

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ И
ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Сборник научных трудов
по материалам I международной
научно-практической конференции**

25 декабря 2015 г.

www.scipro.ru
Нижний Новгород 2015

УДК 340; 338
ББК 67+65.2/4+65.29

Э 37

Редакторы:
Н.А. Краснова, Т.Н. Плесканюк

Экономико-правовые проблемы устойчивого развития отраслей и предприятий: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции 25 декабря 2015 г. - Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - 2015. - 158 с.

ISBN 5-00-005373-7

В сборнике научных трудов рассматриваются экономико-правовые проблемы развития, функционирования предприятий и отраслей по материалам научно-практической конференции «Экономико-правовые проблемы устойчивого развития отраслей и предприятий» (25 декабря 2015 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 2819-10/2015К от 14.10.2015 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте <http://www.scipro.ru> и <http://www.libex.ru/>

УДК 340; 338
ББК 67+65.2/4+65.29

ISBN 5-00-005373-7

- @ Редакторы Н.А. Краснова,
Т.Н. Плесканюк, 2015
- @ Коллектив авторов, 2015
- @ Индивидуальный предприниматель
Краснова Н.А., 2015

Содержание

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИКА И ПРАВО.....	4
Ильянова И.И., Шер М.Л. Модернизация российской экономики в условиях экономических ограничений	4
Лизина О.М. Ограничения современных подходов к изучению теневых процессов	11
Миронов Л.В., Яковенко С.Н. Влияние предприятий малого бизнеса и микробизнеса на социальную политику государства.....	20
Устинова Н.С. Характеристика налога на прибыль организаций с позиции исследования выполняемых им функций.....	28
Черкасова О.В., Михеева А.В., Серебрякова С.Н. Проблемы управления персоналом в государственном бюджетном учреждении здравоохранения	37
СЕКЦИЯ 2. ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕЙ	46
Гражданова П.И., Фефелова Н.П. Направления повышения конкурентоспособности продукции отечественного агропромышленного комплекса	46
Летучая М.Ю. Экономика сельскохозяйственных организаций: учетные и налоговые аспекты	52
Рогачева Я.А. Обоснование необходимости «зеленого строительства» для обеспечения устойчивого развития инвестиционно-строительного комплекса	57
Фефелов Р.Е., Фефелова Н.П. Особенности развития торговли на срочном рынке	63
Фефелов Р.Е., Шарикова И.В. Повышение конкурентоспособности аграрной продукции Саратовской области.....	72
СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ	80
Антонова И.Ю., Устинова В.А., Цысь Ю.В. Основные маркетинговые методы, применяемые магазинами «Магнит» в конкурентной борьбе.....	80
Артемьева А.А., Скрипниченко М.В. Возможности открытия и развития бизнеса в условиях кризиса.....	85
Зайцева А.М., Попова А.В. Формирование стратегии продвижения товара.....	91
Кадушкина Е.А. Оценка основных финансовых параметров сельскохозяйственных предприятий базарно-карабулакского района Саратовской области.....	99
Карасиков Е.М. Роль руководителя в системе устойчивого развития предприятия.....	110
Кожин В.А., Шагалова Т.В., Жесткова И.С. Мотивация персонала в условиях бюджетирования с учётом развития рыночных отношений	114
Кондаурова И.А., Геммерлинг В.А.. Применение метода построения многоугольника конкурентоспособности в анализе промышленного предприятия.....	131
Медведева А.А., Раздроков Е.Н. Характеристика кредитования юридических лиц коммерческими банками в России.	138
Сафонова К.И., Шилова Т.А. Исследование и оценка конкурентного положения фирмы на рынке	148

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИКА И ПРАВО

УДК 330

Ильянова И.И., Шер М.Л. Модернизация российской экономики в условиях экономических ограничений

Modernizing the russian economy under economic restrictions

Ильинова Инна Игоревна, Шер Марина Леонидовна
Российский государственный университет правосудия
Северо-Кавказский филиал, г. Краснодар
mlsher@yandex.ru

Ilinova Inna Igorevna, Cher Marina Leonidovna
Russian Academy of Justice
North-Caucasian branch, Krasnodar

Аннотация

Статья посвящена проблемам модернизации российской экономики в условиях экономических ограничений. Особое внимание уделяется проблема инновационного развития страны. Приводятся причины, препятствующие внедрению научных разработок.

Ключевые слова: инновации, модернизация, импортозамещение, эволюционное развитие.

Abstract

The article is devoted to the problems of modernization of Russia's economy in the face of economic constraints. Particular attention is paid to the problem of innovative development of the country. Presents obstacles to the implementation of scientific development.

Keywords: innovation, modernization, import substitution, evolutionary development.

Сегодня политическая и экономическая обстановка России находится в нестабильном положении, характеризующаяся введенными санкциями

зарубежных стран против России [1, с.224]. Внешнеполитические отношения усугубляют ее состояние, стремительное увеличение цен, увеличение бюджетного дефицита, введенные рядом стран санкции, которые определенным образом отражаются на экономике - все это обостряет экономическую ситуацию нашего государства.

Данные обстоятельства заставляют задуматься, каким образом есть возможность повлиять на ситуацию в целом, что может способствовать положительной динамике во всех сферах российского общества? По нашему мнению, качественное обновление Российской Федерации возможно в форме социально-экономической модернизации, поскольку благодаря этому современному процессу затрагиваются все области жизни общества. Под модернизацией принято понимать, что это процесс изменения чего-либо в соответствии с требованиями современности, переход к более совершенным условиям, с помощью ввода разных новых обновлений.

Модернизация (в собственном смысле слова) - это не просто улучшение, развитие, а обновление, «осовременивание» данного объекта или процесса, т.е. трансформация его в целях придания черт, присущих более продвинутым аналогичным объектам или процессам. В этом смысле модернизация находится в русле идеологии бенчмаркинга - сравнения с другими объектами, в том числе, с объектами - лидерами в данной сфере и заимствованием их наиболее прогрессивных черт. Иными словами, модернизация подразумевает внедрение наиболее современных в том или ином аспекте достижений («лучших практик»), относящихся к другим, сходным с данным, объектам [2].

Одним из первых шагов, применимых в социально-экономической модернизации может послужить развитие нового стратегического подхода в сфере инновационного маркетинга, который даст перспективу для достижения нового необходимого уровня развития российской экономики и положения страны на мировой арене.

Инновационный маркетинг - концепция маркетинга, согласно которой,

организация должна непрерывно совершенствовать продукты и методы маркетинга.

Концепция маркетинга инноваций является основой работы всей маркетинговой службы, исследования рынка и поисков конкурентной стратегии предприятия. Особое внимание по данному вопросу хотелось бы уделить экономической сфере, а именно теме импортозамещения и конкурентоспособных отечественных производств. Невозможно оставить без внимания, что в ежегодном послании президента Российской Федерации, В.В.Путина, к Федеральному Собранию был сделан большой упор на импортозамещение, стимулирование экспортёров и поддержку экспорта.

Введенные в отношении России отдельными государствами санкции, как и любое экономическое явление, оказали не только отрицательное влияние, но и определенное положительное. При ежедневном повышении курса доллара и евро, положительную динамику в продажах почувствовали отечественные производители импортозамещающей продукции. Данный фактор должен служить мотивацией для российского рынка в целом как выход отечественного производства на новую нишу, завоевание доверия потребителей, увеличение числа постоянных клиентов и повышение конкурентоспособности. Программы импортозамещения должны работать на создание в России массового слоя производственных компаний, способных быть конкурентными не только внутри страны, но и на международных рынках.

Современную инновационную систему России можно отнести к переходному типу, характерными чертами которой являются наличие еще значительных ресурсов (интеллектуальных, кадровых, организационных) при низком качестве государственного регулирования и малой эффективности создаваемых институтов.

Малое производство и предпринимательство отличаются высокой эффективностью вкладываемых средств. В таблице 1 приведены причины, ослабляющие внедрение научных разработок в России на современном этапе

развития.

Таблица 1

Причины, ослабляющие внедрение научных разработок

Психологические	Экономические	Организационные
"Непримиримый фундаментализм".	Материальная незаинтересованность разработчиков	Отсутствие обратной связи
"Снобизм" к второстепенным направлениям	Слабый отечественный ВТ-рынок	Несогласованность структур, реализующих разработку
Слабое восприятие инноваций российским обществом	Сложность выхода на мировой ВТ-рынок	

Особые сложности возникают при коммерческой реализации интеллектуальных продуктов, поскольку они уязвимы для плагиата и сложны в защите «know-how» [4].

В последние десятилетия сфера науки претерпевала существенные финансовые, материальные и кадровые потери, а новые формы организации и финансирования, а также коммерциализации результатов научной деятельности, работали недостаточно эффективно. Только последние пару лет государством предпринимаются шаги по восстановлению и развитию наукоемких отраслей экономики и науки в целом.

Для модернизации научно-инновационной сферы необходимым условием является сочетание прямой государственной поддержки научных организаций и исследовательских коллективов с мерами, направленными на создание общих благоприятных условий, поощряющих инновационную деятельность предприятий и организаций в целом. В условиях, когда многие инфраструктурные объекты и финансовые институты уже созданы, целесообразно повысить эффективность их работы за счет гармонизации целей и задач, а также совершенствования нормативно-правовой базы их деятельности.

В области инновационной политики оптимальным представляется сочетание стимулирования создания собственных технологических разработок

и заимствования передовых технологий в других странах.

Очевидно, что в сформировавшейся ситуации первой ступенью является развитие главных направлений концепции маркетинга инноваций в России:

Решение инвестиционных, организационно-правовых, кадровых вопросов;

Создание спроса на инновационную деятельность;

Использование инновационного маркетинга глобально.

Учет специфических особенностей рынков, обусловленных различиями в типах конечного потребителя, вместе со способностью предприятий создать востребованный рынком продукт по приемлемой цене и качеству и найти способы довести его до потребителя, становится важнейшим условием сохранения конкурентоспособности российской промышленности на современном этапе.

Разобравшись в том, что собой представляет инновационный маркетинг и его составляющие, можно понять с какими главными препятствиями данной отрасли на пути к импортозамещению в России он может помочь:

отсутствие масштабной целевой государственной поддержки экспорта, вследствие чего производство отечественной продукции не стимулируется нужным образом;

недостаточная информированность организации о существующих мерах государственной поддержки и трудности доступа к её достижению;

проблемы расчетной инфраструктуры, которые также являются барьером по вступлению на рынок крупнейших инвесторов [3, с. 233];

слабое стимулирование предприятиями научной и инновационной деятельности.

Задача модернизации экономики и общества в настоящее время входит в число приоритетных для России.

Модернизация экономики России и переход на инновационную модель развития в столь обширной стране, как Россия, практически невозможен без

учета региональных условий и факторов. Необходимо использовать естественные (сравнительные) и конкурентные преимущества различных групп регионов, их реальные инновационные возможности.

