов // Научно-исследовательская и инновационная деятельность в России. Актуальные вопросы теории и практики. - Саратов: ЦПМ Академия бизнеса. 2016. С. 61-64.

УДК 338.24

Фидря И.Н. Формирование спроса на инновацию как альтернатива парадигме жесткой конкуренции

Formation of demand for innovation as an alternative to the paradigm of fierce competition

Фидря Иван Николаевич,

Кандидат экономических наук, доцент
Донской государственной технической университет
г. Ростов-на-Дону, Россия

Fidrya Ivan Nikolaevich,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Don State Technical University
Rostov-on-Don, Russia

Аннотация: В статье рассматриваются тенденции формирования новых моделей эффективных взаимоотношений и достижения результатов в различных сферах предпринимательской деятельности. Показано, что в прошлом преобладал так называемый агрессивный маркетинг, однако к концу 20-го века самым популярным и результативным оказался «социально-этичный маркетинг». Этот подход учитывает не только интересы человека, но также и окружающей среды, и даже, в какой-то степени - социума, нации и мира. Делается вывод о том, что если мы хотим преуспеть, и «продвинуть» цивилизацию вперед, а не просто подраться за «кусочек пирога», то нужно решиться искать новый «Голубой океан». То есть необходимо научиться выходить за существующую конкурентную среду, и совершать инновационный прорыв.

Ключевые слова: Неопределенность, устойчивое развитие, конкуренция, инновация, ценность, смысл.

Abstract: The article considers the tendencies of formation of new models of effective mutual relations and achievement of results in various spheres of entrepreneurial activity. It is shown that so-called aggressive marketing prevailed in the past, but by the end of the 20th century, the most popular and effective was "social and ethical marketing." This approach takes into account not only the interests of the individual, but also the environment, and even, to some extent - the socium, the nation and the world. It is concluded that if we want to succeed and "advance" the civilization forward, and not just fight for a "piece of pie", then we need to decide to look for a new "Blue Ocean". That is, it is necessary to learn to go beyond the existing competitive environment, and make an innovative breakthrough.

Keywords: Uncertainty, sustainable development, competition, innovation, value, meaning.

Вторая половина 20-го века была отмечена появлением интересных теорий и моделей развития человеческой цивилизации.

Также появились новые модели эффективных взаимоотношений и достижения результатов в различных сферах - предпринимательстве, политике, творчестве, и так далее. Это и понятно, так как в современных экономических условиях многие руководители стремятся обеспечить устойчивое развитие собственных компаний [1]. Несмотря на отличия этих моделей, все они говорят о существовании некоего вектора развития человека и человечества, говорят о поступательном движении от стадии к стадии. Отметим хотя бы классификацию различных видов маркетинга, данную Филиппом Котлером. В прошлом преобладал так называемый агрессивный маркетинг, использовавший принцип «цель оправдывает средства», или «главное - вынуть деньги из кармана клиента, а там - гори всё синим огнём». Однако к концу 20-го века маркетинг в своём развитии прошёл пять стадий, и в итоге самым популярным и результативным оказался «социально-этичный маркетинг», в чём-то прямо противоположный агрессивному варианту [2]. Этот подход учитывает не только интересы человека, но также и окружающей среды, и даже, в какой-то степени - социума, нации и мира.

Основываясь и на этом, и на других широко известных примерах (из менеджмента, образования, политики и т.д.), можно сказать, что мир всё больше берёт на вооружение принципы интеграции, кооперации, открытости, свободы и творчества, коммуникативного взаимодействия. И это дает серьезные преимущества компаниям в конкурентной борьбе. Только благодаря развитию информационных технологий компания получает статус современной и актуальной, может участвовать в глобальных конкурсах и процессах, иметь унифицированную структуру данных, каналов распределения

информации и рассматривается корпорациями в качестве стратегического партнера [3]. Очень интересно, что идеи, открываемые разными людьми в разное время, и, на первый взгляд, не связанные между собой, в реальности имеют много общего.

Книга Чан Кима и Рене Моборн «Стратегия Голубого Океана» - одно из наиболее ярких творений аналитиков и исследователей сферы бизнес-процессов на рубеже 20-21 веков. Она сравнима с такими бестселлерами бизнес-литературы как «Построенные навечно» и «От хорошего - к великому» Джима Коллинза. Книга о Стратегии Голубого Океана, в отличие от названных, не столько касается отличительных черт выдающихся организаций, сколько важности для любой компании находить бесконкурентные сферы развития. На этапе анализа рассматриваются внешние и внутренние условия, влияющие на деятельность предприятия, оценивается степень влияния этих факторов на показатели, которые планируются. Постановка альтернативных задач, с одной стороны, является результатом анализа, а с другой - требует многовариантности расчетов [4]. Это не только выгодно компаниям, но и прогрессу человечества в целом.

Чан Ким делит рынки на две разновидности - «Красные океаны» и «Голубые океаны». «Красные океаны» полны конкурентной борьбы. В них льётся кровь и выживают сильнейшие, подавляя тех, кто слаб. «Голубые океаны» - это совершенно новые рынки, о существовании которых, до их открытия, люди просто не подозревали, пока не появились их первооткрыватели. Соответственно, в них нет никакой конкуренции. И в зависимости от размера океана, бесконкурентный и низкоконтентный периоды могут длиться до 10 лет, и даже больше.

Одним из приводимых в книге примеров создания (или открытия) Голубого океана является новаторская программа цирка «Дю Саллей». Этот цирк во время экономического спада в своём сегменте рынка полностью пересмотрел и клиентскую базу, и идею цирковых представлений. В итоге появился некий фантастический сплав цирка и театра, который открывал и организаторам и зрителям неожиданные и замечательные возможности. С одной стороны компания смогла снизить издержки, а с другой - поднять цены на билеты.

Другой пример - созданный в своё время первый домашний компьютер «Эппл-2». Забавно, что за два года до этого события Кен Олсен, президент DEC говорил, что человеку совсем незачем иметь дома компьютер. Иными словами, лидеры рынка в то время не видели перспективы в создании домашних компьютеров. Ситуацию усугубило то, что выпущенный компанией MITS («ЭмАйТиЭс») первый персональный компьютер Altair-8800 совершенно не оправдал ожиданий. Сейчас понятно, что провал «Альтаира» на рынке произошёл из-за непродуманного маркетинга. Этот компьютер не имел ни дисплея, ни жёсткого диска; ввод информации происходил переключением тумблеров, а вывод информации - миганием лампочек. Конечно, мало кому захочется иметь дома такое неудобное устройство. Главное в этой истории то, что никто не увидел в рынке персональных компьютеров нового Голубого океана, однако этот океан существовал. Мало того, размер океана, как оказалось, превзошёл все самые смелые предположения. Как мы видим, реализация потенциальных возможностей зависит от эффективности отобранных средств, а этот выбор, в свою очередь, определяется адекватной диагностикой

проблемы [5]. Неудивительно, что после того прорыва, компания «Эппл» долго удерживала лидирующие позиции в отрасли, и продолжает это делать, с переменным успехом, до настоящего времени.

В книге Чан Кима рассматриваются многочисленные примеры создания стратегий «Голубых океанов» в самых разных отраслях промышленности и предпринимательства. Основная же идея книги заключается в том, что если мы хотим преуспеть, и «продвинуть» цивилизацию вперёд, а не просто подраться за «кусочек пирога», то нужно решиться искать и найти новый «Голубой океан». То есть нам нужно научиться выходить за существующую конкурентную среду, и совершать инновационный прорыв. Это может быть нелинейный характер развития компании, который часто подчеркивает свою слабость, зависимость и неспособность управлять ситуацией, но, зачастую оказывается эффективнее активной и агрессивной стороны [6]. Собственно, одна из ключевых фраз в стратегии «Голубых океанов» - это «инновация ценности».

Это мышление созвучно и высказываниям Гая Кавасаки, одного из ведущих «евангелистов» компании «Эппл», о том, что главное в предпринимательстве и в корпоративной стратегии - это создание ценности или смысла («Making Meaning»). Также идея стратегий «Голубых океанов» замечательно реализует концепцию «Победа/Победа» (“Win/Win”), которая способна дать любой компании отличные возможности. По-сути, концепция “Win/Win” может означать именно уход из сферы конкуренции в сферу взаимовыгодных процессов.

Итак, к концу 20-го, началу 21-го века люди открывают идею о том, что самое лучшее для успеха - это создание бесконкурентной среды, открытие стратегии «Голубого океана».

Голубые океаны представляют собой все неизвестные рыночные пространства, все отрасли производства, которые сегодня не существуют.

Голубые океаны подразумевают создание спроса, а не борьбу за него. Соответственно не актуальна здесь и конкуренция. Ее просто нет, поскольку создается нечто новое, невиданное. Противоположностью голубых океанов являются красные океаны, где подразумевается жесткая конкуренция в уже существующем рыночном пространстве, использование уже имеющегося спроса.

Существует два способа создания стратегии «Голубого океана».

Первый - формирование абсолютно новой отрасли. К примеру, Аукцион «eBay» в свое время стал началом развития целой индустрии онлайн-аукционов.

Но, все же, в большинстве случаев стратегия «Голубого океана» создается внутри «Красного океана». К примеру, в то время когда уже активно продавались автомобили, концерн «Крайслер» придумал и стал выпускать минивэны, легковые машины большой вместительности.

«Голубой океан» - это не всегда технологическая инновация. Конечно, передовые технологии активно участвуют при создании голубых океанов, но это отнюдь не решающий фактор. Часто нечто новое создают лидеры определенной отрасли. Просто на смену планам должно прийти представление об оптимальном состоянии отрасли, рынка: необходимо вместе с сотрудниками создавать картинку

будущего, формулировать, каким должен стать бизнес компании [7]. Причем, чаще всего в пределах своего основного бизнеса. Однако есть случаи, когда голубые океаны создавались новичками в каком-то конкретном направлении. К примеру, всемирно известная компания DELL в 90-е году 20 века стала производить домашние компьютеры непосредственно под заказ клиентов.

Стратегия «Голубых океанов» - мощное оружие, которое способно создать бренды, живущие десятилетиями.

Она подразумевает под собой:

- создание нового неоспариваемого рыночного пространства;
- создание нового спроса и его полный захват,
- полное отсутствие конкуренции;
- нейтрализация компромисса цена-качество.

Компания, которой удается создать «Голубые океаны», обычно на 10-15 лет обеспечивают себя достойной прибылью. Компании-лидеры в своей отрасли все чаще будут играть роль агрегаторов, аккумулируя большую часть запросов от клиентов разного уровня готовности [8].

Если сравнивать стратегии «Красного океана» и «Голубого» океана можно заметить, что:

1) В первом случае конкуренция имеется в существующем рыночном пространстве, а в «Голубом» наоборот, создается неоспариваемое рыночное пространство.

2) В стратегии «Красного океана» происходит конкурентная война. Практически все проблемы бизнеса связаны либо с отсутствием стратегии, либо с уходом от выбранной когда-то стратегии в погоне за

тактическими успехами [9]. В то время как при стратегии «Голубого океана» конкуренция несущественна.

3) В стратегии «Красного океана» используется существующий спрос, а при стратегии «Голубого океана» создается и формируется новый спрос.

4) В первом случае бизнес находит компромисс между ценой и качеством, а при стратегии «Голубого океана» происходит разрушение компромисса между ценой и качеством.

5) В стратегии «Красного океана» осуществляется выстраивание всей деятельности компании согласно стратегии дифференциации или низкой цены [10], в то время как при стратегии «Голубого океана» выстраивание всей деятельности компании, следуя дифференциации и низкой цене

Но, все же, большинство компаний предпочитают вести сражение на уже существующих рынках по стратегии «Красных океанов».

По результатам проведенных учеными исследований, около 80% проектов компаний направлено на улучшение действующих предложений. А остальные – на создание новых отраслей и рынков. Почему так происходит? Прежде всего, компании предпочитают получать гарантированный доход, который приносят им «Красные океаны». Создание «Голубых океанов» требует значимых капиталовложений, при этом, когда начнет поступать прибыль, и вообще, начнет ли она поступать, неизвестно [11]. Поэтому чаще всего компании совмещают в себе работу по стратегиям «Красных океанов» со стратегией по созданию «Голубых океанов».

Библиографический список:

1. Минасян Л.А., Бородай В.А. Паллиативные проблемы синхронизации целей сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 5 (99). С. 3.
2. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.
3. Borodai V.A. Innovative technology - a strategic approach to corporate business travel // International conference on modern researches in science and technology: materials of the I international research and practice conference January 31th, 2017, Berlin, Germany: Scientific public organization "Professional science", 2017. 711 p.
4. Бородай В.А., Дудкина О.В., Алгоритм планирования в туризме как форма экономического влияния на результаты деятельности// В сборнике: ПОДВОДЯ ИТОГИ ГОДА. ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ, СОЦИОЛОГИИ, ФИЛОСОФИИ, ИСТОРИИ, ЭКОНОМИКИ Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор А.А. Зарайский. 2016. С. 22-25. (Саратов)
5. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах.- М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
6. Бородай В.А. Преимущества нелинейных стратегий эффективных коммуникаторов в сервисной деятельности // Наука

сегодня: постулаты прошлого и современные теории. - Саратов: Академия бизнеса. 2016. С. 7-11.

7. Бородай В.А., Дудкина О.В. Альтернативы гомогенизации системы мотивирования персонала сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 30.

8. Бородай В.А. Формирование сервисной бизнес-модели во взаимоотношениях крупного и малого бизнеса // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики. - Саратов: Академия бизнеса. 2016. С. 32-35.

9. Безуглова М.Н., Бородай В.А. Диллема оптимизации – делать вещи правильно или делать правильные вещи // В сборнике: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА Материалы III международной научно-практической конференции. 2014. С. 15-18.

10. Бородай В.А. Торговля в современном обществе: социально-институциональный анализ: моногр. – Ростов-на-Дону.: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. -332 с.

11. Бородай В.А., Петренко А.С. Бенефиты талантливым работникам – фундамент лояльности в сервисной компании // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики. - Саратов: ЦПМ Академия бизнеса. 2016. С. 25-28.

УДК 331.101

Боброва Д.В. Условия успешного внедрения западной управленческой технологии МВО в российских компаниях

Conditions for successful implementation of Western management MBO technology in Russian companies

Боброва Дарья Викторовна,

студентка,

Северо-Кавказский федеральный университет

Bobrova Daria Viktorovna,

student

North-Caucasus Federal University

Мараховская Галина Самвеловна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента

Северо-Кавказский федеральный университет

Marakhovskaya Galina Samvelovna

Candidate of economic sciences, associate professor the chair "Management"

North-Caucasus Federal University

Аннотация: В статье рассматривается западная управленческая технология «Управление по целям» (МВО), рассматриваются условия для успешного внедрения технологии МВО в российских компаниях.

Ключевые слова: управление по целям, МВО, западная управленческая технология, внедрение МВО в российских компаниях.

Abstract: The article deals with western management technology "Management by objectives" (MBO), describes the conditions for the successful implementation of technology MBO in Russian companies.

Keywords: management by objectives, MBO, western management technology, implementation of MBO in Russian companies.

В современном мире наблюдается тенденция распространения западных управленческих технологий во многих странах, в том числе и в России. Для достижения наиболее результативного и эффективного функционирования компании становится недостаточно только практического опыта, нужны определенные технологии и методики, а также тщательно продуманный алгоритм управления компанией [1]. Так, одним из главных конкурентных преимуществ компаний в

современном обществе считаются передовые технологии управления предприятием. Сегодня российским компаниям необходимо рациональное использование западных управленческих технологий с учётом особенностей внешних и внутренних факторов России, другими словами – адаптация зарубежных управленческих технологий и методик.

Как правило, для развития любой компании необходимо наличие цели. Направленность на достижение поставленных целей считается главным вектором развития компании, а в случае жесткой конкурентной среды способствует выживанию [3].

Управление по целям (Management by Objectives или MBO) или известное еще как управление по результатам – это управленческая технология, ориентированная на достижение поставленных перед организацией целей, а также ведущая к максимальной ориентации на достижение определенных результатов. Данная технология связывает значимые аспекты менеджмента, такие: как стратегическое планирование, контроль, постановка целей (в том числе с помощью метода SMART), способы оценки и мотивации сотрудников.

Впервые технологию MBO описал американский ученый Питер Друкер в книге «The Practice of Management» в 1954 году. Он был заинтересован изучением советских пятилеток, и обратил внимание на то, что планы не всегда выполнялись по причине отсутствия ресурсов, вследствие чего он определил, что для успешной реализации цели необходимы всегда ресурсы и предложил новую управленческую технологию [2].

Технология MBO, разработанная и реализованная в западных концепциях менеджмента, безусловно, требует продолжительной

адаптации в современных российских условиях. В первую очередь стоит обратить внимание на затраты финансовых и временных ресурсов, а также на преодолении психологического сопротивления к нововведениям в устоявшихся системах отечественных компаний [4].

Применение МВО в российских компаниях все еще находится на начальном этапе и лишь начинает приобретать свою популярность. Несмотря на то, что некоторые компании приняли попытки применять принципы управления по целям, полноценное функционирование системы МВО, как это происходит на Западе, все еще не осуществимо полностью.

Выделяют некоторые условия, при которых возможна адаптация концепции МВО на российских предприятиях. Рассмотрим их далее.

Представители высшего руководства должны иметь желание применять технологию «Управления по целям». У сотрудников же должно быть доверительное отношение к руководству, так как они оценят пользу внедрения данной концепции позднее, а на начальном этапе они могут не признать данное новшество. У технологии МВО обязательно должна быть полная поддержка руководителей для успешного ее внедрения.

Рекомендуется, чтобы переменам подвергалась вся компания, что в свою очередь, даст максимальный результат. При постепенном внедрении, правильнее будет выделить часть сотрудников с минимальной зависимостью от подразделений, работающих в старом режиме. Данные мероприятия позволят получить структуре организации на средних уровнях иерархии определенную стабильность в целях подготовки инфраструктуры для закрепления ответственности за цели и показатели.

После того, как будет определена модель реформирования компании, должны быть согласованы цели верхнего уровня. Даже если эти цели будут несбалансированными, недоработанными – это лучше, чем не иметь совсем.

Компания, планирующая внедрение технологии МВО должна определить четкую и ясную стратегию достижения поставленных целей, предусматривая существующие ограничения. Если в компании уже существуют отработанные системы, технологии, стандарты работы – это будет большим преимуществом.

Нельзя забывать о том, что эффект от внедрения новой концепции управления потребует длительного периода времени, и достижение результата может затянуться на месяцы и даже годы.

Как и у рядовых сотрудников, у руководителей могут отсутствовать необходимые компетенции, поэтому так важно интенсивное обучение персонала на различных уровнях, проведение тренингов. Компетентность менеджмента среднего и высшего уровня чрезвычайно воздействует на систему «Управления по целям», которая выражена в качестве планирования, системном взгляде на компанию и процессы, в ней происходящие, умение делегировать полномочия, вовлекать в работу персонал, ставить задачи, контролировать их выполнение.

Нужно понимать, что технология МВО не должна использоваться как наказание, она должна быть способом стимуляции работников, в противном случае возможно сопротивление. Но и сами руководители могут оказывать сопротивление реализации программы, потому что в результате внедрения данной технологии увеличивается объем их канцелярской работы. Поэтому важную роль играет фактор

недостатка времени. Правильная расстановка приоритетов и эффективное управление временем способствуют успешному внедрению технологии МВО.

Несовершенством концепции МВО можно считать значительные затраты усилий, времени и ресурсов на ее адаптацию и внедрение. В связи с этим, нередко данная технология МВО внедряется в организации только частично, что очень уменьшает ее эффективность.

Внедрению технологии «Управления по целям» вначале необходима ревизия управления и введение следующих базовых инструментов управления: системы планирования, системы информирования, системы принятия решений, системы контроля и других. Большая часть российских компаний сегодня не готовы к полному введению технологии МВО, и по этой причине существует большое количество неуспешных попыток и соответственно негативных отзывов о системе «Управления по целям» руководителями предприятий.

