



Экономика и управление: вопросы теории и практики

IV МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

НОО ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА | www.scipro.ru

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

Экономика и управление: вопросы теории и практики

**Сборник научных трудов
по материалам IV Международного экономического форума
молодых ученых**

10 октября 2017 г.

www.scipro.ru
Санкт-Петербург, 2017

УДК 33
ББК 65

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О. Канаева

Экономика и управление: вопросы теории и практики: сборник научных трудов по материалам IV Международного экономического форума молодых ученых, 10 октября 2017 г. Санкт-Петербург: НОО «Профессиональная наука», 2017. 89 с.

ISBN 978-1-370-03174-0

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 III Международного экономического форума молодых ученых «**Экономика и управление: вопросы теории и практики**» (10 октября 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. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ 5

Миронов Д.С. Формирование конкурентных стратегий полиотраслевого промышленного парка в условиях новой индустриализации 5

СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ 18

Лукина О.О. Реорганизация предприятия как ключевой путь повышения эффективности инновационной деятельности 18

СЕКЦИЯ 3. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА..... 23

Мухтаров М.М., Ергенбек У.Е. Финансовый мониторинг в кредитных организациях в зарубежных странах - участниц ФАТФ (Республика Казахстан) 23

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА..... 31

Попкова А.Н. Важные изменения в налоговой политики в 2018 году..... 31

СЕКЦИЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ 36

Старцев П.В. Система сбалансированных показателей как инструмент управления конкурентоспособным качеством продукции 36

СЕКЦИЯ 6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ..... 42

Егорова Е.В. Ценообразование в Швеции 42

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ 47

Похабова А.Е., Харламова О.В. Управление экономической безопасностью предприятия на примере ООО «Транснефть - Восток»..... 47

СЕКЦИЯ 8. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ 55

Долбня В.И. Безупречный сервис как идеология успешного бизнеса..... 55

СЕКЦИЯ 9. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 64

Воронин В. С., Герасименко О. А. Финансовый левиредж как элемент оптимизации структуры капитала организации 64

Останина Е.И. Анализ финансово-экономической деятельности «Газпромбанк» (Акционерное общество) 72

Удалов А.А. Анализ теоретических и практических аспектов безналичных расчётов на примере ПАО «Сбербанк» 79

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 332.1

Миронов Д.С. Формирование конкурентных стратегий полиотраслевого промышленного парка в условиях новой индустриализации

Formation of competitive strategies of a poly-industrial industrial park in the conditions of a new industrialization

Миронов Денис Сергеевич

аспирант, ассистент кафедры Прикладной математики
Уральский государственный экономический университет

Mironov Denis Sergeevich

graduate student, assistant of the Department of Applied Mathematics
Ural State University of Economics

Аннотация. Определение правильного стратегического курса является важнейшей задачей планирования деятельности промышленного парка, поскольку именно на этом этапе формируются приоритеты его деятельности на относительно долгосрочную перспективу. В статье приведён обобщенный анализ существующих методов и подходов к планированию, представлено комплексное видение процесса разработки и реализации конкурентной стратегии индустриального парка. Определены факторы и условия, необходимость учета которых на конкретных этапах процесса формирования конкурентной стратегии способствует оптимальному использованию имеющегося стратегического потенциала полиотраслевого промышленного парка.

Ключевые слова: промышленность, конкуренция, стратегия.

Abstract. Determining the correct strategic course is a critical task of the planning of the industrial Park, because at this stage the priorities of its activity on a relatively long term. The article presents a generalized analysis of existing methods and approaches to planning, presents a comprehensive vision of the process of development and implementation of competitive strategy of the industrial Park. Identifies factors and conditions, necessity of the account on the specific stages of the process of creating a competitive strategy promotes the best use of available strategic potential polyindustrial park.

Keywords: industry, competition, strategy.

В условиях роста конкуренции между всеми субъектами промышленного сектора экономики на фоне повышения концентрации рынка, экономической и политической нестабильности, слабого привлечения инвестиций и «заселенностью» резидентами ключевой детерминантой устойчивого развития индустриальных (промышленных) парков становится формирование эффективной стратегии развития и системы корпоративного управления.

Вместе с тем, современная конкурентная среда диктует субъектам рынка новые правила конкурентного поведения, совершенствуя его традиционные формы, поэтому при установке конкурентных преимуществ важен системный подход, обеспечивающий учет и выделение наиболее важных факторов, действующих на сравнительные объекты. Конкурентные преимущества определяют конкурентную рыночную позицию промышленного парка. Для сохранения своих позиций на высококонкурентном рынке и развития своего промышленного бизнеса индустриальные парки должны проводить адекватные стратегические и оперативные изменения в рамках реализации своих конкурентных стратегий.

Под конкурентной стратегией будем понимать обобщенную модель управленческих императивов, относительно которых принимаются решения для достижения и долгосрочного поддержания конкурентоспособности индустриального парка. Учитывая специфику деятельности промышленных парков, на современном этапе приобретают особую актуальность разработки составных стратегий по привлечению инвестиций и зарубежных резидентов, гармонизации несвязных между собой производств на одной территории,

совершенствования инженерной инфраструктуры и т.д. Всё это определяет конкурентоспособность индустриального парка, выраженную через инвестиционную привлекательность, уровень услуг для резидентов, диверсификацию производства, «усложнения» конечных продуктов и пр.

Анализ работ по стратегическому менеджменту позволил установить, что основной моделирования деятельности индустриальных парков является обеспечение соответствия между факторами их макроэкономической и микроэкономической среды (рис. 1, рис. 2).



Рисунок 1. «Концептуальная модель макроэкономической среды промышленного парка»¹

¹ Составлено автором



Рисунок 2. «Концептуальная модель микроэкономической среды промышленного парка»²

² Составлено автором

Стратегические изменения внутренней среды парка, как реакция на внешние воздействия, базируются на прогнозировании изменений национального рынка. Слабая развитость подавляющего большинства российских промышленных парков диктует требование к определению набора инструментов стратегического планирования с использованием методологий преактивного и интерактивного планирования, ориентированных на ускорение темпов изменений и мобилизацию реализации преимуществ в рамках специфики деятельности индустриальных парков полиотраслевого характера. Эта специфика обусловлена, прежде всего, высокой степенью диверсификацией производства; гармонизацией объединения неоднородных производств, а также пропорциональностью между ними; технико-экономическим единством участников производственного процесса. В этой связи, с позиции автора, полиотраслевые индустриальные парки – наиболее привлекательный и востребованный формат организации промышленного производства.

Прежде чем перейти к рассмотрению существующих конкурентных стратегий, целесообразно определиться с их местом и взаимосвязью с общей стратегией развития промышленного парка. С позиции автора, решение этого вопроса лежит в плоскости иерархического подхода к построению стратегии предприятия. Базовым подходом будем считать классификацию стратегий по уровню принятия стратегических решений, предложенную И. Ансоффом [1], который выделяет следующие уровни:

1. Корпоративная стратегия – общий план управления, который распространяется на весь индустриальный парк (в т.ч. управляющая компания, резиденты и пр.) и охватывает все направления ее деятельности, состоящей из действий, которые направлены на

утверждение позиций парка в различных сферах деятельности и подходов по управлению индустриальным парком.

2. Деловая стратегия – это стратегия, которая концентрируется на действиях и подходах, которые связаны с управлением и направлены на обеспечение успешной деятельности в одной стратегической зоне. Успешность реализации позволяет завоевать сильные долгосрочные конкурентные преимущества.

3. Функциональная стратегия – это стратегия, которая относится к плану управления текущей деятельностью отдельного подразделения (например, управляющая компания) или ключевого функционального направления (выделение отраслевого приоритета) внутри определенной сферы деятельности.

4. Операционная стратегия – это стратегия, которая концентрируется на еще более конкретных стратегических инициативах и подходах к управлению ключевыми оперативными единицами (например, резиденты) при решении оперативных задач, которые имеют стратегическую важность.

Все указанные виды стратегий взаимосвязаны. Условием успешного функционирования индустриального парка является обоснование и реализация стратегий на каждом уровне управления. Таким образом, общая стратегия индустриальных парков всегда будет базироваться на некоторых конкурентных стратегиях. Связь между общей и конкурентными стратегиями прямая: выбирая конкурентную стратегию, руководство парка определяет способ достижения своих стратегических ориентиров. Кроме того возможно объединение общих и общекорпоративных стратегий, которое зависит от характеристик самого парка, общей конкурентной позиции и других факторов. Конкурентная стратегия позволяет дать ответ на вопрос, как

индустриальный парк конкурирует на целевом рынке, за счет чего она выдерживает давление и одерживает победу в конкурентной борьбе.

В классической модели конкурентных преимуществ М. Портера определена сила влияния каждого из факторов конкуренции, расходы, размеры капиталовложений в производство и сбыт продукции, влияющих на прибыльности бизнеса. При этом выбранная стратегия должна быть направлена на обеспечение конкурентных преимуществ парка в долгосрочной перспективе. Базовая стратегия конкуренции создает основу для выбора конкурентного поведения компании на рынке. В общем виде этапы разработки конкурентной стратегии приведены на рис. 3.

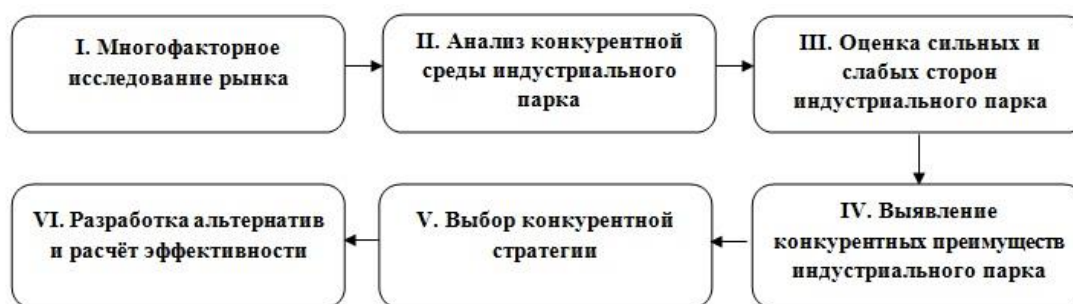


Рисунок 3. «Этапы разработки конкурентной стратегии»

Анализ конкурентной среды, а также оценка сильных и слабых сторон индустриального парка могут быть осуществлены с помощью методического инструментария: STEP-анализ макросреды, модель Кэмбела, SWOT-анализ, модель Стейнера, модель Портера, финансовый анализ и пр.

При выборе конкурентной стратегии и разработке альтернатив, а также расчёте эффективности предлагается использовать корреляционный SWOT-анализ, портфельные модели анализа, модель сбалансированной системы показателей, модель жизненного цикла,

расчёты финансовых показателей альтернативных стратегий, модель сбалансированной системы показателей, проектирование организационных изменений, бюджетирование, планирование изменений по целям и т.д.

В современной экономической литературе выделяются следующие базовые глобальные конкурентные стратегии (таблица 1).

Таблица 1

Типологизация глобальных конкурентных стратегий

Стратегия	Описание
Стратегия дифференциации	стратегия завоевания конкурентного преимущества, предполагающая ориентацию деятельности индустриального парка на предоставление большей пользы потребителям (кроме низкой цены) путем предложения продукции высокого качества с высоким уровнем сопутствующих услуг по оправданно высоким ценам.
Стратегия концентрации	стратегия концентрации заключается в принятии решения сконцентрироваться на определенном сегменте рынка или географическом регионе. При этом предприятие может использовать предыдущие модели как отдельно, так и вместе одновременно. Главное отличие от других конкурентных стратегий заключается в том, что предприятие будет конкурировать на узком сегменте рынка.
Стратегия минимизации издержек	при реализации происходит рост прибыли происходит за счет снижения затрат труда, применения более производительного оборудования, более экономичных видов сырья, экономии на масштабах производства.

Обобщенный анализ источников показал, что при разработке конкурентной стратегии, необходимо учесть следующий ряд вопросов:

- достижение оптимальных инфраструктурных условий и набора услуг (в т.ч. льгот) для потенциальных резидентов;
- критичное выделение преимуществ и недостатков существующей стратегии парка (если имеется). Однако здесь стоит отметить, что при таком анализе, как правило, возникают трудности,

связанные с недоступностью информация для оценки стратегии; разногласиями в вопросе, по набору критериев оценки стратегии и т.д.

- достижение дифференциации, основанной на таких преимуществах, как: качество, показатели работы, обслуживание, технологическое оснащение и пр.;

- динамические характеристики рынка (новый быстрорастущий рынок, рынок в период замедления роста, рынок в период застоя) с целью адаптации стратегии конкуренции до особенностей различных этапов жизненного цикла;

- концентрация внимания на небольшой нише рынка путем качественного выполнения работы по сравнению с конкурентами и удовлетворения специфических потребностей покупателей.

В соответствии с вышеизложенными доводами предлагается к рассмотрению модель формирования и реализации конкурентной стратегии, составленная Э. Аминовым [2] (рис. 4.).

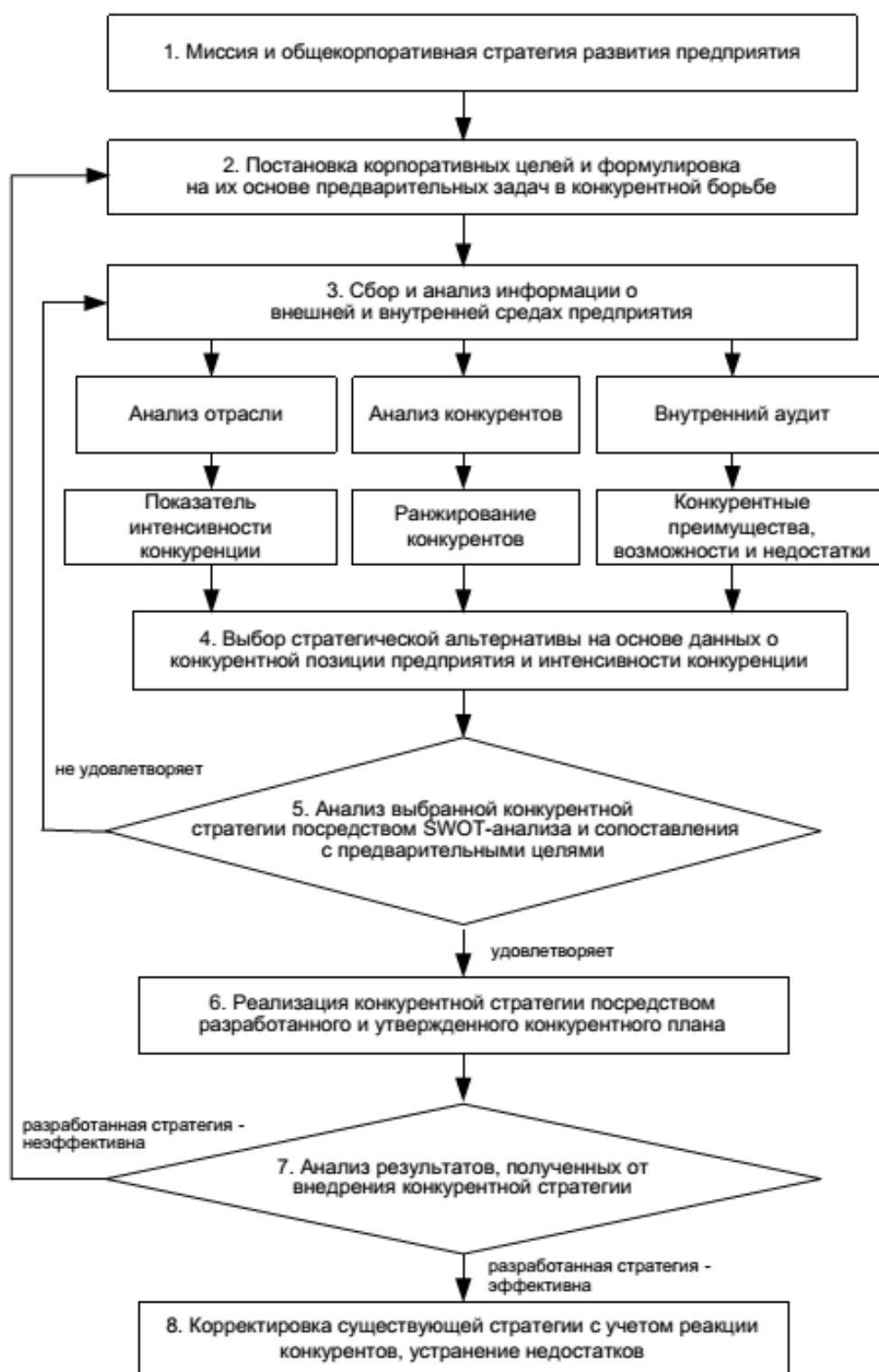


Рисунок 4. «Алгоритм разработки и реализации конкурентной стратегии» [2]

Для формирования конкурентной стратегии, которая направлена на укрепление конкурентной позиции полиотраслевого

индустриального парка, необходимо предусматривать следующие мероприятия:

- постоянный мониторинг конкурентных преимуществ и проведение регулярного сравнительного анализа деятельности предприятий-конкурентов;
- внедрение передового мирового опыта по организации производства и сбыта;
- обеспечение постоянного технологического обновления производства;
- выбор надежных поставщиков сырья, материалов, энергоносителей;
- повышение эффективности использования ресурсов предприятия.