Таким образом, социально-экономическая модернизация, опирающаяся главным образом на инновационную концепцию маркетинга, способствует развитию всего производства, повышению качества товара, технологий, которые применяются на предприятиях и развитию инновационной деятельности. И это является особо актуальными аспектами для нашей страны, уровень производственных отраслей которой иногда существенно отстает от уровня государств, с которыми она взаимодействует.

В общем виде инновационную стратегию предприятия (стратегию инновационной деятельности) можно охарактеризовать как определенное логическое построение, на основе которого предприятие решает основные задачи, стоящие перед ним в инновационной сфере деятельности [5, с. 264].

Поэтапно развивая импортозамещение, мы сможем прийти к росту занятости населения, а, следовательно, к снижению безработицы и повышению уровня жизни, активизации научно-технического процесса, росту спроса на товары внутреннего производства и укреплению экономического положения России.

Проанализировав достаточное количество различных источников, мы пришли к выводу, что модернизация экономики в России должна быть направлена на обеспечение возможности самостоятельного эволюционного развития с сохранением территориальной целостности, культурной идентичности и внутривосточного разнообразия.

В период модернизации, в России создаются предпосылки для «экономики полного цикла», поддерживающей на современном уровне весь инновационно-производственный процесс от возникновения творческих идей до их воплощения в создаваемых в стране экономических благах, а также «экономики полного спектра», обеспечивающая производство основных

необходимых для жизнедеятельности товаров, работ и услуг.

Для реализации первого направления необходимо активизировать работу по приданию высоко статуса науке и образованию. Для реализации второго необходима определенная перестройка российской экономики и ее переход к обрабатывающей и перерабатывающей промышленности, что позволит провести реиндустриализацию страны. Отрадно, что в последние годы государством принимаются шаги в этом направлении.

Модернизацию следует рассматривать как тактическую цель, позволяющую в дальнейшем осуществить стратегические цели развития экономики и общества страны.

Очень важно, чтобы в период модернизации, связанный с перенесением на отечественную экономику прогрессивных технологий и институтов, происходило духовно-нравственное развитие общества как предпосылка следующего стратегического этапа.

Библиографический список

1. Арутюнян Ю. И., Трубачева Е. А. [Сценарии развития экономики России в период экономических санкций США и Евросоюза](#) // Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции «[Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития](#)». - Волгоград: ИЦРОН, 2015. С. 224-227.
2. Клейнер Г.Б. Системная модернизация экономики России. Сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию юбилею ВЗФЭИ. М.: ВЗФЭИ, 2011.
3. Трубачева Е. А., Милконова Ю. И. Анализ современного финансового рынка России: проблемы и пути их решения // Экономика и предпринимательство. № 6(35). – Москва, 2013. – С. 232-236.

4. Шер М.Л. Современный рынок посреднических услуг в сфере высокотехнологичных продуктов: институциональные особенности и перспективы развития: Монография. – Краснодар, 2012. – с.99.
5. Шер М.Л. [Формирование инновационной стратегии предприятия в условиях глобализации](#) // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения: материалы Международной научно-практической конференции (1 июля 2011 года), ред. кол.: Горохов А.А. (отв. Ред.). – Курск: Юго-Зап. гос. ун-т., 2011. - С. 264-266.

УДК 330.16

Лизина О.М. Ограничения современных подходов к изучению теневых процессов¹

Limitations of current approaches to the study of shadow processes

Лизина Ольга Михайловна, к.э.н., доцент
кафедры экономической теории,
ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарева»,
lizinaom@yandex.ru

Аннотация. В статье представлен ретроспективный анализ современных подходов к изучению теневой экономики отечественными и зарубежными исследователями. На основе комплексного подхода к изучению рассматриваемого явления дано собственное новое определение термину «теневая экономика».

Ключевые слова: теневая экономика, криминальная экономика, нелегальные экономические отношения, детенизация.

Lizina Olga Mikhailovna, candidate of Economics,
docent of the economic theory Department,

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 15-12-13013 «Оценка масштабов теневой экономики в регионе»

Abstract. The article presents a retrospective analysis of modern approaches to the study of the shadow economy of domestic and foreign researchers. There is a definition of the term "shadow economy" on the basis of an integrated approach to the study of the considered phenomenon.

Keywords: underground economy, criminal economy, illegal economic relations, the de-shadowing.

Теневая экономика – сложное и неоднозначное явление, которое появилось и развивалось с момента становления цивилизованного общества.

Глубокое и систематическое изучение теневых экономических процессов ведется более полувека, начиная с 1960-х годов.

Первоначально теневая экономика относилась к низкопроизводительному сектору с отсталыми формами производства, который концентрирует в себе рабочую силу, не востребованную официальной экономикой.

В конце 1980-х годов де Сото меняет представление о теневой экономике. Он трактует ее как «свободные от бюрократической зарегулированности конкурентные экономические отношения, которые возникли в результате промахов при построении рыночных отношений» [1]. Этот подход объясняет формирование теневой экономики в экономике развитых капиталистических стран и, по своей сути, дает начало новой теории экономики преступлений и наказаний.

Теория была продолжена Б.Мандевилем и Г.Беккером, которые полагали, что «преступность начинает рассматриваться не как отклонение от нормы, а как специфическое ее проявление, как девиация в границах нормы» [2]. Такое понимание преступности дает возможность рассматривать теневую составляющую легальной экономики. Являясь частью системы общественных отношений, преступность служит своеобразным индикатором уровня

развития экономики.

В зависимости от глубины познания и сферы исследования меняется и общее представление о сущности теневой экономики, ее проявлениях и влиянии на процессы, протекающие в обществе. Различия наблюдаются не только в объекте исследования, но и в формулировке. Так, для обозначения одного и того же понятия используются различные термины: «теневая», «нелегальная», «неформальная», «внезаконная», «скрытая», «тайная», «параллельная» и т.д. Отсутствие единого определения порождает трудности в изучении данного явления.

Систематизируя имеющиеся теоретические подходы к исследованию проблем теневизации общества, можно выделить несколько направлений: правовое, учетно-статистическое, экономическое, этическое и комплексное.

Интересной представляется позиция А. Шестакова, который рассматривает теневую экономику «как неконтролируемый обществом сектор общественного производства в ходе производства, распределения, обмена и потребления, экономических благ и предпринимательских способностей, скрываемых от органов государственного управления и контроля экономических отношений между хозяйствующими субъектами по использованию государственной, негосударственной и муниципально нажитой собственности в целях извлечения сверхдоходов (сверхприбыли) для удовлетворения личных и групповых потребностей небольшой части населения страны» [3].

Ученые Н.Болва и В.Салий трактуют теневую экономику как комплекс «неформальных условий и внеправовых факторов, образующих устойчиво властно хозяйственные структуры (кланы), которые и создают огромный теневой сектор [4]. Положительная сторона такого подхода видится в возможности рассматривать теневую экономику в единстве характеристик процесса и сущности явления. Однако при этом теряются важнейшие свойства и функции теневой экономики.

Исследователи А.Нестеров и А.Вакурин придерживаются схожей позиции в отношении выбора критериев для характеристики теневых экономических отношений. Всю совокупность негативных явлений они делят на два больших блока: теневую и криминальную экономику. Теневая экономика представляется авторами как деформированные экономические отношения, не представленные в законодательстве и не предполагающие юридические санкции, поэтому их нельзя считать правонарушениями [5].

Положительным моментом в правовом подходе является то, что теневая экономика представлена как разнородная система, в которой в зависимости от степени нарушения закона выделяют «черную» и «серую», а в зависимости от сфер экономической деятельности – незаконную экономическую деятельность и «экономическую преступность».

Слабой стороной данного подхода с экономической точки зрения является абсолютизация правовой нормы. Еще одним недостатком является размытое представление «незаконной экономической деятельности» и «экономической преступности».

В.Исправников и В.Куликов рассматривают теневую экономику как экономическую деятельность, функционирующую вне правового поля, а именно как «уклад экономических отношений, который складывается в обществе вопреки законам, правовым нормам, формальным правилам хозяйственной жизни». [6] Для отнесения экономических явлений к теневым авторы используют критерий противоправности и уклонения от официальной регистрации.

Исследователь П. Ореховский придерживается другой точки зрения, предлагая другой более жёсткий критерий - отсутствие государственной регистрации сделок. Акцент на правовых характеристиках не способствует пониманию сути теневой экономики, прежде всего потому, что право является вторичным по отношению к экономике и во многом субъективно. Именно поэтому оно не успевает фиксировать изменения, происходящие в экономике.

Экономический подход к определению понятия теневой экономики, характерный в основном для отечественных учёных, включает в себя два направления исследований: политико-экономическое и учётно-статистическое. Политико-экономическое направление в изучении теневой экономики описано в работах О.Осипенко и А.Шулуса. Изучение теневой экономики в этом направлении исследований представляет собой попытку определить её содержание с точки зрения капиталистического уклада общества. Поскольку теневая экономика является интернациональным явлением, которое присуще всем странам мира с различным общественным строем, рассмотренный подход нельзя признать обоснованным для выработки концептуального понятия теневой экономики.

Подходы к изучению теневой экономики в работах зарубежных исследователей несколько отличаются от отечественных. Американский экономист Эдгар Л. Файг определил неформальную экономику через источники получения теневых доходов на более широкой основе по сравнению с другими. По мнению американского экономиста, неучтенный сектор состоит из двух компонентов:

1) рыночного сектора, который использует деньги как средство обмена в организации производства и сбыта товаров и услуг;

2) неденежного сектора, в котором производятся реальные товары и услуги, но не для рыночной продажи, а для самопотребления или для неформального бартерного обмена.

Такой подход достаточно удобен, поскольку он довольно широко охватывает все возможные аспекты теневой экономической деятельности, в которой значительная доля расчетов осуществляется посредством бартерных обменов и денежных суррогатов.

Сокращение уточненного валового дохода в сравнении с налогооблагаемой базой происходит по причине избегания налогов и уклонения от них. В первом случае речь идет о законных действиях по

снижению налогового давления, во втором — о действиях незаконных.

Такой подход наиболее удобен, когда нужно определить размер потерь бюджетов различных уровней, так как включает в себя и «законные способы» уклонения от налогов, которые, однако, не рассматриваются при других подходах. Так, в методологии Системы национальных счетов — 1993 такая деятельность, согласно рекомендациям, все же включается в состав ВВП, однако отсутствует критерий «облагаемости налогами».

Методы оценки теневой составляющей экономических отношений не определены в СНС, органы статистики каждого государства определяют данную методику самостоятельно. Госкомстатом РФ учет теневой экономической деятельности проводится с 1993 г. При этом ее определение закреплено в «Методологических положениях по расчету основных параметров скрытой (неформальной) экономики». В этом документе фиксируются следующие понятия:

1. «Скрытая» экономическая деятельность, включающая в себя в большинстве случаев законную экономическую деятельность, которая скрывается или преуменьшается осуществляющими ее субъектами с целью уклонения от уплаты налогов, социальных взносов или выполнения определенных административных обязанностей или предписаний по охране труда, санитарным и другим нормам. Эта деятельность может осуществляться практически во всех отраслях экономики. Примером такой деятельности, согласно документу, может служить подпольное производство алкоголя.