Большинство компаний еще пребывают в стадии реформирования, и не имеется абсолютной ясности в отношении предстоящей стратегии и структурной модели. Следует заметить, что в подобной ситуации применять технологию «Управления по целям» возможно только в отдельных составляющих, относительно инвариантных к выбору стратегии и структурной модели. Системную работу в организации в целом при таких условиях лучше не проводить. Можно сформировать дерево целей верхнего уровня, но разложение его на более низкие уровни не даст реальной пользы, так как невозможно закрепить инфраструктуру ответственности. Главным результатом является реальная ответственность менеджера за

установленную цель и показатель. Когда цели верхнего уровня четко не сформированы, невозможно определить, какая цель будет ключевой и что должно стоять на вершине дерева целей [4].

Этапы постановки целей и контроля результатов необходимо совмещать с другими видами деятельности – прогнозированием, составлением бюджета и иными процессами. Проектирование и внедрение технологии «Управления по целям» должны быть внимательно спланированы. Требуется тщательно рассмотреть пути проектировки и внедрения системы и ее участников.

В целом, можно отметить что разработка, внедрение и налаживание технологии МВО требует большего количества времени, чем дальнейшее поддержание ее деятельности.

В целом внедрение технологии «Управления по целям» (МВО) увеличивает эффективность работы компании, с ее помощью происходит разграничение функций сотрудников, а также полномочий и ответственности, совершенствуется управленческая компетентность руководителей. Несмотря на возможное сопротивление на первоначальных этапах улучшается социально-психологический климат в структурных элементах организации.

Библиографический список:

1. Редникина М.С. Проблема адаптации зарубежных управленческих методик в современных российских компаниях // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. Ч. 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4163>.

2. Сапкулова Е. В. Концепция «управление по результатам»: особенности, принципы, актуальность для управления образовательными системами [Текст] // Теория и практика образования в современном мире: материалы Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). — СПб.: Реноме, 2012. — С. 82-86. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/21/1790/>.

3. Технология управления предприятием. Управление по целям (Management by Objectives) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mosresult.ru/Data/Articles-new/Management_by_objectives.html.

4. Управление по целям (Management by objectives) – система менеджмента в коммерческих и государственных организациях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.infinan.ru/menagment/upravlenie_po_celjam_sistema_menedzhmenta_v_kommercheskikh_i_gosudarstvennykh_organizacijakh_spb_2005_23_s_2.html.

УДК 33

Волошин А.В., Александров Ю.Л. Обзор методических подходов к оценке конкурентоспособности организаций

Overview of methodological approaches to assessing the competitiveness of organizations

Волошин Андрей Владимирович,
доцент кафедры Торгового дела и маркетинга
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»
Voloshin Andrey Vladimirovich,
Associate Professor, Department of Trade and Marketing
Siberian Federal University

Александров Юрий Леонидович,
д.э.н., профессор кафедры Экономики и планирования
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»
Aleksandrov Jury leonidovich,
Doctor of Economics, Professor, Department of Trade and Marketing
Siberian Federal University

Аннотация. В статье приводится обзор распространенных методических подходов к оценке конкурентоспособности организаций. Автор приводит обзор основных позиций авторов и систематизирует существующие методические подходы разделяя их на количественные и качественные.

Ключевые слова. Конкурентоспособность, методика оценки, количественные и качественные методы.

Abstract: The article provides an overview of common methodological approaches to assessing the competitiveness of organizations. The author gives an overview of the main positions of the authors and systematizes existing methodological approaches dividing them into quantitative and qualitative ones.

Keywords: Competitiveness, evaluation methodology, quantitative and qualitative methods.

Среди большого количества исследований, посвященных изучению методов оценки конкурентоспособности целесообразно выделить работы следующих авторов: Фатхутдинова Р.А., Пунгина И.В., Пунгиной В.С., Чайниковой Л.Н., Чайникова В.Н., Зотова Н.В., Подборновой Е.С., Толкачева Д.О., Захарченко В.И., Воронова А.А., О.В. Сливного, А.М. Короткова, Резника С.Д., Чаплину А.Н., Куимова

В.В., Белякову Г.Я., Терещенко Н.Н., Сулова Ю.Ю. и др [1, 6, 4, 5, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27]

Пунгин И.В., Пунгина В.С. [6], рассматривая прежде всего региональные аспекты конкурентоспособности, выделяют методические подходы, основанные на степени использования потенциала, рейтинге территории, эффективности управления, инвестиционной привлекательности, а также системный подход.

Горбунова В.С. [13] проводит, в том числе и ретроспективный анализ, характеризуя совокупность методов оценки конкурентоспособности, применяемые в начале XX века, как упрощенные, основанные на анализе динамики доходов и расходов организации. Далее автор обращает внимание на усиление конкурентной борьбы, рост дифференциации продукции и появление новых рынков сбыта, что по её справедливому мнению не позволило использовать предложенный подход. Автор, представленного в [13] исследования, обращает внимание на отсутствие практики оценки конкурентоспособности в рамках директивной экономики, несовершенство методов оценки эффективности инноваций и необходимость разработки методического инструментария оценки конкурентоспособности.

Горбунова В.С. в качестве основного требования к методике оценки конкурентоспособности предъявляет простоту применения. Предложенная автором [13] методика, не смотря на обоснованность основных показателей, предполагает экспертную оценку, что существенно снижает объективность анализа.

Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. в своей работе [4] основное внимание уделяют практическим приемам, процедуре и описанию

методов оценки конкурентоспособности, не выделяя определенных подходов или отождествляя их с конкретными методами. Ценность представленного в работе [4] исследования, определяется качественным обзором существующих методик оценки конкурентоспособности и их подразделением на дифференциальные, комплексные и смешанные методы оценки. При этом авторы предполагают, что дифференциальный подход предусматривает использование единичных показателей конкурентоспособности, комплексный – интегральных, а смешанный – как единичных, так и интегральных.

Дальнейшим развитием позиции авторов [4] послужила работа Зотова Н.В. [5], который существенно расширил классификацию, предложенную Чайниковой Л.Н., Чайниковым В.Н. Он кроме дифференциального, комплексного и смешанного методов, выделяет еще аналитический, параметрический, экспертный, статистический, комбинированный и другие.

Мокроносов А. Г., в своем исследовании [14], приводит достаточно широкий перечень показателей конкурентоспособности, который сгруппирован по следующим группам: показатели внешнего формирования, показатели качества и экономические показатели. Следует отметить, что автор не приводит никакой конкретной методики, а термин «показатель» не всегда использован по назначению.

Одной из серьезных попыток обоснования методики оценки конкурентоспособности является работа Подборновой Е.С. [2], в которой автор на основе балльно-рейтингового подхода предлагает порядок расчета интегрального показателя. Высокая трудоемкость

методики, в силу необходимости учета большого количества разнообразных критериев, представляет сложность в использовании.

Неганова И.С., в своей работе [15], описывает методику определения конкурентоспособности фирмы по источникам её формирования. Характеристика операционной эффективности, инвестиционной активности и способности адаптации к изменению рыночных условий положена автором в основу расчета интегрального показателя конкурентоспособности.

Опыт применения экономико-математических методов в оценке конкурентоспособности иллюстрирует работа Толкачева Д.О. [8]. Автор исследования, посредством использования метода главных компонент, предложил для оценки уровня конкурентоспособности применять совокупность показателей финансовых результатов деятельности организации. Точка зрения Толкачева Д.О, основывается на том, что все возможные факторы хозяйственной деятельности имеют финансовое выражение и, следовательно, обобщающие финансовые показатели деятельности организации позволяют оценить её конкурентоспособность. Позицию автора [8] нельзя признать исчерпывающей, не смотря на очевидную ценность результатов применения математического аппарата и опыта автоматизации обработки больших массивов данных.

Способность субъекта хозяйствования получать для вовлечения в процесс производства наилучшие, по сравнению с другими участниками рынка ресурсы, положена в основу точки зрения Бурлева Е.С. [16]. Автор справедливо полагает, что межличностное соперничество, в борьбе за ресурсы, является инструментом получения конкурентных преимуществ. Модель, предложенная Бурлевым Е.С.,

отражает многоуровневость конкурентоспособности, множественность факторов, её определяющих и предполагает комплексный характер оценки. Попытку комплексной оценки конкурентоспособности организации предпринимает также и Захарченко В.И. в своей работе [9].

Криворотов В.В. [17] исследуя научно-методические основы управления конкурентоспособностью организации, рассматривает совокупность факторов, которые, образуют два источника конкурентоспособности: операционную эффективность и стратегическое позиционирование. Относительная простота интегрально - индексного подхода, разработанного автором, обуславливает широкое применение метода.

Воронов А.А. [10] применяет для анализа статистический инструментарий и рассматривает конкурентоспособность организации, как механическую производную от конкурентоспособности продукции или услуг, что является методически не корректным.

Стоимость организации, как ключевой показатель её конкурентоспособности, является отличительной чертой исследования Короткова А.М. [12]. Точка зрения автора, сводится к применению доходного подхода, предусматривающего оценку предполагаемого дохода, который субъект хозяйствования может принести своему владельцу. Не смотря на относительную простоту применения метода [12], его использование на практике не позволяет оценить все факторы, определяющие уровень конкурентоспособности организации.

Необходимость глубоких знаний в области теории вероятности и математической статистики определяет узкое применение методики оценки конкурентоспособности, предложенной Сливным О.В., которая

предполагает расчет интегрального безразмерного показателя конкурентоспособности организации [11].

Качественная попытка обобщения методических подходов к оценке конкурентоспособности предпринята Головачевым А.С. [3]. Автор разделяет различные методические приемы, которые используются для анализа конкурентоспособности национальной экономики, региона, отрасли или организации. При оценке конкурентоспособности региона, он предлагает использовать совокупность показателей его потенциала или концепции конкурентоспособности страны, предложенной М. Портером. Конкурентоспособность отрасли, по мнению автора, следует оценивать с позиций эффективности использования ресурсов, применяя систему групповых и обещающих показателей. Оценку уровня конкурентоспособности организации, автор предлагает проводить с помощью следующих групп методов:

- методы формализации факторов (показателей), определяющих конкурентоспособность организации;
- матричные методы
- метод конкурентоспособности товаров организации.

Позиция автора [3], носит системный характер, но опять же не учитывает всей совокупности существующих подходов.

Разнообразные позиции авторов, рассмотренные в рамках обзора методического инструментария оценки конкурентоспособности субъектов хозяйствования, подтверждают вывод о наличии серьезной методологической и методической базы исследования.

Систематизация подходов и классификация методов, применяемых для оценки конкурентоспособности организаций, в той

или иной степени осуществлялась различными учеными. Тем не менее, однозначной и общепризнанной классификации методов в настоящее время не существует. Наиболее успешной, с точки зрения автора предоставленного исследования, является классификация подходов и методов оценки конкурентоспособности организаций, разработанная Н. П. Абаевой, Т. Г. Старостиной [18], которую, с определенными допущениями, можно использовать в качестве отправной точки для построения широкой классификации методов оценки конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования.

Системная оценка конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования предполагает определение методических подходов, в качестве которых выделяются следующие:

- сравнительный подход;
- равновесный подход;
- структурный подход;
- функционально-стоимостной подход;
- стоимостной подход;
- подход с позиций качества и с использованием многоугольных профилей.

Различные авторы допускают разные наименования подходов в своих исследованиях, но в целом суть методологии оценки принципиально не изменяется. Рассмотрим приведенные выше подходы в контексте их использования для оценки конкурентоспособности на рынке образовательных услуг высшего образования.

1. Сравнительный подход предполагает оценку уровня конкурентоспособности образовательной организации исходя из наличия тех или иных сравнительных преимуществ. В данном случае, организация специализируется на тех видах деятельности, образовательных услугах, или конкретных образовательных программах, осуществление которых конкурентами существенно затруднено, или невозможно. С точки зрения оценки удельных издержек, образовательной организации целесообразно сосредоточить свое внимание на тех образовательных услугах, или образовательных программах, удельные издержки реализации которых, ниже чем у конкурентов. Широкий перечень образовательных продуктов на рынке создает трудности в их стандартизации. Практически не ограниченные возможности образовательных организаций формировать предложение на рынке затрудняет сопоставление и практическое применение указанного подхода.

2. С позиций равновесного подхода (теории равновесия организации) в условиях равновесия на рынке образовательных услуг у образовательных организаций отсутствуют стимулы для перехода в другое состояние, они достигли максимально-возможного объема реализации своих услуг, при неизменном уровне спроса и уровне развития технологий. В описанных условиях, каждый фактор производства, используется с одинаковой и одновременно наибольшей производительностью. При этом у образовательных организаций отсутствует сверхприбыль, обусловленная действием какого либо из факторов производства, и, следовательно, у новых организаций нет стимулов для вступления в отрасль. Применение представленного подхода для оценки конкурентоспособности организаций на рынке

образовательных услуг высшего образования на рынке затруднено, в силу не равномерности рынка, высокой изменчивости спроса и динамики технологического развития.

3. Применение к оценке конкурентоспособности образовательной организации структурного подхода, предполагает, что организация при определении рыночной позиции владеет информацией об уровне концентрации производства услуг и капитала и барьеров для новых организаций, а также о характере влияния на конкурентоспособность совокупности внешних факторов. К числу основных барьеров для выхода на рынок образовательных услуг высшего образования можно отнести следующие: низкие удельные издержки крупных образовательных организаций; высокая степень дифференциации образовательных программ конкурентов; абсолютные преимущества в издержках у существующих образовательных организаций; размер стартового капитала, необходимый для эффективной организации образовательной деятельности. Сложность применения структурного подхода обусловлена закрытостью информации, относящейся к сфере управленческого учета и порожденной этим неточностью оценки.

4. Практика использования функционально-стоимостного подхода основывается на проведении при оценке конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования комплексного технико-экономического исследования, с целью развития полезных функций объекта оценки и выявления оптимального соотношения между их значимостью для потребителя и затратами на их осуществление [18].

Целью применения функционально-стоимостного анализа для оценки образовательных организаций является снижение расходов по оказанию образовательных услуг, при одновременном повышении и сохранении их качества, с использованием набора групп финансовых показателей.

Широкая практика применения приведенного подхода сложилась в отношении производственных предприятий. Применение функционально-стоимостного анализа затруднительно для образовательных организаций, в силу специфического характера используемого набора показателей.

5. Применение стоимостного подхода к оценке конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования затруднено спецификой их функционирования на отечественном рынке образовательных услуг. Высокая социальная значимость высшего образования, характер взаимоотношений с учредителем, специфика законодательства и государственная форма собственности большинства образовательных организаций высшего образования не позволяют рассматривать их как обычных участников рынка. Отсутствие у большинства образовательных организаций цели - максимизации дохода учредителя и стоимости компании на рынке, позволяет сосредоточить основное внимание на образовательном процессе и отодвигает на второй план аспект определения стоимости бизнеса.

6. Оценка конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования по качеству реализуемых образовательных программ и образовательных услуг в целом, с использованием многоугольных профилей основывается на выявлении

критериев удовлетворения потребностей применительно к конкретным образовательным программам, определении иерархии потребностей и их сравнительный анализ на основе экономических характеристик предлагаемых образовательных продуктов с их аналогами на рынке.

Особенность представленного подхода, заключается в отсутствии простых, однозначных критериев и необходимости использования косвенных обобщенных показателей, например, таких как многоугольники сравнительных характеристик конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования по восьми векторам компетентности: концепция образовательного продукта, качество образовательной программы, цена образовательного продукта, финансовое обеспечение образовательной деятельности, продажи образовательного продукта, сопровождение образовательного продукта (сервис), внешняя политика образовательной организации, предварительная подготовка образовательного продукта.

Применение указанного подхода предполагает определение рынка, на котором может быть реализован конкретный образовательный продукт, определение требований к продукту, определение взаимосвязи между свойствами продукта и его коммерческой эффективностью, анализ эффективности продвижения продукта и др.

Несомненное преимущество подхода к оценке конкурентоспособности с позиций качества и с использованием многоугольных профилей заключается в его гибкости и относительной универсальности. Специфика подхода заключается в возможности формирования уникального набора показателей с учетом специфики

сферы образования и характера производственных отношений, возникающих в процессе предоставления образовательных услуг.

Методический инструментарий оценки конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования был бы неполным без систематизации методов оценки. Отмечая вклад работы [98] в классификацию, следует её существенно конкретизировать, дополнить и адаптировать к практическому применению.

Н.П. Абаева [18] в своей работе выделяет в качестве отдельной группы методов оценки конкурентоспособности – методы теории игр. Следует отметить, что автор не приводит конкретного перечня методов теории игр, примеров их применения в экономике, или опыта использования для оценки конкурентоспособности. Проведенный анализ применения указанных методов установил практику их использования для обоснования стратегии, определения объемов производства, принятия решения о выходе на тот или иной рынок и др. и не выявил опыта применения для оценки конкурентоспособности организаций.

Тот же автор [18], классифицируя методы оценки конкурентоспособности организаций, наряду с матричными методами и методами, основанными на расчете интегрального показателя, приводит методы математического моделирования и статистические методы.

Уточняя позицию автора [18] отметим, что методы математического моделирования и статистические методы нашли практическое применение в различных отраслях знаний и

используются в разнообразных методиках при расчете широкого перечня показателей и анализе разнообразных процессов.

Применение приведенных методов, в качестве конкретных инструментов анализа при оценке конкурентоспособности организаций, в т.ч. и на рынке образовательных услуг высшего образования, однозначно необходимо. В то же время связывать, например, регрессионный анализ исключительно с оценкой конкурентоспособности организаций методически не верно.

В дальнейшем исследовании, наряду с матричными и интегральными методами, будет рассмотрено применение статистических методов и методов моделирования, как вспомогательного инструмента оценки конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования.

Практика оценки конкурентоспособности выделяет две группы методов оценки: количественные и качественные, систематизация которых представлена в таблице 1

Таблица 1

Систематизация методов, используемых при оценке конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования

Качественные методы	Количественные методы			
	Матричные методы	Методы, основанные на расчете интегрального показателя конкурентоспособности	Методы математического моделирования, используемые при оценке конкурентоспособности	Статистические методы, используемые при оценке конкурентоспособности
Прямые наблюдения	Матрица И. Ансоффа Матрица Д. Абея Матрица Р. Купера	Теория желательности	Аналитическое и статистическое моделирование	Анализ временных рядов (в т.ч. трендовый анализ)
Теневое экранирование	Матрица BCG Матрица ADL	Интегральный показатель Воронова А.А.	Одномерное и многомерное моделирование	Индексный метод

Качествен- ные методы	Количественные методы			
	Матричные методы	Методы, основанные на расчете интегрального показателя конку- рентоспособности	Методы математического моделирования, используемые при оценке конкуренто- способности	Статистически е методы, используемые при оценке конкуренто- тспособности
Составление поведенческ их карт	Матрица GE/ McKinsey Матрица Shell/DPM	Интегральный метод с учетом весомости товаров и рынков (Фатхутдинов Р.А)	Линейное и нели- нейное моделирование	Корреляцион но- регрессионн ый анализ
Ситуационн ое исследовани е (Case – study)	Матрица конкурентных преимуществ (М. Портера)	Аддитивный метод Целиковой Л.В.	Динамическое и статическое моде- лирование	Факторный анализ
Экспертное интервью	SWOT – анализ и его производные SNW-анализ	Интегральный метод учета способности занимать опреде- ленную долю рынка (Абаева Н.П.)	Стационарное и нестационарное моделирование	Кластерный анализ
Глубинное интервью	Матрица Hofer – Schendel	Интегральный метод учета эффективности управления функциями производства (Максимова И.В.)	Распределенное и нераспределенное моделирование	
Интервью с "крайними" категориями по- требителей	Метод составления профиля объ- екта	Стоимостной метод Короткова А.М.	Дискретное и не- прерывное моделирование	
Фокус- группа	Матрица SPACE	Метод определения средневзвешенного показателя (Горбунова В.С.)	Детерминированн ое и стохастическое моделирование	
Метод днев- ника	GAP-анализ	Балльно - рейтинговый метод Подборновой Е.С.	Имитационное моделирование	
Метод «Дельфи»	PIMS – анализ	Метод расчета интегрального показателя по источникам формирования конкуренто- способности (Неганова И.С.)	Линейное и динамическое программи- рование	
Мозговой штурм	Метод 111-555		Сетевые методы	
Проекционн ый метод (ассоциа- тивный метод, методы завершения и кон- струировани я ситуации)			Метод дерева целей	

Предоставленный в рамках исследования обзор методических подходов и совокупности методов оценки конкурентоспособности, позволяет прийти к заключению о недостаточной проработанности методического аппарата в контексте образовательных организаций высшего образования и необходимости разработки обобщенного метода оценки уровня их конкурентоспособности, с учетом специфики, присущей сфере высшего образования.