Практическое применение совокупности теоретико-методических положений к формированию стратегии укрепления конкурентных позиций промышленных парков даст возможность оценки конкурентоспособности с использованием единых подходов, а также осуществлять кратко-, средне- и долгосрочное прогнозирование, мониторинг, корректировки факторов конкурентных преимуществ индустриального парка.

Библиографический список

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия // пер. с англ. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.

2. Аминов Э. Этапы разработки и реализации конкурентной стратегии // Практический маркетинг. 2006. №6. Режим доступа: URL: <http://www.cfin.ru/press/practical/2006-06/07.shtml>
3. Портер М. Международная конкуренция // Пер. С.Д. Комиссаров. М.: Альпина Паблишер, 2016.
4. Хаймурзина Н.З., Лаврентьева А.О., Алешина Ю.Д. Подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия // Проблемы экономики и менеджмента. 2016. №5 (57). С.126-128
5. Миронов Д.С. Методология оценки эффективности функционирования промышленного парка // Вестник НГИЭИ. 2016. № 9 (64). С. 90-97.

СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

УДК 33

Лукина О.О. Реорганизация предприятия как ключевой путь повышения эффективности инновационной деятельности

The reorganization of the company as a key way of improving innovation performance

Лукина Оксана Олеговна,

Ассистент кафедры Бухгалтерского учета и бюджетирования,
Воронежский государственный университет инженерных технологий

Научный руководитель

Дудчак В.В., д.э.н., профессор кафедры Экономической безопасности и
финансового мониторинга,
Воронежский государственный университет инженерных технологий

Lukina Oksana Olegovna,

Assistant Professor of Accounting and budgeting,
Voronezh State University of engineering technologies

Scientific adviser: Dudchak V. V., Doctor of Economics,

Professor of the Department of Economic security and financial monitoring,
Voronezh State University of engineering technologies

Аннотация. Реорганизация хозяйственных структур обычно происходит в кризисных условиях развития экономики, что определяет необходимость усиления государственных мер защиты инновационной деятельности предприятий, включая изменения нормативно-законодательной базы.

Ключевые слова: инновации, реорганизация предприятия, эффективность.

Abstract. The reorganization of economic structures usually occurs in crisis conditions of economic development, which determines the need to strengthen state measures to protect the innovative activity of enterprises, including changes in the regulatory and legislative framework.

Keywords: innovations, enterprise reorganization, efficiency.

Темпы развития инновационных проектов крупных корпораций до сих пор не привели к существенным положительным структурным изменениям в отечественном производстве. В настоящее время требуется срочно решить проблему методологии управления качеством и конкурентоспособностью инновационной деятельности. Существует

необходимость формирования высокоэффективных инновационных проектов в соответствии с требованиями и компетенциями не только международных стандартов, но и законодательным задачам страны. Подобная инновационная деятельность служит основой реорганизации предприятий. Оптимальное решение вопроса интеграции предприятий или выделения инновационной деятельности в отдельную структуру в экономической литературе на данный момент не найдено [1].

В связи с кризисным этапом развития экономики, возложенными западно-европейскими санкциями, темпы отечественных процессов объединения или выделения инновационной деятельности в структурную единицу недостаточны для того, чтобы входить российским предприятиям в мировые транснациональные компании. Поэтому стадии преодоления объективных и субъективных причин для их выделения или объединения нуждаются в изучении с целью дальнейшего подтверждения их целесообразности и эффективности.

Одной из важнейших задач государства является трансформация масштабных предприятий таким образом, чтобы процессы объединения или разъединения производств с инновационной деятельностью, сопровождались сменой одних элементов другими, что и означает понятие «реорганизация». Следует отметить, что реорганизация, с одной стороны, сложное экономическое образование [2], а с другой - первичная единица организации, которая может быть наделена юридической, финансовой и организационной самостоятельностью.

Реорганизационные процессы оказывают значительное воздействие на институциональные изменения, которые различаются по степени сохранения основных средств и производственного потенциала, с одной стороны, а с другой – по степени преобразований

организационной структуры и системы управления предприятием. Важно учитывать влияние негативных и позитивных условий при внедрении или выделении в отдельную структуру инновационной деятельности. На рисунке 1 представим мотивы деятельности организации, которые могут привести предприятие к более эффективной стратегии развития.

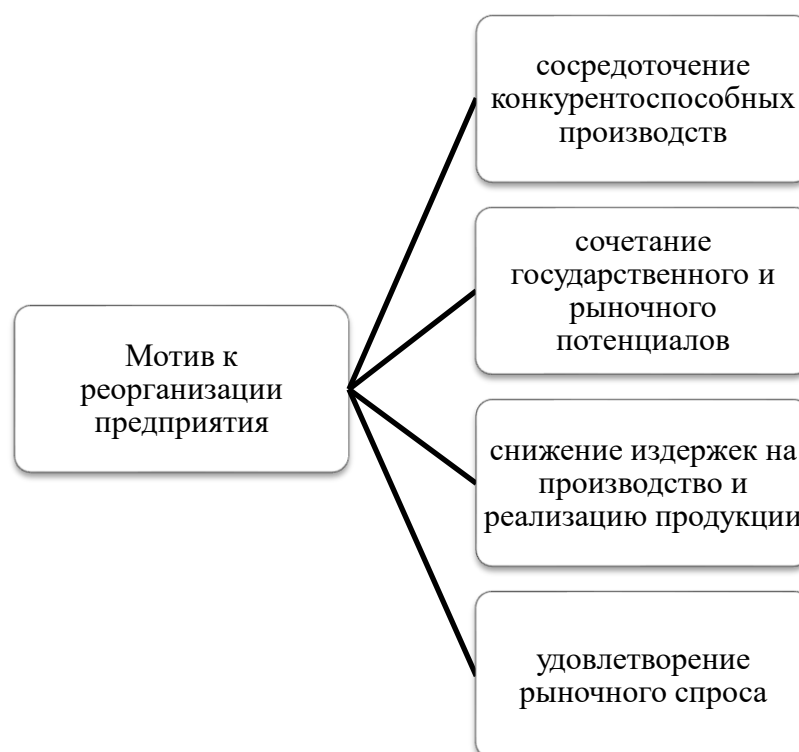


Рисунок 1. Стимулы выделения инновационной деятельности в отдельную структуру организации

Целостность развития организации как сложной системы с учетом внедрения инновационной деятельности достигается только при выполнении представленных в таблице 1 условий.

Таблица 1

Обязательные условия целостности предприятия

№ п/п	Необходимое условие
1	Удержание конкурентных преимуществ
2	Стратегическое планирование
3	Функциональная мотивация предприятий
4	Функционирование социальной ответственности предприятия

Эффект концентрации инновационной деятельности в крупных организациях и объединениях, наряду с другими факторами, проявляется в стимулировании и развитии производственных, коммерческих, организационных факторов.

Процесс реорганизации предприятий следует рассматривать так же с позиции развития промышленной политики государства, при этом важно учитывать аспект минимизации затрат и развития механизмов, определяющих статус предприятий [3]. Гармоничное развитие реорганизации обеспечивается лишь при взвешенном балансе факторов внешнего и внутреннего потенциала организации.

Эффективные способы реорганизации управленческих структур связаны с развитием информационной среды, увеличивающимся объемом знаний, умений и управленческого опыта.

Реорганизация структур в целях их оптимизации необходима не только из-за растущего объема информации и необходимости упорядочить элементы организации, но и из-за сложности систем и хозяйствующих структур, внедряющих инновационную деятельность. Такой поиск ведется в различных областях научных знаний и адаптации практического опыта. Перспективным, развивающимся направлением является тернарный подход к структуре организации [4],

адаптируемой к рынку, учитывающий структурные компоненты организации в экономическом пространстве.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что развитие инновационной деятельности требует новых подходов к формированию и адаптации организационных форм и наиболее оптимизированных структур, позволяющих с большим эффектом разрабатывать и внедрять новации.

Библиографический список

1. Клейнер Г. Институциональные аспекты реформирования промышленных предприятий // Проблемы теории и практики управления.-№2.-2002.- 24 с.
2. Радыгин А. Слияние и поглощение в корпоративном секторе (основные подходы и задачи регулирования) /А. Радыгин //Вопросы экономики.-№12.-2002.- 108 с.
3. Полянский, В.В. Комплексный подход к обоснованию сущности процесса реструктуризации предприятий // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности. Донецк.-2004.- 47 с.
4. Овчинникова Т.И. Обоснование рыночных предпочтений в инновационных тернарных структурах / Т.И.Овчинникова, И.Н. Булгакова // Менеджмент в России и за рубежом.- 2014.- № 4.- С. 3-10.

СЕКЦИЯ 3. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 33

Мухтаров М.М., Ергенбек У.Е. Финансовый мониторинг в кредитных организациях в зарубежных странах - участниц ФАТФ (Республика Казахстан)

Financial monitoring in credit institutions in foreign member countries of the FATF (Republic of Kazakhstan)

Мухтаров Медет Мухтарулы, Ергенбек Улжан Ергенбеккыз
Студенты 1 курса магистратуры, направления подготовки «Финансы и кредит»

Научный руководитель: Бондарь Александр Петрович, к.э.н.,
доцент кафедры

Институт экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО

«КФУ имени В.И. Вернадского»
г. Симферополь

Mukhtarov Medet Mukhtaruly, Ergenbek Ulzhan Ergenbekkyz
Students of the 1st year of the Master's program, directions of preparation "Finance and credit"

Scientific adviser: Bondar Alexander Petrovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Institute of Economics and Management (structural unit) FGAOU VO
"KFU behalf of VI. Vernadsky »
Simferopol

Аннотация. В данной статье рассматривается важность финансового мониторинга в кредитных организациях и будет указано некоторые правила внутреннего контроля и их цели, так как это необходимо в кредитных организациях. Также в исследовании рассматривается программа подготовки и обучения по вопросам ПОД/ФТ, это разрабатывается в соответствии с требованиями по подготовке и обучению работников. Проблемы в этой сфере очень актуальное, потому что не смотря на все законодательства против легализацию доходов полученных незаконным путем объем преступности продолжает расти.

Ключевые слова: Мониторинг, финансы, терроризм, легализация, закон, отмывание, денег, борьба, орган, политика.

Abstract. This article examines the importance of financial monitoring in credit institutions and will indicate some rules of internal control and their objectives, as this is necessary in credit institutions. The study also reviews the training program and education on D / FT software, this is being developed in response to training requirements and training of employees. Problems in this area are very relevant, because despite all the costs and risks of legalization, the amount of criminality has to increase in illicit ways received.

Keywords: Monitoring, finance, terrorism, legalization, law, money laundering, struggle, body, policy.

Проведение финансового мониторинга по противодействию легализации незаконных доходов является важной функцией государства, так как процессы легализации преступных средств снижают темпы экономического роста, ухудшают инвестиционный климат и оборота денежных средств.

Финансовый мониторинг в кредитных организациях проводится в любом развитом государстве, потому что это организация составляет неотъемлемую часть экономической системы. В связи с увеличением или возрастанием угрозы на международной стабильность экономики международным сообществом организована глобальная система противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма. Деятельность соответствующих международных и региональных организаций в сфере противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма направлена на разработку и внедрение международных стандартов по борьбе с отмыванием преступных доходов и финансированием терроризма, и формирование в государствах эффективных систем борьбы.

Начиная с 2010 года в деятельности ФАТФ принимает участие Республика Казахстан, а 28 августа 2009 года вступает в силу сам закон «О противодействии легализации доходов полученных незаконным путем, финансированию терроризма».

Этот закон заставляет субъекты финансового мониторинга начинать базовые меры по ПОД/ФТ, такие как надлежащая проверка клиента (НПК), мониторинг, хранение записей и требования о сообщении, о подозрительных операциях (СПО). ОДП не подчиняются напрямую законам или нормативным актам Казахстана, поскольку их лицензирование в Казахстане не осуществляется. Они работают только через агентские соглашения с банками и Казпочтой. Таким образом, ответственность за соответствие систем денежных переводов требованиям законодательства о ПОД/ПФТ лежит на банках и Казпочте.

Не смотря на типы финансовых учреждений которые поставляют услуг денежных переводов должны подчиняться требованиям законодательства ПОД/ФТ по рекомендации ФАТФ. В Казахстане услуги по переводам через системы международных денежных переводов оказывают банки и Казпочта.

Поэтому для снижения риска связанного с ПОД/ФТ в кредитных организациях существующих системе внутреннего контроля и ее совершенствование является одним из инструментов выявления сомнительных операций. Также в кредитных организациях должен существовать механизм, направленный на комплексное управление в сфере ПОД/ФТ.

28 апреля 2016 года №205 приказом Министра финансов Республики Казахстан был утвержден требования к правилам внутреннего контроля в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, оказывающих посреднические услуги при

осуществлении сделок купли-продажи недвижимого имущества.
(Далее-Правила)

Внутренний контроль осуществляется в целях:

1. Обеспечения выполнения Субъектами требований законодательства Республики Казахстан о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма
2. Поддержания эффективности системы внутреннего контроля на уровне, достаточным для управления рисками легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма
3. Минимизации рисков ПОД/ФТ

Программа управления риском ПОД/ФТ предусматривает проведения Субъектами, оценки риска совершения клиентом операций с деньгами или иными имуществом. Уровни риска формируется на основании имеющихся сведений о клиенте. Результаты оценки рисков документально фиксируется, и предоставляются по требованию соответствующих государственных органов и некоммерческих организаций. Уровни риска пересматриваются по мере необходимости, но не реже одного раза в год.