2. «Неформальная» экономическая деятельность, осуществляемая в основном на законном основании индивидуальными производителями или так называемыми некорпорированными предприятиями, то есть предприятиями, принадлежащими отдельным лицам, домашним хозяйствам, которые часто не оформляются в установленном порядке, основаны на неформальных отношениях между участниками производства и могут (полностью или частично) производить продукты или услуги для собственного потребления.

Часто неформальная деятельность бывает основана на вторичной занятости, во многих случаях ей занимаются непрофессионально. Неформальная экономическая деятельность, как правило, бывает распространена в развивающихся странах. В России значительное распространение неформальное производство имеет в сельском хозяйстве, в торговле, в строительстве, а также некоторых других отраслях.

3. "Нелегальная" экономическая деятельность. Она является незаконной, то есть охватывает те виды производства товаров или услуг, которые прямо запрещены существующим законодательством. В настоящее время к таким видам деятельности относятся, например, производство и продажа наркотиков; производство и продажа, в обход установленных правил, оружия; проституция, контрабанда. Так как законы могут меняться, границы нелегального производства также находятся в движении. Так, с принятием закона о разрешении продажи оружия частным лицам часть этого бизнеса перестала быть нелегальной и перешла в официальный сектор экономики.

Таким образом, Госкомстат РФ рекомендует рассматривать неучтенную экономику как совокупность скрытой, неформальной и нелегальной. Теневая экономика не понимается в макроэкономической статистике как синоним криминальной, хотя определенные виды незаконных операций, если они подпадают под определение экономической деятельности, должны быть включены в ее состав. Росстат РФ рекомендует использовать термин «скрытая экономическая деятельность» для совокупного обозначения всех досчетов и поправок к ВВП, которые производятся исходя из требования СНС с 1993 г.

Однако использование подхода, предложенного СНС, в ряде случаев затрудняется из-за отсутствия или несовершенства информационной базы, необходимой для получения адекватных статистических оценок.

Для изучения явлений теневой экономики ряд исследователей используют различные сочетания критериев. Так, А.Шохин и Т.Корягина выделяют критерии отсутствия учёта, нерегламентированности и

противоправности [7,8]. Ученые определяют неформальную и теневую экономику как совокупность отношений, присущих всем без исключения секторам экономики. С этой точки зрения любая экономика представляет собой сложное переплетение легальных и нелегальных связей. Данный подход имеет микроэкономический характер и больше ориентирован на изучение хозяйственных институтов повседневной деятельности.

Интересными являются разработки В. Радаева, который наиболее широким понятием считает понятие неформальной экономики и понимает под ней «совокупность хозяйственных отношений, не отражаемых в официальной отчетности и формальных контрактах». [9] По степени легальности автор выделяет в рамках неформальной экономики несколько сегментов: правовую экономику, внеправовую экономику, полуправовую, нелегальную (криминальную) экономику.

Таким образом, существуют различные подходы к пониманию, представлению и изучению такого сложного и многогранного явления, как теневая экономика. Каждый из исследователей, изучая узкие аспекты или сферы ее проявления в социально-экономических отношениях, вкладывает свой смысл. Обобщение всех подходов лежит в основе комплексного представления о феномене теневой экономики.

По мнению автора, теневая экономика может быть определена как система особых экономических отношений, которые складываются между отдельными индивидами, группами индивидов, институциональными единицами по производству, распределению, перераспределению, обмену и потреблению материальных благ и услуг и определяются общим состоянием экономики, уровнем жизни населения и исходящими от государства ограничениями.[10]

Такая позиция позволяет, во-первых, выделить во всем многообразии видов деятельности людей те явления, которые наносят в большинстве случаев немалый вред обществу и образуют деформированную, общественно опасную

экономику.

Во-вторых, такой подход к пониманию теневой экономики дает возможность понять, что все виды деятельности, независимо от степени их легальности и учета, нуждаются в признании и поощрении. В свою очередь, все, что негативно влияет на человека, общество и окружающую среду, в каких бы сферах это ни совершалось, заслуживает осуждения и устранения.

В-третьих, понимание теневой экономики как общественно вредной деятельности позволяет выявить внутренние связи и взаимообусловленность соответствующих явлений независимо от того, где они существуют, дает возможность определить причины и механизмы их возникновения и распространения.

Библиографический список

1. Де-Сото Э. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире / Э. Де-Сото. - М., 1995. - 249 с.
2. Becker Gary S. The Economics of Discrimination. Chicago: University of Chicago Press, 1957, 1971. 2nd ed.
3. Шестаков, А.В. Теневая экономика: Учебное пособие. / А.В. Шестаков – М., ИД «Дашков и Ко», 2000. – 152 с.
4. Болва Н.В., Салий В.В. Теневая экономика: содержание, функции, типология / Лекции для студентов всех специальностей / Центросоюз Российской Федерации. – Новосибирск: Сибирский институт потребительской кооперации, 1998.
5. Нестеров, Л. Теневая экономика в зарубежной статистике // Вестник статистики. – 1991. - №3. – С. 35 – 40.
6. Исправников, В.О., Куликов В.В. Теневая экономика России: иной путь или третья сила./ В.О. Исправников, В.В. Куликов.; Фонд соц.-экон. исслед. «Перспектив. технологии». – М.: Российский экономический журнал, Фонд "За экономическую грамотность", 1997. – 189 с

7. Корягина, Т.И. Теневая экономика. Анализ, оценки и причины/ Т.К. Корягина//Изв. Акад. наук СССР. Серия экон. – М., 1990. - №6. – С. 73 – 83.
8. Шохин А.Н. Социальные проблемы перестройки. – М.: Экономика, 1989.
9. Радаев, В. Российский бизнес: на пути к легализации? / В. Радаев // Вопросы экономики. – 2002. - №1. – С. 24 – 29.
10. Теневая экономика: учеб. пособие для вузов / Л. А. Кормишкина, О. М. Лизина. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2009. – 136 с.

УДК 334.72

Миронов Л.В., Яковенко С.Н. Влияние предприятий малого бизнеса и микробизнеса на социальную политику государства

Influence small and micro businesses to social policy

Миронов Леонид Валерьевич, Яковенко Светлана Николаевна
Кубанский государственный университет, г. Краснодар
mlsher@yandex.ru

Mironov Leonid Valerevich, Yakovenko Svetlana Nikolaevna
Kuban State University, Krasnodar

Аннотация. Статья посвящена проблемам взаимодействия малого и микро бизнеса в современных экономических условиях. В статье рассматривается сущность малого и микро бизнеса, приводятся принципы государственной политики в области малого и среднего бизнеса, разработанные ЕС.

Ключевые слова: малый бизнес, государственная поддержка, критерии выручки.

Abstract. The article is devoted to problems of interaction of small and micro

businesses in the current economic conditions. In the article the essence of small and micro-businesses, given the principles of state policy in the field of small and medium businesses, the EU developed.

Keywords: small business, government support, the criteria for revenue.

Малый бизнес считается одной из важных созидательных сил экономики любого государства. Уровень развития малого бизнеса непосредственно определяет степень развития экономики государства в целом. Предприятия малого бизнеса являются стимулирующим фактором развития конкуренции в отрасли, способствуя внедрению новых технологий и вынуждая крупные компании повышать эффективность производства. Поддержка государством малого бизнеса является непосредственной поддержкой рыночной, конкурентной экономики в целом. В нашей стране в последнее время уделяется большое внимание таким предприятиям. Правительством РФ разрабатывается и реализуется значительное количество программ, направленных на поддержку данного сегмента бизнеса. При этом для развития страны приоритетным является развитие отечественного сельскохозяйственного производства [2, с.225].

Особо хотелось бы выделить такой сектор экономики, как микробизнес, который в наибольшей степени обеспечивает включение реципиентов социальной политики государства в активную экономическую, предпринимательскую жизнь, создает дополнительные стимулы экономического и социального развития страны.

Микро бизнес представляет собой особый вид малого предпринимательства. Одной из его функций является решение социальных задач, наряду с экономическими задачами. Повышение уровня занятости (самозанятости) и доходов населения, развитие конкуренции, обеспечение предложения товаров, работ, услуг в труднодоступных районах, производство специфических товаров (работ, услуг) - это и есть базовые функции микро

бизнеса. К такого рода функциям тесно примыкают этнические, социальные и культурные. Самозанятость широких слоев населения и развитие семейного бизнеса являются в настоящее время в России перспективными направлениями в борьбе с безработицей и низким уровнем материального благосостояния населения. К микро бизнесу тяготеют вновь создаваемые, «молодые» малые предприятия, имеющие реальные возможности существования и развития. Кроме того организация микро бизнеса удобна при реализации инновационных идей или выхода на рынки сбыта новой продукции, а также для развития системы факторов и условий, необходимых для его осуществления [4, с. 264]

Деятельность микро бизнеса в России регулируется принятым 24 июля 2007 года Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Также существует ряд законодательно закрепленных параметров отнесения предприятия к микро сегменту:

а) ограничение по выручке. Согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 22 июля 2008 г. № 556, с 1 января 2008 г. установлены предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета налога на добавленную стоимость для микро предприятия 60 миллионов рублей.

б) ограничение по численности работников. Средняя численность работников за предшествующий календарный год для микро предприятия не должна превышать 15 человек.

Несмотря на экономическую и социальную важность указанного сегмента бизнеса, государство некоторое время не уделяло ему должного внимания. Следствием чего можно наблюдать высокую долю закрытия микро предприятий в первый год работы [5].

В настоящее время, в условиях определенной экономической ситуации предприятия микробизнеса находятся в нелегких условиях. По нашему мнению, микробизнес нельзя рассматривать как один из сегментов разновидности

коммерческих организаций, функционирующих с одной целью - достижения прибыли. Роль и задачи социально ориентированного микробизнеса должны быть значительно шире, а значит, и уровень поддержки со стороны государства данного направления бизнеса должен быть значительным и иметь особый статус.

Особый статус глобальной цели развития микрофинансирования в России должны придавать социальные задачи, такие как качественное повышение уровня жизни граждан России, сокращение числа реципиентов социальной функции государства за счет развития направлений самозанятости малообеспеченного населения и безработных, развитие частного предпринимательства, снижение региональной асимметрии в доступности финансовых услуг и пр.

Состояние макроэкономической безопасности среды во многом зависит от того, как решаются проблемы безопасности на уровне отдельного предприятия, где, собственно, и воплощаются стратегические цели и задачи экономической политики государства. Экономические проблемы, существующие в стране, такие как:

- отставание нормативно-правового регулирования российского фондового рынка от правовой системы регулирования развитых стран [3, 233];
- спад производства в целом по стране;
- изменение экономических функций государства;
- финансовые кризисы;
- увеличение доли теневой экономики и другие заставили по-другому взглянуть на проблему обеспечения экономической безопасности предприятий. Определили новые подходы к основным принципам, направлениям и этапам реализации мер безопасности.