Библиографический список:

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Дело, 2008. – 448 с.
2. Подборнова Е.С. Организационно-экономические направления развития конкурентоспособности промышленных предприятий: на примере автомобилестроения: дис. ... канд.экон. наук - Самара, 2012.
3. Головачев А. С. Конкурентоспособность организации – Минск: Выш. шк., 2012. – 319 с.
4. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.
5. Зотов Н.В. Совершенствование системы управления конкурентоспособностью предприятий стекловолоконной фурнитуры: автореф. дис. ... канд. экон. наук (08.00.05) / Н.А. Зотов. – СПб, 2007. – 18 с.
6. Пунгин И. В. Систематизация показателей оценки конкурентоспособности и эффективности на основании целевого подхода / И. В. Пунгин, В. С. Пунгина // Современная конкуренция. – 2010. – № 1. – с. 46-55.

7. Толкачев Д.О. Использование метода главных компонент для оценки конкурентоспособности машиностроительных предприятий. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4.
8. Ченченко Д.А., Сулова Ю.Ю. Системный подход к формированию региональной рыночной инфраструктуры// Российское предпринимательство.- 2012.- № 17.- С. 114-119
9. Захарченко В.И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятия / В.И. Захарченко // Машиностроитель. 1999. № 1.
10. Воронов А.А. К оценке уровня конкурентоспособности машиностроительных предприятий / А.А. Воронов // Машиностроитель. 2000. № 12.
11. Сливной О.В. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции (на примере машиностроительных предприятий Кемеровской области): Дис. ... канд. экон. наук - Кемерово, 2007.
12. Коротков А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Коротков, Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. № 6. 2001.
13. Горбунова В.С. Формирование и реализация механизма повышения конкурентоспособности предприятий российского станкостроения: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Горбунова Валерия Сергеевна; [Место защиты: Самарский гос. экономич. ун-т]. Самара, 2015.
14. Мокроносов А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 194 с.

15. Неганова И.С. Повышение конкурентоспособности предприятий на основе развития ключевых компетенций: Монография. – Екатеринбург: Издательство АМБ, 2006.

16. Брулев Е.С. Управление конкурентоспособностью предприятий металлургического комплекса. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2006.

17. Криворотов В.В. Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2006.

18. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина; под ред. Т. Г. Старостиной. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 91 с.

19. Чаплина А.Н., Войцеховская И.А. Механизм обеспечения конкурентоспособности сетей розничных торговых предприятий. Красноярск: Электробыттехника, 2008.- 133с.

20. Чаплина А.Н., Войцеховская И.А. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия/ А.Н.Чаплина, И.А. Войцеховская //Проблемы теории и практики управления.-2006.-№3.-С.108-113

21. Резник С.Д. Система и механизмы управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения. Пенза.: ПГУАС, 2009.-147 с.

22. Куимов В.В., Лукиных В.Ф., Телешева Н.В. Финансовые механизмы коммерческой деятельности (оценка и расчеты коммерческих проектов). Красноярск: Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2000.- 392с.

23. Белякова Г.Я. Конкурентоспособность региональной экономики (концепция опережающего развития): диссертация ... доктора экономических наук: 08.00.05/ Белякова Галина Яковлевна; [Место защиты: Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова]. Москва, 2001

24. Терещенко Н.Н., Лобачева Н.И. Методика оценки конкурентоспособности предприятия на основе интегрального подхода/ Н.Н Терещенко., Н.И. Лобачева// Экономика и предпринимательство. - 2013.-№ 12-1(41-1).- С.664-666

25. Суслова Ю.Ю. Рыночная инфраструктура: теория, методология, проблемы развития (воспроизводственный аспект): диссертация ... доктора экономических наук: 08.00.01/ Суслова Юлия Юрьевна; [Место защиты: Сибирский федеральный университет], Красноярск, 2009

26. Суслова Ю.Ю. Качество жизни населения, как комплексный показатель оценки рыночной инфраструктуры города/ Ю.Ю. Суслова// Проблемы современной экономики.- 2008.- №4.- С.415-419

27. Суслова Ю.Ю. «И забросили мы невод...». Структурно-функциональный подход к исследованию рыночной инфраструктуры/ Ю.Ю. Суслова/ Российское предпринимательство.- 2007.-№ 10-2.- 179-183

28. Белоногова Е.В., Суслова Ю.Ю., Волошин А.В. Методические подходы к оценке эффективности систем материального стимулирования труда работников торговых организаций// Фундаментальные исследования .- 2016.- № 8-1 .- С. 96-101

29. Волошин А.В. Экономический механизм как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий// Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право [Материалы конференции]. Севастополь, 11-15 мая 2016 г.

30. Волошин А.В., Александров Ю.Л. Эволюция теорий конкуренции и конкурентоспособности в экономической науке// Фундаментальные исследования .- 2017 .- № 4-2. – С. 330-338

УДК 339.543

Косенко В.А. Сервисная таможня: дискреционная модель управления

Service customs: discretionary management model

Косенко Виктор Александрович,
аспирант кафедры финансов и кредита,
Дальневосточный федеральный университет

Kosenko Viktor Alexandrovich,
Graduate student of the Department of Finance and Credit,
Far Eastern Federal University

Аннотация: Формирование в России эффективной таможенной политики связано, прежде всего, необходимостью перевода Федеральной таможенной службы на сервисные принципы функционирования. Деятельность российского института таможенного дела как сервисной таможни рассматривается сквозь призму дискреционной модели государственного управления.

Ключевые слова: Федеральная таможенная служба, сервисная таможня, дискреционная модель государственного управления.

Abstract: The formation of an effective customs policy in Russia is primarily due to the need to transfer the Federal Customs Service to service principles of operation. The functioning of the Russian institute of customs as a service customs is considered through the prism of a discretionary model of public administration.

Keywords: Federal Customs Service, service customs, discretionary model of public administration.

Положение о Федеральной таможенной службе (ФТС России) предполагает, что этот орган исполнительной власти осуществляет целый набор важных функций. Кроме контроля и надзора в сфере таможенного дела ФТС выявляет, предупреждает и пресекает преступления и административные правонарушения, относимые к компетенции таможенных органов РФ и других, связанных с ними преступлений и правонарушений. Указанная функция Федеральной таможенной службы стала в последние годы рассматриваться российскими экономистами сквозь призму нового научного направления, получившего название «деликт-менеджмент» [1; 2; 3].

Проведённый нами анализ собираемости налогов доходов в государственный бюджет показывает, что максимизация собираемости таможенных платежей является одной из важнейших задач современной таможенной системы России. Итоги 2016 года демонстрируют, что размер доходов федерального бюджета, администрируемых ФТС России, составил 4 406,9 млрд рублей. При этом задание по формированию доходов федерального бюджета выполнено таможенной системой на 101,1% (таблица 1).

Таблица 1

Анализ выполнения задания ФТС России по формированию доходов федерального бюджета в 2015–2016 гг., млрд рублей

	Год		Изменение (+; –)
	2015	2016	
Задание по формированию доходов федерального бюджета, всего	4 933,2	4 401,3	–531,9
в том числе:			
налог на добавленную стоимость	1 643,5	1 762,8	119,3
ввозные таможенные пошлины	484,2	489,8	5,6
вывозные таможенные пошлины	2 780,4	2 054,1	–726,3
акцизы при ввозе товаров	47,5	58,8	11,3
таможенные пошлины, налоги, уплачиваемые физическими лицами	8,8	5,6	–3,2
таможенные сборы	16,0	16,9	0,9
иные платежи	–47,2	18,9	66,1

Миллиардные обороты ФТС России по формированию существенной части доходов федерального бюджета (в разные годы от 40 до 50 процентов) дают основание многим авторам утверждать, что таможенной политикой следует называть целесообразную и целенаправленную деятельность государства по регулированию внешнеторгового обмена, его объёмов, структуры, условий экспорта и импорта на основе применения необходимых таможенных режимов перемещения товаров, транспортных средств и услуг через таможенную границу. Мы считаем такой подход не вполне

корректным, не отражаемым сути современной таможенной системы России.

Действительно, полнота собираемости таможенных платежей вкуче с максимальными возможностями контроля на таможенной границе надолго предопределили механизм формирования современного института собираемости налогов. Однако это не может быть принято в качестве аргумента, что этот механизм выстроен на разумных правилах таможенного дела. То, что указанный механизм удобен для отдельного государственного института (в данном случае ФТС), не может считаться рациональным и разумным для всего института государства.

Мы согласны с теми экономистами, которые считают, что разумность правил таможенного дела должна исходить из разумности правил самого института государства. Государство же обязано в первую очередь в соответствии с Конституцией России защищать интересы не только самого государственного органа, но и интересы своих граждан, отечественный бизнес. Следовательно, жизнеспособность таможенной сферы, её эффективность должны строиться на основе принципов дискреционной таможенной политики [4].

Кроме того, учёными ставится вопрос о переходе таможенной системы к функционированию на новых принципах, придавая ей форму так называемой «сервисной таможни», идея формирования которой впервые была изложена ещё в 2002 году [5]. Такой подход нашёл широкую поддержку среди российских учёных [6 и др.].

Подчеркнём, что в российской экономической литературе пока широко не ставится проблема перехода ФТС на управление с использованием дискреционных принципов. Между тем, есть примеры,

которые демонстрируют необходимость использования дискреционной политики таким государственным органом управления, как Банк России [7; 8]. Действительно, Центральный банк Российской Федерации прошёл практически аналогичный таможенной системе путь формирования развития. Более того, в последние годы ряд учёных рассматривают ЦБ РФ как орган оказания общегосударственных услуг [9].

Дискреционная таможенная политика, с точки зрения достижения главной цели – обеспечение защиты экономических интересов России – не будет отличаться от политики на основе правил. Подобная цель на государственном уровне декларируется таможенными системами практически всех стран. Однако мы исходим из того вывода, что таможенная система может быть подвергнута регулированию, если количество располагаемых элементов механизма управления как минимум на единицу превышает число параметров, которые следует подвергнуть регулированию. Это требование исходит из так называемого закона управления системами (принцип Эшби или закон необходимого разнообразия).

Применительно к таможенной системе России сущность указанного закона следует свести к следующему условию. Для обеспечения механизма таможенных органов в управляемом состоянии при любом внешнем неожиданном событии (например, экономические санкции), сама система ФТС должна иметь возможность таким образом среагировать, чтобы возвратиться назад в исходное допустимое состояние.

Упростим проблему восприятия рассматриваемого закона, одновременно сделав её более однозначно воспринимаемой. В этом

случае суть закона необходимого разнообразия проявляется в элементарном виде. К каждому однозначному состоянию таможенного механизма применяется одно управляющее воздействие, лежащее в сфере таможенной политики и таможенной практики. Поэтому значимость логического следования из закона Эшби видится в том, что если очередная стратегия развития таможенной сферы направлена на положительный исход, то число постановочных целей, желаемых будущих состояний таможенного механизма должно быть не больше, чем масса ресурсов, количества инструментов, которые субъект реформирования реально имеет и может их использовать.

Именно поэтому необходимое разнообразие для органов ФТС, может обеспечить переход от традиционной модели государственного управления таможенной системой к её замещению и дополнению дискреционной моделью. В данном случае управляемость таможенной системы повысится, во-первых, из-за снижения количества целей, которые ставятся перед механизмом управления его субъектом, во-вторых, увеличится количество факторов управляющих воздействий, которыми может располагать субъект управления.

Из представленных методологических предпосылок проистекает важное следствие. Если правила института таможенного дела оказывают влияние на результаты его деятельности, а также определяют поведение субъектов ВЭД, то следует в анализе и выработке концептуальных оснований таможенной политики отдавать безусловный приоритет анализу и разумности как самих правил, так и структуре ФТС, проводящей их в жизнь.

Будучи государственным органом, институт таможенного дела не может обладать или преследовать свои обособленные от государства

интересы, а также ставить эгоистические цели и задачи, которые бы одновременно нельзя было бы признать задачами и целями самого государства, выражающего всеобщность интересов страны и её граждан. Поэтому максимизация полезности извлечения дохода от участника ВЭД не может быть определена как высшая ценность независимо от максимизации благосостояния самого этого участника. Максимум в извлечении благ от внешней торговли и извлечения государством (в лице ФТС) дохода в форме таможенных платежей может быть получен только на компромиссных принципах.

Библиографический список:

1. Останин В.А., Рожков Ю.В. Деликт-менеджмент как механизм управления таможенными рисками в системе экономической безопасности России // Известия ВУЗов. Серия «Экономика, финансы и управление производством». 2016. № 3. С. 17–21.
2. Рожков Ю.В., Старинов Г.П. О формировании системы деликт-менеджмента в таможенной сфере // Российский следователь. 2016. № 13. С. 44–48.
3. Останин В.А., Рожков Ю.В. Таможенные риски деликт-менеджмента в системе обеспечения экономической безопасности России в условиях нарастания глобальной неопределённости политических рынков // Вестник Московского университета МВД России. 2016. № 7. С. 216–220.
4. Останин В.А., Рожков Ю.В. Об использовании категории «качество таможенных услуг» в сфере государственного управления // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 2. С. 136–142.

5. Лозбенко Л. Современная таможня – это сервис // Эксперт. 11 ноября 2002. № 42. С. 54.

6. Ершов А. Д., Евдокимов А. И., Доля А. Н. Теория и методология формирования «сервисной таможни»: монография. СПб.: Изд-во СПб филиала РТА, 2005. 220 с.

7. Вертейко К.В., Дроздовская Л.П. Останин В.А., Рожков Ю.В. Банк России: информационно-исследовательская функция и дискреционная денежно-кредитная политика. Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2013. 204 с.

8. Дроздовская Л. П., Коваленин И. В., Останин В. А., Рожков Ю. В. Аутсорсинг как форма сервисизации банковской системы России: монография. Хабаровск: РИЦ ХГУЭП, 2015. 214 с.

9. Дроздовская Л.П., Рожков Ю.В. Сервисная экономика и финансовый консьюмеризм // Сибирская финансовая школа. 2015. № 2. С. 29–31.

УДК 658

Мингалёва В.И. Формирование имиджа организации

Formation of the image

Мингалёва Виолетта Игоревна,

Магистр 1 курс, ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Mingalyova Violetta Igorevna,

Master 1 course, V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Научный руководитель:

Онищенко К.Н., д.э.н.,

ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",

Институт экономики и управления, г. Симферополь

Scientific adviser: Onishchenko K.N., Doctor of Sciences (Economics), Docent,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,

Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация: В статье дана авторская интерпретация понятия «имиджа организации» и обобщены основные задачи по его формированию.

Ключевые слова: имидж организации, формирование имиджа организации.

Abstract: The author's interpretation of the concept of "organization image" is given in the article and the main tasks for its formation are generalized.

Keywords: image of the organization, formation of the organization image.

Введение. Актуальность темы исследования определяется тем, что имидж оказывает существенное влияние на конкурентоспособность, ценообразование, формирование клиентской базы, что во многом определяет эффективность деятельности организации.

Ежедневно организации сталкиваются с массой проблем, одна из которых является наличие риска потери деловой репутации. Поэтому, управление имиджем в условиях конкуренции играет важную роль для функционирования организации.

Проблема формирования имиджа состоит в том, что имидж представляет собой нематериальный актив, формирующийся в человеческом сознании. Имидж очень уязвим, потому что любая негативная информация может его полностью уничтожить.

Вопросами управления имиджем организации и поиском путей его улучшения занимались такие исследователи, как Ф. Котлер, Г. Даулинг, Д. Коули, Ж. Бодуан, П.Роберт и многие другие. В целом авторы дают обширный анализ различных механизмов формирования и управления имиджем организации.

Целью исследования является определение сущности понятия «имидж организации» и обобщение основных задач по его формированию.

Результаты исследования. Имидж – это деловая репутация организации. Формирование имиджа - это длительный процесс, поскольку необходимо не только достижение нужного результата, но и поддержка положительного мнения об организации среди широких масс потребителей.

Морфологический анализ помогает раскрыть сущность понятия «имидж организации» (табл. 1).

Таблица 1

Морфологический анализ понятия «имидж организации»

Авторы	Формулировка
Ф. Котлер	Имидж – это восприятие компании или её товаров обществом. [3, с. 267].
О. А.Феофанов	Имидж – это образ, который искусственно создается и внедряется в массовое сознание для достижения определенных целей. [5, с. 68].
О.С. Виханский	Имидж – это устойчивое представление об особенностях, специфических качествах и чертах, характерных для данного явления. [1, с. 161].
Э.А. Капитонова	Имидж – целенаправленно сформулированный образ, призванный оказывать эмоционально-психологическое

Авторы	Формулировка
	воздействие на кого-либо своим устойчивым представлением об объекте в целях его популяризации, рекламы. [2, с. 214].
Д.В. Ольшанский	Имидж – это специально моделируемое целенаправленное «отражение отражения», то есть отражение образа, уже созданного профессионалами на основе некоторой реальности. [4, с. 267].

Следовательно, под имиджем организации понимается некий образ, который формируется в сознании людей об особенностях, специфических качествах и чертах организации в целом. Таким образом, имидж имеет две составляющие – образ и оценку, которые поддаются лишь условному концептуальному различию, в реальном существовании они неразрывно связаны. Можно отметить, что образ конкретного предприятия представлен описательной составляющей. Оценочная составляющая существует в силу того, что любая информация об организации ведет к формированию мнения о ней и вызывает определённые эмоции, обладающие различной интенсивностью.

Руководитель любого успешного предприятия прекрасно понимает важность формирования имиджа своей организации. Обобщая мнения различных авторов, можно выделить семь основных задач по формированию имиджа организации, стоящих перед ее руководством:

1. Определение целевой политики и формирование планов развития;
2. Сегментирование рынка в соответствии с установленными планами;
3. Создание товарного знака, логотипа организации;
4. Разработка стиля организации;

5. Проведение маркетинговых мероприятий и прогнозирование развития организации;
6. Формирование первоначальной базы данных реальных и потенциальных клиентов;
7. Повышение конкурентоспособности организации.

Задача формирования и поддержка имиджа организации для эффективной деятельности предприятия достаточно сложная и серьезная. Для поддержки имиджа организации необходимо постоянно анализировать всю информацию, которая касается организации, и рекламировать её через всевозможные средства коммуникации (интернет, журналы, наружная реклама, реклама в транспорте). Немаловажно следить за негативными отзывами и мнениями, которые касаются деятельности организации.

Выводы. В процессе выполнения работы были изучены теоретические аспекты формирования имиджа организации, а так же с помощью морфологического анализа дана авторская интерпретация понятию «имиджа организации», под которым понимается некий образ, который формируется в сознании людей об особенностях, специфических качествах и чертах организации в целом. Формирование имиджа организации является очень важным рычагом для развития организации, это должен понимать любой руководитель. Благоприятное мнение об организации способствует большому спросу на ее товары и услуги. Эффективное управление имиджем играет значительную роль в расширении клиентской базы, создании положительного образа, обеспечении результативности работы организации. Благодаря формированию положительного имиджа организации достигаются преимущества в конкурентной борьбе.

Библиографический список:

1. Виханский О. С. Стратегическое управление, М.: Гардарики, 2002 - С. 161
2. Капитонов Э.А. Корпоративная культура и PR. - М., 2003.- С .214
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. – С. 502
4. Ольшанский Д.В. Политический PR. - СПб.: Питер, 2003. – С. 267
5. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России.- СПб.: Питер, 2000 – С. 68

УДК 65

Соколова Е.С. Особенности стратегического управления в туристской индустрии

Features of strategic management in the tourism industry

Соколова Елена Сергеевна,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и предпринимательства
Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова

Sokolova Elena Sergeevna,
Ph.D., Associate Professor, Department of Economics and entrepreneurship
Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov

Аннотация: Для эффективного стратегического управления туристской компанией необходимо понимание факторов и тенденций, влияющих на индустрию туризма. Специфичность сущности туристского продукта, его создания и продажи определяет процесс разработки и выбор стратегии туристской компании в целях её развития и обеспечения конкурентоспособности.

Ключевые слова: индустрия туризма, движущие силы, стратегия туристской организации

Abstract: The understanding of the factors and tendencies influencing the tourism industry for effective strategic management of the tourist company is necessary. Specificity of an entity of a tourist product, its creation and sale defines development process and a choice of strategy of the tourist company for the purpose of its development and support of competitiveness.