Также программа идентификации клиента заключается в проведении Субъектами мероприятий по выявлению, обновлению ранее полученных сведений о клиентах и бенефициарных собственниках, включая сведения об источнике финансирования совершаемых клиентом операций. Для клиента с высоким уровнем риска ОД/ФТ при установлении предполагаемой цели и характера

деловых отношений дополнительно запрашиваются сведения о роде деятельности и источнике финансирования совершаемых операций. Для клиента с низким уровнем риска ОД/ФТ установление предполагаемой цели и характера деловых отношений определяется на основе характера операций клиента.

Основной программой является подготовки, и обучения по вопросам ПОД/ФТ разрабатывается в соответствии с требованиями по подготовке и обучению работников, утвержденными приказом Министра финансов Республики Казахстан от 28 ноября 2014 года № 533 «Об утверждении требований к субъектам финансового мониторинга по подготовке и обучению работников».

Программа подготовки и обучения в области ПОД/ФТ должна содержать:

1. изучение нормативных правовых актов Республики Казахстан в области ПОД/ФТ и международных стандартов в сфере ПОД/ФТ;
2. изучение правил внутреннего контроля и программ их осуществления при исполнении работниками субъектов финансового мониторинга своих служебных обязанностей, а также меру ответственности за неисполнение требований законодательства Республики Казахстан о ПОД/ФТ, установленную законами Республики Казахстан;
3. изучение типологий, схем и способов легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма, а также признаков определения подозрительных операций.

Государственные органы Республики Казахстан, осуществляют в соответствии со своей компетенцией контроль за исполнением субъектами финансового мониторинга законодательства о ПОД/ФТ по организации и исполнению внутреннего контроля, в части исполнения требований по подготовке и обучению сотрудников субъектов финансового мониторинга по вопросам ПОД/ФТ.

Не смотря на все законодательства против легализацию доходов полученных незаконным путем объем преступности продолжает расти. Прилагаем следующие статистические данные по количеству расследований случаев отмывания денег и конфискованным суммам.(с 2005 по 2010 г) .

Таблица 1

Количество выявленных случаев отмывания денег

Год	Количество случаев	Конфискованные суммы (в долл. США)
2005	49	162 тыс.
2006	66	6,2 млн.
2007	57	1,6 млн.
2008	40	23,5 млн.
2009	104	14,7 млн.
2010	126	18,7 млн.

Правонарушители распределены следующим образом:

- 58,1% – частные предприниматели (главным образом, в нефтегазовом, строительном и пищевом секторах);
- 22,3% – нетрудоустроенные;
- 13,3% – финансовый сектор (сотрудники банков и микрокредитных учреждений);
- 5,8% – государственные служащие;

В данное время надзор с целью ПОД/ПФТ осуществляется ограничено. Необходимо внедрить процедуры проверки на предмет соблюдения требований законов о ПОД/ФТ, при этом они не должны ограничиваться проверкой того, предоставлены ли отчеты о подозрительных операциях или нет. Главное будет оценивать внутреннюю политику и процедуры банков с точки зрения требований ПОД/ПФТ, процессов НПК и хранения записей. Также, проверка денежных переводов, проведенных через компании, специализирующиеся на переводах, в настоящее время проводится в ограниченном объеме. Большинство проверок денежных переводов, осуществлявшихся до сегодняшнего дня, инициированы в результате сообщений о подозрениях (например, слишком большие суммы перевода). Явно, что денежные переводы не являются приоритетом надзорных органов, контролирующих банки.

Для того чтобы защититься, надзорные органы должны уделять больше внимания операциям, проводимым через каналы денежных переводов. Это не означает, что нужно затрачивать больше времени и ресурсов на проверку небольших операций. Однако у надзорных органов должен быть план проверок и стратегия, предусматривающая включение денежных переводов в процесс проверки операций.

Библиографический список

1. Лебедева М.Е «Финансовый мониторинг в коммерческом банке», Санкт-Петербург, 2015 год
2. Эмиго Т., Кунтай Ч., Матин Х., «Альтернативные системы денежных переводов в Казахстане», 2011 год

3. Закон Республики Казахстан от 28 августа 2009 года №191-IV «О противодействии легализации доходов полученных незаконным путем, и финансированию терроризма»

4. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 28 апреля 2016 года №205 «Об утверждении требования к правилам внутреннего контроля в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, оказывающих посреднические услуги при осуществлении сделок купли-продажи недвижимого имущества»

5. Пороговые значения сделок для финансового мониторинга подозрительных операций представил минфин в мажилисе <https://zonakz.net/articles/44252>

6. Барабаш В «Роль кредитных организаций в противодействии легализации (отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» <http://works.doklad.ru/view/MmFgm0tz3Hw/all.html>

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 338.012

Попкова А.Н. Важные изменения в налоговой политики в 2018 году

Important changes in the tax policy in 2018

Попкова Александра Николаевна

Магистрант 2 курса Санкт-Петербургского Аграрного Университета
г. Санкт-Петербург-Пушкин

Popkova Alexandra Nikolaevna

Second-year student of St. Petersburg Agrarian University
St. Petersburg-Pushkin

Аннотация. Повышенный интерес к налоговой политики государства предлагает нам разобраться с самим термином, классификаций, целями. Также в статье будут рассмотрены как уже объявленные Минфином изменения, так и только обсуждаемые. Но прежде всего стоит помнить, что налоговая политика РФ должна быть направлена на повышения качества жизни ее граждан и повышению уровня предпринимательской привлекательности страны, а не наоборот.

Ключевые слова: налоговая политика, цели налоговой политики, НДС.

Abstract. Increased interest in the tax policy of the state suggests that we understand the term itself, classifications, goals. Also in the article will be considered as already announced by the Ministry of Finance changes, and only discussed. But first of all it is worth remembering that the tax policy of the Russian Federation should be aimed at improving the quality of life of its citizens and increasing the level of entrepreneurial attractiveness of the country, and not vice versa.

Keywords: tax policy, tax policy objectives, VAT.

Интерес к налоговой политике в России переживает бурный подъем с начала 21-го века, тогда как в конце 20-го он был минимален. Сам термин «налоговая политика» имеет широкое распространение во всех сферах: социальной, политической, экономической, а налоговая политика является важной составляющей социально-экономической политики государства.

Что же такое Налоговая политика? Это совокупность мероприятий государства в области налогообложения. В теории налогообложения обычно выделяют три типа налоговой политики современного государства:

- политика максимальных налогов, по принципу «взять все, что можно»;
- политика разумных налогов, способствующая максимальному развитию предпринимательства,
- политика высокого уровня налогообложения при значительной социальной защите населения[1].

Налоговая политика является совокупность экономических, финансовых и правовых мер государства по формированию налоговой системы страны, в целях обеспечения финансовых потребностей государства, отдельных социальных групп общества, а также развития экономики страны за счет перераспределения финансовых ресурсов.

Налоговая политика определяет какова же роль налогов по отношению к хозяйствующим субъектам. Логично, что для государства, как для системы, налоговые изъятия являются положительным фактором, а для субъектов хозяйствования — отрицательным. Вопрос лишь в определении границ изъятия- они должны быть оптимальны как для системы в целом, так и для отдельных ее частей.

К целям налоговой политики относятся:

1. обеспечение полноценного формирования доходов бюджетной системы РФ, необходимых для финансирования деятельности органов государственной власти и местного самоуправления по осуществлению соответствующих функций и полномочий;
2. содействие устойчивому развитию экономики, приоритетных отраслей и малого предпринимательства;

3. обеспечение социальной справедливости при налогообложении доходов физических лиц [2].

Одной из первостепенных задач государства является решение проблемы стимулирования системы налогообложения на финансово-хозяйственную деятельность предприятий, а также проблемы экономического развития страны.

Основной целью налогового регулирования является создание необходимых условий для оживления деловой активности приоритетных отраслей экономики страны, а осуществляется оно посредством налоговых инструментов и налогового законодательства.

Важным направлением налогового регулирования в области повышения доходного потенциала российской налоговой системы является оптимизация действующей системы налоговых льгот. Налоговые льготы должны быть адресными, способствовать стимулированию деятельности приоритетных направлений экономики. Отсутствие указанных оснований не будет способствовать достижению положительного эффекта от принимаемых государством мер регулирующего характера[3].

Минфин сообщил о начале реформы налоговых льгот с 2018 года. С начала года будет введен мораторий на новые льготы для оценки эффективности этих льгот и проработки замены бессрочных освобождений целевым льготами на определенный срок. Стоимость льгот, подлежащих перераспределению или отмене, составляет 2,5 трлн. руб в 2017 году, а в 2020 это сумма должна составлять 2,8 трлн. руб.

Смена понятия «налоговая льгота» на «налоговый расход» дает возможность Минфину говорить о более чем 17% дополнительных расходов федерального бюджета. Традиционные расходы бюджета на

2018–2020 годы в Белом доме пока решено не увеличивать, несмотря на президентские выборы в следующем году[4].

Уже анонсирована отмена некоторых льгот:

1. запланирована поэтапная отмена пониженной налоговой ставки по налогу на имущество организации по линейным объектам(отмена ставки по трубопроводам, линиям энергопередачи в 2019 году, по железнодорожным путям в 2021 году);
2. льготы по налогу на имущество организаций и земельному налогу для организаций и учреждений уголовно-исполнительной системы, а также для автомобильных дорог федерального значения.

В материалах Минфина одной фразой упоминается о том, что «целесообразно рассмотреть возможность создания дополнительного экономического стимула для обеления — путем изменения структуры налоговой нагрузки со снижением ставок прямых налогов на труд и повышением ставок косвенных налогов» [4].

Высказываются предположения о реализации налогового маневра по формуле 22/22. Снижение страховых взносов с 30 до 22% и повышение НДС с 18 до 22%.

Против повышения НДС и снижения страховых взносов выступили только представители деловых организаций и примкнувший к ним ректор Высшей школы экономики Ярослав Кузьминов. Кузьминов предложил ввести дифференцированную ставку НДФЛ. Конечно же налоговая политика — это не просто автоматическое выполнение законов, а их регулирование и совершенствование. Но не стоит забывать, что прежде всего налоговая политика является частью социально-экономической политика,

направленной на увеличение роста жизни населения и росту предпринимательства, а не наоборот.

Библиографический список

1. Брагина Н.Г. СОВРЕМЕННАЯ НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА
//Электронный ресурс
URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-nalogovaya-politika>
2. Лапин Ю.В. К ВОПРОСУ О МЕХАНИЗМЕ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ
3. //Электронный ресурс
URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-mehanizme-nalogovoy-politiki>
4. Никакой жалости: правительство отменит налоговые льготы
//Электронный ресурс URL:
<https://www.gazeta.ru/business/2017/07/18/10793726.shtml#page1>

СЕКЦИЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 338.3

Старцев П.В. Система сбалансированных показателей как инструмент управления конкурентоспособным качеством продукции

Balanced Scorecard as a Tool for Managing Competitive Product Quality

Старцев Петр Вячеславович,
старший преподаватель кафедры менеджмента
Саратовского социально-экономического института
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова
Startsev Peter Vyacheslavovich,
Senior lecturer of the department of management
Saratov Social and Economic Institute
Russian Economic University. G.V. Plekhanova

Аннотация. Приоритетной задачей каждого предприятия в современных рыночных условиях является повышение конкурентоспособности и поддержание ее на должном уровне. В работе рассматривается инструмент управления конкурентоспособностью предприятия - система сбалансированных показателей и обосновывается попытка и обосновывается влияние данного инструмента на управление конкурентоспособным качеством продукции, которое является важным фактором конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество, управление, система сбалансированных показателей.

Abstract. The priority task of each enterprise in the current market conditions is to increase competitiveness and maintain it at the proper level. The paper considers the enterprise competitiveness management tool - a system of balanced indicators and justifies the attempt and justifies the impact of this tool on managing competitive products quality, which is an important factor in the enterprise's competitiveness.

Keywords: competitiveness, quality, management, balanced scorecard.

Баланс между целями функциональных стратегий предприятия, в том числе и стратегии конкурентоспособного качества продукции, может быть достигнут при помощи системы сбалансированных

показателей. Изначально ССП рассматривалась как инструмент для управления быстро развивающимися предприятиями. Применение ССП в рамках реализации стратегии конкурентоспособного качества продукции способствует проведению оценки деятельности предприятия по направлениям деятельности, оказывающим влияние на конкурентоспособное качество продукции, принятию рациональных управленческих решений, обеспечивающим качество продукции предприятия.

ССП в области конкурентоспособного качества продукции оказывает положительное влияние на планирование операционной деятельности предприятия и контроль уровня достижения целей предприятия в области качества продукции. ССП способствует построению механизма взаимосвязи стратегических целей предприятия в области конкурентоспособного качества продукции с повседневными задачами, выполняемыми персоналом предприятия, что позволяет создать простую систему для работников и руководителей для достижения поставленных перед предприятием стратегических целей в области качества продукции.

Подход ССП может быть использован при разработке стратегии обеспечения (или поддержания) конкурентоспособного качества продукции предприятия и оценки ее выполнения. Система обеспечения конкурентоспособного качества продукции на предприятии направлена на создание продукции оптимального уровня качества при минимальном уровне затрат. Интегрируя в систему управления предприятием, ССП и СОККП, руководство получит синергетический эффект, который проявится в оптимизации процесса принятия решений, основывающихся на проведенной оценке результатов внутренних процессов предприятия на основе сформированных

показателей ССП. Внутренние процессы предприятия будут совершенствоваться за счет установления взаимосвязей между реализацией СОККП и достижению стратегии в области качества продукции.

Применение концепции ССП и СОККП является стратегическим решением для предприятий, способствующее повышение конкурентоспособности на основе качества продукции.

Использование ССП при разработке и реализации стратегии конкурентоспособного качества продукции будет способствовать:

1. повышению качества работы предприятия
2. повышению эффективности функционирования предприятия за счет рационального использованию финансовых ресурсов, затрачиваемых на качество продукции на основе принципов экономичности и результативности
4. оценке взаимосвязи процессов с стратегией конкурентоспособного качества продукции .

Применение ССП с целью обеспечения конкурентоспособного качества продукции является фактором, который способствует достижению поставленных перед предприятием целей в области качества продукции в соответствии с потребностями рынка и позволяет оптимизировать расходы на качество продукции и повысить конкурентоспособность продукции. ССП- система, способная совершенствовать деятельность предприятия и оценивать разные направления его работы, предоставляя руководству достоверную информацию, то есть руководство предприятия получит возможность принимать рациональные управленческие решения, затрагивающие качество продукции. ССП предлагает новые оценочные критерии в различных направлениях предприятия и переводит стратегию

конкурентоспособного качества продукции на уровень определенных задач.

Взаимосвязь ССП конкурентоспособного качества продукции, процессов принятия управленческих решений, обеспечения оптимального качества продукции при минимальном уровне затрат на качество, повышение конкурентоспособности продукции представлена на рис.1.