Государственный и муниципальный финансовый контроль – подотрасль финансового права, имеющая сложную структуру и включает в себя следующие институты: бюджетный контроль, налоговый контроль, контроль

в сфере организации денежной системы и обеспечения ее нормального функционирования, валютный контроль, контроль в сфере государственной банковской деятельности, контроль в сфере государственных децентрализованных финансов (финансово – хозяйственный контроль) [1, с. 14].

Финансовая безопасность представляет собой такое состояние финансовой системы компании, при котором возможные угрозы нанесения ущерба его активам, утраты ликвидности, устойчивости и независимости бизнеса, а также прав собственности снижены до приемлемого (нормативного) уровня и поддерживаются на этом либо более низком уровне.

Главная цель обеспечения экономической безопасности предприятия - минимумом затрат создать постоянно действующий механизм противодействия внешним угрозам и обеспечить максимально эффективное функционирование в настоящее время и высокий потенциал развития и роста в будущем.

Нужно осознать необходимость выстраивания системы правовой и организационной защиты своего бизнеса. Устранить противоречие внутренних документов действующему законодательству, нарушения при приобретении актив и/или долей компании, недостатки в юридическом оформлении владения активами или их долями, ошибки при определении функций и полномочий органов управления акционерным обществом, плохую физическую охрану, недостаточность защиты информации, несоблюдение режима конфиденциальности, нарушения при работе с приемом и отправлением корреспонденции и т. д. Использовать «средства отпугивания».

По нашему мнению, не имеет никакого смысла «загонять» зарождающийся бизнес (в основе которого лежит не только стремление заработать, но и социальная идея) в жесткие рамки регуляторных норм и

правил, что бы не погубить данное направление бизнеса. Но нужно понимать значимость не только контроля за данным рынком, но и его поддержки в части соблюдения идеологических стандартов, финансовой помощи малообеспеченным слоям населения. Необходимо так же, использовать различные математические модели, теорию вероятности, усредненные показатели, мнения экспертов и многое другое для выявления потенциальных угроз. Применять алгоритм, который будет представлять собой методологическую основу детализации конкретных мер защиты того или иного объекта безопасности. Осуществлять системный и комплексный подход при разработке мер по защите экономических интересов фирм в сфере их деятельности;

Таким образом, нужно не регулирование микрофинансового рынка в классическом понимании, а разработка свода стандартов и правил по организации его функционирования, и кроме того, система государственной поддержки и контроля.

По словам министра экономического развития РФ Алексея Улюкаева Правительство приняло антикризисный план и разработало ряд практических мер, которые направлены на изменение налогов в сторону уменьшения для предприятий малого и среднего бизнеса. Принимаются шаги по снижению регулятивной нагрузки в части проверочных мероприятий контролирующими органами, а также получение возможности государственного заказа и заказов со стороны крупных компаний, находящихся в государственной собственности.

Если в прошлом году наблюдался спад в крупном бизнесе, на 0,6 процента сократилась занятость. В секторе малых и средних предприятий спад был больше, а в секторе микропредприятий был некоторый рост. Сейчас наблюдается незначительное, но приращение - данные только по индивидуальным предпринимателям 32 тысячи новых рабочих. Минэкономразвития России сейчас налаживаем мониторинг в секторе также малых предприятий, и рассчитывает на прирост.

Кроме того, субъекты Федерации получили возможность, принимая нормативно-правовые акты, сократить обременение по упрощённому налогообложению с 6 процентов до 1 процента от оборота, что даёт очень серьёзное снижение налоговой нагрузки на субъекты малого и среднего предпринимательства.

Доля предприятий малого, среднего и микробизнеса велика в торговле. Государственная поддержка, оказываемая предприятиям малого бизнеса, работающим в производственной сфере, распространяется также на сферу услуг, где оказывают услуги производственного и бытового характера, и на предприятия в сфере торговли.

В заключении хотелось бы остановиться на специальном положении, принятом в ЕС, которое содержит общие принципы государственной политики в области малого и среднего бизнеса. Основопологающим в этом положении является правило - «Think Small First» («сначала думай о малом»). Это общее правило выражается в десяти основных принципах:

- необходимо создать среду, позволяющую предпринимательству процветать;
- дать честным предпринимателям, столкнувшимся с банкротством, быстро получить второй шанс;
- принимать нормы в соответствии с принципом «Think Small First»;
- государственная администрация должна своевременно реагировать на потребности малого и среднего бизнеса;
- приспособить общественный инструментарий для потребностей малого и среднего предпринимательства, содействовать их участию в торгах и эффективно использовать возможности государственной помощи;
- организовывать доступную финансовую среду малому и среднему бизнесу, обеспечивать правовую и бизнес-среду, для своевременных выплат в коммерческих сделках;
- способствовать повышению управленческого уровня и

профессионализма сотрудников малых и средних предприятий;

- давать возможность бизнесу выигрывать от возможностей Единого рынка;

- помогать малому и среднему предпринимательству превращать экологические проблемы в возможности;

- поощрять и поддерживать малый и средний бизнес в извлечении выгод из роста рынков.

Библиографический список

1. Аладжев А.И., Милконова Ю.И., Шер М.Л. Экономико-правовой аспект государственного и муниципального финансового контроля в Российской Федерации // Теоретические и прикладные аспекты современной науки: сборник научных трудов по материалам V Международной научно-практической конференции 30 ноября 2014 г.: в 6 ч. / Под общ. ред. М. Г. Петровой. – Белгород : ИП Петрова М. Г., 2014. – Часть V. – С.14-17.
2. Арутюнян Ю. И., Трубачева Е. А. [Сценарии развития экономики России в период экономических санкций США и Евросоюза](#) // Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции «[Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития](#)». - Волгоград: ИЦРОН, 2015. С. 224-227.
3. Трубачева Е. А., Милконова Ю. И. Анализ современного финансового рынка России: проблемы и пути их решения // Экономика и предпринимательство. № 6(35). – Москва, 2013. – С. 232-236.
4. Шер М.Л. [Формирование инновационной стратегии предприятия в условиях глобализации](#) // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения: материалы

Международной научно-практической конференции (1 июля 2011 года), ред. кол.: Горохов А.А. (отв. Ред.). – Курск: Юго-Зап. гос. ун-т., 2011. - С. 264-266.

5. Яковенко С.Н., Сусская А.С. Пути совершенствования финансовой безопасности.// [Электронный ресурс] - Режим доступа. – URL: <http://sibac.info/2009-07-01-10-21-16>.

УДК 347.73

Устинова Н.С. Характеристика налога на прибыль организаций с позиции исследования выполняемых им функций

The characteristic of the profits tax from a position of research the functions, which it carries out

Устинова Наталья Сергеевна, к.ю.н., доцент кафедры административного и финансового права
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,
Ustinova.NS@rea.ru,

Ustinova Natalya Sergeevna,
Cand.Jur.Sci, associate professor
in the chair of the administrative
and financial law in
FGBOU VO «REU of G.V. Plekhanov».

Аннотация: В статье автор возвращается к вопросу о природе и сущности налога на прибыль организаций, посредством выделения основных функций, которые выполняет указанный налог.

Abstract. In the article author returns to the question of the nature and essence of the tax on profit of organizations by identifying the key functions which executes the specified tax.

Ключевые слова: налог на прибыль организаций; функции налогов; функции налога на прибыль; фискальная функция налога; регулирующая

функция налога; стимулирующая функция налога; де-стимулирующая функция налога; контрольная функция налога; информационная функция налога; принцип обратной связи в налогообложении.

Key words: profit tax of the organizations; functions of the tax; functions of the profit tax; fiscal function of the tax; regulating function of the tax; stimulating function of the tax; de-stimulating function of the tax; control function of the tax; information function of the tax; feedback principle in the taxation.

В последние годы в российском государстве, равно как и во всем мировом сообществе, сменяют друг друга события, обусловленные кризисом экономических отношений и приводящие к фатальным последствиям для субъектов малого и среднего бизнеса. Учитывая сказанное, проблематика совершенствования налогового законодательства, в том числе и вопросы налогообложения прибыли организаций, не утрачивают свою актуальность благодаря действительно важному функциональному содержанию данного налога. Именно исследование функций² данного доходного источника бюджетной системы Российской Федерации может позволить прояснить его сущность, природу происхождения, значение для общества и определить основные перспективные направления для его совершенствования.

Вопросы, связанные с наделением налогов теми или иными функциями, всегда являлись и по настоящий момент остаются дискуссионными, у разных авторов различны подходы к определению состава функций, которые присущи данному финансовому инструменту.

Изначально налоги воспринимались исключительно как фискальный институт, и очень долгое время именно функция пополнения доходами бюджетной системы страны для покрытия общественных потребностей из государственного бюджета³, считалась необходимой и достаточной для

² В данной статье под функцией налога будет пониматься значение, роль налога в финансовой системе страны.

³ Н.И. Тургенев относительно этого явления отмечал: «Налоги суть средства к достижению цели общества или государства, то есть той цели, которую люди себе предполагают при соединении своем в обществе или при

выражения сущности налогов⁴.

Отрицать значение фискальной функции налогов, обеспечивающих постоянное и своевременное поступление денежных средств в государственный бюджет, не имеет никакого смысла, достаточно оценить динамику пополнения бюджетной системы налоговыми доходами. С помощью налогов в бюджет Российской Федерации ежегодно поступает в среднем около 90 процентов доходов государства. В период с 2000 по 2014 годы поступления от налогов возросли с 1 707,8 млрд. рублей до 14 385, 9 млрд. рублей, то есть на 12 678,1 млрд. рублей или более чем в 8 раз⁵.

Что же касается налога на прибыль организаций, то поступления от данного налога возросли с 398,8 млн. рублей в 2000 году до 4 205,1 млн. рублей в 2014 году, то есть более чем в десять раз, и это несмотря на снижение общей ставки налога с 35 процентов в 2001 году до 24 процентов в 2008 году. Поступления от него в последние пятнадцать лет в среднем приносят более 15 процентов от всех доходов консолидированного бюджета РФ, по состоянию на 01.03.2015 налоги на прибыль организаций пополнили доходную часть консолидированного бюджета РФ на 8.5 процентов⁶, что, безусловно, говорит о большом фискальном значении данного налога для бюджетной системы страны.

При этом, осуществление налогами фискальной функции, благодаря использованию полученных государством денежных средств с целью покрытия расходов, направленных на финансирование государственных и региональных целевых программ, также предопределяет значение налогов в

составлении государства» / Тургенев Н.И. Опыт теории налогов // У истоков финансового права. – М.: Статут, 1998. – С. 129.