Keywords: the tourism industry, driving forces, strategy tourism organization

Туристская индустрия функционирует сегодня в крайне изменчивых условиях среды, особенно это проявляется в отношении выездного туризма. Высокая степень неопределенности и динамичности турбизнеса требует применения механизмов стратегического менеджмента при управлении туристской компанией.

Рассмотрим движущие силы туристской отрасли, определяющие процесс разработки и выбора стратегии.

Международные туристические потоки в разных регионах и странах распределяются неравномерно. Массовые (групповые) туристы составляют 20-30 % общего количества путешествующих лиц,

индивидуальные туристы - 70-80 %. Развитию массового туризма способствуют такие факторы как популяризация туризма, увеличение свободного времени, снижение цен на авиаперелеты и увеличение предложения чартерных рейсов авиакомпаниями, высокая доходность массового туризма для туроператоров, доступность для потребителей благодаря более низким ценам и другие.

Темпы роста индивидуального туризма меньше, чем массового, так как путешествовать самостоятельно на дальние расстояния сложно, дорого, люди испытывают страх, сталкиваются с языковыми барьерами.

Тенденцией является то, что растет доля туристов, выезжающих за пределы страны с рекреационной целью (60%) по сравнению с деловым сегментом (40%).

На развитие отрасли влияют изменения в законодательстве разных стран. В частности, увеличивается продолжительность оплачиваемых отпусков, что приводит к увеличению спроса на продолжительные туры.

Важной движущей силой отрасли являются потребители. Наблюдается рост требований клиентов к сервису. Население становится более мобильным, благодаря покупке различных видов транспорта (автомобилей, катеров, яхт, велосипедов и пр.), на котором готово путешествовать. С ростом доходов туристы готовы больше тратить во время туров. Меняется мода на виды туризма (в моде экстремальный, экзотический, гастрономический туризм, фитнес-, йога - туры, и т.п.), а также на места для посещения (в моде Япония, Лаос, Чили и др.). Наблюдаются изменения в отношении потребителей к турам по стране и, если раньше россияне предпочитали

самостоятельные путешествия, то сегодня спрос растет на групповые туры.

Меняет ситуацию в отрасли внеотраслевая конкуренция. Так, туроператоры ощутили конкурентное давление со стороны авиакомпаний, которые начали продавать собственные туры, комбинируя авиабилет с услугами прямых поставщиков туристских услуг (гостиниц, экскурсионных бюро и др.).

Экономическая ситуация в стране и в мире также влияет как на структуру, так и развитие туристической индустрии. Участвовавшие кризисы, колебания курсов валют, снижение покупательной способности населения приводят к падению спроса на турпродукты.

На развитие индустрии туризма влияет государственная политика стран в этой сфере. Во многих странах туризм является одним из приоритетных направлений развития, вследствие чего привлекаются инвестиции в совершенствование туристской инфраструктуры. Государственная политика может также и сдерживать рост туристических потоков с целью сохранения рекреационных и исторических ресурсов. Будет менять ситуацию в отрасли введение или отмена визового режима в стране.

Практически на все отрасли сегодня оказывает влияние такая движущая сила как глобализация. Этот фактор понимается по-разному. С одной стороны, глобализация проявляется в усилении влияния транснациональных компаний, в укрупнении и развитии международных туроператоров, авиакомпаний, гостиничных цепей. С другой стороны, глобализация означает применение единых правил и стандартов обслуживания, обусловленное взаимопроникновением

культур, использованием передовых мировых технологий, развитием международных связей и отношений.

Развитие отрасли также связано с внедрением современных информационных технологий. Учитывая сложность и комплексность турпродукта, при создании и распределении которого участвуют множество различных (часто независимых) компаний, туроператоры и турагенты нуждаются в постоянной координации деятельности, что обеспечивается сегодня специальным программным обеспечением, использованием специальных площадок в среде Интернет. Примером могут служить глобальные системы резервирования Amadeus, Galileo, Sabre и др., географические информационные системы (ГИС).

Проникновение во все сферы жизни людей интернета также влияет на туристскую индустрию. Меняется структура отрасли: сокращается количество турагентов, конкуренция усиливается в связи с появлением интернет-турагенств.

Как на внутренний, так и на въездной и выездной туризм влияют мировые геополитические процессы, терроризм и экстремизм, военные действия и революции. Чем опаснее и дороже выезжать на отдых за границу, тем более вероятно, что будет расти спрос на внутренние туры и наоборот.

Таким образом, на индустрию туризма влияют многочисленные факторы, которые часто носят непредсказуемый характер, что должно быть учтено в процессе разработки и реализации стратегии.

Стратегии разных по масштабу и отраслевой принадлежности компаний, формирующих и распределяющих туристский продукт, могут существенно отличаться. Рассмотрим наиболее

распространенные стратегии, применяемые туроператорами и турагентами.

Стратегия развития на основе кластерно-сетевого подхода

Данная стратегия объединяет всех участников туристского бизнеса, а также государственные структуры, СМИ, образовательные учреждения – всех, кто задействован в процессах создания и продвижения туристского продукта.

М. Портер определил кластер как «...сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [2].

Туристские кластеры формируются на базе туристических активов в регионе и состоят из предприятий различных секторов, связанных с обслуживанием туристов, например, туристских операторов, гостиниц, сектора общественного питания, производителей сувенирной продукции, транспортных предприятий и других.

Сети – это гибкие горизонтальные управленческие структуры, функционирующие за счет общей ресурсной базы, в которой ключевым является информационный ресурс, наиболее удачно сочетающие формальные и неформальные процедуры для координации и согласования деятельности компаний-участников сети.

В самом общем смысле сеть определяют как устойчивую взаимосвязь между экономическими агентами, обладающими большей или меньшей самостоятельностью. Участники сетей образуют своего

рода стратегические коалиции, что предполагает наличие внутри сетей определенных стратегий развития, особых правил взаимодействия и общих целей, разделяемых компаниями-партнерами и реализуемых в долгосрочной перспективе. Основной из таких целей является преодоление возможных кризисных явлений в функционировании компаний и создание условий для устойчивого развития компаний-участников сети.

По мнению, М. Ю. Шерешевой, обобщившей имеющиеся разработки в области исследования кластеров и построения сетей в туризме, кластер как форму межорганизационного сетевого взаимодействия можно определить посредством следующих характеристик:

- 1) наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями;
- 2) общая культурная и социальная среда: суть признака заключается в установлении особых взаимоотношений между участниками кластера, которые формируют общую культурную и социальную среду, кооперируясь в одном или разных, но связанных между собою процессах.
- 3) отраслевая специализация (чаще всего сочетание компаний, работающих в смежных секторах);
- 4) сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера.

Кластерно-сетевой подход предопределяет выбор приоритетных стратегий развития организаций туриндустрии [4] .

Стратегия сотрудничества (стратегическое партнерство)

Современные туристские организации функционируют в условиях непредсказуемой и динамичной окружающей среды, характерными чертами которой являются глобальная конкуренция, быстрые изменения, растущие потоки информации и коммуникаций, усложнение условий ведения бизнеса и глобализация. В этих условиях компании должны обеспечивать интеграционное взаимодействие на основе стратегического партнерства.

Опыт успешных туристских организаций показывает, что стратегия сотрудничества, создание совместных проектов обеспечивают новые возможности для роста всех участников, повышения их эффективности, конкурентоспособности, получение новых перспектив развития. Стратегия сотрудничества может быть реализована в формате глобального объединения и стратегического альянса (союза, партнерства). Она обеспечивает компании возможность сформировать конкурентное преимущество посредством инновационного доступа к ресурсам партнера, включая рынки, технологии, капитал и персонал.

Глобальные объединения образуются путем слияний, приобретений и поглощений компаний. Характерные черты глобальных объединений состоят в том, что они интернациональны, имеют сильные позиции на важнейших для корпорации рынках, владеют глобальной информационной системой, гибкой и сбалансированной системой поставок, распоряжаются огромным ресурсами по всему миру, обладают глобальным мышлением, но действуют локально, разрабатывают востребованную во всем мире продукцию, но с учетом специфики потребностей клиентов отдельных

регионов, используют мировые ресурсы, имеют представительства в разных странах.

Стратегический союз (альянс) представляет собой добровольное, долгосрочное сотрудничество юридически самостоятельных компаний на основе договорных отношений при производстве продукции и услуг с целью более качественного удовлетворения запросов потребителей и минимизации издержек. Сотрудничающие организации сохраняют независимость (юридическую, финансовую), продолжают работать в своей нише.

Цель создания союза состоит в согласовании и координации усилий для решения отдельных задач, таких как проведение маркетинговых исследований, НИОКР, распределение и продвижение продуктов.

К видам межфирменного обмена в стратегических союзах в туристическом бизнесе относят:

- соглашения о франчайзинге;

На российском рынке функционируют франчайзинговые сети туристских агентств («Магазин горящих путевок», «Глобал тревэл», «1001 тур» и др.) и туроператоров (Pegas Touristic, Tez Tour, Coral Travel, TUI Russia и др.).

- управленческие контракты;

Управленческие контракты предполагают передачу оперативного контроля над туристской компанией или над какой-то частью её деятельности специалистам другой компании за определенную плату. Контракт может быть заключен на 5, 10 или 20 лет. Управляющая компания получает вознаграждение (от 2 до 4,5%).

Управленческие контракты в большей степени развиты в гостиничной индустрии

- контракты на маркетинг;

Контракты на маркетинг состоят в передаче маркетинговых функций (например, исследований рынка, распределения и продвижения всего или части туристского продукта) туристскому концерну за определенную плату (аутсорсинг).

- совместные предприятия.

Совместное предприятие (СП) - предприятие, в работе которого участвуют компании других стран, организационно оформленное как единое предприятие. Совместные предприятия создаются для объединения усилий, кооперации деятельности предприятий, расположенных в разных странах, с целью более эффективного производства и сбыта продукции, товаров, услуг самого разного характера.

Преимущества стратегических союзов перед глобальными объединениями состоят в том, что их деятельность не требует значительных инвестиций; они способны преодолевать действие и влияние антимонопольного законодательства и являются более гибкими и управляемыми.

На выбор вида межфирменного обмена влияют следующие факторы:

- стратегические цели компаний-партнеров;
- потенциальные расходы и риски, связанные с организацией сотрудничества;
- возможный уровень гибкости/независимости во взаимоотношениях партнеров;

- необходимость получения быстрых результатов и пр.

Стратегия сотрудничества представляет собой форму проявления стратегии интеграции, которая может осуществляться как на одном уровне цепочки создания ценности (горизонтальная интеграция), так и на нескольких уровнях (вертикальная интеграция).

Специалисты отводят этой стратегии особую роль, так как в условиях жесткой конкуренции и глобализации выживание туристских компаний на рынке будет все сильнее связано с заключением соглашений, созданием союзов, совместных предприятий, слияниями, приобретением и расширением каналов сбыта.

Стратегия диверсификации

Помимо интегрированного подхода крупные компании в туриндустрии активно применяют стратегию диверсификации. Комплексность туристского продукта предопределяет, что диверсифицированный рост часто начинается с развития туристской компании в смежных отраслях: гостиничном бизнесе, общественном питании, индустрии развлечений и т.д. Росту применения данной стратегии – стратегии связанной диверсификации - способствует тенденция в желании потребителей приобретать туры у операторов, которые могут предложить весь комплекс нужных ему услуг.

Несвязанная диверсификация (конгломератная) проявляется в приобретении/ создании бизнеса, не связанного с основным [3]. Примером компании, успешно применившей данную стратегию, является немецкая корпорация Пруссаг (PreussagAG), которая переориентировалась на турбизнес с судостроения и горнодобывающей деятельности. Компания имеет три основных подразделения: туризм (50 %), материально-техническое обеспечение и промышленность [1].

Конкурентные стратегии

Стратегия лидерства в издержках в туристских организациях, основана на массовом производстве стандартизированных услуг, что позволяет устанавливать низкие цены. Тенденции в изменении потребительских предпочтений последних лет, связанные с индивидуализацией спроса, в большинстве случаев делают данную стратегию нецелесообразной. Имеются и другие ограничения по применению данной стратегии – это сезонность спроса, ограниченность ресурсов, невозможность наращивать производственные мощности для получения эффекта масштаба, так как происходит чрезмерная нагрузка на дестинацию. Массовость и стандартность создает опасность утраты позиций на средних и верхних сегментах рынка. В российских условиях, при неразвитой инфраструктуре, дефиците средств размещения, стратегия ценового лидерства ещё реализуется, но не может рассматриваться как перспективная.

Более целесообразной для туристских компаний является *стратегия дифференциации*, которая базируется на достижении конкурентных преимуществ, сформированных на основе уникальности, специфичности создаваемого туристского продукта и предполагающая ориентацию на качество продукта. Способами дифференциации являются широкий ассортимент оказываемых услуг, клиентоориентированность, высокий уровень сервиса, предложение уникальных услуг. Когда туристская услуга воспринимается как единственная в своем роде, уровень удовлетворенности и лояльности потребителей растет, они готовы платить; формируется особый имидж компании.

Стратегия фокусирования состоит в концентрации усилий на относительно небольшой целевой группе потребителей. Примером в гостиничной сфере могут служить ориентированные на размещение выделяемых по тем или иным признакам категорий клиентов мини-отели, конгресс-отели, хостелы, мотели, SPA-отели и т.п. Для турфирм фокусирование предполагает специализацию на обслуживании определенных категорий клиентов (дети, молодожены, пенсионеры), на удовлетворении определенного круга потребностей (пассивный/активный отдых и их разновидности), концентрацию на отдельном виде туризма или на конкретном регионе (стране). В России преимущества использования стратегии фокусирования реализуются не в полной мере. Необходимо дальнейшее развитие специализированных видов туризма (религиозного, круизного, промышленного и других) и расширение сети специфических средств размещения (в частности, хостелов, мотелей, конгресс-отелей). Риск реализации данной стратегии достаточно высок, в связи с тем, что имеется опасность уменьшения различий между запросами целевой аудитории и всего сегмента, в котором могут быть более сильные игроки. Также необходимо обеспечить такой уровень специализации, при котором разница в цене воспринималась бы потребителем как справедливая.

Сегодня в поисках уникальности субъекты индустрии туризма все активнее применяют *стратегию первопроходца*, состоящую в разработке принципиально нового турпродукта, предоставлении оригинальной услуги, использовании инновационных технологий в системе продаж, в том числе с помощью ИТтехнологий. В последние годы организации российской туристской отрасли под воздействием

благоприятных тенденций развития внутреннего и въездного туризма стали проявлять инициативу в разработке инновационных продуктов. Появляются этнические деревни, анимационные парки, экстремальные туры и пр. Специалисты говорят о развитии тенденции перехода мирового туризма от традиционной модели SSS («Sea, Sun, Sand» – «Море, Солнце, Пляж») к модели LLL («Lore, Landscape, Leisure» – «Знания, Ландшафт, Досуг»).

Помимо рассмотренных стратегий компаниями туриндустрии применяются различные маркетинговые стратегии (в т.ч. стратегии позиционирования, марочные стратегии и др.), инвестиционные стратегии. При разработке своей уникальной стратегии туристская компания должна учесть современные тенденции, факторы среды, собственный потенциал.

Библиографический список:

- 1 Курач Е. В., Иваскив И. С. Особенности и специфика развития делового туризма в России и за рубежом // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2014. №2. С.38-45
- 2 Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов. - М.: Альпина Паблишер, 2016. – 453 с.
- 3 Томпсон-мл., А.А., Питереф, А., Гэмбл, М., Стрикленд III, А. Дж. Стратегический менеджмент: создание конкурентного преимущества / пер. с англ. Н. А. Коневской, Н. А. Лавской. - 19-е изд. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2016. – 800 с.
- 4 Шерешева, М. Ю. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: учебное пособие / М. Ю. Шерешева. – М.: Институт бизнеса, психологии и управления, 2015. – 211 с.

УДК 331

**Фазылова Н.Н. Анализ основ сущности и методов
оценивания конкурентноспособности фирмы**

Analysis of the fundamentals of the essence and methods of assessing the
competitiveness of a firm

Фазылова Недиме Недимовна,
студентка I курса магистратуры
направления 38.04.01 «Экономика»,
магистерская программа
«Экономика фирмы и отраслевых рынков»,
Института экономики и управления
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»

Fazylova Nedima Nedimovna,
Student of the I course of magistracy
Directions 38.04.01 «Economy»,
Master Program
"The economy of the firm and the industry markets,
Institute of Economics and Management
FGAOU VO "Crimean Federal University
Behalf of V.I. Vernadsky »

Аннотация: В данной статье анализируются основы сущности и методов оценивания конкурентоспособности фирмы. Исследуются возможные методы оценки конкурентоспособности фирмы. На основе которых делается вывод, что в настоящее время нет общепринятой методики оценки конкурентоспособности фирмы. Зарубежный опыт в этой области крайне скудно освещается в литературе. Каждая фирма оценивает свою конкурентную позицию по своей методике и эффективность ее применения не афиширует.

Ключевые слова: конкурентоспособность фирмы, потенциал предприятия, коммерческих успех, рыночная доля, индекс конкурентоспособности, интегральный показатель, внутренняя и внешняя среда.

Abstract: this article analyzes the basics of the essence and methods of estimation of competitiveness of firm. Explores possible methods of assessing the competitiveness of the firm. On the basis of which the conclusion is made that currently there is no generally accepted methodology for assessing the competitiveness of the company. Foreign experience in this area is extremely poorly covered in the literature. Each firm estimates its competitive position in its methodology and its effectiveness does not advertise.

Keywords: competitiveness of the firm, potential of the enterprise, commercial success, market share, competitiveness, integral indicator, internal and external environment.

Конкурентоспособность является решающим фактором коммерческого успеха фирмы. Практика показывает, что этой цели наиболее часто достигают фирмы с более высоким конкурентным потенциалом. Под конкурентным потенциалом фирмы подразумевается как реальная, так и потенциальная способность организации разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные товары.

Теоретические основы сущности и методов оценивания конкурентоспособности фирмы широко изучены в трудах таких авторов: М. Портер, И.В. Липсиц, Р.А. Фахрутдинов, Ю.Б. Иванов, В.К. Марков, Х. Маккей, Б. Карлофф, Л.В. Целикова и других.

Однако, несмотря на всестороннее изучение данной проблематики, она нуждается в постоянном изучении и совершенствовании. Поэтому возникает необходимость в регулярной, целенаправленной, кропотливой работе фирмы по оценке и повышению своей конкурентоспособности в сравнении с конкурентами.

Для того чтобы стать конкурентоспособной фирмой необходимо:

1. Обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка.
2. Поднять потенциал конкурентоспособности фирмы, а следовательно и его подразделений, до уровня мировых производителей в данной отрасли.

Для целей управления конкурентоспособностью необходимо наличие объективного инструмента ее оценки. Ошибка в выборе метода измерения может привести к принятию ошибочных управленческих решений.

В настоящее время нет общепринятой методики оценки конкурентоспособности фирмы. Зарубежный опыт в этой области крайне скудно освещается в литературе. Каждая фирма оценивает свою конкурентную позицию по своей методике и эффективность ее применения не афиширует.

Все вышеперечисленное делает вопрос о конкурентоспособности фирмы и методов ее оценивания достаточно актуальным и требующим дополнительных исследований и анализа.

Прежде чем перейти к рассмотрению возможных методов оценки конкурентоспособности, приведем краткий алгоритм оценки конкурентоспособности фирмы (рисунок 1).