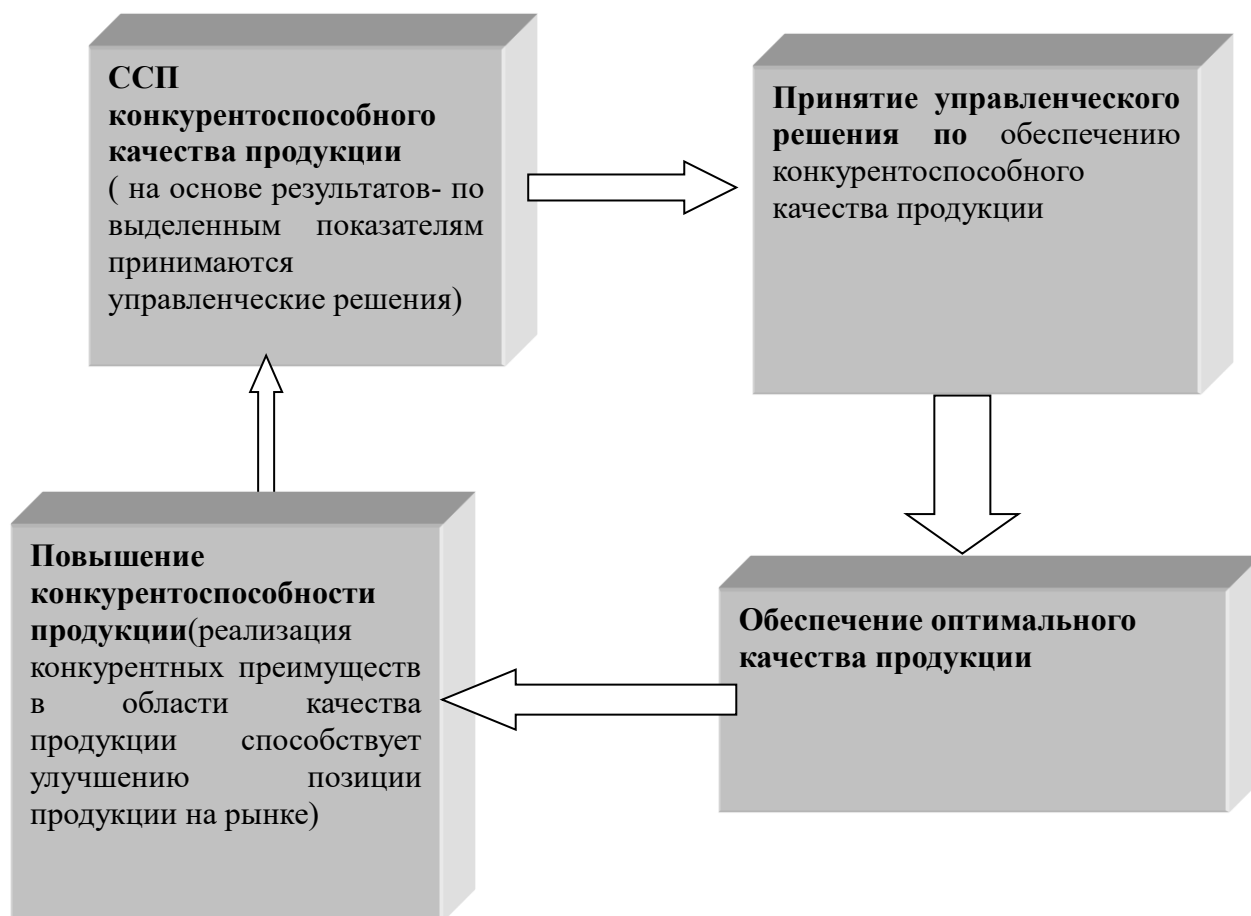


Рисунок 1. Взаимосвязь ССП конкурентоспособного качества продукции, процессов принятия управленческих решений, обеспечения оптимального качества продукции при минимальном уровне затрат на качество, повышение конкурентоспособности продукции

Основываясь на полученных данных по показателям, сформированным в рамках ССП конкурентоспособного качества продукции, анализируются процессы, связанные с выделенными показателями, и проводится их оптимизация с помощью принятия руководством управленческих решений, направленных на обеспечение оптимального уровня качества продукции при минимальном уровне затрат. Обеспечение оптимального качества продукции способствует созданию конкурентных преимуществ продукции, реализации которых способствует улучшению рыночной позиции продукции.

ССП конкурентоспособного качества продукции становится схемой процесса управления качеством продукции и ее конкурентоспособности. Предприятия, разрабатывая ССП конкурентоспособного качества продукции, переводит свою стратегию конкурентоспособного качества продукции на конкретные задачи, которые нужно донести до всех работников предприятия. Работники, выполняя поставленные задачи, реализуют понятную им стратегию.

Библиографический список

1. Гугелев А.В. Система обеспечения качества продукции: трудовая теория потребительской стоимости. Москва, 1993.
2. Кублин И.М., Махметова А.Ж.Е. Особенности инвестирования в проекты по управлению информационными бизнес-процессами на предприятиях электронной промышленности// Аудит и финансовый анализ. 2014. № 1. С. 269-271.
3. Санинский С.А. Формирование и развитие системы взаимодействия производителей и потребителей машиностроительной продукции. Москва, 2010.

4. Саркисова Р.А. Развитие инновационного потенциала как фактор повышения конкурентоспособности предприятий. В сборнике: Перспективы развития предприятий реального сектора экономики в современных условиях// материалы международной (очно-заочной) научно-практической конференции. 2016.

5. Старцев П.В. Стратегическое управление качеством продукции как составляющая управления конкурентоспособностью предприятия// Экономика и предпринимательство. 2016. № 10-1 (75-1). С. 374-382.

СЕКЦИЯ 6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

УДК 33

Егорова Е.В. Ценообразование в Швеции

Pricing in Sweden

Егорова Екатерина Владимировна

Студентка ВШЭУиП Северного Арктического
федерального университета им. М.В. Ломоносова

Egorova Ekaterina Vladimirovna

Student Northern Arctic
the Federal University. M. V. Lomonosov

Аннотация. Во Франции, несмотря на действие принципа свободного установления цен в условиях рыночного хозяйства, роль государства сводится к прямому регулированию цен на сельскохозяйственную продукцию, газ, электроэнергию, транспортные услуги либо к осуществлению наблюдения (контроля) за ценами в условиях конкуренции. Здесь регулированием цен занимаются Департамент по конкуренции, Министерство экономики, финансов и бюджета.

Ключевые слова: Швеция, экономика Швеции, цены, НДС, регулирование цен.

Abstract. In France, despite the principle of free price setting in a market economy, the role of the state is to directly regulate prices for agricultural products, gas, electricity, transport services, or to monitor prices in a competitive environment. Here the prices are regulated by the Competition Department, the Ministry of Economy, Finance and Budget.

Keywords: Sweden, the economy of Sweden, prices, VAT, price regulation.

Для этой страны характерна смешанная экономика, в основе которой лежат рыночные отношения на конкурентных началах с активным использованием государственного регулирования, в том числе и цен.

Прежде всего следует отметить, что в этой стране наблюдение и контроль за ценами ведет специальный орган – Государственное

управление цен и конкуренции, подчиненное Министерству гражданской администрации. Кроме того, во всех 23 губерниях Швеции имеются конторы со штатом численностью от 2 до 10 человек каждая для проведения этой работы. В стране приняты и действуют закон о регулировании цен и закон об обязательности предоставления сведений о ценах и об условиях конкуренции.

По мнению шведских экспертов, замораживание цен эффективно лишь в краткосрочном плане – для восстановления резких дисбалансов на рынке и подавления всплесков инфляции. В соответствии с этим закон о регулировании цен дает праву государству осуществлять меры по прямому воздействию на цены либо в случае войны или опасности ее возникновения, либо при угрозе значительного общего повышения цен.

Согласно закону, государство имеет возможность устанавливать максимальный уровень цен для отдельных товаров, вводить порядок, при котором повышение цен допускается только после подачи предварительного уведомления об этом и обоснования размера повышения цен. Кардинальные решения по вопросам государственного регулирования цен, конкуренции и доходов принимаются только парламентом – рикстагом.

Воздействие на уровень цен в Швеции осуществляется, в частности, через государственную монополию и государственные мероприятия. Так, существует государственная монополия на вино-водочные изделия, почтовые и некоторые другие виды коммуникаций, на аптечную торговлю. Значительное воздействие на цены оказывают государственный энергетический концерн и шведские железные дороги.

Существенное воздействие на цены оказывают политические решения, принимаемые центральным правительством и местными органами власти. Так, большое значение для роста общего уровня потребительских цен имело решение об изменении ставок налога на добавленную стоимость (НДС), налогов на энергию, учетной ставки и валютного курса.

Повышение НДС на 1% влечет повышение общего уровня потребительских цен на 0,7%, изменение учетной ставки на 1% - на 0,3%; изменение курса кроны на 1% - на 0,2%. Последнее утверждение означает, что девальвация кроны на 1 % снижает уровень цены на те же 0,2%. Эти цифры доказывают важность государственного контроля не только за повышением цен в частном секторе, но и при применении различных политических решений.

Регулирование цен в сельском хозяйстве проводится Национальным комитетом по сбыту с/х продукции в части фермерских цен, с/х рынка и осуществления политики «защиты» отечественной продукции от импорта. Такое регулирование осуществляется на некоторые основные товары (зерно, молоко, мясо, яйца и ряд других продуктов питания и с/х сырья) путем установления гарантированных государством цен, по которым шведские фермеры могут продать их государству.

Защита отечественной продукции от импорта обеспечивается с помощью применения таможенных сборов с импорта и субсидий при экспорте шведских товаров аграрного сектора. Основные принципы регулирования цен продукции аграрного сектора разрабатываются парламентом, исходя из общей сельскохозяйственной политики страны.

Регулируемое государством повышение цен сельскохозяйственных продуктов играет важнейшую роль для ценообразования в розничной торговле. Среди других факторов, воздействующих на розничные цены, можно выделить конъюнктуру на рынке различных продуктов, уровень издержек в пищевой промышленности, ставку налога на добавленную стоимость. Розничные цены примерно 40% потребляемых в Швеции продуктов не регулируются, поскольку их определяют другие факторы, в частности уровень импортных цен.

В последнее десятилетие в сфере розничной торговли пищевыми продуктами стал широко применяться новый метод конкуренции - временное снижение цен, получившее название системы дополнительных цен. Здесь скоординированно действуют как торговля, так и пищевая промышленность, что выражается в использовании ценовых, скидок при продаже промышленных товаров торговым предприятиям. Товары, входящие в систему дополнительных цен, имеют специальные ценовые наклейки красного цвета.

Информация о дополнительных ценах и перечне соответствующих товаров печатается в ежедневных газетах. Дополнительные цены существенно снижают расходы потребителей. Примерно 30% всех продуктов продается в магазинах по сниженным ценам, что особенно характерно для мясных продуктов (почти 90% всех колбас реализуется по дополнительным ценам). В таких случаях обычная цена становится фикцией, т.е. почти не применяется на практике.

Особая сфера ценообразования - это формирование цен жилья. С учетом их чрезвычайно высокого уровня государство выдает населению жилищные субсидии и займы.

В Швеции проводится индексация доходов населения с учётом роста цен (1 раз в год). Принимается во внимание индекс цен товаров, входящих в минимальную потребительскую корзину. Однако индексация доходов имеет ограниченные масштабы. Фактически она считается мерой, способствующей «встраиванию» инфляции в механизм ценообразования. Индексация имеет место лишь в отдельных соглашениях длительного характера, а также в контрактах по найму жилья и помещений. Формой индексации доходов является определение базовых сумм, которые используются для ежегодного начисления пенсий. При расчете базовой суммы, фиксируемой на год, учитываются потребительские цены.

Применение тех или иных форм контроля за процессом ценообразования зависит от экономической ситуации и динамики цен. Весьма существенным является ограничение доли заработной платы, которую компании имеют право переносить на цены. Так, в последние годы она варьировала в пределах 40 - 60%, Естественно, что введение такого ограничения влияет на невозможности увеличения заработной платы.

В современных условиях развития экономики в Швеции государством регулируется и контролируется до 40% всех цен промышленных, сельскохозяйственных и потребительских товаров и услуг.

Библиографический список

- 1 Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. И.К. Салимжанова. - М., 2014. - 304 с.
- 2 Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования. - СПб: Питер, 2011. - 544 с.

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 338.2

Похабова А.Е., Харламова О.В. Управление экономической безопасностью предприятия на примере ООО «Транснефть - Восток»

Management of economic security of the enterprise on the example of LLC "Transneft - Vostok"

Похабова Алина Евгеньевна

студентка (специалист) 5 курса

Сибирский федеральный университет,

Институт экономики, управления и природопользования, г. Красноярск

Харламова Ольга Вячеславовна

студентка (специалист) 5 курса

Сибирский федеральный университет,

Институт экономики, управления и природопользования, г. Красноярск

Научный руководитель:

Шкарпетина Е.В., старший преподаватель кафедры финансов

Сибирский федеральный университет,

Институт экономики, управления и природопользования, г. Красноярск

Pokhabova Alina Evgenievna

Student 5th year

Siberian Federal University,

Institute of Economics, Management and Environmental Studies,

Krasnoyarsk

Kharlamova Olga Vyacheslavovna

Student 5th year

Siberian Federal University,

Institute of Economics, Management and Environmental Studies,

Krasnoyarsk

Scientific adviser:

Shkarpetina E.V., Senior lecturer of the department of the finance

Siberian Federal University,

Institute of Economics, Management and Environmental Studies,

Krasnoyarsk

Аннотация. Экономическая безопасность предприятия будет обеспечена, если будут определены важнейшие стратегические направления обеспечения безопасности бизнеса, построена четкая логическая схема своевременного обнаружения и ликвидации возможных опасностей и угроз, уменьшения последствий хозяйственного риска. Для

создания надежной системы экономической безопасности предприятия необходимо провести комплекс подготовительных мероприятий.

Ключевые слова: экономическая безопасность, финансовая независимость, платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость.

Abstract. Economic security of the enterprise will be ensured if the most important strategic directions of business security are identified, a clear logical scheme of timely detection and elimination of possible dangers and threats, and reduction of the consequences of economic risk is created. To create a reliable system of economic security of the enterprise it is necessary to conduct a complex of preparatory measures.

Keywords: economic security, financial independence, solvency, liquidity, financial stability.

Общество с ограниченной ответственностью «Транснефть - Восток» было создано 24 января 2006 года. Основной вид деятельности – транспортировка нефти по магистральным нефтепроводам. Помимо основной деятельности ООО «Транснефть - Восток» осуществляет эксплуатацию и техническое обслуживание объектов нефтепроводного транспорта, отгрузку нефти по магистральным трубопроводам и хранение нефти в резервуарах, хранение продуктов переработки нефти и другие виды деятельности.

Главным критерием эффективности и качества системы экономической безопасности предприятия является стабильность финансового и экономического развития предприятия в различных ситуациях в соответствии с намеченными планами и задачами. Именно поэтому особое внимание уделяется оценке финансовой устойчивости предприятия [1].

Финансовая устойчивость как основополагающий фактор экономической безопасности предприятия характеризуется финансовой независимостью от внешних заемных источников, способностью маневрировать финансовыми ресурсами, наличием

необходимой суммы собственных средств для обеспечения основных видов деятельности [2,3].

Основные показатели для расчета финансовой независимости и платежеспособности организации: коэффициент автономии, коэффициент финансового риска, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, коэффициент маневренности, также коэффициент текущей, срочной и абсолютной ликвидности. Рассмотрим полученные значения по предприятию ООО «Транснефть - Восток», сравним с нормативными значениями и выявим слабые места.

Финансовая независимость предприятия, как было обозначено ранее, зависит от его способности за счет собственных источников формировать не только основной капитал, но и часть оборотных активов. Рассчитанные значения по предприятию ООО «Транснефть - Восток» представлены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели финансовой независимости предприятия
ООО «Транснефть - Восток»

Показатель	2014	2015	2016
Коэффициент автономии	0,66	0,67	0,72
Коэффициент финансового риска	0,52	0,49	0,38
Собственный капитал в обороте	- 95 208 865,00	- 111 030 325,00	- 116 872 379,00
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-1,00	-1,38	-3,07
Коэффициент маневренности	-0,26	-0,29	-0,29

Как видно из данных, представленных в таблице, коэффициент автономии увеличивается в период с 2014 по 2016 год, в каждом из рассматриваемых периодов он больше нормативного значения (0,5). Данный факт свидетельствует о том, что предприятие все больше полагается на собственные источники финансирования.