⁴ См. Пушкарева В.М. Эволюция взглядов классиков налоговой науки на использование налоговых льгот (Электронный ресурс) – М.: Инфра-М; Вузовский учебник, 2015. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=527041>; Исаев А.А. Очерк теории и политики налогов / Научное наследие. – М.: ООО «ЮрИфоР-Пресс», 2004. – С. 25; Цинделиани И.А. Налоговое право России: учебник / Цинделиани И.А., Кириллина В.Е., Костикова Е.Г., Мамилова Е.Г., Шарандина Н.Л. – М.: Эксмо, 2008. – С. 84.

⁵ Данные об исполнении Федерального бюджета взяты из Официального электронного ресурса Федерального Казначейства РФ URL: <http://www.roskazna.ru/ispolnenie-byudzheto/federalnyj-byudzheto/> (дата обращения: 13.12.2015).

⁶ Данные об исполнении Федерального бюджета взяты из Официального электронного ресурса Министерства Финансов РФ URL: http://info.minfin.ru/kons_doh_isp.php (дата обращения: 13.12.2015).

перераспределении денежных средств, с целью поддержки наиболее нуждающихся в них слоев населения.

При этом налог на прибыль не только обеспечивает стабильное поступление денежных средств в государственные финансовые фонды, но, поступая в бюджет, фактически теряет адресата, и с его помощью происходит перераспределение доходов федерального бюджета между территориями РФ в целях сбалансированности развития всех регионов страны⁷.

В работах большинства современных российских авторов выражено мнение о том, что налоги выполняют и другие функции, помимо основной, указанной выше - фискальной⁸.

Действительно, признание и правильное использование присущих налогам функций позволяет усовершенствовать не только процессы взимания самих налогов, но и экономическую и социальную обстановку в государстве. При этом, руководством Российской Федерации налоги так же рассматриваются как средство для урегулирования экономических отношений, и учитывается возможность стимулирующего воздействия налогов на развитие отношений в сфере предпринимательства⁹.

О возможности налога выступать регулятором экономических отношений начали говорить после того, как Дж. Кейнс разработал концепцию государственного вмешательства в экономику, и указал, что «налоги

⁷ Согласно Налоговому и Бюджетному кодексам РФ налог на прибыль поступает в федеральный бюджет и бюджеты субъектов Федерации, посредством чего достигается выравнивание финансовой обеспеченности территорий субъектов Федерации / статья 284 Налогового Кодекса РФ (часть вторая): Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ // СЗ РФ. – 07.08.2000. - № 32. – Ст. 3340; Парламентская газета. – 10.08.2000. - № 151-152 (в редакции Федерального закона 28.11.2015 № 326-ФЗ); статья 50, часть 2 статьи 56 Бюджетного Кодекса РФ: Федеральный закон от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ // СЗ РФ. – 1998. - № 31. – Ст. 3823; 2007. - № 17. - Ст. 1929 (в редакции Федерального закона от 03.11.2015 № 301-ФЗ).

⁸ Например, указанный вопрос исследовался следующими авторами: Грачевой Е.Ю. Финансовое право: учебник для средних специальных учебных заведений / Е.Ю. Грачева, Э.Д. Соколова. - 4-е изд., испр. и доп. – М.: Норма: НИЦ Инфра-М, 2013; Петровой Г.В. Общая теория налогового права. – М.: ИД ФБК-ПРЕС, 2004; Химичевой Н.И. Финансовое право: учебник / отв. ред. Н.И. Химичева. - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013.

⁹ Бюджетное послание Президента РФ о бюджетной политике в 2010 – 2012 годах от 25.05.2009 г. - Взято из официального электронного ресурса Президента РФ: <http://news.kremlin.ru/acts/4187> (дата обращения: 13.12.2015 г.); Бюджетное послание Президента РФ о бюджетной политике в 2014 – 2016 годах от 13.06.2013 г. - Взято из официального электронного ресурса Президента РФ: <http://news.kremlin.ru/acts/4187> (дата обращения: 13.12.2015 г.).

существуют исключительно для регулирования экономических отношений»¹⁰.

Действительно, государство благодаря налогам получает возможность активно влиять на экономические отношения в обществе, на предпринимательскую деятельность граждан и их объединений.

Применяя высокие ставки налогообложения для определенных категорий товаропроизводителей, государство имеет возможность создавать менее благоприятные и конкурентоспособные условия для отдельных отраслей: в этом проявляется де-стимулирующая подфункция регулирующей функции налога на прибыль организаций.

Стимулирующая подфункция регулирующей функции налогов находит свое выражение при установлении разумных ставок налогообложения, сужении налогооблагаемых видов деятельности, предоставлении разнообразных налоговых льгот¹¹.

Применительно к налогу на прибыль организаций данная подфункция в первую очередь выражается в постепенном снижении ставки по налогу, меры стимулирующего воздействия, которые можно отнести к своеобразным льготам в налогообложении (например, механизм амортизации налогообложения, налоговые вычеты, механизм определения убытков предприятия и переноса их на будущие налоговые периоды).

При рассмотрении вопроса о возможностях стимулирующего воздействия налога на прибыль организаций, в очередной раз стоит обратить внимание на возникшую ситуацию, в которой государство упустило еще один важный механизм, позволяющий более полно регулировать экономические отношения: ввиду федеративного строения российского государства и разделения бюджетов статьей 10 БК РФ на: федеральный бюджет, бюджеты субъектов Федерации и бюджеты муниципальных образований, представляется ошибкой законодателя произведенное в 2005 году изъятие отчислений от налога на прибыль из доходной части бюджетов муниципальных образований.

¹⁰ Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / пер. с англ. - М.: Прогресс, 1978. – С. 364-365.

¹¹ Ст. 256, 257, 258, 259, 259.1, 259.2, 259.3, 251, 283 Налогового Кодекса Российской Федерации (часть вторая).

Вследствие принятия данного решения потерялось то стимулирующее воздействие на муниципальные образования, которое могло создать заинтересованность в развитии предпринимательства на их территории. Как верно отмечено О.Н. Горбуновой: «не нужно местным властям развитие и создание новых предприятий, так как они не получают по действующему законодательству в свои бюджеты отчислений от самых значительных доходов – налога на прибыль и НДС, а, следовательно, они не заинтересованы и в освоении новых инвестиций, если они не являются для них, для их бюджетов доходными источниками»¹².

Для определения следующей функции, выполняемой налогом на прибыль организаций, нужно вспомнить, что налоги не несут в себе назначение осуществления контроля экономической деятельности в стране, значении налогов заключается в информировании государственных органов, осуществляющих государственный финансовый контроль, то есть в реализации информационной функции налогов.

Для того чтобы могло быть осуществлено государственное управление, необходимо существование информационного взаимодействия между управляющим субъектом и управляемым объектом. Одним из основных принципов осуществления государственного управления, без которого процесс обмена информацией невозможен, является принцип обратной связи¹³.

Например, эффективно функционирующая экономика в силах обеспечить достаточное поступление денежных средств в бюджет, для осуществления государством возложенных на него функций. Хорошие показатели собираемости налогов, и как следствие, своевременное пополнение государственного фонда денежных средств, являются отражением экономического развития государства и роста благосостояния общества. Следовательно, при осуществлении финансирования социальной сферы,

¹² Горбунова О.Н. Проблемы теории права и государства, истории политико-правовой мысли / в книге: Сборник работ учеников, друзей, коллег профессора О.Э. Лейста. – Алматы: АЮ – ВШП «Эдилет», 2005. – С. 353.

¹³ Омаров А.М. Социальное управление, некоторые вопросы теории и практики. – М.: Мысль, 1980. – С. 85.

отдельных отраслей хозяйствования, проявляется прямая связь со всеми сферами деятельности государства при выделении средств на осуществление государственных расходов. Обратная же связь проявляется при аккумуляции части прибыли в фонды денежных средств¹⁴.

Налог на прибыль организаций является одним из самых эффективных информационных источников в системе государственного управления, ввиду особой природы объекта налогообложения – прибыли, которая является целью и основой деятельности коммерческой организации, служит одним из основных критериев деятельности организаций.

Таким образом, осуществляя проведение программ и планов по поддержанию отдельных отраслей экономики и хозяйства страны в целом, по развитию предпринимательства, государство осуществляет прямые связи с организациями и хозяйством в целом. Показатели же поступлений от налога на прибыль выступают в данном случае проявлением обратной связи между организациями и государством, посредством которой центральные, региональные и местные власти получают возможность отслеживать прибыльность и эффективность деятельности предприятий, учреждений, организаций, анализировать и контролировать ход выполнения государственных программ и планов. По дальнейшему использованию государственными органами финансового механизма, можно судить о том, одобряет или не одобряет государство действия отраслей хозяйства, отдельных предприятий или же нет¹⁵.

Итак, после проведения анализа основных существующих в настоящее время воззрений на то, какие функции выполняют налоги, автор попытался обосновать необходимость выделения трех основных функций: фискальной, регулирующей (стимулирующей и де-стимулирующей) и информационной.

¹⁴ Горбунова О.Н. Проблемы совершенствования основных финансово-правовых институтов в условиях перехода России к рынку: дисс. ... д-ра юрид. наук. В виде научного доклада, выполняющего также функции автореферата. – М., 1996. - С. 21-22.

¹⁵ Горбунова О.Н. Финансовое право и финансовый мониторинг в современной России. – М.: Профобразование, 2003. – С. 11.

Налог на прибыль организаций, в случае если действующее законодательство позволяет ему в полной мере осуществлять все перечисленные функции, может занять важное место среди инструментов, влияющих на развитие производства и, как следствие, способствующих государству при осуществлении его деятельности.