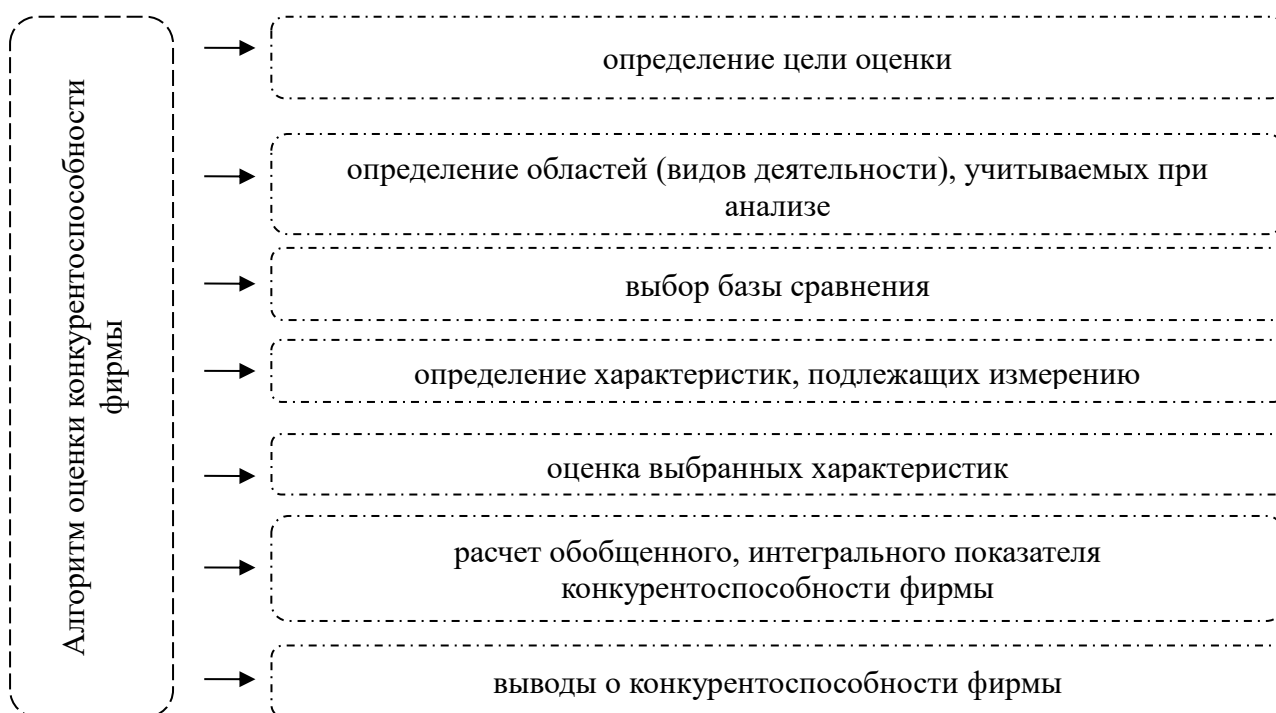


Рисунок 1. Алгоритм оценивания конкурентоспособности фирмы [5]

При анализе различной научной литературы по выбранной тематике, можно сделать вывод, что существует множество методик оценивания конкурентоспособности фирмы (методы, основанные на

оценке конкурентоспособности продукции, оценка внутренней конкурентоспособности фирмы, матричные методы (SWOT-анализ), методы экспертной оценки). Однако необходимо заметить, что ни одна из них не является общепринятой и каждая из них нуждается в постоянном изучении и совершенствовании. Рассмотрим наиболее применимые методики.

1. Методы, основанные на оценке конкурентоспособности продукции, базируются на суждении о том, что оценка конкурентоспособности фирмы может быть произведена через оценку конкурентоспособности ее продукции: чем выше конкурентоспособность товара – тем выше конкурентоспособность фирмы.

Анализ конкурентоспособности продукции требует изучения следующих вопросов: оценка спроса, предложения, цены, емкости рынка, каналов распределения; выявление совокупности потребительских и экономических показателей конкурентоспособности продукции.

Для первичной оценки степени конкурентоспособности продукции фирмы используется стандартизированный состав основных показателей продукции (таблица 1).

Таблица 1

Перечень оценочных показателей конкурентоспособности
продукции[1]

Показатели продукции	Формула расчета
Коэффициент рыночной доли продукции	$K_d = \frac{V_{п.п.}}{V_{п.р.}}$ где $V_{п.п.}$ - объем продаж продукции фирмой, руб.; $V_{п.р.}$ - рыночный объем продаж продукции, руб.
Единичный параметрический уровень конкурентоспособности по i-му параметру;	$G_i = \frac{P_i}{P_{i0} \times L_i}$, где P_i – величина i-го параметра для исследуемой продукции; P_{i0} – базовое значение i-го параметра; L_i — весовость i-го параметра.
Суммарный индекс конкурентоспособности	$I_k = \sum G_i$
Групповой показатель по техническим свойствам	$I_{тс} = G_i \times L_i$,
Групповой показатель по экономическим свойствам	$I_{эп} = \frac{3}{3_0}$, где 3, 3_0 –затраты покупателя по оцениваемой продукции и образцу
Интегральный показатель конкурентоспособности продукции	$I_{п} = I_{тс} \times L_{тс} + I_{эп} \times L_{эп}$ где $L_{тс}$ – коэффициент весомости группового показателя по техническим свойствам; $L_{эп}$ - коэффициент весомости группового показателя по экономическим свойствам

С помощью цифр анализируется уровень конкурентоспособности продукции по сравнению с продукцией конкурентов. Решение о конкурентоспособности продукции на рынке принимается, исходя из обобщения полученных показателей конкурентоспособности продукции по различным критериям.

Таким образом, можно определить занимаемое место фирмы по уровню конкурентоспособности продукции и принять одно из представленных вариантов:

– продукция конкурентоспособна в условиях рыночной экономики;

– показатель конкурентоспособности продукции низкий в данном сегменте рынка.

2. Оценка внутренней конкурентоспособности фирмы

Структура внутреннего конкурентного потенциала фирмы включает такие частные потенциалы как маркетинг, менеджмент, финансы, производство, инновации, кадры (таблица 2).

Таблица 2

Значимость показателей конкурентного потенциала фирмы [2;4]

Частные потенциалы	Показатели	Значимость, баллы
1. Маркетинг	• средневзвешенная конкурентоспособность товара	20
	• эффективность маркетинга	10
	• доля нереализованной продукции	10
	Итого:	40
2. Менеджмент	• качество планирования	5
	• качество управления	5
	• система мотивации работников	5
	Итого:	15
3. Финансы	• доля собственных средств	3
	• коэффициент текущей ликвидности	3
	• рентабельность производства	3
	Итого:	9
4. Производство	• коэффициент использования производственных мощностей	3
	• доля сертифицированной продукции	3
	• износ основных производственных фондов	3

Частные потенциалы	Показатели	Значимость, баллы
	• рост производительности труда	3
	• качество и цены поставляемых материалов	3
	Итого:	15
5. Инновации	• использование Интернет-технологий	5
	• доля инновационных товаров	5
	• количество авторских патентов, «ноу-хау», поданных изобретателями, премий дизайнерам на конкурсах	5
	Итого:	15
6. Кадры	• коэффициент текучести кадров	3
	• коэффициент опережения производительности труда по отношению к заработной плате	3
	Итого:	6
Всего максимальная оценка значимости:		100

На основе данной системы показателей оценки конкурентоспособности фирмы и их значимости, осуществляется расчет, включающий следующие этапы:

1. Оценка единичных показателей частных потенциалов фирмы.
2. Сравнительная оценка единичных показателей частных потенциалов с лидером в отрасли.

3. Расчет показателя «внутренняя конкурентоспособность фирмы».

3. Матричные методы. SWOT-анализ.

Данный анализ позволяет разработать перечень стратегических действий, направленных на усиление конкурентных позиций фирмы и ее развитие.

При его проведении первоначально выявляются слабые и сильные стороны – это факторы внутренней среды, которые будут способствовать или препятствовать эффективной работе фирмы; а также возможности и угрозы – факторы внешней среды, которые благоприятствуют или препятствуют эффективному функционированию организации. На основе данных составляется таблица SWOT-анализа (таблица 3).

Таблица 3

Общая форма SWOT-анализа [3;6]

Внутренняя среда	Сильные стороны	Слабые стороны
Внешняя среда	Возможности	Угрозы

После чего следует ответить на вопросы:

- имеет ли компания какие-либо сильные стороны или главные достоинства, на которых должна основываться стратегия;
- делают ли слабые стороны фирмы ее уязвимой в конкурентной борьбе и какие слабости должна сгладить стратегия;
- какие возможности фирма может использовать со своими ресурсами и опытом, чтобы реально рассчитывать на удачу; какие возможности являются наилучшими с точки зрения фирмы;
- каких угроз больше всего должно опасаться руководство, чтобы обеспечить свою надежную защиту.

4. Метод экспертных оценок. Наиболее распространенной является методика сравнительного анализа конкурентов. Для проведения анализа первоначально необходимо собрать сведения о конкурентах, показать достоинства и недостатки конкурирующих предприятий, определить сферу влияния каждого из них на рынок, показать, кто из них имеет максимальную и минимальную цену, чья продукция наиболее качественна.

Наиболее часто встречающейся в литературе методикой является оценка основных конкурентов по некоторому числу факторов с помощью бальной системы. Сделать это можно экспертным путем.

С точки зрения результативности деятельности фирм-конкурентов на рынке и завоевания ими там сильных позиций можно выделить следующие основные факторы, требующие изучения:

- 1) имидж фирмы;
- 2) концепция продукта, на которой базируется деятельность фирмы;
- 3) качество продуктов, уровень их соответствия мировому уровню;
- 4) уровень диверсификации производственно-хозяйственной деятельности;
- 5) суммарная рыночная доля главных видов бизнеса;
- 6) мощность научно-исследовательской и конструкторской базы;
- 7) мощность производственной базы;
- 8) финансы, как собственные, так и привлекаемые со стороны;
- 9) рыночная цена с учетом возможных скидок или наценок;
- 10) частота и глубина проводимых маркетинговых исследований, их бюджет;
- 11) предпродажная подготовка;
- 12) эффективность сбыта;
- 13) уровень стимулирования сбыта;
- 14) уровень рекламной деятельности;
- 15) уровень послепродажного обслуживания.

В процессе анализа очень важно дать развернутое смысловое объяснение или обоснование, почему той или иной переменной

присвоена данная оценка. Только в этом случае общий итог листа оценки (сумма баллов) покажет истинное положение предприятия по отношению к основным конкурентам на рынке.

Заключение об уровне конкурентоспособности фирмы дополняется определением преимуществ и недостатков фирмы в сравнении с конкурентами, а также разработкой мероприятий повышения конкурентоспособности фирмы.

Существует множество вариантов повышения конкурентоспособности фирмы[7;8;9]:

- Рост объемов реализации продукции;
- Улучшение качества выпускаемого фирмой продукта;
- уменьшение расходов;
- бенчмаркетинг;
- пересмотр цены продукции;;
- внедрение рекламной политики, скидок на предприятии;
- широкое внедрение инноваций.

Библиографический список:

1. Набиев, Р. А. Теоретические аспекты понятия «Конкуренция» [Текст] / Р. А. Набиев, М. Г. Ермолов // Вестник Удмуртского университета. – 2014. – С.37-40
2. Наливайченко, С. П. Факторы роста конкурентоспособности предприятия [Текст] / С. П. Наливайченко, В. В. Михалева // Экономика Крыма. – 2012. - № 2 (39). – С. 59-62

3. Наливайченко, С. П. Экономика предприятия: учебное пособие[Текст] /

С. П. Наливайченко. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2012. – 233 с.

4. Семенов, В. Л. Теоретические аспекты конкурентоспособности как экономической категории [Текст] / В. Л. Семенов // Вестник Ижевского государственного технического университета. 2011. - № 3(51). - С.83-85

5. Тригуб, Н. А. Основные подходы к определению категории «конкурентоспособность продукции» [Текст] / Н. А. Тригуб // Проблемы современной экономики: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). - 2012. - С. 14

6. Фазылова, Н. Н. Анализ качества и конкурентоспособности продукции ООО «Мегамилк» [Текст] / Н. Н. Фазылова, Э. Э. Шамилева // Научный альманах: сборник материалов международной заочной научно-практической конференции «Перспективы развития науки и образования». - 2016

7. Фазылова, Н. Н. Конкуренция как основной источник успешного функционирования прибыльного предприятия[Текст] / Н. Н. Фазылова, А. Н. Юнусова, Э. Э. Шамилева // Материалы II Международной научно-практической конференции «Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства». – 2016. – С.449-451

8. Фазылова, Н. Н. Повышение конкурентоспособности - основная задача предприятия [Текст] / Н. Н. Фазылова, Э. Э. Шамилева //Материалы XIV Международной научно-практической конференции

«Актуальные проблемы и перспективы развития экономики». – 2015. - С.193-194

9. Фазылова, Н. Н. Систематизация факторов, влияющих на конкурентоспособность молочной продукции[Текст] / Н. Н. Фазылова, Э. Э. Шамилева // I Студенческая научно-практическая конференция «Актуальные проблемы экономики предприятия». – 2016. – С.132-133

СЕКЦИЯ 18. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 330.332

Бытдаева Ф.А. Экономические особенности управления инвестициями в организации

Economic features of investment management in the organization.

Бытдаева Фарида Аубекировна,
Ставропольский государственный аграрный университет
farida.boice@gmail.com

Bytdaeva Farida Aubekirovna,
Stavropol State Agrarian University, Stavropol

Научный руководитель:

Латышева Л.А., к.э.н., доцент кафедры Финансового менеджмента и банковского дела

Ставропольский государственный аграрный университет.

Scientific adviser: Latisheva L., candidate of economic sciences, associate professor of the department of Financial management and banking
Stavropol State Agrarian University, Stavropol

Аннотация: Данная статья рассматривает специфические особенности инвестиций, осуществляемых на микроуровне.

Ключевые слова: инвестиции, реальные инвестиции, интеллектуальные инвестиции, финансовые инвестиции, инвестиционный рынок, основной капитал.

Abstract: This article examines the specific features of micro-level investments.

Keywords: investments, real investments, intellectual investments, financial investments, investment market, fixed capital.

Устойчивый и надежный экономический рост в масштабах страны может обеспечиваться только при условии притока в экономику широкомасштабных инвестиций. Под инвестициями в экономике понимаются различные капитальные вложения, средства или издержки, которые применяются для развития и расширения производства, которые в дальнейшем будут приносить прибыль. В современных условиях используют различные международные стандарты, необходимые для изучения различных

макроэкономических показателей, в том числе находящихся свое отражение и в системе национальных счетов. В экономке можно выделить следующие группы инвестиций: реальные, финансовые и интеллектуальные [3].

Под реальными инвестициями понимается процесс обеспечения и создания фондов, вложение капитала только в средства производства и предметы потребления. В состав реальных инвестиций входят следующие показатели.

1. Затраты связанные с восстановлением основных средств. Процесс восстановления основных средств реализуется при помощи следующих составляющих:

- текущего ремонта;
- среднего ремонта;
- капитального ремонта;
- модернизации;
- реконструкции.

2. Инвестиции, направленные в основной капитал. Под инвестициями в основной капитал понимается вложение денежных средств, которое в долгосрочной перспективе должно принести прибыль, при этом инвестором может выступать фирма, фонд, физическое лицо или государство.

3. Различные инвестиции в земельные участки и объекты природопользования. Издержки, связанные с приобретением земельных участков и объектов природопользования отражаются на основе документов, выданных государственными органами по земельным ресурсам и землеустройству, согласно оплаченным или принятым к оплате счетам.

4. Инвестиции в группу нематериальных активов. Под инвестициями в нематериальные активы понимается процесс приобретения различных патентов, лицензий, торговых знаков, торговых марок, программных продуктов и т.д.

Основное место в системе показателей, характеризующих объем и структуру реальных инвестиций, занимают инвестиции в основной капитал. В структуру затрат основного капитала входят следующие составляющие:

- затраты связанные с реконструкцией и строительством промышленных предприятий;
- затраты на монтаж и приобретение нового оборудования;
- затраты на приобретение машин;
- затраты на строительство;
- затраты приобретение производственного инструмента и т.д.

Финансовые инвестиции предполагают помещение денежных средств в различные финансовые активы. К финансовым активам относятся деньги, ценные бумаги, векселя, облигации, акции и деривативы, в том числе в виде опционов, которые означают опосредованное владение физическими и финансовыми активами организации. Под деривативом понимается финансовый инструмент для совершения срочных сделок, производный от цены актива и зависящий от нее, но цена дериватива при этом не является копией стоимости базового акта. Игроки финансовых рынков используют деривативы для хеджирования рисков и спекуляций с целью привлечения прибыли. Финансовые активы предполагают соблюдение требований, которые включают в себя внутренние и внешние долговые обязательства частных лиц, организации и государства.

Основным аспектом в процессе обоснования целесообразности осуществления финансовых инвестиций и инноваций, является расчет их эффективности. Эффективность представляет собой достижение каких-либо результатов с минимально возможными издержками или получение максимально возможного объема продукции из данного количества ресурсов [2]. Эффективность в рамках инвестиционного проекта является достаточной, если сохраняются вложенные средства инвестора и обеспечивается их стабильный прирост. Степень эффективности финансовой инвестиции определяется на основании сравнения с другими видами инвестиций. Эффективность определяется при помощи динамических и статистических методов, в состав которых входят:

- расчет рентабельности инвестиций;
- внутренней нормы прибыли;
- периода окупаемости;
- определение расчетной нормы прибыли.

Интеллектуальные инвестиции предполагают вложения капитала в подготовку специалистов, передачу ноу-хау, научные разработки и т.п. Рынок интеллектуальных товаров и услуг характеризуется динамичным развитием и занимает одно из важнейших мест в развитии современного производства. Объектом данного рынка выступает интеллектуальная собственность частного лица или целой организации [1]. В современной экономике обычно выделяют две основные формы интеллектуальной собственности: частную и коллективную.

Основными источниками финансирования интеллектуальных инвестиций являются.

1. Бюджетное финансирование. Финансирование государством интеллектуальных инвестиций необходимо для повышения интеллектуального потенциала в обществе.

2. Частное финансирование. Частные инвесторы вкладывают свой капитал с целью обладания правом собственности или пользования на какой-либо патент, лицензию и т.п.

3. Финансирование с привлечением средств получаемых от различных спонсоров.

Инвестиционная деятельность в современных рыночных условиях хозяйствования является предпринимательской деятельностью и осуществляется на инвестиционном рынке, состоящем из рынка объектов реального инвестирования, рынка объектов финансового инвестирования и рынка объектов инновационных инвестиций. Состояние инвестиционного рынка и его сегментов характеризуется такими показателями, как спрос, предложение, цена и конкуренция. Изучение рыночной конъюнктуры инвестиционного рынка чрезвычайно важно для инвесторов, так как принятие неправильных решений может привести к снижению доходов, а иногда и к потере капитала. Инвестиционный рынок изучается, в следующей последовательности [4].

1. Оценка и прогнозирование макроэкономических показателей включающих в себя:

- определение степени развития инвестиционного рынка;
- оценка инвестиционного климата;
- расчет сальдо внешней торговли;
- определение ВНРД (валового национального располагаемого дохода).

2. Оценка и прогнозирование инвестиционной привлекательности регионов. Региональный инвестиционный климат представляет систему правовых, экономических и социальных условий инвестиционной деятельности, которые формируются под влиянием большого числа взаимосвязанных процессов, которые представляют собой как объективные возможности региона, так и систему условий не-обходимых для привлечения инвесторов. При формировании оценки инвестиционной привлекательности регионов необходимо учитывать следующие основные элементы:

- макроуровень управления;
- микроуровень управления;
- региональный уровень управления.

3. Оценка и прогнозирование инвестиционной привлекательности различных отраслей экономики.

4. Оценка инвестиционной привлекательности отдельных организаций. Основными задачами оценки инвестиционной привлекательности являются:

- определение текущего состояния организации и перспектив его развития;
- разработка комплекса мер по значительному повышению инвестиционной привлекательности;
- привлечение дополнительных инвестиций в рамках формирования инвестиционной привлекательности;
- увеличение применения комплексного подхода с целью создания положительного эффекта от освоения привлеченного капитала.

5. Оценка инвестиционной привлекательности отдельных проектов, сегментов рынка.

6. Разработка инвестиционной стратегии организации, в состав которой входят:

- определение целей в рамках реализуемой инвестиционной стратегии;
- совершенствование структуры формируемых инвестиционных ресурсов и порядка их распределения внутри организации;
- разработка инвестиционной стратегии по приоритетным направлениям инвестиционной деятельности.

7. Формирование эффективного инвестиционного портфеля организации, включая как реальные капитальные вложения, так и финансовые и инновационные инвестиции.

8. Управление инвестиционным портфелем организации, в том числе диверсификация инвестиций, реинвестирование капитала и пр.