В подтверждение данному выводу можно привести динамику снижения коэффициента финансового риска. Это означает, что на 1 рубль собственных средств в 2016 году приходится 0,38 рублей заемных по сравнению с 0,52 рубля в 2014 году. Это означает, что предприятие становится более финансово устойчивым, а значит все менее зависимым от внешних инвесторов и кредиторов.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами отрицательный за весь рассматриваемый период. Данный факт свидетельствует о том, что оборотные средства организации и часть внеоборотных средств сформированы за счет заемных источников, что делает компанию зависимой от внешних источников.

Коэффициент маневренности в период с 2014 по 2016 годы – отрицательный, находится ниже нормы (0,2). Данный факт свидетельствует о том, что менее 20% текущей деятельности предприятия финансируется за счет собственных источников и это делает компанию финансово зависимой от заемного капитала.

Обобщая полученные данные, можно сделать вывод о том, что предприятие формирует оборотные средства и часть внеоборотных средств из заемных источников, что означает ее низкую финансовую устойчивость. Следовательно, экономическая безопасность в части финансовой независимости организации не обеспечена должным образом.

Перейдем к анализу платежеспособности предприятия через анализ ликвидности баланса. В таблице 2 представлены значения группировок активов по степени ликвидности и пассивов по степени срочности их погашения.

Таблица 2

Соотношения группировки активов и пассивов предприятия ООО
«Транснефть – Восток»

Полученные соотношения	Начало 2016 года	Конец 2016 года
$A1 > П1$	73 428 457 > 16 626 830	22 206 415 > 11 080 376
$A2 < П2$	2 851 473 < 21 025 216	12 648 650 < 15 873 376
$A3 < П3$	3 909 248 < 153 567 457	3 208 853 < 127 982 545
$A4 > П4$	497 582 576 > 386 552 251	519 402 533 > 402 530 154

По данным, выведенным в таблицу, видно, что баланс предприятия нельзя назвать абсолютно ликвидным ни на начало 2016 года, ни на конец, так как не выполняются неравенства: $A1 \geq П1$; $A2 \geq П2$; $A3 \geq П3$.

У предприятия существуют проблемы с быстрореализуемыми активами, то есть оно не может привлечь дополнительные средства в короткий срок. Также у организации недостаток медленно реализуемых активов. Данный факт означает, что предприятие не может быть платежеспособным на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств.

Превышение внеоборотных активов над величиной собственного капитала свидетельствует о том, что их часть формируется за счет заемных средств, а также о том, что не выполняется условие минимальной финансовой устойчивости предприятия.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что баланс предприятия не является ликвидным, а также не выполняется

условие минимальной финансовой устойчивости, что свидетельствует о наличии проблем у предприятия с платежеспособностью.

Перейдем к коэффициентному анализу ликвидности предприятия по состоянию на конец 2016 года.

Коэффициент общей ликвидности баланса равен 0,51, что ниже нормы (1). Данный факт свидетельствует о том, что для компании складывается неблагоприятная финансовая ситуация. Более того, его принимают во внимание организации при поиске надежного партнера. Исходя из полученных значений, предприятие на текущем этапе таким назвать нельзя.

Коэффициент текущей ликвидности равен 1,41, значение ниже нормы (1,5-2,5). Это указывает на низкую платежеспособность предприятия. Превышение краткосрочных финансовых обязательств над оборотными активами свидетельствует об отсутствии резервного запаса для компенсации убытков, которые может понести организация при размещении и ликвидации оборотных активов, кроме наличных денежных средств.

Коэффициент быстрой ликвидности предприятия равен 1,29, следовательно, предприятие может погасить краткосрочные обязательства оборотными средствами наиболее высокой и высокой ликвидности. Однако использовать краткосрочную дебиторскую задолженность, которая выросла на конец 2016 года в 4,4 раза, не всегда представляется возможным из-за трудности своевременного взыскания.

Коэффициент абсолютной ликвидности равен 0,82 – выше нормы (0,2 – 0,5). Данный факт указывает на неоправданные задержки в использовании высоколиквидных активов, что означает нерациональную структуру активов.

Анализируя полученные данные, можно заключить, что предприятие имеет затруднения с погашением обязательств и структурой активов, что означает наличие проблем с платежеспособностью и финансовым состоянием. Принимая во внимание результаты анализа группировки активов и пассивов предприятия и коэффициентного анализа можно сделать вывод о том, что экономическая безопасность в части платежеспособности не обеспечивается должным образом.

Резюмируя итоги по полученным результатам в отношении финансовой независимости и платежеспособности предприятия, следует сделать вывод о наличии затруднений у организации с обеспечением экономической безопасности.

В качестве рекомендаций по совершенствованию управления экономической безопасностью в части обеспечения финансовой независимости предлагаем следующее:

1. Уменьшить иммобилизацию средств во внеоборотные активы в части не приносящей ущерб производству.

2. Увеличить собственный капитал с помощью увеличения уставного капитала путем: взносов третьих лиц, внесения дополнительных вкладов участников, за счет имущества предприятия.

Исходя из выявленных недостатков, предприятию для улучшения платежеспособности и ликвидности как части финансовой составляющей экономической безопасности предлагаются следующие пути решения:

1. Снижение доли заемных средств путем наращивания уставного капитала (создание резервного капитала, взносы третьих лиц, внесения дополнительных вкладов участников);

2. Увеличение собственного капитала за счет нераспределенной прибыли путем корректировки имеющейся дивидендной политики;

3. Получение дополнительного дохода от сдачи в аренду активов, временно не задействованных при осуществлении основного вида деятельности.

Эффективно функционирующее предприятие должно иметь преимущество ликвидных активов над краткосрочными обязательствами, что позволит ему погашать обязательства в срок, а также выступать как привлекательный объект для инвестирования и надежным партнером для сотрудничества.

При следовании предложенным путям решения предприятие ООО «Транснефть – Восток» станет более финансово устойчивым, что повысит его финансовую независимость от заемных средств, укрепит платежеспособность и увеличит ликвидность, что как следствие приведет к эффективному обеспечению экономической безопасности на предприятии.

Библиографический список

1. Абрютина М.С. Анализ финансово-экономической деятельности организации / М.С.Абрютина, А.В. Грачев // Учебное пособие 3-е изд. – М.: Дело и сервис, 2012. – 265 с.

2. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент / Ю.Бригхем, Л. Гапенски; перевод с англ. под ред. В.В.Ковалева // Учебник – Санкт-Петербург: Экономическая школа, 2013. – 153-159 с.

3. Дюсембаев К.Ш. Анализ финансового положения предприятия / К.Ш.Дюсамбаев // Учебное пособие – Алматы: Экономика, 2011. – 294 с.

СЕКЦИЯ 8. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

УДК 33.338

Долбня В.И. Безупречный сервис как идеологема успешного бизнеса

Perfect service as the ideology of a successful business

Долбня Валентин Игоревич

студент факультета Сервис и туризм

Донской государственной технической университет

г. Ростов-на-Дону, Россия

Научный руководитель:

Бородай В.А., д.с.н. профессор кафедры

Сервис, туризм и индустрия гостеприимства

Донской государственной технической университет (ДГТУ)

Россия, г. Ростов-на-Дону

Dolbnya Valentin Igorevich

student of the Faculty of Service and Tourism

Don State Technical University

Rostov-on-Don, Russia

Scientific adviser:

Borodai VA, Ph.D. Professor of the department

Service, Tourism and Hospitality Industry

Don State Technical University (DSTU)

Russia, Rostov-on-Don

Аннотация. В статье рассматриваются отдельные нюансы маркетинга и сервиса в сфере туризма. Показано, что такие вопросы как, - увеличение объемов услуг, привлечение партнеров, построение каналов продаж, мотивация персонала оптимизация рисков и другие тесно связаны с отношением к клиентам. Делается вывод о том, что когда клиент чувствует искреннее внимание и трепетное VIP-отношение, видит безупречный сервис, у компании бизнес становится успешным.

Ключевые слова: Туризм, VIP-отношения, клиент, туристские услуги, позитивные впечатления.

Abstract. The article considers some nuances of marketing and service in the sphere of tourism. It is shown that such issues as, - increase in the volume of services, attraction of partners, construction of sales channels, staff motivation, optimization of risks and others are closely related to the attitude towards clients. It is concluded that when a client feels sincere attention and a quivering VIP-attitude, sees an impeccable service, the company becomes successful business.

Keywords: Tourism, VIP-relations, client, tourist services, positive impressions.

Как привлечь больше клиентов? Как настроить каналы продаж? Как мотивировать персонал и оптимизировать риски? У многих менеджеров каждое утро начинается с подобных вопросов, а вечер ими заканчивается. Но ответы подсознательно знает каждый из нас. Важно просто как можно чаще вспоминать, что мы сами и есть потенциальные клиенты [1]. Купим ли мы то, что сами продаем, и продают наши менеджеры? Вполне возможно, что рассматриваемые вопросы будут полезны компаниям, которые действуют на туристском рынке или обслуживают клиентов, относящихся к категории VIP.

Предложим к рассмотрению понимание того, что VIP – это каждый клиент. Что такое VIP? Очень важная персона. И каковы же критерии, по которым мы относим человека к этой категории? Давайте поговорим откровенно и серьезно. Деление по финансовому или статусному признаку неприятно никому. Сегодня человек находится на пике популярности, славы и богатства, украшая своими ФИО одну из страниц Forbes, а завтра он может одномоментно всего этого лишиться из-за непредвиденных обстоятельств. Или наоборот, сегодня это никому неизвестный фрилансер, а завтра он станет знаменитым далеко за пределами своей страны в результате инновационного изобретения [2].

Сегодня человек зарабатывает относительно большие деньги. А завтра у него в бизнесе происходит спад и вместо отеля на частном острове (от 700-900 евро за ночь на двоих), он выбирает категорию 5* (280-400 евро за ночь) или 4* (в среднем от 160 до 250 евро), 3*(100 - 150 евро) или 2* (от 60 до 100 евро). При этом деление отелей в престижных географических территориях на категории может быть очень относительным. Отдельные трех- и четырехзвездочные отели бывают лучше некоторых пятизвездочных отелей.

Кризисные волны в мировой экономике затронули практически все страны, в т.ч. и те, где туризм считается главной движущей силой экономики [3]. В России, обрушившийся курс рубля вынудил многих клиентов в течение нескольких лет приспосабливаться к новой ситуации. Но без ущерба качеству отдыха. Ну, не будет в этот раз в отеле бассейна олимпийского размера – зато в небольшом сочинском гостиничном комплексе местный повар приготовит рыбу не хуже той, что подавали в мишленовском ресторане. И в семь раз дешевле.

VIP - это каждый обратившийся в компанию человек. Мы никогда не знаем, что произойдет в дальнейшем в результате работы с новым клиентом.

Далее, предположим, что фокус компании сосредоточен только на клиентах с высоким уровнем дохода, при этом средний и эконом-класс игнорируются. Это ошибка. Часто возникают ситуации, когда обращается турист с небольшим бюджетом. Если вы отнесетесь к нему с таким же уровнем внимания, который сопоставим с VIP, в 90% случаев такой клиент к вам вернется неоднократно, приведя с собой других [4].

В практике туристских компаний нередки случаи, когда по рекомендациям людей, которые выбирают недорогие варианты отдыха, приходят директора компаний, в которых эти туристы работают.

Продолжая выстраивать линию поведения по отношению к VIP клиентам рекомендуем предлагать не «звездность», а реальное качество.

Часто в фокусе продаж туристской компании по ряду причин оказываются только определенные отели: из всего списка выбираются, например, 10-15 отелей, а остальное словно перестают существовать. На наш взгляд, необходимо работать от клиента, а не от отеля [5].

Важно не просто досконально знать все гостиницы территории, на которую организуются туры, большие и малые, пятизвездочные и двухзвездочные, но и сопоставлять свои знания с тем, чего хочет путешественник.

Может оказаться так, что в первые два года после открытия отель демонстрировал уровень не пять, а даже семь звезд. Сотруднику туристской компании, проводившему его инспекцию, восторженные впечатления запомнились надолго. Но спустя какое-то время в отеле сменилась управляющая компания, в тех же самых роскошных виллах появилась грязь на коврах, не работающие розетки, из держателей у входа в виллы исчезли зонты, багги стало приезжать через 15 минут после вызова вместо привычных трех-пяти. Ни за какие бонусы нельзя отправлять клиента в такой отель, даже если за продажу X-количества ночей он предлагает вам неделю бесплатного проживания.

Кто захочет общаться с разгневанным клиентом, который заплатил 800 евро за ночь и лицезреет грязный ковер? Можно считать, что такой клиент будет потерян раз и навсегда [6]. Но и это не главное. Как вы думаете Вам самим захотелось бы оказаться на его месте?

Следующие рекомендации связаны с тем, что туроператору необходимо знать и любить страну. При работе с туристским направлением не стоит ограничиваться только доскональными знаниями туристской инфраструктуры. А как же знание самой страны? Отель со стандартным или нестандартным набором сервисов не является самоцелью путешественника.

Сотрудники туроператорских и турагентских компаний не должны завидовать состоятельным клиентам. Важно понимать психологию обеспеченных людей и не поддаваться подсознательной зависти к ним [7]. Хотя об этом говорить не принято, давайте

рассмотрим пример. Утром на кольцевой вас подрезал белоснежный внедорожник последней модели. Что вы подумали вслед? А ведь это, скорее всего потенциальный клиент, за которым охотятся все менеджеры по продажам. Может быть, этот человек просто спешит в аэропорт, не спав накануне двое суток. Пропустите его, мысленно пожелав удачного дня.

Всем нам нравится смотреть выступления олимпийских чемпионов и улыбаться в моменты, когда они завоевывают медали. Но так не хочется думать о том, что обычно не показывают по телевизору и не выкладывают в социальные сети – об их травмах, синяках, слезах, шкафах с таблетками. В бизнесе аналогичная ситуация. Прежде чем добиться больших успехов, люди преодолевают огромные трудности разного характера.

Время человека, который в режиме 24/7 несет ответственность за свое предприятие, за десятки или сотни рабочих мест, ценится очень дорого. Ему так хочется, чтобы на отдыхе не возникло разочарований. Важно хорошо понимать проблемы клиента и причины его беспокойства [8]. Отсюда вытекает следующая рекомендация. Строго следовать стандартам своего бизнеса.

Практически все знакомые нам руководители уверены в том, что правильно подобранные сотрудники – это ключевой фактор успешного бизнеса. Реально решить данную проблему нам оказалось очень нелегко. Даже если у менеджера 15-летний опыт работы в туризме, это никаким образом не гарантирует его эффективности в компании, оказывающей VIP-услуги. Зачастую такому менеджеру сложно интегрироваться в новую среду и перестроиться с учетом непривычных требований к работе [9]. В нашем случае неожиданно хорошие результаты показали люди вообще без опыта работы в туризме. Их

было гораздо легче обучить работать по тем стандартам, которые мы сами установили.

Следующий шаг профессионального сервиса - улучшать программы на основе обратной связи. Важно учитывать замечания, комментарии и впечатления каждого путешественника. Важно спрашивать, что понравилось, что не понравилось и почему. Затем на основании обратной связи вести активные диалоги с принимающей стороной, отелями и всеми остальными поставщиками услуг [10].