Библиографический список

1. Бюджетный Кодекс РФ: Федеральный закон от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ // СЗ РФ. – 1998. - № 31. – Ст. 3823; 2007. - № 17. - Ст. 1929 (в редакции Федерального закона от 03.11.2015 № 301-ФЗ).
2. Налоговый Кодекс РФ (часть вторая): Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ // СЗ РФ. – 07.08.2000. - № 32. – Ст. 3340; Парламентская газета. – 10.08.2000. - № 151-152 (в редакции Федерального закона 28.11.2015 № 326-ФЗ).
3. Горбунова О.Н. Проблемы совершенствования основных финансово-правовых институтов в условиях перехода России к рынку: дисс. ... д-ра юрид. наук. В виде научного доклада, выполняющего также функции автореферата. – М., 1996. - С. 21-22.
4. Горбунова О.Н. Финансовое право и финансовый мониторинг в современной России. – М.: Профобразование, 2003. – С. 11.
5. Горбунова О.Н. Проблемы теории права и государства, истории политико-правовой мысли / в книге: Сборник работ учеников, друзей, коллег профессора О.Э. Лейста. – Алматы: АЮ – ВШП «Эдилет», 2005. – С. 353.
6. Грачева Е.Ю. Финансовое право: учебник для средних специальных учебных заведений / Е.Ю. Грачева, Э.Д. Соколова. - 4-е изд., испр. и доп. – М.: Норма: НИЦ Инфра-М, 2013.
7. Исаев А.А. Очерк теории и политики налогов / Научное наследие. – М.: ООО «ЮрИфоР-Пресс», 2004. – С. 25;

8. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / пер. с англ. - М.: Прогресс, 1978. – С. 364-365.
9. Омаров А.М. Социальное управление, некоторые вопросы теории и практики. – М.: Мысль, 1980. – С. 85.
10. Петрова Г.В. Общая теория налогового права. – М.: ИД ФБК-ПРЕС, 2004.
11. Пушкарева В.М. Эволюция взглядов классиков налоговой науки на использование налоговых льгот (Электронный ресурс) – М.: Инфра-М; Вузовский учебник, 2015. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=527041>;
12. Тургенев Н.И. Опыт теории налогов // У истоков финансового права. – М.: Статут, 1998. – С. 129.
13. Химичева Н.И. Финансовое право: учебник / отв. ред. Н.И. Химичева. - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013.
14. Цинделиани И.А. Налоговое право России: учебник / Цинделиани И.А., Кириллина В.Е., Костикова Е.Г., Мамилова Е.Г., Шарандина Н.Л. – М.: Эксмо, 2008. – С. 84.
15. Официальный электронный ресурс Министерства Финансов РФ URL: <http://info.minfin.ru/> (дата обращения: 13.12.2015).
16. Официальный электронный ресурс Федерального Казначейства РФ URL: <http://www.roskazna.ru/> (дата обращения: 13.12.2015).
17. Официальный электронный ресурс Президента РФ: <http://news.kremlin.ru/> (дата обращения: 13.12.2015 г.).

УДК 331.108.2

**Черкасова О.В., Михеева А.В., Серебрякова С.Н. Проблемы
управления персоналом в государственном бюджетном
учреждении здравоохранения**

Problems of personal management in the public health budget organization

Черкасова Оксана Васильевна,
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента,
E-mail: cherov2007@ya.ru
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва,
г. Саранск

Михеева Алина Витальевна,
студентка 3 курса экономического факультета
E-mail: alinamikheevakit@mail.ru
Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева,
г. Саранск

Серебрякова Светлана Николаевна,
студентка 3 курса экономического факультета
E-mail: sveta123konfeta@icloud.com
Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева,
г. Саранск

Cherkasova Oksana Vasil'evna,
Candidate of Economic sciences, assistant professor of management
Ogarev Mordovia State University,
Saransk

Mikheeva Alina Vital'evna,
3th year student, Department of Economics,
Ogarev Mordovia State University,
Saransk

Serebryakova Svetlana Nikolaevna,
3th year student, Department of Economics,
Ogarev Mordovia State University,
Saransk

Аннотация. Статья посвящена проблемам управления персоналом в государственном бюджетным учреждением здравоохранения. Исследование проводилось на примере ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1». Используя методы анкетирования, опроса, интервьюирования, было выявлено, что в организации актуальны проблемы привлечения и развития сотрудников. По результатам исследования предложен ряд рекомендаций по решению существующих проблем.

Abstract. The article is devoted to problems of personnel management in state-financed health care institution. The research was conducted on the example of the Republic of Mordovia "Republican Hospital №1». Using the methods of survey, interviews we found that the organization has relevant issues in attracting and developing employees. We proposed a recommendations to solve the existing problems.

Ключевые слова: управление персоналом, медицинские услуги, привлечение персонала, адаптация персонала, развитие персонала, стимулирование персонала, организационная структура.

Keywords: human resource management, medical services, recruitment of staff, adaptation of personnel, staff development, staff incentives, organizational structure.

Основной целью государственной политики в области здравоохранения, которая определена Концепцией долгосрочного социально – экономического развития Российской Федерации на период 2020 г. является формирование системы, обеспечивающей доступность медицинской помощи и повышение эффективности медицинских услуг, объёмы, виды и качество которых должны соответствовать потребностям населения, передовым достижениям медицинской науки.

Одной из задач реализации государственной политики является

подготовка и развитие управленческих кадров, владеющих современными знаниями и навыками, способных обеспечить реализацию организационных решений и эффективное использование всех видов ресурсов медицинских учреждений. Поскольку проблема управления человеческими ресурсами является одной из самых острых в области здравоохранения [7, 21 – 22 с.].

Данная проблема является актуальной не только в рамках Российской Федерации, а также и для отдельных её субъектов. Проблема управления человеческими ресурсами присуща и одному из медицинских учреждений Республики Мордовия - Государственному Бюджетному Учреждению Здравоохранения Республики Мордовия «Республиканская больница №1» (далее - ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1»)

Данная организация является лечебно-профилактическим учреждением Республики Мордовия по оказанию лечебно-поликлинической и стационарной медицинской помощи населению. Больница состоит из стационарного корпуса и поликлинического отделения. Стационар на 80 коек включает следующие отделения: терапевтические отделения №1 и №2, неврологическое, хирургическое, а также палату реанимации и интенсивной терапии. Ежегодно в стационаре проводят лечение около 1800 больных. В поликлиническом отделении ведется прием по 9 специальностям. Поликлиника обслуживает 15,5 тыс. населения. Число посещений поликлиники в смену — 130; в год — более 70 тысяч. Ведется прием по 9 специальностям.

В коллективе трудятся 198 сотрудников, из них 36 врачей, 78 медицинских сестёр. Все медицинские работники имеют сертификаты специалистов. Все врачи и медицинские сёстры имеют квалификационные категории. Десять врачей удостоены Почётного звания «Заслуженного врача Республики Мордовия».

Основные задачи поликлиники:

оказание первичной, в т. ч. неотложной, медико-санитарной помощи в поликлинике и на дому;

проведение профилактических медицинских осмотров;
ранняя и эффективная диспансеризация лиц с выявленными заболеваниями;
экспертиза временной и стойкой утраты трудоспособности;
проведение профилактических мероприятий;
обеспечение медицинской помощью лиц, имеющих право на меры социальной поддержки;
воспитание у населения принципов здорового образа жизни.

В ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1» оказываются как бесплатные, так и платные медицинские услуги. Предоставляется около 600 наименований платных медицинских услуг [1]. ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1» не занимается разработкой стратегического направления развития, поскольку данное учреждение является государственным и основное направление развития определяет Министерство Здравоохранения РМ. Однако задачей больницы и поликлиники является реализация поставленных целей и планов.

Для анализа деятельности организации и идентификации основных управленческих проблем были использованы следующие методы: интервью, опрос, наблюдение, анкетирование. В ходе исследования было проведено интервью с одним из управленцев ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1», в процессе которого были заданы вопросы прямо или косвенно связанные с управлением, кроме того сотрудникам больницы раздавались анкеты, содержащие вопросы, связанные с условиями труда и психологическим климатом в коллективе.

Проведенное нами наблюдение, показало, что основной проблемой больницы является управление персоналом, в частности; 1) уход квалифицированных специалистов; 2) недостаточная инициатива работников; 3) нехватка молодых специалистов.

Для дальнейшего исследования был задан ряд вопросов сотрудникам

организации. Один из вопросов касался среднего уровня заработной платы в больнице. В результате чего было выяснено, что для врачей он составляет около 30 тысяч рублей, для медсестер – 18 тысяч рублей, а для младшего медицинского персонала – 11 тысяч рублей. Сопоставим уровень заработной платы в ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1» с уровнем заработной платы по Республике Мордовия и городу Саранск (Таблица 1).

Таблица 1

Уровень средней заработной платы медицинских работников за январь-сентябрь 2015 год. [2]

Категория медицинских работников	Республика Мордовия (руб.)	г. Саранск (руб.)	ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1»
Врачи и работники медицинских организаций, имеющих высшее медицинское образование	28415	27959	30000
Среднего медицинского (фармацевтический) персонал	16518	17297	18000
Младший медицинский персонал	11070	11319	11000

Таким образом, можно сделать вывод, что уровень заработной платы является достойным в данной больнице, поскольку он немного выше чем средний уровень заработной платы по РМ и городу Саранск.

Также задавался следующий вопрос: «Существует ли социальная политика для работников? (социальный пакет и т. д)». Было выявлено, что в организации существуют: льготы, путевки для семьи, подарки на праздники, поощрения, оздоровительные курорты и т.д. Исходя из этого, можно говорить о том, что организация обеспечивает определенный социальный пакет для своих работников.

Кроме того были проанализированы методы стимулирования персонала. В результате чего, были выяснены основные критерии стимулирования персонала: смертность на участок, кол-во пролеченных больных. Также

учитываются отдельные заслуги работников. В основном в ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1» используются методы экономического стимулирования, то есть премии. Однако недостаточно уделяется внимание социально-психологическому и административному стимулированию.

Один из вопросов был: «Проводятся ли неформальные встречи?». Полученный ответ был положительным, также было добавлено, что сотрудники встречаются на дни рождения, корпоративы и другие неформальные мероприятия. Исходя из этого, можно говорить о хорошем психологическом климате в коллективе и его сплоченности.

Таким образом, можно сделать вывод, что общие условия работы являются благоприятными. Однако вышеперечисленные проблемы существуют в данной организации и причины их неизвестны. Рассмотрим организационную структуру данной организации (рис. 1). Структура учреждения линейно-функциональная и мало приспособлена к функционированию в условиях рыночной среды. Отсутствуют структуры, занимающиеся вопросами управления персоналом, адаптации к динамично меняющимся условиям рынка и проч. Так для того чтобы решить проблему ухода квалифицированных специалистов, а также привлечь молодых и талантливых врачей, повысить инициативу всех работников, будет целесообразным создать службу управления персоналом, которая бы занималась непосредственно наймом, адаптацией, стимулированием и развитием персонала.