Таким образом, значимость инвестиций на микроуровне велика, так как она является одним из основополагающих факторов, влияющих на инвестиции на мезо- и макроуровне. Большая часть инвестиций на микроуровне представлена реальными инвестициями. В свою очередь, большая часть реальных инвестиций приходится на основной капитал. Интеллектуальные инвестиции в последнее время также получают все большее распространение, что обусловлено увеличением значимости интеллектуальных ресурсов. Финансовые инвестиции также составляют сравнительно крупную часть инвестиций на микроуровне, и чаще всего представлены в виде вложений в ценные бумаги.

Библиографический список:

1. Андрианов, А.Ю. Инвестиции : учебное пособие / А.Ю. Андрианов, С.В. Валдайцев, П.В. Воробьев – Москва: Проспект, 2017 – 592 с.
2. Брусов, П.Н. Современные корпоративные финансы и инвестиции : учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова, Н.П. Орехова – Москва: Кнорус, 2014 – 520 с.
3. Ковалев, В. В. Инвестиции : учебник / В.В. Ковалев, В.В. Иванов, В.А. Лялин – Москва: Проспект, 2015 – 592 с.
4. Склярова, Ю.М. Инвестиции : учебник / Ю.М. Склярова, И.Ю. Скляров, Л.А. Латышева – Ростов-на-Дону : Феникс, 2015 – 345 с.

УДК 332.146:330.322

Вязовик С.М., Кузьменко А.О. Анализ элементов и связей инвестиционного механизма в комплексном развитии регионов

Analysis of the Elements and Relationships of the Investment Mechanism in the Integrated Regions Development

Вязовик Светлана Михайловна,

Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента устойчивого развития, Институт экономики и управления ФГАОУВО «Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского», г. Симферополь

Vyazovik Svetlana Mikhailovna,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Sustainable Development Management, Institute of Economics and Management of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «V.I. Vernadsky Crimean Federal University», Simferopol

Кузьменко Антон Олегович,

магистрант, Институт экономики и управления ФГАОУВО «Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского», г. Симферополь

Kuzmenko Anton Olegovich,

Master, Institute of Economics and Management of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «V.I. Vernadsky Crimean Federal University», Simferopol

Аннотация: Рассмотрены модели, формы, методы, инструменты, а также институционально-правовые структуры организации инвестиционной деятельности как элементы инвестиционного механизма в комплексном развитии регионов. Проанализированы объемы финансирования и принятые меры по реализации Федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года».

Ключевые слова: механизм, инвестиционная деятельность, государственное регулирование, государственная программа.

Abstract: Models, forms, methods, instruments, as well as institutional and legal structures of the investment activity organization are considered as elements of the investment mechanism in the integrated regions development. The amount of financing and the measures taken to implement the Federal Target Program "Social and Economic Development of the Crimean Republic and Sevastopol by 2020" are analyzed.

Keywords: mechanism, investment activity, state regulation, state program.

Механизм регулирования инвестиционной деятельности включает модели, формы, методы, инструменты, а также

институционально-правовые структуры организации инвестиционной деятельности.

Модель инвестиционной деятельности - это институциональный подход к определению организационных основ взаимоотношений между государственными и местными органами власти, который связан с политикой правительства или региональной администрации в решении вопроса реализации инвестиционной деятельности [1].

Формами государственного регулирования инвестиционного процесса являются: регулирование государственных инвестиций; регулирование условий и контроль за их осуществлением всеми участниками инвестиционного процесса, регулирования иностранного инвестирования, в том числе в особых экономических зонах и территориях приоритетного развития, регулирования осуществления инвестиций за границы государства, регулирования финансовых инвестиций, экспертиза и контроль за реализацией инвестиционных проектов.

Главными методами государственного регулирования инвестиционной деятельности является бюджетно-налоговая политика, денежно-кредитная политика, амортизационная политика, политика приватизации, внешнеэкономическая политика, таможенное регулирование, валютное регулирование, международно-договорное регулирование (табл. 1).

Таблица 1

Формы и экономические методы государственного регулирования инвестиционного процесса

Формы	Экономические методы
Регулирование государственных инвестиций	- прогнозирование и программирование; - определение условий по инвестированию бюджетных (внебюджетных средств); - государственный заказ.
Регулирование инвестиционного процесса и контроль за реализацией проектов участниками инвестиционной деятельности	- бюджетно-налоговая и кредитная политика; - политика ценообразования и торговая политика; - антимонопольные меры, государственные нормы и стандарты, гарантии защиты инвестиций и др.
Регулирование иностранного инвестирования	- определение имущественных прав иностранных инвесторов; - налогообложения предприятий с иностранными инвестициями; - валютное и таможенное регулирование; - международно-договорное регулирование.
Регулирование инвестирования в специальных (свободных экономических зонах)	- комплекс специальных методов регулирования: таможенных, налоговых, тарифных.
Регулирование инвестирования на территориях приоритетного развития	- определение приоритетных видов инвестирования; - комплекс специальных методов регулирования: таможенных, налоговых, тарифных на территории ТПР.
Регулирование осуществления инвестиционной деятельности за рубежом	- определение условий осуществления инвестиционной деятельности за рубежом; - установление порядка оформления разрешающих документов на реализацию этой деятельности, контроля и отчетности по использованию имущественных ценностей, которые инвестируются за рубежом.
Регулирование финансовых инвестиций	- создание условий для функционирования рынка.
Экспертиза проектов	- определение критериев соответствия конкретных проектов определенным нормам и правилам.

Эти методы позволяют назначить правила, призванные способствовать тому, чтобы обеспечить соответствие между

состоянием рынка и целями инвестиционной политики, имеющие форму законов, постановлений и других нормативных актов.

В 2016 году в сфере планирования и распределения бюджетных инвестиций, предусмотренных на капитальное строительство на территории Республики Крым, с целью эффективного использования бюджетных средств, направленных на капитальные расходы, обеспечено планирование и мониторинг реализации капитальных вложений, осуществляемых за счет республиканского Бюджета [2]:

- сформированы планы капитального строительства за счет средств бюджета Республики Крым на 2016 год в рамках непрограммных мероприятий (распоряжение Совета министров Республики Крым от 15.03.2016 № 222-р) и в рамках государственных программ Республики Крым (распоряжение Совета министров Республики Крым от 22.06.2016 №634-р).

В 2016 году в бюджете Республики Крым на капитальное строительство, включая капитальный ремонт, были предусмотрены средства на общую сумму 6,43 млрд. руб. (641 социально-значимый объект). По состоянию на 01.01.2017 профинансировано 5,74 млрд. руб., освоено 4,57 млрд. руб.:

- разработаны Порядки предоставления субсидий из бюджета Республики Крым юридическим лицам на капитальный ремонт объектов государственной собственности (постановление Совета министров Республики Крым от 12.04.2016 №163) и бюджетам муниципальных образований в Республике Крым на софинансирование капитальных вложений и капитального ремонта в объекты муниципальной собственности и приобретение недвижимого имущества в муниципальную собственность в 2016 году,

(постановление Совета министров Республики Крым от 18.04.2016 № 157);

- внесены изменения в Порядок формирования плана капитального строительства за счет средств бюджета Республики Крым на 2016 год (постановление Совета министров Республики Крым от 06.05.2016 №198);

- организована работа по составлению «дорожных карт» реализации объектов, включенных в План капитального строительства за счет средств бюджета Республики Крым на 2016 год;

- сформированы и направлены в Министерство финансов Республики Крым 35 заявок на финансирование объектов;

- осуществлялся еженедельный мониторинг финансирования и использования заказчиками строительства капитальных вложений республиканского бюджета, а также соблюдения сроков реализации мероприятий плана капитального строительства в соответствии с утвержденными «дорожными картами»;

- предоставлялась консультационная и практическая помощь исполнительным органам государственной власти и органам местного самоуправления муниципальных образований Республики Крым по вопросам капитального строительства за счет бюджетных средств.

Приняты меры для реализации федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» в рамках полномочий:

- проведена работа по подготовке и подписанию соглашений (дополнительных соглашений) о предоставлении в 2016 году субсидий из федерального бюджета бюджету Республики Крым на софинансирование расходных обязательств по реализации

мероприятий федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года», в том числе сформированы необходимые документы для подтверждения остатков неиспользованных средств субсидий 2015 года из федерального бюджета бюджету Республики Крым;

- внесены изменения в постановление Совета министров Республики Крым от 24.06.2015 №350 «О вопросах обеспечения реализации федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» в связи с изменением по ряду объектов заказчиков-застройщиков, а также в части корректировки Порядка взаимодействия исполнительных органов государственной власти Республики Крым, заказчиков (застройщиков) по обеспечению реализации федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года»;

- осуществлялась работа по сбору, анализу и обобщению предложений отраслевых министерств по внесению изменений в федеральную целевую программу «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» в части перераспределения предельных объемов финансирования объектов, реализация которых запланирована на 2016-2020 годы;

- подготовлены ежемесячные, ежеквартальные и годовые отчеты о ходе реализации федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» в 2016 году [3].

Регулирование инвестиционной деятельности осуществляется путем использования определенных инструментов инвестиционной

политики государства. Инструментами государственной политики поддержки инвестиционной деятельности выступают определенные конкретные льготы, ограничения, стандарты, которые определяют отрасли и условия реализации инвестиционного процесса определенных субъектов инвестирования, гарантии защиты инвестиций со стороны государства и региона. Основными являются налоговые инструменты регулирования инвестиционной деятельности, обеспечивающие направление инвестиционных потоков в приоритетные отрасли региона установлением соответствующих ставок и льгот.

Так согласно Федеральному закону Российской Федерации от 29.11.2014 № 377-ФЗ «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» и условиям налогообложения участников свободно экономической зоны в Республике Крым применяются следующие льготные и преференциальные ставки налогов и сборов:

- налог на имущество 0 % (освобождение от уплаты налога на имущество организаций – на 10 лет);
- пониженные тарифы страховых взносов – 7,6 % (пенсионный фонд РФ - 6 %, фонд социального страхования РФ – 1,5 %, федеральный фонд обязательного медицинского страхования – 0,1 %);
- процедура свободной таможенной зоны (освобождение от уплаты ввозных таможенных пошлин и налогов);
- налог на землю – 0 % (освобождение от уплаты земельного налога организациями на 3 года);

- налог на прибыль от 2 % (снижение ставки налога на прибыль организаций: федеральный бюджет (0 % на 10 лет), бюджет Крыма (2 % в первые 3 года) (6 % с 4 по 8 годы) (13,5 % с 9-го года));

- ускоренная амортизация (в отношении собственных амортизируемых основных средств с коэффициентом до 2) [4].

В Законе определен срок функционирования Свободной экономической зоны на территории Республики Крым - 25 лет, то есть до 31 декабря 2039 года [5].

Государство участвует в инвестиционном процессе через свои институты, к которым относятся: органы законодательной, исполнительной власти и местного самоуправления, Центробанк РФ, Фонд госимущества, Государственный антимонопольный комитет, арбитражные суды. В каждом государстве с рыночной экономикой существует разветвленная сеть финансовых, инвестиционных, кредитных институтов, для развития и функционирования которых создаются соответствующие условия. К ним относятся: инвестиционные и ипотечные банки, инвестиционные фонды, инвестиционные компании, лизинговые компании, доверительные общества и другие институты.

Подытоживая вышеизложенное, можно утверждать, что Республика Крым только начинает использовать весомые рычаги для регулирования инвестиционного процесса, которые в ее распоряжении. В регионе еще не полностью сформирован привлекательный инвестиционный климат, законодательная база еще только формируется, инструменты, используемые с целью регулирования, еще не достаточно эффективны, несовершенным является страхование от

инвестиционных рисков, используются лишь отдельные рычаги оживления инвестиционной деятельности.

Библиографический список:

1. Захарин С. В. Инвестиционное обеспечение инновационного развития экономики [монография] / С. В. Захарин. - М.: КНУТД, 2012. – 340 с.
2. Отчет о деятельности Министерства экономического развития Республики Крым за 2016 год [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/analiz_SE/analiz_SEotchet_o_deyatelnosti_Ministerstva_za_2016god-v06042017.pdf
3. ФЦП: Программа "Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года" ЕС [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2019/429>
4. Официальный сайт. Инвестиционный портал Республики Крым [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://invest-in-crimea.ru>
5. Федеральный закон Российской Федерации от 29.11.2014 № 377-ФЗ «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://base.garant.ru/70807520/>

УДК 338.45

**Купина Е.А., Тыщенко О.С. Совершенствование
управления инвестиционной деятельностью
промышленного предприятия**

Perfection of management by investment activity of an industrial enterprise

Купина Елена Александровна,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет им. И.Т. Трубилина», г. Краснодар
kupina.lena2015@yandex.ru

Kupina Elena Alexandrovna,

student of the Economics department

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin», Krasnodar

Тыщенко Ольга Сергеевна,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет им. И.Т. Трубилина», г. Краснодар
yes-olya@rambler.ru

Tyshchenko Olga Sergeevna,

student of the Economics department

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin», Krasnodar

Научный руководитель:

Искандарян Гоар Овсеповна

Кандидат экономических наук,

старший преподаватель кафедры управления и маркетинга

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет им. И.Т. Трубилина», г. Краснодар
iskandaryan.g@yandex.ru

Scientific adviser: Iskandaryan Goar Ovsepovna
associate professor of chair,

Senior Lecturer, Department of Management and Marketing

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin», Krasnodar

Аннотация: Совершенствование управления инвестиционной деятельностью предприятия в условиях жесткой конкуренции предполагает выполнение анализа и разработке наиболее эффективного проекта. Особенно важно применение инвестиционного управления для предприятий, испытывающих проблемы экономического развития и ограниченности ресурсов. В статье анализируется практический опыт разработки и внедрения инвестиционного проекта развития промышленного предприятия Краснодарского края. На основе обобщения данного опыта в статье показано, что для промышленных предприятий

имеющих определённый запас собственных средств или возможность привлечения кредитов, оптимальной может стать реализация инвестиционной стратегии централизованной диверсификации.

Ключевые слова: предприятие, инвестиция, инвестиционная деятельность, инвестиционный проект, оценка эффективности, рентабельность

Abstract: Improving the management of the company's investment activities in a highly competitive environment requires the implementation of analysis and the development of the most effective project. It is especially important to use investment management for enterprises that are experiencing problems of economic development and limited resources. The article analyzes practical experience in the development and implementation of an investment project for the development of an industrial enterprise in the Krasnodar Territory. Based on the generalization of this experience, it is shown in the article that for the industrial enterprises having a certain stock of own funds or the possibility of attracting loans, the implementation of an investment strategy of centered diversification may be optimal.

Keywords: enterprise, investment, investment activity, investment project, efficiency assessment, profitability

Современный этап развития отечественной экономики характеризуется коренной перестройкой механизмов управления организацией, что объясняется поиском методов эффективного управления инвестиционной деятельностью.

В настоящее время не только правильная оценка и выбор, но и успешная реализация инвестиционных проектов позволяют предприятиям занимать лидирующие позиции на рынке и обеспечивают стабильную основу для дальнейшего роста. Таким образом, актуальность темы исследования объясняется существующей потребностью в повышении эффективности управления инвестиционной деятельности предприятия в сфере производственной деятельности.

В результате инвестирования увеличиваются объемы производства, растет доход, развиваются и уходят вперед в экономическом соперничестве отрасли и предприятия, в наибольшей степени удовлетворяющие спрос на те или иные товары и услуги. Полученный доход частично вновь накапливается и увеличивается,

происходит дальнейшее расширение производства, что приводит к процветанию предприятия. Этот процесс повторяется непрерывно. Таким образом, инвестиции сами обуславливают рост, расширение воспроизводства за счет дохода в результате эффективного распределения. Чем эффективнее инвестиции, тем больше рост дохода, тем значительнее абсолютные размеры накопления денежных средств, которые могут быть вновь вложены в производство. При достаточно высокой эффективности инвестиций прирост дохода может обеспечить повышение доли накопления при полном росте потребления.

Повысить эффективность деятельности ОАО «Ильский завод утяжелитель – НПО «Бурение» возможно в результате грамотного управления инвестиционной деятельностью.

Согласно уставу, основными видами деятельности Общества являются:

- содержание, ремонт, строительство и реконструкция автомобильных дорог, мостов и других объектов производственного и социального назначения. Диагностика и испытание действующих и вновь вводимых в эксплуатацию мостов и элементов дорог, ведение технического учета и паспортизации дорог и сооружений, систем учета движения.

- производство прочей неметаллической минеральной продукции, не включенной в другие группировки;

- оптовая торговля прочими промежуточными продуктами, кроме сельскохозяйственных, не включенными в другие группировки;

- производство добавок кормам для животноводства;

- производство прочих химических продуктов;

- производство товаров для народного потребления;

- производство строительных материалов и продуктов производственно-технического назначения;
- торгово-посредническая и закупочная деятельность;
- оптовая торговля прочими промышленно-химическими веществами;
- оптовая и розничная торговля промышленными изделиями, продуктами и товарами народного потребления;
- строительно-монтажные и ремонтно-строительные работы;
- оказание транспортных и складских услуг.

Сущность инвестиционного проекта по организации производства деревянного клееного бруса состоит в том, что предлагается организовать производство клееных изделий из массивной древесины, которые используются при производстве мебели, оконных и дверных блоков и различных строительных материалов (подоконных досок, лестниц, панелей и т.д.). ОАО «Ильский завод утяжелитель – НПО «Бурение» Северского района владеет свободными производственными площадями которые в настоящее время не используются по назначению.

Важной особенностью предлагаемого к реализации инвестиционного проекта является то, что необходимо приобрести оборудование, которое позволит одновременно выпускать мебельный щит и клееный брус при одном и том же оборудовании. Это технологическое преимущество позволит загрузить производственные мощности в зависимости от спроса на продукцию.

Клееный брус из массивной древесины применяется как заменитель цельковой древесины при производстве оконных блоков. При производстве мебели из массива дерева используют клееный щит.

Мебель из дерева является экологически чистой и имеет спрос на мебельном рынке. Необходимым условием выпуска такой мебели является применение клееного щита из массивной древесины.

Основными покупателями нашей продукции будут производители высококачественной мебели, дверных и оконных блоков. Россия в настоящее время переживает строительный бум и характеризуется существенным увеличением темпов роста гражданского строительства на фоне спада в других областях экономики. Стремительно увеличивается спроса на высококачественные строительные и отделочные материалы, удовлетворяемый в настоящее время на 75% за счет импорта. С другой стороны, высокие таможенные пошлины и транспортные расходы делают стоимость европейских стройматериалов на внутреннем рынке чрезвычайно высокой (в 2 - 2,5 раза выше, чем в странах Западной Европы). В связи с этим в России созданы условия, при которых высокотехнологичное производство стройматериалов европейского стандарта качества из отечественного сырья становится, несмотря на все трудности, достаточно высокорентабельным и быстро окупаемым.

Растет также спрос на высококачественную мебель из древесного массива, пока также в значительной степени удовлетворяемый за счет импорта. При этом, соотношение европейских и внутрироссийских цен на этот вид продукции примерно такое же, как и на рынке стройматериалов. Как показали маркетинговые исследования, в последнее время на рынке мебели в России появилось несколько довольно успешно работающих предприятий, выпускающих мебель из древесного массива. Качество этой продукции уступает продукции дорогих итальянских и испанских фирм. Однако она заняла довольно

прочную нишу на рынке, вытесняя продукцию фирм-производителей из Восточной Европы, не уступая ей по качеству и успешно конкурируя по цене.

Как показывают маркетинговые исследования, использование для благоустройства жилья материалов европейского качества и приобретение высококачественной мебели из древесного массива становятся в России приоритетными статьями затрат у граждан со средними и высокими доходами.

По нашим данным спрос на щит на внутреннем рынке уже в 2017 году может составить порядка 350 000 м³/год, а брус - 150 000 м³/год. Официальных данных по объемам производства мебельного щита в регионах и в России нет. По нашим данным это может составить 13-15 тысяч м³/год, а производство клееного бруса вообще отсутствует. Ожидаемая доля предприятия по производству мебельного щита может составить на настоящий момент до 25%, а клееного бруса - 100%.

В настоящее время в России производство щитов из массивной древесины находится в первоначальной стадии развития и нет официальных данных по производству данного вида продукции. Производство отечественной мебели находится в крайне затруднительном положении в связи с общей экономической ситуацией в стране, а также импортной высококачественной зарубежной продукции. Предложение продукции создаваемого производства позволит мебельным предприятиям освоить выпуск конкурентоспособных изделий современного уровня качества; то же самое можно сказать про клееный брус для оконных блоков.