Если клиенты считают, что в 11-дневной программе круиза по островам два дня следует спланировать более удобно, это необходимо обязательно донести до организатора. Обязательно следует выяснить, что можно сделать для того, чтобы программа была усовершенствована.

Конечно же, в работе с VIP клиентами следует создавать позитивные впечатления у агентов влияния. Как быстро уничтожить интерес к туристскому направлению? Игнорировать контактную аудиторию. Например, поселить экипаж самолета, доставившего туристов на острова, в отель, имеющий неудобное расположение, плохой сервис, пляж, на котором нельзя купаться, но зато (и поэтому) подозрительно низкие тарифы на размещение.

Цель любой авиакомпании – наращивать пассажиропоток, особенно если направление новое [11]. Пилоты и стюардессы – это агенты влияния, с которыми контактирует огромное количество туристов. Пассажиры первого и бизнес классов чаще других общаются с экипажем, не упуская возможность еще и фотографии сделать на память. Они спрашивают, какие из 180 посещенных стран запомнились им больше всего и почему. Интересуются, куда еще можно слетать человеку, который и так много где был. А что, если целый экипаж на

обратном пути взмывает в небо с разочарованием от новой страны, поскольку даже чай в ресторане отеля несли 20 минут? Наверное, везли напиток из Шри Ланки. Добавим сюда пляж в водорослях и грязный бассейн – картина ясна.

Можно представить, какие посты Instagram об этом географическом месте оставят летчики. Хорошо, если на пляже им встретится человек, влюбленный в эту страну, показавший фотографии, рассказавший, какие маршруты лучше всего составлять, объяснивший, какие острова и отели стоит выбирать в разные сезоны. А если не встретится?

И, наконец, следует не бояться конкуренции с системами онлайн-бронирования. У многих операторов индустрии туризма почему-то существует неправильное понимание сути конкуренции с системами онлайн-бронирования [12]. Этому вопросу можно было бы посвятить отдельную статью. Упомянем хотя бы один факт, что многие популярные отели вообще не представлены в системах онлайн-бронирования. А зачем? У них все номера за полгода вперед раскуплены. Но это неверно. Многие знают, что при бронировании заранее можно получить максимальное количество специальных предложений и выбрать то, что хочется, а не то, что осталось. Кстати, изучение поведения иностранных потребителей туристских услуг дает массу идей. Работа с ними открывает дополнительные горизонты.

Можно было бы обратить внимание на многие другие детали. Но лучше подчеркнуть главное: каждый из нас является клиентом и ждет к своим потребностям трепетного VIP-отношения. И вот тогда, когда клиент чувствует искреннее внимание, видит безупречный сервис, когда удастся попасть в его «хочу» и увести от «страхов», начинается

бизнес-магия [13]. Телефон такой компании дарят всем знакомым, коллегам и родственникам.

Библиографический список:

1. Молчанова О.С., Бородай В.А. Ребрендинг сервисной компании как выход на новый качественный уровень развития // В сборнике: Наука, технологии, техника: современные парадигмы и практические разработки сборник научных трудов по материалам I Международного научно-практического форума. 2017. С. 131-146.
2. 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.
3. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
4. Бородай В.А. Социально-экономическое развитие туристских территорий – институциональные аспекты // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. 2012. С. 11-15.
5. Палецкий Д.В., Дудкина О.В. Проблематика современного территориального брендинга на примере города Ростова-на-Дону // Форум молодых ученых. 2017. № 3 (7). С. 354-358.
6. Бородай В.А. ИмPLICITный характер функций организационного развития сервисных компаний // Управление

экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 42.

7. Шерстюк Ю.А., Бородай В.А. Репутация туристского предприятия на основе интернет брендинга // В сборнике: Образование, здравоохранение, культура, демография: социальные проблемы современного общества Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 2017. С. 505-515.

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. Минасян Л.А., Бородай В.А. Социально-психологическая доминанта в управлении изменениями сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 6 (100). С. 12.

10. 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.

11. Васечко А.Е., Дудкина О.В. Перспективы развития экотуризма Ростовской области // Форум молодых ученых. 2017. № 3 (7). С. 87-94.

12. Бородай В.А., Минасян Л.А. Дискурсивная миссия корпоративного стиля сервисной компании // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2017. № 3 (94). С. 132-135.

13. Бородай В.А. Увеличение потенциала бизнеса на основе технологии Business Intelligence // Бизнес технологии в России: теория и практика. - Саратов: Академия бизнеса, 2016. - С. 3-6.

СЕКЦИЯ 9. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 658.14

Воронин В.С., Герасименко О.А. Финансовый леверидж как элемент оптимизации структуры капитала организации

Financial leverage as an element of optimization of the organization's capital structure

Воронин Владислав Сергеевич

Студент 4 курса, факультет «Финансы и кредит»,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И. Т. Трубилина»

Герасименко Ольга Анатольевна

канд. экон. наук, доцент кафедры финансов
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И. Т. Трубилина»

Voronin Vladislav Sergeevich

Senior, Faculty of Finance and Credit,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education "Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin"

Gerasimenko Olga Anatolievna

Cand. of Ec. Sc., Associated Professor, Department of Finance
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education "Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin"

Аннотация. В статье рассмотрено применение эффекта финансового левериджа в деятельности коммерческой компании, направленное на увеличении рентабельности капитала посредством привлечения заемных источников.

Ключевые слова: финансовый леверидж, эффект финансового левериджа, заемный капитал, финансовый риск.

Abstract. The article considers the application of the financial leverage effect in the activity of a commercial company aimed at increasing the profitability of capital using borrowed funds.

Keywords: financial leverage, financial leverage effect, borrowed capital, financial risk.

Создание и функционирование любого предприятия в упрощенном виде представляет собой процесс инвестирования финансовых ресурсов на долгосрочной основе с целью извлечения прибыли. Наиболее важное значение имеет правило, по которому как собственные, так и заемные средства должны обеспечивать отдачу в форме прибыли.

Процесс управления, который направлен на возрастание прибыли с использованием заемных средств, характеризуется в финансовом менеджменте категорией левверидж.

Исследованием факторов, оказывающих влияние на структуру капитала, занимались такие ученые, как Р. Весселс, В. К. Гойял, С. Майерс, Ш. Титман. Эмпирические исследования теорий структуры капитала, а также выявление принципов финансирования строительных предприятий представлены в работах Дж. Алкока, Ш. А. Бонда, П. Скотта, Е. Штайнера.

Несмотря на то, что в настоящее время существует множество работ, посвященных определению оптимальной структуры капитала, некоторые вопросы в данной тематике исследований остаются открытыми, что подтверждает актуальность данной работы. Более того, большая часть эмпирических исследований проведены в США и странах Европы.

Уровень финансового леввериджа – это показатель, напрямую связанный с характеристикой степени риска хозяйствующего субъекта при определенном соотношении его заемных и собственных источников финансирования [2]. Балдин К.В., Воробьев С.Н. отмечают: «Чем выше сумма процентов к выплате, являющихся, кстати, постоянными обязательными расходами, тем меньше чистая прибыль.

Таким образом, чем выше уровень финансового левериджа, тем выше финансовый риск компании» [1].

При повышении доли заемного капитала увеличиваются финансовые риски: возможность потери финансовой независимости, платежеспособности и возникновения риска банкротства при колебаниях рынка, поскольку излишне высокий уровень заемного капитала в общей структуре валюты баланса может привести к невозможности своевременного погашения обязательств в полном размере. Но при размере заемного капитала меньше 50 %, хозяйствующий субъект упускает возможность увеличения прибыли и роста дивидендов для акционеров. Поэтому финансовый леверидж позволяет проводить мониторинг направлений повышения эффективности использования капитала организации [5].

Эффектом финансового левериджа называется показатель, характеризующий уровень дополнительной прибыли на собственный капитал при привлечении различного объема заемного капитала. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{ЭФЛ} = (1 - Н) * (ВРа - ПК) * ЗК / СК, \quad (1)$$

где:

ЭФЛ – эффект финансового левериджа;

Н – ставка налога на прибыль;

ВРа – валовая рентабельность активов, %;

ПК – средний размер процентов, уплачиваемых хозяйствующим субъектом за использование заемного капитала, %;

ЗК – средняя за отчетный период сумма используемого хозяйствующим субъектом заемного капитала;

СК – средняя за отчетный период сумма собственного капитала хозяйствующего субъекта [3].

В таблице 1 на примере строительной компании рассмотрено применение механизма финансового левериджа.

Таблица 1

Показатели финансовой деятельности ООО «Инсити»

Показатель	Значение
Собственный капитал, тыс. руб.	500
Заемный капитал, тыс. руб.	300
Всего капитал, тыс. руб.	800
Рентабельность (доходность) активов (всего капитала) на базе прибыли до выплаты налогов, %	17
Ставка налога на прибыль, %	20
Рентабельность (доходность) активов (всего капитала) на базе прибыли после выплаты налогов, %	13,6

Проведем расчет эффекта финансового рычага по двум методам: формальный метод и метод дифференциала и плеча финансового левериджа (таблица 2).

Таблица 2

Эффект финансового левериджа ООО «Инсити»

1. Формальный метод			
Рентабельность собственного капитала	$R_{ck} = R_t + (3K / CK) (R - r) (1 - t)$	%	16
		коэф.	0,16
Эффект финансового левериджа	$ЭФР = (3K / CK) (R - r) (1 - t)$	%	2,4
		коэф.	0,024
2. Метод через дифференциал и плечо			
Дифференциал финансового левериджа	$ДФР = (R - r) (1 - t)$	%	0,04
Плечо финансового левериджа	$ПФР = 3K / CK$		0,6
Эффект финансового левериджа	$ЭФР = ДФР * ПФР$	%	2,4
		коэф.	0,024

Таким образом, показатель финансового левериджа для данной компании показывает, что привлеченный заемный капитал позволил увеличить рентабельность собственного капитала на 2,4 %, что существенно ниже процентной ставки по платежам за заемный капитал – 12 %.

Рассчитаем возможные ситуации по увеличению рентабельности собственного капитала компании посредством привлечения заемных средств в размере: 500 тыс. руб. и 1000 тыс. руб. Учитывая рост объемов заимствования и финансового риска допустим увеличение процентов по платежам заемного кредита в размерах: 13%, 17% и 18% (таблица 3). При этом рентабельность активов компании на основе прибыли до выплаты налогов составляет 17%.

Таблица 3

Оптимизация структуры капитала ООО «Инсити»

Вариант	Заемный капитал, тыс. руб.	Собственный капитал тыс. руб.	Капитал всего, тыс. руб.	Ставка платежей по задолженности, %	Дифференциал финансового левериджа, %	Плечо финансового левериджа	Эффект финансового левериджа, %	Рентабельность собственного капитала, %
	ЗК	СК	К	г	ДФР	ПФР	ЭФР	R ck
базис	300	500	800	12	4	0,6	2,4	16
1	500	500	1000	13	3,2	1	3,2	16,8
	1000	500	1500	13	3,2	2	6,4	20
2	500	500	1000	17	0	1	0	13,6
	1000	500	1500	17	0	2	0	13,6
3	500	500	1000	18	-0,8	1	-0,8	12,8
	1000	500	1500	18	-0,8	2	-1,6	12
4	300	1000	1300	12	4	0,3	1,2	14,8
	300	2000	2300	12	4	0,15	0,6	14,2

Данные таблицы 3 свидетельствуют, что на рентабельность собственного капитала и эффект финансового левериджа влияют процентная ставка по задолженности и размер собственного капитала.

В ситуации № 2: при равной процентной ставке в 13% и объеме собственного капитал 500 тыс. рублей, наиболее предпочтительно привлечь заемный капитал в объеме 1000 тыс. рублей, что позволит увеличить рентабельность собственного капитала до 20%.

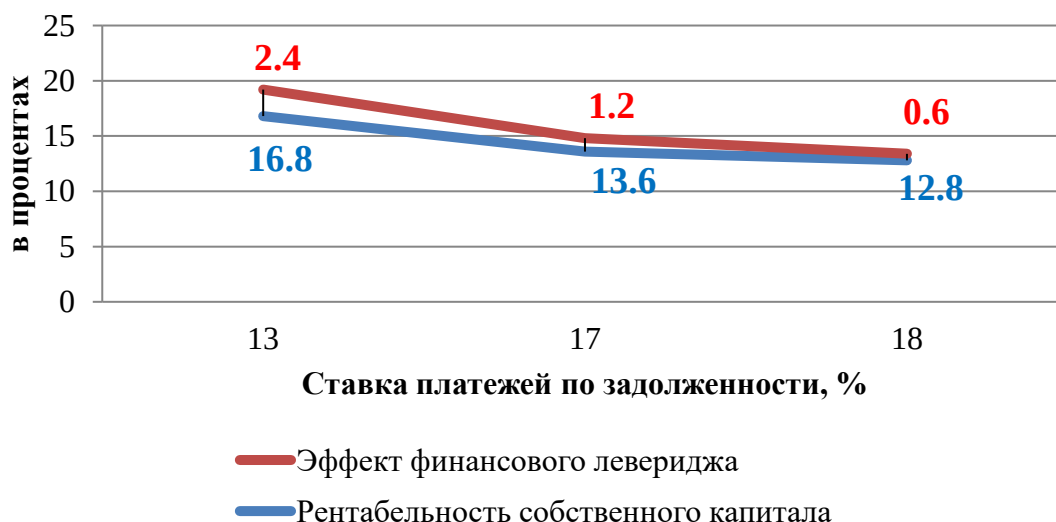


Рисунок 1. Зависимость процентной ставки по кредитам и рентабельности активов компании

В ситуациях 1, 2 и 3 при увеличении процентной ставки по платежам заемного капитала наблюдается снижение эффекта финансового левериджа и рентабельности собственного капитала, что негативно сказывается на платежеспособности компании по процентам задолженности.

Также наблюдается, что при фиксированном объеме заемного капитала в 300 тыс. рублей в ситуациях увеличения собственного капитала рентабельность активов компании и эффекта финансового левериджа снижаются (рисунок 2).

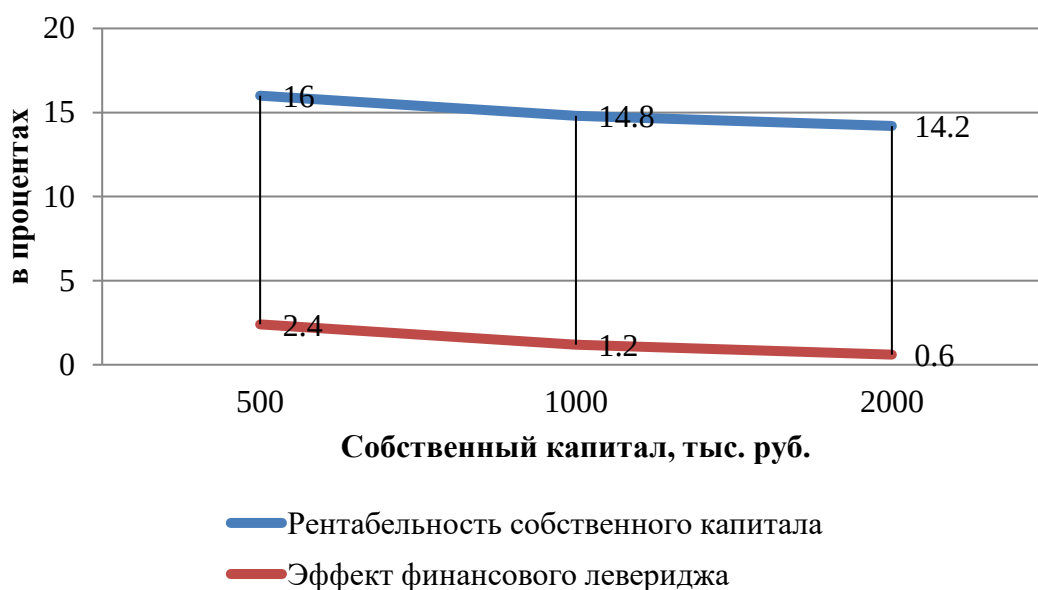


Рисунок 2. Зависимость изменения собственного капитала при сохранении процентной ставки по задолженности (12%) и эффекта финансового левериджа

Таким образом, на эффект финансового левериджа влияет соотношение уровня процентов по платежам за заемный капитал и коэффициента рентабельности активов компании:

- если размер процентной ставки по заемному капиталу ниже коэффициента рентабельности активов компании, то эффект финансового левериджа становится положительным (вариант 1 таблицы 3);

- если размер процентной ставки по заемному капиталу равен коэффициенту рентабельности активов компании, то эффект финансового левериджа равен 0 (вариант 2 таблицы 3);

- если размер процентной ставки по заемному капиталу выше коэффициента рентабельности активов компании, то эффект

финансового левериджа становится отрицательным (вариант 3 таблицы 3).