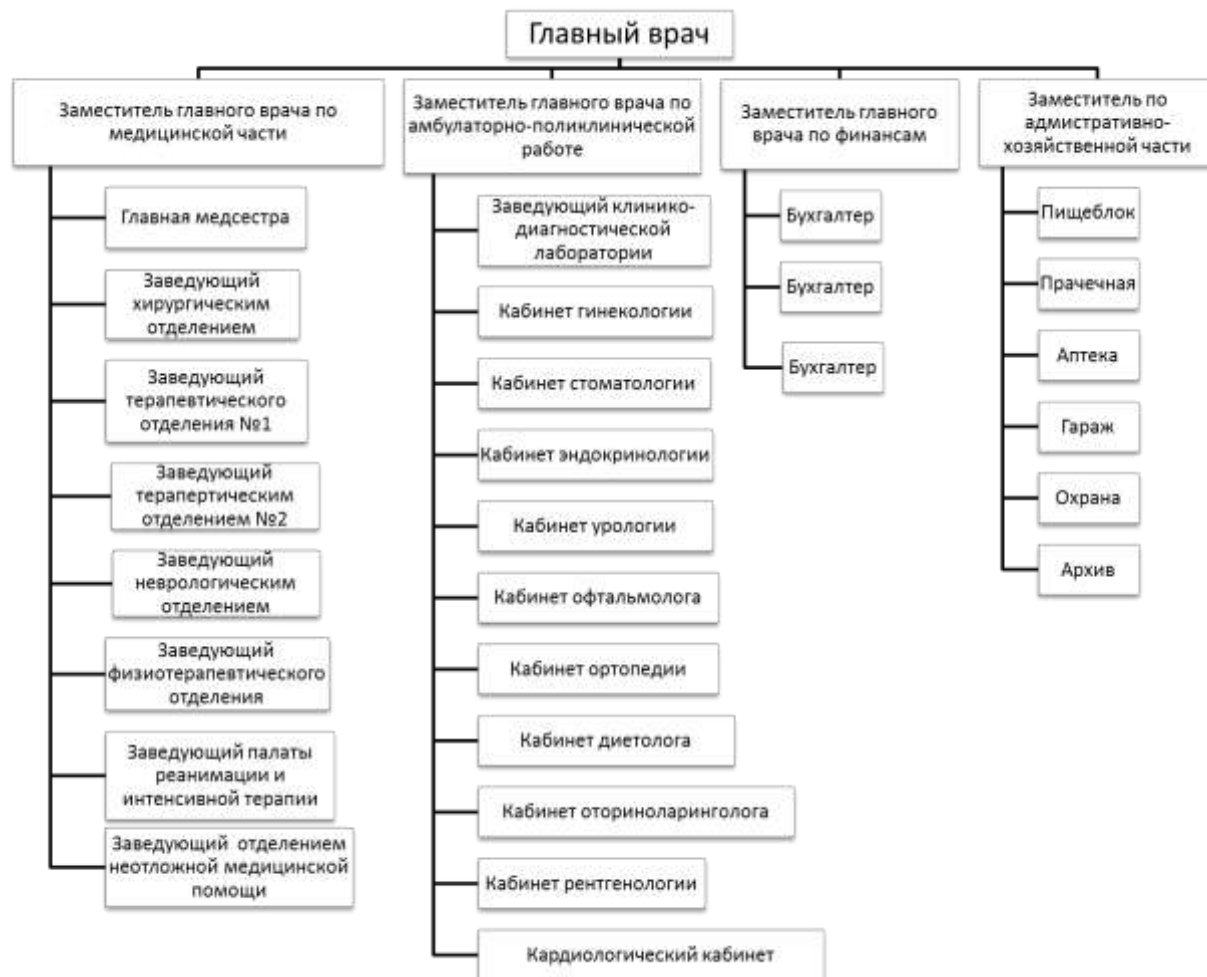


Рисунок 1 – Организационная структура ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1»

Также реорганизация организационной структуры необходима для того чтобы повысить конкурентоспособность больницы и соответствовать запросам пациентов. Человеческий ресурс является одним из важнейших ресурсов организации, в связи с этим его значимость невозможно переоценить. Так одним из конкурентных преимуществ больницы может стать персонал. Очень важным является отбор претендентов, их адаптация. Однако для того чтобы персонал работал более эффективно и стремился повысить свою квалификацию, а также качество обслуживания пациентов необходимо осуществлять стимулирование персонала. Данные мероприятия будут способствовать успеху больницы и повышению ее репутации. Предлагается следующая структура службы управления персоналом в ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1» (рис.2).



Рисунок 2 - Рекомендуемая структура службы управления персоналом в ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1»

В состав службы войдут 4 сотрудника, один из которых – врач, и три специалиста по управлению персоналом:

1. Заместитель главного врача по управлению персоналом. Данную должность будет занимать один из врачей больницы, который понимает специфику работы медицинского персонала, а также критерии их оценки.

2. Специалист по найму и адаптации персонала. В его обязанности будет входить отслеживание перспективных кадров, их привлечение и введение в должность.

3. Специалист по стимулированию персонала. В его обязанности будет входить применение методов стимулирования персонала: экономические, социально-психологические и административные.

4. Специалист по развитию персонала. Он будет заниматься реализацией мероприятий по повышению квалификации работников.

Кроме того, после создания службы управления персоналом необходимо провести анонимное анкетирование сотрудников больницы по ряду вопросов, касающихся как психологического климата в коллективе, так и проблемах, сложившихся в организации. Анонимность проведения данного метода исследования позволит сотрудникам быть более открытыми и отвечать правдиво. Таким образом, реорганизация организационной структуры ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1» позволит решить сложившуюся проблему, связанную с управлением персонала.

Таким образом, ГБУЗ РМ "Республиканская больница №1" имеет определенные управленческие проблемы, однако данные проблемы можно разрешить путем реорганизации организационной структуры управления больницы и включением в ее состав службы по управлению персоналом, что поможет сформировать конкурентное преимущество, основанное на человеческом ресурсе и повысить общую эффективность деятельности данной организации.

Библиографический список

1. Официальный сайт ГБУЗ РМ «Республиканская больница №1» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://rb1rm.ru/>
2. Официальный сайт Службы государственной статистики по Республике Мордовия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mrd.gks.ru/>
3. Современные проблемы эффективности управления здравоохранением: Материалы научно – практической конференции с международным участием. Москва, 14 – 16 декабря, 2011 г. / Под ред. Академика РАМН, профессора Вялкова А. И. – М.: РЦ «ФАРМЕДИНФО» - 2012, с. 329.

СЕКЦИЯ 2. ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕЙ

УДК 338.5.018.2

Гражданова П.И., Фефелова Н.П. Направления повышения конкурентоспособности продукции отечественного агропромышленного комплекса

directions of increasing the competitiveness of domestic agro-industrial complex

Гражданова Полина Игоревна

Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов
polinagrag.ru@mail.ru

Фефелова Наталья Петровна

Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов
fefelovanp@mail.ru

GrazhdanovaPolinaIgorевна

Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov

Fefelova Natalia Petrovna

Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov

Аннотация. Агропромышленный комплекс Российской Федерации является важной составляющей народного хозяйства, которая обеспечивает продовольственную безопасность страны. Его огромная значимость и стратегическое значение для экономики страны являются неоспоримыми. Повышение конкурентоспособности отечественной агропромышленной продукции является ключевым направлением политики государства, обеспечивающей необходимые условия для развития отрасли и выхода на новый уровень в рамках экономических интеграций.

Ключевые слова: конкурентоспособность, продовольственная

безопасность, ресурсосберегающие технологии.

Abstract. Agriculture of the Russian Federation is an important component of the national economy, which ensures the food security of the country. His enormous significance and strategic importance for the economy of the country are unquestionable. Improving the competitiveness of domestic agricultural products is a key focus of policy, providing the necessary conditions for the development of the industry and reaching a new level in the framework of economic integration.

Key words: competitiveness, food safety, energy saving technologies

Сегодня агропромышленный комплекс – это не только основа продовольственной безопасности России, но и сектор, в котором заключен огромный экономический потенциал. Это возможность обеспечения отечественных рынков качественной продукцией, постепенно сокращая долю импортной продукции, и значительно наращивая объемы экспорта сырья, продуктов питания и прочих производимых агропромышленным сектором товаров и услуг. Для многих регионов Российской Федерации при правильном подходе и грамотной политике агропромышленный комплекс может стать флагманом в экономике региона среди прочих секторов [3].

К продукции агропромышленного комплекса в современных условиях глобальной экономики предъявляется все больше и больше требований, продиктованные мировыми стандартами в рамках экономических интеграций. Продукция должна отвечать не только высоким требованиям качества, безопасности, но и с точки зрения маркетинга соответствовать всем потребительским запросам и требованиям. Именно поэтому одной из стратегических задач государства является мощная поддержка отечественного агропромышленного комплекса для достижения нового уровня конкурентоспособности, рентабельности производимой продукции и

обеспечения внутренних рынков качественной отечественной продукцией.

Конкурентоспособность отечественной продукции определяется целым рядом факторов, начиная с технологии производства, техники, уровнем научно-технического прогресса, уровнем профессионализма работников АПК, заканчивая грамотной маркетинговой политикой предприятий и развитой логистической системой сбыта продукции [6]. Именно поэтому политика государства, направленная на поддержку АПК, выражена в программах финансовой помощи, охватывающих все факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности продукции.

Для повышения конкурентоспособности продукции и рентабельности необходимо осваивать и переходить на ресурсосберегающие технологии производства и технологии максимального использования сырья, безотходное производство. Ярким примером эффективности таких подходов является производство зерна с использованием ресурсосберегающей системы производства.

Сейчас в России в основном используется традиционная система производства зерна. Основным минусом традиционной системы обработки почв считается высокий риск эрозий после глубинной вспашки, нарушение условий жизнедеятельности микроорганизмов, ухудшение не только состава, но и структуры почвы.

Сущность ресурсосберегающей технологии заключается в следующих основных направлениях: минимальная и нулевая обработка почв, а также использование новых агрегатов, которые за одно прохождение одновременно могут выполнять несколько операций сразу (рисунок 1). Что значительно экономит денежные средства, так как уменьшается объем используемых ресурсов.

Нулевая обработка заключается в том, что при обработке почвы не используется не один из видов механического рыхления почвы. Основа нулевой обработки есть использование всех естественных процессов в почве.

Минимальная обработка включает несколько операций по механическому рыхлению почвы, но на небольшой глубине. Особенность данной технологии в создании мульчирующего слоя, который состоит из слоя соломы и стерни.



Рисунок 1 – Основные составляющие ресурсосберегающей технологии

Благодаря накопленному мировому опыту можно утверждать, что применение технологии «минимальная обработка» почвы при равных условиях обеспечивает практически такой же урожай зерновых культур и в случае применения традиционной технологии. Но при этом технология минимальной обработки почти в 2 раза менее затратная по энергетическим ресурсам и на 12-17 кг снижает расход горюче-смазочных материалов в расчете на 1 гектар обрабатываемой площади. Главной особенностью применения подобных энергосберегающих технологий под озимые культуры является устойчивое повышение урожайности в засушливые годы в среднем на 3,2 ц / га по сравнению с технологией, предусматривающей вспашку на глубину 20-22 см, и наоборот, незначительной прибавкой по сравнению с традиционной

технологией в годы достаточного увлажнения. Ограниченное по срокам использования применение минимальной обработки почвы под яровые зерновые и однолетние травы также не снижает их продуктивности, хотя, как правило, и не повышает. [1]

Можно сделать вывод, что при равных условиях и одинаковом объеме получаемой продукции, себестоимость зерна при использовании минимальной обработки ниже, чем при традиционной технологии. При большом объеме производства это составит существенную экономию денежных ресурсов и увеличит объем прибыли агропромышленных предприятий.

Все составляющие взаимосвязаны и взаимозависимы, и работают только в системе. Нельзя добиться эффекта, используя только один элемент. Именно поэтому с внедрением новой технологии становятся актуальными вопросы внедрения новой техники, обновления основных фондов. С появлением новой техники и технологий производства необходимо наличие высококвалифицированных специалистов.