Сильные и слабые стороны конкурентов: вследствие неразвитости рынка данной продукции в России, говорить о какой либо

серьезной конкуренции на внутреннем рынке в настоящее время нельзя.

Сильной стороной конкурентов на внешнем рынке является то, что они давно находятся на рынке хорошо известны потребителям и имеют с ними давние и хорошо отлаженные связи.

Слабой стороной конкурентов является безусловно более высокая себестоимость продукции, объясняемая более высокой стоимостью основного сырья (древесины) на западном рынке и значительно большими затратами на оплату труда.

Следует рассмотреть влияние на конкуренцию внешних факторов. Несовершенство налогового законодательства в России, безусловно оказывает отрицательное влияние на конкурентоспособность производства, так как ныне действующие ставки налогов делают себестоимость продукции чрезвычайно высокой. Однако, существующие налоговые льготы для малых предприятий (возможность ускоренной амортизации) позволяют предприятию значительно сократить сумму налогов в первый год производства, что для предприятия особенно важно. В дальнейшем, вступление в силу проектируемого в настоящее время нового налогового законодательства должно несколько улучшить ситуацию.

Далее следует провести SWOT-анализа предприятия, рассмотреть внешнее окружение и внутреннюю среду.

В результате SWOT-анализа ОАО «Ильский завод утяжелитель – НПО «Бурение» разработан необходимый материал для планирования дальнейшей деятельности предприятия при организации производства клееного бруса и щита, выявленных возможностей и угроз.

Слабые стороны – сильно развитая конкуренция и демпинг, недостатки в рекламной политике, увеличение срока оборачиваемости оборотных средств.

Угрозы имеют внешний характер, на которые организация не может оказать существенного влияния, это снижение уровня жизни населения и повышение закупочных (оптовых) цен, усиление конкуренции. Внутренней угрозой является рост дебиторской и кредиторской задолженности. Поэтому надо разработать альтернативные варианты действий на случай усиления влияния какого-либо негативного внешнего фактора – поиск альтернативных поставщиков, создание резервов для покрытия возможных убытков.

Таблица 1

Матрица SWOT-анализа ОАО «ИЗУ»

Сильные стороны (S)	Возможности (O)
- хорошо изученный рынок и потребности в сырье - высокий контроль качества сырья и готовых изделий - выделение достаточных средств на проведения рекламных мероприятий и стимулирования продаж - рост оборотных средств - команда профессионалов высокого уровня	- изменение структуры производства мебели и предпочтений клиентов - возрастающий интерес потребителей к элитной мебели - рост спроса на сырье со стороны строительных компаний и мебельных фабрик
Слабые стороны (W)	Угрозы (T)
- задержка поставок сырья. - слабые конкурентные позиции связанные с входением на рынок - отсутствие маркетинговой активности. - продукт нашего предприятия не известен клиентам.	- усиление конкуренции. - повышение закупочных (оптовых) цен. - сбой в сроках поставки сырья. - экономическая нестабильность, инфляция, колебание курса валют. - снижение уровня жизни населения.
Сильные возможности(SO)	Слабые возможности(WO)
- постепенный рост объемов производства за счет высокого качества клееного щита и бруса.	- расширение круга поставщиков сырья с целью снижения простоев. - ознакомление с предприятием оптовых покупателей.

- рост спроса на продукция за счет высокого качества продукции и приемлемой цены.	
Сильные угрозы(ST)	Слабые угрозы (WT)
- победа в конкурентной борьбе за счет стабильного обеспечения сырьем и постоянный поиск каналов сбыта. - преодоление негативных социально-демографических изменений рынка и потребностей потребителей.	- победа в конкурентной борьбе за высокого качества клееного бруса и щита. - рост цен на сырье и готовую продукцию.

ОАО «Ильский завод утяжелитель – НПО «Бурение» имеет ряд сильных сторон, выгодно отличающих от конкурентов. Самые главные из них – отлаженный сбыт и высокая квалификация работников (управленческий персонал, производственно-промышленный персонал)

Также организация обладает набором возможностей, которые могут способствовать укреплению ее позиции на региональном рынке: появление новых поставщиков сырья, использование системы рассрочки и скидок.

Оценка факторов внешней и внутренней среды помогает в принятии управленческих решений касающихся поведения организации в конкурентной среде. Перемножение факторов, представленных в карте SWOT, позволяет получить соответствующее значение в полях матрицы SWOT. Наибольшее из них определяет основную стратегическую цель, направления развития коммерческой деятельности организации.

Таким образом, SWOT-анализ позволил определить основные направления совершенствования системы управления коммерческой деятельностью ОАО «Ильский завод утяжелитель – НПО «Бурение», которые заключаются в повышении качества обслуживания клиентов и в использовании средств рекламы.

Предлагается организовать производство клееных щитов и брусков из массивной древесины в объеме 7 200 м³ в год. Производство предусмотрено из исходного сырья - мягких хвойных пород, в основном сосны и ели. Технология должна обеспечивать получение продукции высокого качества, удовлетворяющего потребности регионального рынка.

В таблице 2 приведены качественные характеристики предлагаемой к выпуску продукции.

Таблица 2

Качественная и количественная характеристика выпускаемой продукции в ОАО «ИЗУ»

Характерный параметр	Клееный щит	Клееный брус
Размеры:	300 - 2500 мм	300 - 2500 мм
длина		
ширина	300 - 1300 мм	50 - 130 мм
толщина	12 - 40 мм	35 - 60 мм
Особенности производства	Все щиты калибруются и обрабатываются по периметру по желанию заказчика	Брус клеится из 8-ми слоев
Объем производства	4800 м ³	2400 м ³

Предусмотрено готовое производство щитов и брусков. Производство рассчитано на работу в 2 смены по 8 часов каждая при 250 рабочих днях в году и коэффициенте использования рабочего времени 0,7. Система оплаты труда должна быть установлена – повременная.

Планируется включить в штатное расписание должности начальник цеха – 2 единицы, мастер (начальник смены) – 2 единицы, производственные рабочие и ИТР непосредственно занятые изготовлением продукции. – 30 ставок, наладчики оборудования – 2 штатные единицы.

К приобретению выбран комплект основного оборудования фирмы «Лестро-Лединек» с использованием клеепрессовой системы «HESS».

Состав оборудования определен в следующем виде:

1) сушильные камеры S-50 - 1 шт, S-100 - 1 шт, общим объемом загрузки - 150 м3/цикл;

2) центральная установка для форматной распиловки:

- комплект оборудования для продольно-поперечной распиловки древесины, предварительной двухсторонней калибровки с одновременным продольным распиливанием (спец. станок ROTOLES);

- три автоматических линии для поперечного раскроя и сортировки;

- автоматическая линия для сращивания по длине;

- комплект приводных и не приводных роликовых транспортеров.

3) линия по производству массивных мебельных щитов и брусков:

- четырехсторонний строгальный станок ROTOLES;

- специальный двухшпиндельный круглотельный станок для продольной распиловки В-2V/18.5;

- прессовая система HESS и VF - 1300*2500*(12 - 40);

- специальный станок для калибровки ROTOLES;

- двухсторонний форматно-обрезной станок TSA - 200/W;

- комплект приводных и не приводных роликовых транспортеров, загрузочно-разгрузочных устройств.

4) оборудование для заточки инструментов:

- универсальный станок для заточки инструментов типа Ф36М;

- станок для заточки плоских ножей в строгальных головках BSG – 250.

Для производства клееного бруса и клееного щита следует закупить вспомогательное оборудование:

- система пневмотранспорта для удаления древесной пыли, опилок и стружки с рекуперацией.
- система удаления пусковых отходов древесины.
- система кондиционирования воздуха (поддержание определенной W воздуха).
- Оборудование электромеханической мастерской.
- Внутрицеховой и заводской транспорт.

В процессе выбора оборудования был проведен широкий сравнительный анализ качественных характеристик, условий поставки, времени исполнения и цеховых показателей основного и вспомогательного оборудования.

Основные преимущества оборудования по сравнению с аналогами следующие:

- 1) качество обработанных поверхностей, в связи с применением системы торцевого фрезерования, значительно выше по сравнению с классической системой обработки строганием, особенно при обработке сучков;
- 2) происходит меньший расход древесины - другое очень важное преимущество. Это достигается тем, что при данном способе строгания возможно применение меньшего припуска и уменьшению дефектов обработки. Общая экономия древесины достигает 8 - 9%;
- 3) меньший расход шлифовальных лент и другого режущего инструмента. К примеру, расчет расходов на приобретение

оборудования и инструмента четырехсторонних станков классического и станка «Ротелес» показывает экономию до 50% по сравнению с классическим станком.

4) меньший расход электроэнергии в связи с меньшими усилиями резания и применением, соответственно, электродвигателей меньшей мощности.

5) из других преимуществ нового способа обработки, запатентованного как принцип «Ротолес» и используемый в основных станках, можно отметить меньшее количество пыли, что положительно влияет на экологическое состояние производства и снижает пожаро- и взрывоопасность, а также использование заготовок меньших размеров.

Пиломатериал после естественной сушки подвергается окончательной искусственной сушке в сушильных камерах до влажности 8 - 10% и после 3 - 5 дневного кондиционирования подается в цех для раскроя на рейки; при необходимости происходит вырезка дефектных мест и дополнительная операция по сращиванию (продольному). После подготовки рейки строгаются с 4-х сторон и подаются в пресс для склейки в щиты или бруски. Склеенные щиты и бруски отправляются в промежуточный склад, откуда после акклиматизации поступают на окончательные операции - обработку в размер и калибровку по толщине в окончательный размер. Таким образом, обработанная готовая продукция проходит затем операцию контроля по качеству (визуально и при помощи специального оборудования), упаковки и отправляется на склад готовой продукции. Инвестиционные издержки на закупку оборудования и запуск цеха составит 22323,8 тыс. руб.

Специфическими требованиями являются: строгий контроль за влажностью древесины и необходимость поддержания определенной температуры и влажности воздуха в производственном цехе, т.е. определенный микроклимат в производственных помещениях.

Цена клееного бруса – 20,0 тыс. руб., за куб. м для мебельного щита и 22,3 тыс. руб. за куб. м. на 18 - 20% ниже сложившегося уровня цен на региональном рынке на аналогичную продукцию. Кроме того в проекте предусмотрено, что потребитель будет оплачивать продукцию по факту её доставки на свой таможенный склад.

Сбыт продукции будет осуществляться ограниченному числу производственных предприятий соответствующего профиля, с большинством из которых отдел сбыта предприятия должен быть установить коммерческие отношения. Поэтому сбыт будет иметь строго прогнозируемый характер, и будет осуществляться в виде плановых контрактных поставок.

В производстве клееных щитов из массивной древесины используются только два сырьевых компонента - древесина хвойных пород и клей.

На момент разработки инвестиционного проекта цена на древесину указанного качества составляет 7,7 тыс. руб. за 1 куб. метр на складе заказчика, оплата производится по факту приемки вагона на станции назначения. График поставок при выходе на плановую мощность - 3 вагона в месяц.

В случае устойчивого финансирования, нахождение альтернативных источников сырья не представляет проблем. Расход электроэнергии на технологические цели определяется по мощности оборудования, коэффициенту его загрузки и времени работы за год.

Кроме того, необходимо учесть потребление воды и соответственно водоотведение.

Предположительно, что стоимость сырья для деревообрабатывающего производства составит 32340 тыс. руб. в год. Важным компонентом в производственном процессе является клей. Его потребность составит 2900 кг. в год. Учитывая данные расчеты проведем обоснование целесообразности предложенного управленческого решения и определим его эффективность.

Для запуска нового производства следует привлечь 49 человек. Численность работников предприятия увеличится. Далее необходимо запланировать объем продаж продукции. Необходимо определить объем затраты на сырье. И рассчитать коэффициент эффективности капитальных вложений.

Основные расходные материалы – это упаковка. На ее приходится тратить примерно 818,4 тыс. руб. в год, если выпускать планируемый объем продукции. Рассчитаем чистую прибыль от продаж предприятия. Текущие затраты составят 64325,3 тыс. руб. в год. Годовой фонд заработной платы составит 5295,6 тыс. руб. Страховые взносы во внебюджетные фонды составят 5295,6 тыс. руб. Остальные расходы приходятся на коммунальные платежи – 505,3 тыс. руб.

Прибыль от продаж составит 16062,7 тыс. руб. Ожидается обеспечение коммерческой рентабельности производства – 25,0%. Коэффициент эффективности инвестиций имеет довольно высокое значение – 0,720. Срок окупаемости инвестиционных вложений составит 16 месяцев.

ОАО «Ильский завод утяжелитель – НПО «Бурение» является низкорентабельным предприятием. Но, тем не менее, предприятие

имеет в распоряжении резервные денежные средства, но при организации нового производства следует использовать заемные ресурсы. Источником инвестиций частично выступают собственные средства.

Управление ценообразованием на клееный брус и мебельный щит предусматривает установление рыночных цен, но ниже, чем у конкурентов. В зависимости от качества продукции и цен, у каждой продукции складывается свой контингент оптовых покупателей.

Далее следует рассмотреть план кредитования, приведенный в таблице 6. Ставка по кредиту определена в размере 19% годовых. Вид погашения кредита – дифференцированный.

В течение пяти лет ОАО «ИЗУ» выплатит банку сумму основного долга и проценты за пользование кредитом в размере 31400 тыс. руб.

Так как $NPV > 0$, то это означает, что его доход выше рыночного, а, следовательно, в результате открытия и функционирования предприятие получит 16598,2 тыс. руб. чистого дисконтированного дохода.

Таблица 3

Расчет чистого дисконтированного потока инвестиционного проекта открытия деревообрабатывающего цеха в ОАО «ИЗУ»

Показатель	2017 г. (0-шаг)	2018 г. (1-шаг)	2019 г. (2-шаг)	2020 г. (3-шаг)	2021 г. (4-шаг)	2022 г. (5-шаг)
Инвестиции, тыс. руб.	-22323,8	-	-	-	-	-
Денежный приток, тыс. руб.		80388	80388	80388	80388	80388
Денежный отток, тыс. руб.	-22323,8	68125,3	67365,3	66605,3	65845,3	65085,3
В том числе проценты по кредиту		3800	3040	2280	1520	760
Чистый денежный поток, тыс. руб.	-22323,8	12262,7	13022,7	13782,7	14542,7	15302,7
Коэффициент дисконтирования ($r=24\%$)	1,000	0,806	0,651	0,524	0,423	0,341

Показатель	2017 г. (0-шаг)	2018 г. (1-шаг)	2019 г. (2-шаг)	2020 г. (3-шаг)	2021 г. (4-шаг)	2022 г. (5-шаг)
Чистый дисконтированный поток, тыс. руб.	-22323,8	9883,7	8477,8	7222,1	6151,6	5218,2
Итого нарастающим итогом, тыс. руб.	-22323,8	-12440,1	-3962,3	3259,8	9411,4	14629,6

Рассчитаем дисконтированный срок окупаемости нашего проекта последовательной итерацией (DPP). Для более точного определения срока окупаемости инвестиционных расходов проведем следующие расчеты:

$$DPP = (2 + (1993,7/7222,1) \times 12) = 2 \text{ года } 3 \text{ мес.}$$

Из расчетов следует, что первый год проект будет приносить убытки, и они окупятся за счет чистой прибыли только в третьем году его реализации. Следовательно, дисконтированный срок окупаемости составит 27 месяцев.

Необходимо определить запас финансовой прочности или финансовой устойчивости проекта. Для этого рассчитывается его внутренняя норма доходности (IRR), которая является точкой безубыточности.

Представим обобщающие показатели эффективности инвестиционного проекта деревообрабатывающего цеха в таблице 4. Проект относится к техническим, организационным инвестиционным решениям на уровне предприятия.

Таблица 4

Эффективность инвестиционных вложений в открытие
деревообрабатывающего цеха

Показатель	Значение показателя
Инвестиционные затраты, тыс. руб.	22323,8
Прибыль, тыс. руб.	12262,7
Чистый дисконтированный доход за 5 лет, тыс. руб.	14629,6
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	27
Внутренняя норма доходности проекта, %	65,5
Индекс рентабельности инвестиций	0,815

Таким образом, очевидна целесообразность проведения предложенных мероприятий по организации деревообрабатывающего производства. Чистый дисконтированный доход от предлагаемых мероприятий составит за 5 лет использования оборудования 16598,2 тыс. руб., дисконтированный срок окупаемости проекта 27 месяцев. Экономическое обоснование инвестиционного проекта подтверждает его актуальность и необходимость для ОАО «ИЗУ».

Библиографический список:

1. Лукасевич И. Я. Инвестиции / И. Я. Лукасевич. – М. : Вузовский учебник, 2013. - 413 с.
2. Непомнящий Е. Г. Экономическая оценка инвестиций : учеб. пособие / Е. Г. Непомнящий. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2013. – 292 с.
3. Никольская Е. Г. Инвестиции предприятия : учебник / Е. Г. Никольская. – М. : 2013.- 287 с.
4. Попков В. П. Организация и финансирование инвестиций: учеб. пособие / В. П. Попков, В. П. Семенов. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 298 с.

СЕКЦИЯ 19. ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 30

Гасанов С. П. Роль информационных технологий в становлении партнерских отношений между субъектами рынка

The role of information technologies in the development of partnership between market actors

Гасанов Саид Первизович,
Аспирант Уральского федерального университета
имени первого президента России Б.Н. Ельцина
Gasanov Said Pervizovich,
Graduated student of Ural Federal University
named after first president of Russia B.N. Yeltsin

Соавтор
Сулковская Юлия Алексеевна
Аспирант Уральского федерального университета
имени первого президента России Б.Н. Ельцина
Co-author: Sulkovskaya Julia Alekseevna
Graduated student of Ural Federal University
named after first president of Russia B.N. Yeltsin

Аннотация: В статье повествуется о роли информационных технологий в развитии партнерских отношений в условиях постиндустриальной экономики. Описываются возможности существующих информационных систем, которые нацелены на установление партнерских отношений между акторами рынка.

Ключевые слова: Маркетинг, партнерские отношения, информационные технологии, информационные системы.

Abstract: The article describes the role of marketing partnerships as an element of development and increasing competitiveness of companies in the post-industrial economy. Reveals the problem of development and implementation of marketing partnerships in a highly communicative environment.

Keywords: Marketing, partnership, competitiveness, information technologies, information systems.

Сегодня мы наблюдаем стремительное развитие информационных технологий, что позволяет обществу выйти на качественно новый уровень взаимодействия. Развитие электронной коммерции, упростило и в то же время усложнило задачу маркетологов

взаимодействовать с потенциальными клиентами. Учитывая, что информационные технологии позволили кардинально расширить географию работы компаний и их взаимодействие с клиентами, проблема построения долгосрочных и доверительных отношений с акторами рынка стало приоритетным. В данной ситуации, компании начали делать акцент на маркетинг партнерских отношений, который помогает выстроить сильные экономические, технические и социальные связи между акторами взаимодействия. (Р. Kotler, Marketing Management, New York: Prentice Hall.)

Процесс маркетинга партнерских отношений (МПО) включает в себя три ключевых элемента: (D. Aaker, V. Kumar, and G. Day, Marketing Research (7 edition), New York: John Wiley & Sons, Inc.)

1.Определение и построение базы данных текущих и потенциальных потребителей, в которой отражаются демографические, социальные, психологические и покупательские аспекты.

2.Взаимодействие с потребителями через существующие и новые медиаканалы, основанные на предпочтениях покупателей.

3.Отслеживание этапов взаимодействия с потребителем для определения стоимости приобретения потребителя и какую ценность предоставляют продукты потребителю.

Таким образом, маркетинг партнерских отношений скорее процесс, чем просто отдельные события. Включив такой маркетинговый подход, маркетологи могут настраивать программы для индивидуальных потребителей, тем самым вовлекая их непосредственно в процесс создания ценности.

Таким образом, маркетинг партнерских отношений предполагает

создание связей или отношений с клиентами, которые могут быть взаимовыгодными для обеих сторон. Эта маркетинговая функция может быть в целом разделена на две категории: управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) и управление отношениями с поставщиками (SRM).

Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) связано с применением технологий маркетинга, основанных на базах данных на уровне клиентов для развития и поддержания партнерских отношений между клиентом и компанией. CRM включает идентификацию различных типов клиентов и разработку конкретных стратегий взаимодействия с каждым из них. Примерами таких стратегий являются улучшение отношений с прибыльными клиентами, поиск и привлечение новых клиентов, которые будут прибыльными, и поиск подходящих стратегий для нерентабельных клиентов. (V. Kumar and W. J. Reinartz, Customer Relationship Management: A Databased Approach: John Wiley & Sons, Inc.)

Таким образом, с точки зрения клиента «CRM - это практика анализа и использования маркетинговых баз данных, коммуникационных технологий, для определения методов которые позволят максимизировать ценность каждого отдельного клиента для фирмы».

Управление взаимоотношениями с клиентами, основанное на МПО, представляет собой концепцию менеджмента, которое основывается на установленных принципах маркетинга и признает необходимость тщательного балансирования организационных и потребительских интересов. Это сложный набор мероприятий, которые при объединении образуют основу для устойчивого и трудно

поддержанного конкурентного преимущества организации, ориентированной на клиента.

Система отношений с поставщиками (SRM) предполагает управление базой поставщиков компании для эффективного управления коммерческими отношениями. Группа Gartner определяет SRM как: «Процесс, необходимый для установления бизнес-правил, необходимых для взаимодействия с поставщиками продуктов и услуг с различным уровнем критичности для прибыльности предприятия».

SRM быстро становится основной сферой внимания для компаний во всем мире. Необходимость в новом подходе к проблеме взаимодействия с поставщиками возникает из возникновения реляционных конфликтов, возникающих между поставщиками и клиентами по различным операционным причинам. Поскольку большая часть достижений в области знаний произошла в области CRM, основное внимание уделяется CRM. Связь между CRM и маркетингом баз данных необходима для того, чтобы компании могли строить более длительные отношения с клиентами. Сбор и анализ данных о клиентах являются важными для построения правильных подходов при установлении доверительных отношений. Итак, зачем нам управлять базой данных?

Маркетинг баз данных традиционно позволял компании идентифицировать и анализировать целевые группы клиентов, что в свою очередь способствовало повышению эффективности маркетинговых кампаний. Этому также способствовали достижения в области технологий, которые позволили компаниям собирать и анализировать большие объемы данных о своих существующих и потенциальных клиентах и тем самым разрабатывать «глубокие»

клиентские базы данных. Базы данных клиентов помогают маркетологам идентифицировать группы клиентов, которые одинаково идентифицируемы. Это помогает разрабатывать индивидуальные адресные маркетинговые кампании, разработанные для каждой из этих групп. Это позволяет фирмам более активно вести диалог с клиентом и работать с возражениями, а также привлекать в процесс создания ценности.

Заключение

Для успешной системы CRM необходима эффективная база данных. Маркетинговые базы данных позволяют маркетологам анализировать клиентов, приближаться к ним и классифицировать их в разные группы, чтобы реализовать различные маркетинговые программы, предназначенные для каждой группы. Эта мысль запечатлена Gulati и Oldroyd (2005), которые также отмечают, что системы CRM помогают компаниям узнать как можно больше о клиенте и тем самым повысить уровень взаимодействия. Эти базы данных позволяют маркетологам определять критические факторы, влияющие на удовлетворенность клиентов и позволяют принятию надлежащих мер для сохранения существующих клиентов.

Библиографический список:

1. P. Kotler, Marketing Management, New York: Prentice Hall.
2. D. Aaker, V. Kumar, and G. Day, Marketing Research New York: John Wiley & Sons, Inc.
3. V. Kumar and W. J. Reinartz, Customer Relationship Management: A Databased Approach, New York: John Wiley & Sons, Inc.
4. Epp, A. M. & Price, L. L. Designing Solutions around Customer Network Identity Goals. Journal of Marketing

СЕКЦИЯ 20. РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ И РЕГИОНАЛИСТИКА

УДК 352

Горбанёв Е.В. Роль программно-целевого подхода при планировании социально-экономического развития сельского поселения

The role of the program-target approach in the planning of social and economic development of the rural settlement

Горбанёв Евгений Валентинович,
магистрант

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Gorbanjov Evgenij Valentinovich,
graduate student

Volgograd State Social-Pedagogical University

Аннотация: В настоящее время стратегическое планирование активно внедряется на уровне муниципального образования. Несмотря на относительную независимость различных видов планирования, используемых в практике муниципального управления социально-экономическим развитием территории, все они являются базовыми элементами системы программно-целевого планирования. Автор приходит к выводу, что при планировании социально-экономического развития сельского поселения необходимо применять программно-целевой подход, который дает возможность достичь поставленных целей, конечных результатов с наименьшими затратами, преодолеть ведомственную разобщенность, объединить интересы.

Ключевые слова: программно-целевой подход, планирование, социально-экономическое развитие, сельское поселение

Abstract: Currently, strategic planning is being actively introduced at the municipal level. Despite the relative independence of the various types of planning used in the practice of municipal management of socio-economic development of the territory, they are all basic elements of the system of program-targeted planning. The author comes to the conclusion that when planning the socio-economic development of a rural settlement, it is necessary to apply a program-targeted approach that makes it possible to achieve the goals set, the final results with the least expenditure, to overcome departmental disunity, and to unite interests.

Keywords: program-target approach, planning, socio-economic development, rural settlement

Преобразования, происходящие в современном российском обществе, затрагивают практически все сферы его жизнедеятельности и порождают значительные проблемы при согласовании управленческих отношений разных уровней власти (федерального, регионального, местного). Наиболее незащищенным при этом остается уровень местного самоуправления, которому приходится существовать в условиях сильнейших противоречий, главное из которых это отсутствие достаточных финансовых и административных инструментов для обеспечения нормативно утвержденной самостоятельности органов местного самоуправления в принятии решений, касающихся социально-экономического развития муниципального образования.

Стратегическое планирование сегодня активно внедряется на уровне муниципального образования. При этом остается еще много вопросов относительно формирования самостоятельного стратегического выбора на местном уровне и роли системы образования в структуре стратегического планирования сельского поселения [13, с.89]. Так, в соответствии с заявленными приоритетами социально-экономического развития регионов страны основой разработки стратегических планов на субфедеральном и муниципальном уровне является стимулирование экономического развития территорий [11, с.75]. При этом в большинстве своем социальная составляющая, в первую очередь, сфера образования, также предусматривается в рамках разработки плановых документов на любом из перечисленных уровней, однако ей придается второстепенное значение. Особенно остро это ощущается на уровне сельских поселений, где, в силу неурегулированности нормативной базы

финансового обеспечения деятельности органов местного самоуправления и ряда других причин, долгосрочные социальные ориентиры остаются количественно и качественно необоснованными.

Отдавая должное значимости развития экономической сферы территории, следует отметить, что, в конечном счете, миссией любого уровня управления государством является повышение качества жизни населения [3, с.65]. Поэтому формирование и реализация стратегического плана, ориентированного на социальные приоритеты, в первую очередь, на развитие сферы образования, является необходимой задачей в работе всех уровней управления. Особо следует выделить уровень сельских поселений, где, как правило, предпосылки активного экономического развития не столь многочисленны, как в городских округах, и, следовательно, социальные аспекты стратегического планирования становятся определяющими при формировании соответствующей системы планов [8, с.14].

Управление развитием сельского поселения объективно связано с адекватной реалистической оценкой воздействия муниципальных программ на развитие муниципального образования, которая имеет важное значение для принятия решений на различных уровнях управления [12, с.24].

Несмотря на относительную независимость различных видов планирования, используемых в практике муниципального управления социально-экономическим развитием территории, все они являются базовыми элементами системы программно-целевого планирования.

В характеристике уровней структуры названной системы необходимо отметить следующее:

1. Первый уровень – планирование социально-экономического

развития сельского поселения обеспечивает разработку долгосрочных и среднесрочных документов (стратегий, концепций, доктрин и др.).

2. Второй уровень – планирование инвестиций, бюджетное и территориальное планирование развития сельского поселения включают в основном разработку краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных плановых документов, к которым относятся:

- планирование инвестиций – обоснование их объемов, источников и определение инвестиционных проектов (ИП) реализуемых за счёт средств частных инвесторов;

- бюджетное планирование – разработка и утверждение бюджета на очередной финансовый год и прогноза социально-экономического развития сельского поселения (на период не менее 3-х лет), адресные инвестиционные программы, долгосрочные целевые программы, ведомственные целевые программы, доклады о результатах и основных направлениях деятельности (на период не менее 3-х лет); в рамках бюджетного планирования разрабатывается документарная база, обеспечивающая бюджетирование по услугам (реестр муниципальных услуг, работ, муниципальное задание, оценка потребности в муниципальных услугах в натуральном и стоимостном выражении, стандарты качества услуг);

- территориальное планирование сопряжено с разработкой схемы территориального планирования муниципального района, генерального плана поселения (городского округа) на срок до 15-20 лет, плана реализации документов территориального планирования муниципального образования на срок 3-5 лет с разбивкой по годам; для обеспечения процесса территориального планирования принимаются правила землепользования и застройки, документация по планировке

территории.

3. Третий уровень – среднесрочные программы и годовые планы (графики) реализации мероприятий по социально-экономическому развитию территории, которые условно делятся на две большие группы, содержащие «коммерческие» и «некоммерческие» мероприятия [7, с.195].

При осуществлении процесса программно-целевого управления социально-экономическим развитием сельского поселения необходимо учитывать содержание существующих документов бюджетного и территориального планирования, поскольку они позволяют определить конкретные расходные обязательства и бюджетные ограничения на период планирования, а также конкретные объекты строительства и территориальные ограничения в развитии [1, с.182]. При разработке бюджета и плана территориального планирования на среднесрочную перспективу, необходимо обеспечить согласование основных инструментов, обеспечивающих социально-экономическое развитие сельского поселения, с инвестиционным, территориальным и бюджетным планированием, и координацию мероприятий по срокам и выделяемым ресурсам [2, с.104].

План реализации схемы территориального планирования требует, прежде всего, определения перечня объектов, для которых необходимо развитие коммунальной инфраструктуры [5, с.49]. Исходя из этого, в программе комплексного развития коммунальной инфраструктуры на третьем уровне определяется их состав. По отношению к этим объектам в программе развития коммунальной инфраструктуры формируются расходные обязательства, и, исходя из них, определяются объемы бюджетного финансирования инвестиционных проектов.

При планировании социально-экономического развития сельского поселения следует учесть воздействие трех групп факторов:

- факторы внешней среды;
- факторы внутренней среды (отражающие особенности муниципального образования);
- факторы, связанные со спецификой процесса планирования [14, с.214].

Факторы внешней среды целесообразно учитывать отдельно по двум подгруппам: прямого и косвенного воздействия. Факторы внутренней среды по существу являются сильными и слабыми сторонами конкретного сельского поселения, существенно детерминирующими состояние и возможности его социально-экономического развития. Факторы, связанные со спецификой планирования, влияют на взаимосвязи элементов в системе планирования социально-экономического развития сельских поселений [4, с.256]. Характер их действия (позитивный, негативный) определяется степенью разработанности методического и организационного обеспечения процесса планирования.

Система планирования комплексного социально-экономического развития сельского поселения включает в себя прогнозирование, текущее и стратегическое планирование [9, с.264]. Основными документами в сфере комплексного социально-экономического развития сельского поселения являются концепция и разрабатываемая на ее основе комплексная программа (стратегический план) социально-экономического развития. Может быть разработан и один обобщающий документ. Структура этой концепции обусловлена системой целей и задач социально-экономического развития сельского поселения, может

включать следующие разделы (рис. 1).

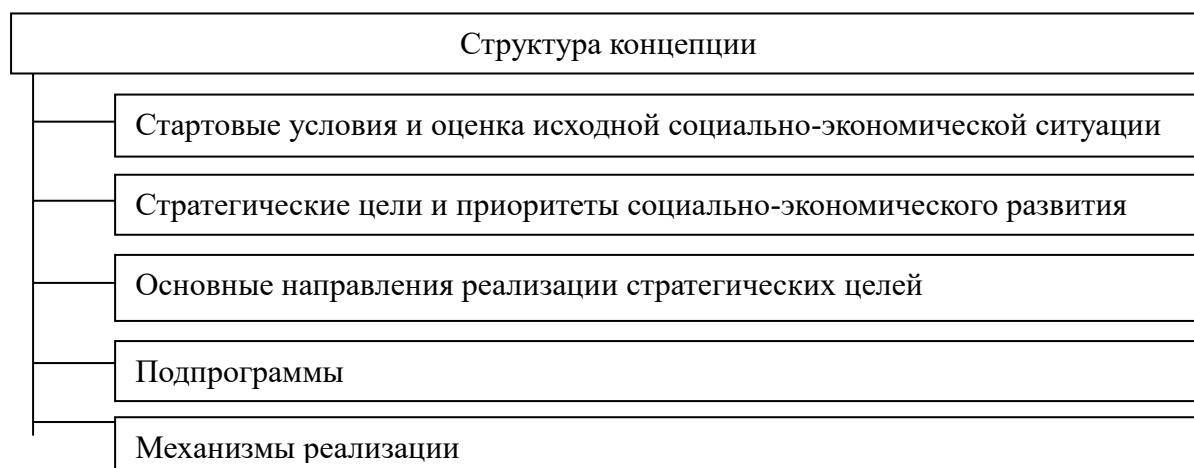


Рисунок 1. Структура концепции комплексного социально-экономического развития сельского поселения [10, с.148]

Основные этапы разработки концепции комплексного социально-экономического развития сельского поселения проиллюстрированы на рис. 2.

Социально-экономическое развитие сельского поселения осуществляется в его территориальных границах. При этом территория каждого поселения должна быть соответствующим образом организована и обустроена.

Следствием неэффективной организации территории поселения могут быть, например, усложнение транспортных связей, удлинение инженерных коммуникаций, близость экологически вредных производств к жилым районам, недостаточность зеленых массивов в городской черте. Во многих городах исторически сложившийся центр остается менее благоприятным для жизни, чем новые микрорайоны. По этой причине, повышение эффективности целевого использования

земель, благоустройства территорий, развитие инфраструктуры являются важнейшими компонентами комплексного социально-экономического развития сельского поселения.

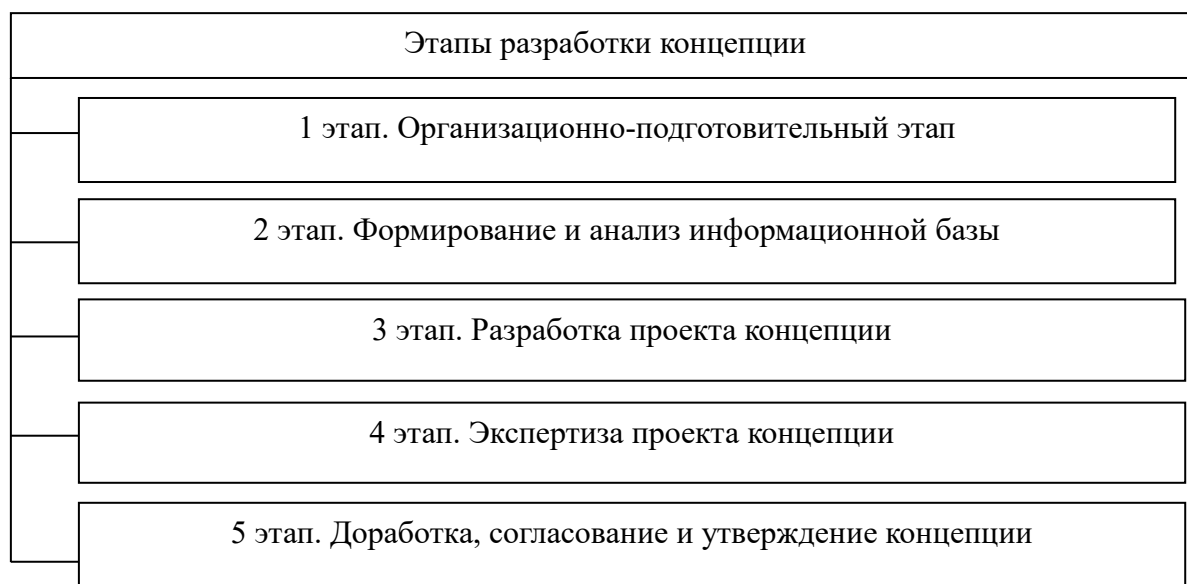


Рисунок 2. Основные этапы разработки концепции комплексного социально-экономического развития сельского поселения[6, с.130]

Сегодня в стране возрождается система планирования перспективного социально-экономического развития территорий. Механизмом реализации задач социально-экономического развития всей страны и отдельных территорий являются целевые программы. В научной литературе, встречается большое количество видов целевых программ. Эти программы можно классифицировать по статусу, целевому назначению, срокам реализации, направленности и механизмам их реализации. Среди муниципальных программ преобладают в основном проблемные.

Муниципальные образования, на территории которых реализуются мероприятия федеральных и региональных целевых

программ, могут получать соответствующие инвестиции из федерального и регионального бюджетов.

Таким образом, муниципальная социально-экономическая политика – это важнейшая составная часть систем местного самоуправления. Местная социально-экономическая политика – это взаимосогласованная совокупность социальных, экономических, экологических целей и установок (ориентиров), а также способов их достижения, разработка и практическая реализация которых осуществляется самим местным сообществом и органами самоуправления. При разработке и практической реализации муниципальной социально-экономической политики необходимо применять программно-целевой подход, который дает возможность достичь поставленных целей, конечных результатов с наименьшими затратами, преодолеть ведомственную разобщенность, объединить интересы.

Библиографический список

1. Епина В.С. Партисипативный механизм в публичном управлении: системный подход // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2012. – №4. – С. 180-184.

2. Иванова В.В., Кртунова В.С. Человеческий потенциал в инновационном развитии экономики России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2010. – №8-1. – С. 102-105.

3. Кайль Я.Я., Епина В.С. Повышение качества жизни населения субъектов РФ как приоритет совершенствования государственного менеджмента // Управление экономическими

системами: электронный научный журнал. – 2013. – №9. – С. 65.

4. Морозова Н.И. Принятие управленческих решений: этические аспекты // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – №3-4. – С. 255-257.

5. Пак Х.С. Местное самоуправление. – СПб.: Изд-во СПУТУиЭ, 2010. – 158 с.

6. Саак А.С, Колчина О.А. Инвестиционная политика муниципального образования. – СПб.: Питер, 2012. – 217 с.

7. Система муниципального управления / Под ред. В.Б. Зотова. – СПб.: Лидер, 2015. – 493 с.

8. Трахтенберг Б.Е. Совершенствование программно-целевого планирования социально-экономического развития муниципальных образований: автореферат ... к.э.н. – Воронеж, 2013. – 23 с.

9. Холопов В.А. Государственное и муниципальное управление. – Р-н/Д: Феникс, 2014. – 410 с.

10. Чиркин В.Е. Система государственного и муниципального управления. – М.: Норма, 2015. – 390 с.

11. Шарнин А.В. Совершенствование стратегического планирования развития социальной сферы муниципального района (на материалах муниципального образования «Новокузнецкий муниципальный район»): диссертация ... к.э.н. – Кемерово, 2014. – 140 с.

12. Kail Ya.Ya., Zudina E.V., Epinina V.S., Bakhracheva Y.S., Velikanov V.V. Effective HR-management as the most important condition of successful business administration // Integration and Clustering for Sustainable Economic Growth. Contributions to Economics. – 2017. – P. 23-30.

13. Korobov S.A., Epinina V.S., Aslanjan A.A. Implementation of QR-technology in academic process of management-education // European Journal of Natural History. – 2016. – №5. – P. 88-90.

14. Korobov S.A., Moseiko V.O., Marusinina E.U., Novoseltseva E.G., Epinina V.S. The substance of a rational approach to entrepreneurship socio-economic development // Integration and Clustering for Sustainable Economic Growth. Contributions to Economics. – 2017. – P. 207-223.

Электронное научное издание

Финансы, учет и менеджмент: теоретические и практические разработки

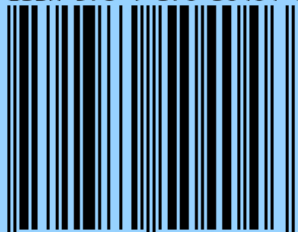
Сборник научных трудов
по материалам I Международной
научно-практической конференции

30 июня 2017 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISBN 978-1-370-50404-6



9 781370 504046

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 12,3. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный
предприниматель Краснова Наталья
Александровна
Издательство Smashwords, Inc.