Финансовый леверидж является важным показателем в анализе результативности бизнеса хозяйствующих субъектов. Он используется руководством организаций, долгосрочными и краткосрочными инвесторами в оценке степени риска привлечения хозяйствующим субъектом заемного финансирования [4].

Библиографический список

1. Балдин К.В., Воробьев С.Н. Управление рисками в предпринимательстве. – М.: Дашков и К, 2013. – 119 с.
2. Герасименко О. Практические аспекты оценки денежных потоков сельскохозяйственной организации / В сборнике: International Conference on Management, Entrepreneurship and Sustainability Conference Proceedings. 2017. – С. 156-167.
3. Герасименко О.А., Герасименко О.В. Финансовый менеджмент : Учебное пособие / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина. – Казань, 2017. – 172 с.
4. Корпоративные финансы. Липчиу Н.В., Герасименко О.А., Липчиу К.И., Шевченко Ю.С., Захарян А.В., Юрченко А.А., Тюпакова Н.Н., Бочарова О.Ф. / Учебное пособие для бакалавров и магистров, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / Под редакцией Н.В. Липчиу. – Москва, 2012.
5. Современные проблемы управления финансами и кредитом: учебно- методическое пособие / Агаркова Л.В., Гурнович Т.Г., Агарков В.В., Подколзина И.М., Томилина Е.П., Шматко С.Г. – Ставрополь, 2017. – 136 с.

УДК 33. 2964

Останина Е.И. Анализ финансово-экономической деятельности «Газпромбанк» (Акционерное общество)

Analysis of financial and economic activities Gazprombank
(Joint stock company)

Останина Елена Игоревна,
Магистр 3-ого курса, кафедры конкурентного права и
антимонопольного регулирования
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Уральский государственный экономический университет»

Ostanina Elena Igorevna
Master the 3-year student, Department of competition law and
antitrust regulation
Federal state budgetary educational institution of higher education
"The Ural state economic University"

Аннотация. В статье рассматриваются основные критерии деятельности «Газпромбанк» (Акционерное общество). Проводится анализ финансовых показателей и их динамика, оцениваются их изменения на фоне валютного кризиса.

Ключевые слова: кредитная организация, «Газпромбанк» (Акционерное общество), финансово-экономическая деятельность, кредитный портфель

Abstract. The article discusses the main criteria for the work of "Gazprombank" (Joint-stock company). The analysis of financial indicators and their dynamics, and evaluated their changes in the context of a currency crisis.

Keywords: credit institutions, Gazprombank (Joint stock company), financial-economic activity, loan portfolio

Валютный кризис, начавшийся в 2014 году в России, оставил неизгладимый след на всех сферах экономики и страны в целом. Падение курса национальной валюты по отношению к резервным валютам, волатильность российского фондового рынка и введенные санкции повлекли резкое ухудшение финансовых показателей промышленных предприятий, инвестиционных компаний, кредитных

организаций и других хозяйствующих субъектов Российской Федерации.

Банковский сектор достаточно пострадал от кризисной ситуации, только к сентябрю 2015 года, как отмечает РИА рейтинг, появилась некая динамика к улучшению. Активы банковского сектора России возросли на 4,8%, что стало максимальным месячным приростом с начала 2015 года, однако потери января-февраля 2015 компенсировать не удалось.

Динамика настоящего периода внушает хорошие перспективы. Кредитование корпоративного бизнеса пока нормализовать не удалось, до сих пор происходит снижение на 0,3 %, зато кредитование физических лиц выросло на 1,6 % [1]. «Газпромбанк» (Акционерное общество) (Банк ГПБ (АО)) также не остался в стороне, влияние экономической нестабильности отразилось и на его финансовой устойчивости.

Ухудшение кредитного качества заемщиков и рост резервов на возможные потери по ссудам, а также нахождение Банка в списке организаций, попавших под «секторальные санкции» США, ЕС и ряда других государств не способствовало устойчивости и Группы Газпромбанка.

В таблице 1 приведены основные показатели финансово-экономической деятельности «Газпромбанк» (Акционерное общество) в период экономического кризиса с 01.01.2015 по 01.01.2017 гг.

Таблица 1

Основные показатели финансово-экономической деятельности

Банка ГПБ (АО), тыс. руб. [2]

Показатели	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017
Собственные средства (капитал)	500 141 118	632 651 062	634 202 016
Прибыль (убыток) до налогообложения	17 702 760	(46 061 823)	46 660 735
Совокупные активы	4 635 523 523	4 952 750 034	4 748 924 322
Чистая ссудная задолженность	3 574 235 335	3 727 655 251	3 618 076 747
Привлеченные средства	4 181 641 355	4 398 665 143	4 203 086 156

Негативные изменения экономики страны повлияли в целом на такие показатели как прибыль, а точнее в 2016 году ее отсутствие.

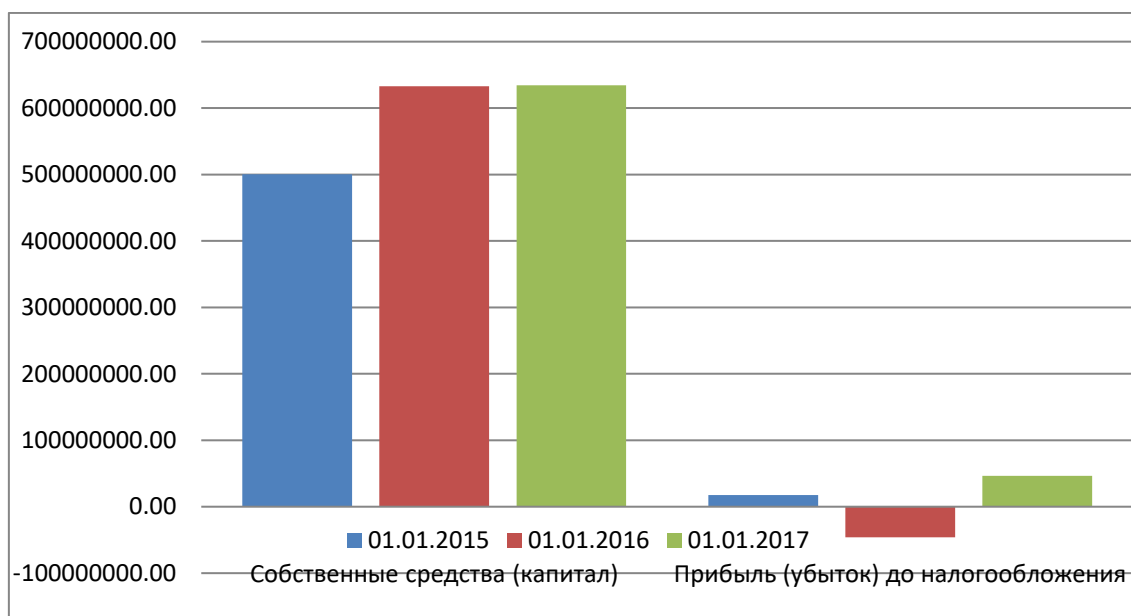


Рисунок 1. Показатели собственных средств (капитал) и прибыль (убыток) до налогообложения Банка ГПБ (АО) в период с 01.01.2015-01.01.2017

На рисунке 1 отчетливо видно, что Банк ГПБ (АО) на начало 2016 года получил чистый убыток в размере 46 061 823 тыс. руб. Это связано с доформирование резервов из-за ухудшения качества заемщиков по

кредитам, выданным в предыдущие годы (в т.ч. в иностранной валюте). На начало 2017 года ситуация резко изменилась банк смог получить прибыль в размере 46 660 735 тыс. руб.

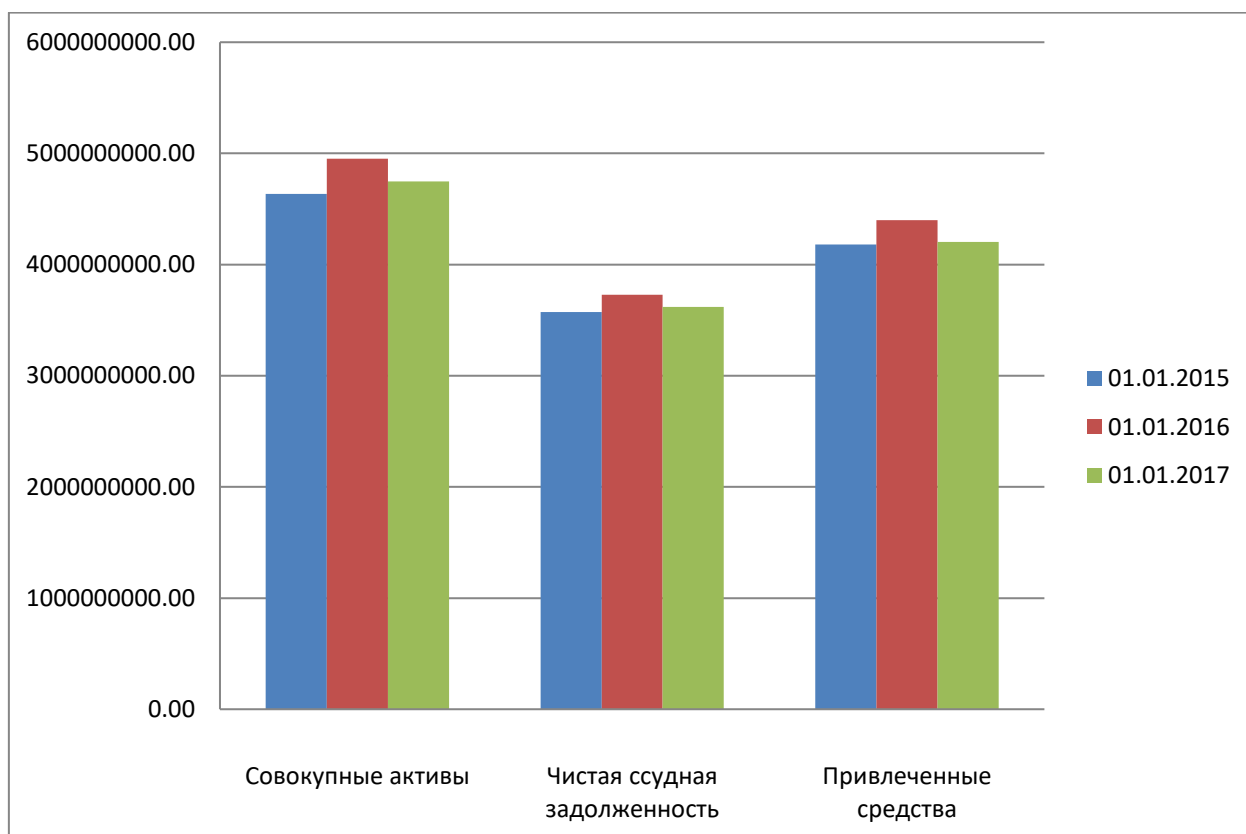


Рисунок 2. Изменения финансово-экономических показателей Банка ГПБ (АО) в разрезе трех лет

После такого нестабильного 2014 и 2015 годов, банк активно начал накапливать совокупные активы банка и на начало 2016 года удалось достигнуть отметки в 4 952 750 034 тыс. руб. Чистая ссудная задолженность, рисунок 2, к концу 2016 года начала снижаться и составила 3 618 076 747 тыс. руб. Укрепление курса валюты Российской Федерации по отношению к резервным валютам (курс рубля по отношению к доллару США вырос за год на 17% с 72,88 рубля за доллар США до 60,66 рубля за доллар США) помогло стабилизировать экономическую ситуацию на финансовом рынке.

Действующие экономические санкции со стороны США, ЕЭС и ряда других государств до сих пор ограничивают деятельность «Газпромбанк» (Акционерное общество).

РИА Рейтинг ежегодно формирует рейтинг банков по объему кредитного портфеля [3]. Исходя из данных, лидирующие позиции занимают три крупнейших банка России: ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО) и Банк ГПБ (АО). ПАО Сбербанк обладает объемом кредитного портфеля почти в 2,6 раза больше своего конкурента Банка ВТБ (ПАО), тогда как Банк ГПБ (АО) отстает в 4,6 раза. Если сравнить последнего в десятки лучших банков по объему кредитного портфеля и ПАО Сбербанк, то разрыв между ними увеличится аж в 18,7 раз.

Основную долю кредитного портфеля занимает корпоративный бизнес. Банк ГПБ (АО) с момента создания преимущественно наращивал клиентскую базу в лице юридических организаций, направленных на газовую промышленность, атомную отрасль, черную и цветную металлургию и другие ключевые области экономики. Например, объем корпоративного кредитного портфеля из общего объема занимает 87,1 %, тогда как на частные лица всего 8,3 %. Исходя из данных рейтинга, можно утверждать, что все кредитные организации расширяют именно кредитование корпоративного бизнеса, но соотношение не так велико, как у «Газпромбанк» (Акционерное общество). Например, для ПАО Сбербанк корпоративный кредитный портфель от общего объема кредитного портфеля составляет - 60%, а физических лиц – 25,14%; для Банка ВТБ (ПАО) корпоративный бизнес – 64,9%, частные лица – 3,5%.

Данные в таблице 2 показывают объем кредитного портфеля Банка ГПБ (АО) за последние три года по.

Таблица 2

Рейтинг Банка ГПБ (АО) по объему кредитного портфеля и доле просроченной задолженности на 01.01.2015, 01.01.2016 и 01.01.2017

Дата рейтинг	Объем кредитного портфеля, млрд. руб.	Объем корпоративного кредитного портфеля, млрд. руб.	Объем кредитного портфеля физ. лиц, млрд. руб.	Доля просроченной задолженности по кредитам, %	Доля просроченной задолженности по кредитам юр. лиц, %	Доля просроченной задолженности по кредитам физ. лиц, %
01.01.2015	3252,9	2671,0	303,4	1,0	0,9	1,4
01.01.2016	3648,2	3142,28	289,61	1,7	1,7	2,3
01.01.2017	3715,9	3235,5	308,0	2,0	2,1	2,1

[4]

Объем кредитного портфеля Банка ГПБ (АО) ежегодно увеличивается, основная доля прироста происходит за счет привлечения корпоративных клиентов. На рисунке 3 видно, что в то время как корпоративный кредитный портфель имеет тенденцию к росту, то по физическим лицам в период с 01.01.2015 по 01.01.2016 наоборот снижается.

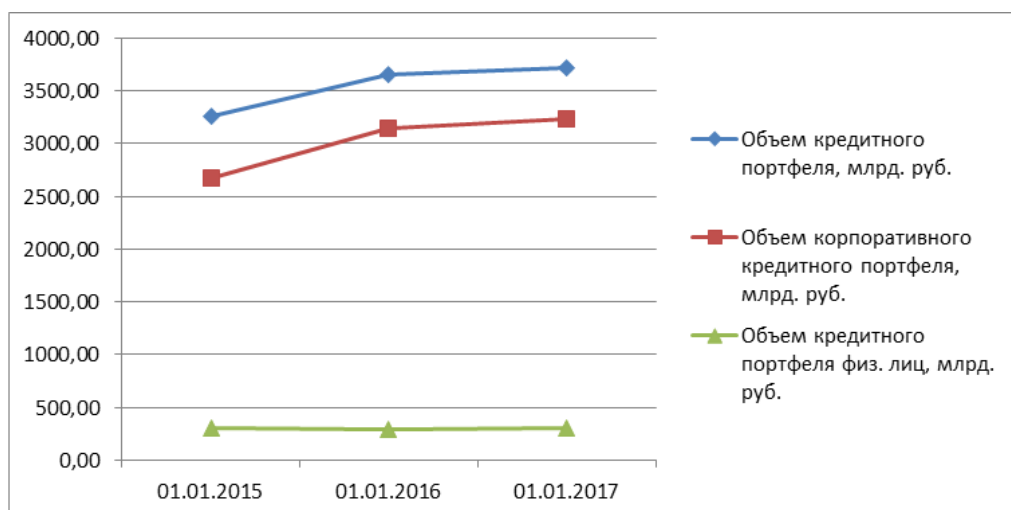


Рисунок 3. Тенденция роста объема кредитного портфеля от времени

По мнению РИА Рейтинга, негативные общеэкономические тенденции в 2015 году отразились на всех видах кредитования [64]. Сильнее всего кризис повлиял именно на розничное кредитование. Валютный кризис 2014-2015 годов вызвал значительное снижение курса рубля относительно иностранных валют, что существенно сказалось на банковском секторе. В связи с экономическим кризисом увеличилась почти в 2 раза и доля просроченной задолженности по кредитам. На 01.01.2017 удалось на 0,2 % снизить данный показатель, но вернуться на старые позиции пока не удастся. В общем, РИА рейтинг отмечает, что ситуация на 20 сентября остается относительно стабильной. Хотя в августе-сентябре лишились лицензий семь банков и НКО, одним из которых стал АО «РМБ» БАНК.

Библиографический список

1. Рейтинговое агентство ООО «РИА Рейтинг» [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://riarating.ru/banks/20170920/630073032.html>
2. Центр раскрытия корпоративной информации [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=2798>
3. Рейтинговое агентство ООО «РИА Рейтинг» [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://riarating.ru/banks/20170207/630055528.html>
4. Рейтинговое агентство ООО «РИА Рейтинг» [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/banki_01_01_16.pdf

УДК 336.71

Удалов А.А. Анализ теоретических и практических аспектов безналичных расчётов на примере ПАО «Сбербанк»

Analysis of theoretical and practical aspects of non-cash settlements using the example of PJSC "Sberbank"

Удалов Андрей Александрович,

Студент 1 курса магистратуры кафедры «Финансы и кредит»
Поволжский государственный университет сервиса

Научный руководитель:

Янов Виталий Валерьевич,

д.э.н., профессор кафедры «Финансы и кредит»
Поволжский государственный университет сервиса

Udalov Andrey Alexandrovich,

Student of the 1 st year of the master's degree of the department "Finance
and credit"

Povolzhsky State University of Service

Scientific adviser:

Yanov Vitaly Valerevich,

Doctor of Economics, Professor of the Department of Finance and Credit
Povolzhsky State University of Service

Аннотация. В статье автор рассматривает вопрос анализа теоретических и практических аспектов безналичных расчётов на примере ПАО «Сбербанк».

Ключевые слова: безналичные расчеты, интернет-банкинг, ПАО «Сбербанк».

Abstract. In the article the author considers the issue of analysis of theoretical and practical aspects of non-cash settlements using the example of PJSC "Sberbank".

Keywords: non-cash payments, Internet banking, PJSC "Savings Bank".

В современных реалиях представить жизнь человека без банков, как и развитие экономики страны - практически невозможно. Исходя из этого, исследование процесса проведения безналичных расчетов и

их дальнейшей модернизации и виртуализации, является актуальной задачей и неотъемлемой частью развития общества.

Безналичные расчеты — это тип платежей, производимых без использования наличных средств, посредством перевода денег между счетами в банковских учреждениях. Отправитель не обязательно должен иметь деньги в своем распоряжении, существует возможность использования и кредитных средств банка, что набирает популярность в последнее время [1].

Система безналичных расчетов в нашей стране появилась более 80 лет назад – тогда система обслуживания банковских счетов была невероятно затратной и мало приспособленной к условиям развивающегося государства. Платежи и переводы осуществлялись в индивидуальном порядке с учетом запросов каждого клиента. При этом полностью отсутствовала заинтересованность банка в качестве своей работы так как выполнялись только нормативы, установленные государством [14]. Безналичные расчеты того времени производились на основе банковских платежных бумаг и вращались исключительно в сфере кредитных учреждений. В результате, такой подход полностью изжил себя, что привело к необходимости создания новых форм безналичных расчетов.

В 2000 году в России появились пластиковые платежные инструменты – карты, которые в течение следующей пары лет стали активно внедряться Сбербанком во всех городах страны. В Самарскую область данная форма безналичных расчетов пришла в 2003 году. Первыми платежными системами в Российской Федерации стали MasterCard и VISA, однако, впоследствии, новым витком развития стало создание национальной платежной системы МИР. Пластиковые карты обладают рядом достоинств для рядового пользователя, среди

которых удобство и безопасность, возможность оплачивать покупки и совершать платежи в любой точке мира [8].

Вместе с тем, развитие сферы платежей не остановилось только на пластиковых картах, появилось еще более новое, а вместе с тем прогрессивное направление – интернет-банкинг.

Интернет-банкинг – это процесс дистанционного использования банковских услуг, посредством различных виртуальных инструментов, доступных в личном кабинете на официальном сайте банковского учреждения. Данное направление динамично развивается и предоставляется практически всеми кредитными организациями, позволяя значительно увеличивать перечень услуг и возможностей при использовании банка [14]. Так, уже никого не удивить тем, что через интернет можно оплатить коммунальные услуги, мобильную связь или осуществить перевод средств родственникам за границу. Это по-прежнему можно сделать и в отделении банка, однако, на это придётся потратить время, часть из которого придётся на ожидание, пока операционист введет всю ту же самую информацию. Кроме того, в личном кабинете все сведения сохраняются и в будущем достаточно нескольких кликов, чтобы совершить повторный платеж.

Дистанционное обслуживание – становится наиболее приоритетным направлением развития всех банков. К примеру, стоит единожды посетить Сбербанк как консультант обязательно предложит воспользоваться системой платежей онлайн, получив логин и пароль. Все дело в том, что новые технологии вытесняют работу людей и позволяют экономить средства кредитного учреждения [7]. Например, содержание одного кредитного специалиста в Самарской области со средней ежемесячной зарплатой в 20 тысяч рублей, в год обходится банку в размере свыше 300 тысяч рублей, из-за расходов на содержание

рабочего места, а также аренду офисов, привлечения инкассаторов [5]. Между тем, сохраняется риск ошибки операциониста – в личном же кабинете такое маловероятно.

Проведение платежей через интернет сегодня не единственная возможность личного кабинета банков. Уже сейчас можно получать кредиты через интернет, открывать вклады и счета, а также получать бонусы при оплате товаров у партнеров. Даже крупную сумму денег можно взять в долг в личном кабинете, если вы уже имеете карту банка. Выдаются средства и новым клиентам по результатам технического анализа ваших данных на основе персональной методики предварительного одобрения займов [10].

В рамках рассматриваемой темы было проведено исследование относительно использования населением новых форм безналичных расчетов. Анализ осуществлялся в Самарской области в городском округе Тольятти на основе местного отделения Сбербанка. В целях совершенствования банковской сферы проводился опрос, чтобы выяснить насколько клиенты довольны обслуживанием, какими способами они совершают платежи и хотелось ли бы им что-то изменить:

-
1. Какой способ оплаты Вы используете для оплаты покупок в магазинах?
 2. Удобна ли в использовании банковская карта?
 3. Пользуетесь ли Вы Интернет-банкингом?

В опросе приняли участие 218 респондентов разного возраста, которые анонимно отвечали на представленные вопросы. По результатам анализа можно сделать следующие выводы (таблица 1):

Таблица 1

Анализ ответов респондентов относительно частоты использования различных форм безналичных расчетов

№	Статистический анализ ответов респондентов
1	- 82% совершают платежи по карте при оплате товаров, мотивируя это своим участием в бонусных программах, таких как «Спасибо» от Сбербанка; -18% используют только наличные средства для покупок;
2	-78% респондентов признают преимущества карт и удобство их использования; -22% полагают, что карты неудобны, хрупкий пластик ломается, приходится обращаться за заменой;
3	-81% опрошенных лиц пользуется системой онлайн платежей; -67% из них не совершают переводов, используя личный кабинет только для оплаты квитанций и счетов; -19% не пользуются интернет-банком, в основном это люди пожилого возраста.

Проведенное исследование позволяет судить, что дистанционное обслуживание плотно вошло в жизнь общества, например, многие граждане уже не представляют, как раньше обходились без интернет-банков. Заинтересованы в таком взаимодействии и сами кредитные учреждения - им выгодно переводить клиентов в личные кабинеты в целях экономии средств. Для этого они проводят акции, улучшают работу своих сайтов, внедряют методики, применяемые за рубежом. Так, в прошлом году в Самарской области более 66% клиентов Сбербанка перешли на дистанционное обслуживание. Данная цифра может говорить нам о том, что большая часть сегмента рынка уходит на удаленный канал обслуживания. Дистанционный метод включает в себя несколько составляющих:

- Банкоматы;
- Личный кабинет банка;
- Службу поддержки клиентов в сети или по телефону.

Дистанционные каналы обслуживания все больше набирают оборот.

Проанализировав годовые отчёты ПАО Сбербанк за 2015 и 2016гг. были выявлены следующие показатели (таблица 2) [3-4]:

Таблица 2

Структура дистанционного канала обслуживания клиентов ПАО
«Сбербанк» в 2015-2016 гг.

Показатель	2015 год	2016 год	Отклонение 2016г./2015г.
Количество банкоматов и терминалов	56 тыс. шт.	52 тыс. шт.	92,86%
Подключения к sms-сервису «Мобильный банк».	72,2 млн.	89,2 млн.	123,55%
Подключения к Сбербанк. Онлайн	32,2 млн.	40,8 млн.	126,71%
Количество операций в Сбербанк. Онлайн	30 млн. в мес.	38 млн. в мес.	126,67%
Подключения к Сбербанк. Бизнес. Онлайн	1 млн.	1,3 млн.	130%
Основные направления платежей за 1 день:			
- ЖКХ	2,3 млн.	2,8 млн.	121,74%
- Сотовая связь	6,9 млн.	8,2 млн.	118,84%

Согласно данным, представленным в таблице 2, можно сделать вывод, что Сбербанк делает ставку на развитии Интернет-банкинга, в связи с чем, произошло сокращение установленных банкоматов и терминалов. Показатели sms-сервиса «Мобильный банк» и дистанционных сервисов «Сбербанк. Онлайн» (для физических лиц) и «Сбербанк. Бизнес онлайн» (для корпоративных клиентов) имеют положительную динамику. Банки стремятся развивать в первую очередь систему удаленного обслуживания, так как открытие новых

офисов – метод затратный, нередко и территориально сложный. В сети же создается надежная защита клиентских средств, постоянное совершенствование системы, выяснение запросов потребителей. Поскольку в России банковская система развивается на основе опыта иностранных коллег, это позволяет применить инструменты западных стран с наименьшими потерями.

Таким образом, ПАО «Сбербанк» заинтересован в дистанционном обслуживании, расширении своей клиентской базы через интернет, чего можно достичь с помощью грамотного использования современных технологий. Россия пока только идет по пути развития удаленного банковского доступа, однако уже сейчас можно говорить о возможности создания одной из самых совершенных систем дистанционного банковского обслуживания в РФ.

Библиографический список

1. Безналичные расчеты. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Безналичные_расчёты (Дата обращения 10.09.2017).
2. Бубнова И.Ю., Султанбаева А.К. Банковские продукты, услуги и перспективы их развития // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2014. - №.1 – С. 118-124.
3. Годовой отчёт ПАО «Сбербанк России» за 2015 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/yrep/Annual_report_rus_y2015.pdf Годовой отчёт сбербанка 2015 (дата обращения 19.09.2017).
4. Годовой отчёт ПАО «Сбербанк России» за 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/yrep/Annual_r

eport_rus_y2016.pdf Годовой отчёт сбербанка 2015 (дата обращения 19.09.2017).

5. Кара А.Н., Костин М.Д., Удалов А.А. Анализ уровня безработицы в Самарской области // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2016. № 46. – С. 66-71.

6. Киварина М.В. Становление инновационной экономики в РФ: проблемы и перспективы // в сборнике: Инструменты современной научной деятельности: сборник статей по итогам международной научно-практической конференции: в 2 частях. – 2017. – С. 115-117.

7. Корниенко К.Н., Силантьева А.Н., Соколова И.А. Проблемы внедрения информационных технологий в систему управления организацией // В сборнике: Юность и Знания – Гарантия Успеха – 2015. Сборник научных трудов 2-й Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. Ответственный редактор: Горохов А.А. – 2015. – С. 45-48.

8. Костин М.Д., Удалов А.А. Проблемы обеспечения безопасности персональных данных в банковской системе РФ // в сборнике: фундаментальные проблемы науки. Сборник статей международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян Асатур Альбертович. – 2015. – С. 43-45.

9. Можанова И.И. Блокчейн: перспективы и угрозы для современной банковской системы // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2016. № 11. – С. 184-186.

10. Мычка С.Ю., Шаталов М.А. Современная банковская система: проблемы, прогнозы, совершенствование // в сборнике: Современные проблемы и перспективы развития банковского сектора России материалы II всероссийской научно-практической

конференции с международным участием (заочной). – 2017. – С. 308-315.

11. Пахомова А.И., Черкесова Э.Ю., Буряков С.А. Адаптация современного города к техногенным вызовам // Экономика и предпринимательство. – 2017. №8-2 (85-2). – С. 332-335.

12. Удалов А.А. Краудлендинг на российском рынке: преимущества и перспективы перед банковским кредитованием // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. статей по материалам LVI студенческой международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 93-98.

13. Шляпкин А.В., Удалов А.А., Костин М.Д. Развитие IT в банковском секторе: потребность в усилении информационной безопасности кредитных организаций // Инновационная наука. – 2015. № 5(5). – С. 142-144.

14. Янов В.В. Деньги, кредит, банки : учебное пособие / В.В. Янов, И.Ю. Бубнова. – М.: КНОРУС, 2014. – 424 с. – (Бакалавриат).

Электронное научное издание

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

сборник научных трудов по материалам IV Международного экономического
форума молодых ученых

10 октября 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 978-1-370-03174-0



9 781370 031740

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 2,9. Тираж 100 экз.

Издательство НОО Профессиональная наука
Нижний Новгород, ул. Ломоносова 9, офис 309
Издательство Smashwords, Inc. 15951 Los Gatos
Blvd., Ste 16, USA