На каждом предприятии необходимо разрабатывать стратегию по наращиванию объемов производства, проработки системы сбыта продукции, грамотной маркетинговой стратегии предприятия. Также такие стратегии предприятий должны быть направлены на диверсификацию производства с учетом возрастающей конкуренции на внутренних и на внешних рынках. Важным фактором является внедрение инноваций в агропромышленное производство, опираясь на мировой опыт и опыт ведущих отечественных сельхозтоваропроизводителей [4].

Долгосрочная государственная программа поддержки агропромышленного комплекса, эффективное управление, внедрение передовых технологий и техники, использование кадрового потенциала, освоение достижений отечественной аграрной науки – это ключевые факторы выхода отечественного аграрного производства на новый высокий уровень конкурентоспособности как в целом по стране, так и в отдельных регионах [5].

Эффективное и рентабельное агропромышленное производство – это основа продовольственной безопасности страны, стратегическое составляющее национальной экономики.

Библиографический список

1. Полянская Н. А. Повышение эффективности производства зерна на основе ресурсосберегающих технологии // Экономика и экономические науки. – 2012. – №5. – С. 80-84

2. Ушачев И.А., Серкова А.Е. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции и продовольствия в России в условиях присоединения к ВТО // АПК: экономика, управление. - №6. – 2012. – 3-14 с.

3. Фефелова Н.П. [Актуальные проблемы повышения эффективности сельскохозяйственного производства](#) // [Аграрная наука в XXI веке: проблемы и перспективы](#): Сборник статей IX Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов, – 2015. – С. 31-33.

4. Фефелова Н.П. [Импортозамещение как стратегия развития АПК](#) // [Роль национальных общественных и глобальных институтов в развитии агропромышленного комплекса России и за рубежом](#): Материалы международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 115-119.

5. Фефелова Н.П., Шарикова И.В., Шариков А.В. [Уровень конкурентоспособности аграрной продукции на сельскохозяйственных предприятиях Саратовской области](#) // [Аграрный научный журнал](#). – 2014. – № 5. – С. 90-94.

6 Шарикова И.В., Фефелова Н.П., Шариков А.В. [К вопросу о конкурентоспособности аграрной продукции Саратовской области](#) // [Управленческий учет](#). – 2015. – № 6. – С. 51-62.

Летучая М.Ю. Экономика сельскохозяйственных организаций: учетные и налоговые аспекты

Agricultural economics of organizations: accounting and tax aspects

Летучая Марина Юрьевна

Letuchaya Marina Yuryevna

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова, г. Саратов

Saratov State Agrarian University in honor of N.I. Vavilov, Saratov

letuchiyav@sgau.ru

Аннотация. Цель исследования заключалась в обозначении основных проблемных вопросов в области учета финансовых результатов сельскохозяйственных организаций и определение направлений их устранения. Методами исследования являлись табличный, описательный, сравнения, абсолютных и относительных величин. Результатом исследования явилось определение организационно-методических аспектов единства функционирования бухгалтерского и налогового учета в сельскохозяйственных организациях. Проведенное исследование позволило сделать вывод о необходимости интеграции бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов посредством разработки единых бухгалтерских регистров внутреннего учета.

Abstract. The purpose of the study was the designation of the main problematic issues in the area of financial results of agricultural enterprises and define, their elimination. Tabular method of research is descriptive, comparison of absolute and relative values. The result of the study was to define the organizational and methodological aspects of the functioning of the unity of accounting and tax accounting in the agricultural organizations. The study led to the conclusion about the need to integrate accounting and taxation of financial results through the development of common accounting records of internal accounting.

Ключевые слова: сельскохозяйственная организация, налог, учет, прибыль, финансовый результат.

Keywords: agriculture organization, tax, accounting, profit, financial result

Состояние экономики Саратовской области во многом зависит от достоверности информации обеспечивающей реальное отражение финансового положения и финансовых результатов производственной деятельности сельскохозяйственных организаций. Прибыль как критерий эффективности воспроизводства обладает одним важным свойством - отражает конечный финансовый результат деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Основные финансовые показатели деятельности сельскохозяйственных организаций Саратовской области представлены в таблице 1 [2], откуда видно, что сальдированный финансовый результат сельского хозяйства за последние пять лет остается положительным, при этом отмечается его рост на 42,9% в 2014 году по сравнению с 2011 годом, и на 18% за последний год.

Также следует отметить тенденцию снижения убыточных организаций как по абсолютному значению - на 10, так и по удельному весу - на 4%.

Таблица 1

Финансовые показатели сельскохозяйственных организаций Саратовской области без субъектов малого предпринимательства (в фактически действовавших ценах, по данным бухгалтерской отчетности)

Показатели	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год январь- сентябрь	2014 г в % к 2011 г
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн. руб.	1220,4	1380,6	1174,6	1744,2	2059,0	142,9
Количество убыточных организаций	21	22	18	12	11	57,1
Удельный вес в общем количестве организаций, %	18	20	17	14	14	x

Выпуск продукции сельского хозяйства всеми категориями хозяйств в январе-июне 2015 года по расчетам Саратовстат составил 25,9 млрд. рублей,

или в сопоставимой оценке 95,7% к соответствующему периоду 2014 года.

Учитывая, что сельское хозяйство характеризуется сезонным характером производства, проявляющимся в неравномерности выработки продукции в течение года и соответственно в неравномерности поступления денежных средств от реализации продукции, снижение объемов продукции сельского хозяйства в 1 полугодии 2015 года по сравнению с аналогичным периодом 2014 года главным образом обусловлено снижением производства в животноводстве.

Одной из причин высоких затрат и низких конечных финансовых результатов производственной деятельности сельскохозяйственных организаций являются потери активов, обусловленные отсутствием хорошо налаженной системы бухгалтерского учета в организации [3]. Тем более, что формирование финансовых результатов и отражение их в бухгалтерском учете сельскохозяйственными организациями во многом связано и с отраслевыми особенностями данных хозяйствующих субъектов.

В настоящее время, при формировании своих финансовых результатов, сельскохозяйственные организации, с одной стороны, имеют возможность выбирать оптимальную систему налогообложения, с другой стороны, должны строго следовать требованиям нормативного законодательства в области учета и отчетности по отражению доходов и расходов. Многообразие и разночтения в нормативно-законодательных документах бухгалтерского и налогового учета приводит к трудоемкости формирования отчетных данных, допущению ошибок, искажению достоверности данных и, как следствие, затруднению планирования деятельности сельскохозяйственной организации на перспективу.

Далее, мы остановимся на основных проблемных местах в области учета финансовых результатов сельскохозяйственными организациями и дадим рекомендации по их устранению.

Система налогообложения сельскохозяйственных предприятий имеет

целый ряд особенностей, присущих только этой отрасли. И прежде всего её характеризует наличие предусмотренного законодательством специального налогового режима, который могут вводить в своих регионах субъекты Российской Федерации.

По данным официального сайта Федеральной налоговой службы [2] количество налогоплательщиков Саратовской области, предоставивших налоговую декларацию по ЕСХН по итогам 2014 г. составило - 3852, в том числе 846 организаций, что составляет около 22%, а также 3006 индивидуальных предпринимателей и К(Ф)Х, или 78%.

Как и любой налоговый режим, единый сельскохозяйственный налог, предусматривает сдачу определенной налоговой отчетности [1]. Как и на ином упрощенном режиме налогообложения, в данном случае налоговым периодом признается один календарный год. Налоговая ставка по ЕСХН составляет 6 процентов от налоговой базы. Данная ставка носит общий характер и одинакова во всех регионах страны.

При этом сельскохозяйственная организация должна обеспечить ведение бухгалтерского учета, а также соответствие документов всем требованиям законодательства. В частности на предприятии должна быть разработана учетная политика при ЕСХН. Она разрабатывается на основе действующих нормативно-правовых актов, регулирующих бухгалтерских учет и порядок оформления первичных документов. В частности, для фермеров предусмотрено ведение книги доходов и расходов при ЕСХН, в которой фиксируются все поступления и расходы денежных средств фермера, в процессе осуществления им своей деятельности. Для крупных сельскохозяйственных организаций установлен общий порядок бухгалтерского учета с заполнением журналов-ордеров и ведомостей.

Однако в отличие от бухгалтерского учета, где все правила регламентированы, для налогового учета никаких специальных книг (в том числе и для фермеров) и жестких стандартов не установлено. Поэтому

сельскохозяйственные организации имеют право самостоятельно разрабатывать систему налогового учета [4].

Таким образом, на данном этапе происходит пересечение потоков учетной информации в бухгалтерском учете, налоговом учете и управленческом учете сельскохозяйственного товаропроизводителя.

В целях снижения затрат на ведение учета необходимо по возможности устранить дублирование бухгалтерского и налогового учета. Поэтому следует по возможности их синхронизировать друг с другом, иными словами, сблизить. Считаем, что инструментом сближения двух этих видов учета может являться управленческий учет, а также учетная политика, рациональный документооборот, выбор регистров налогового учета, применение бухгалтерских счетов третьего порядка.

В связи с этим исследование теоретических и совершенствование организационно-методических аспектов единства функционирования бухгалтерского и налогового учета в сельскохозяйственных организациях приобретает первостепенное значение для дальнейшего подъема и развития отрасли.

Библиографический список:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 г. №146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. №117-ФЗ (в редакции от 24.08.2013) // СПС «Гарант»

2. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. – Режим доступа: <http://nalogy.ru>

3. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы. Режим доступа: www.mcx.ru/documents/file_document.

4. Говорунова Т.В., Новоселова С.А. Формирование учетной информации в крестьянских (фермерских) хозяйствах // Вестник Саратовского

УДК 001.895

Рогачева Я.А. Обоснование необходимости «зеленого строительства» для обеспечения устойчивого развития инвестиционно-строительного комплекса

Need justification of "green construction" for providing the sustainable development of the investment and construction complex

Рогачева Яна Андреевна

Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, г. Воронеж

rogachevaja@rambler.ru

Rogacheva Jana Andreevna

Voronezh architectural and construction university, Voronezh

Аннотация. В статье рассмотрена концепция «зеленого» строительства как подход к проектированию, строительству и эксплуатации зданий, содержащий ряд решений, мер, материалов и оборудования, нацеленных на энерго- и ресурсоэффективность, безопасность для здоровья человека, комфорт и экологичность.

Ключевые слова: «зеленое строительство», инновационность, энергоэффективность, ресурсоэффективность, экологичность.

Abstract. In article the concept of "green" construction as the approach to design, construction and operation of buildings containing a number of the decisions, measures, materials and the equipment aimed on power - and a resursoeffektivnost, safety for health of the person, comfort and environmental friendliness is considered.

Keywords: "green construction", innovation, energy efficiency, resursoeffektivnost, environmental friendliness.

Понимая устойчивое развитие как неотрицательную динамику всех видов

ресурсов в комплексе, а именно, природных ресурсов, человеческого, социального и физического капитала [1], позволяющую обеспечить благосостояние будущих поколений, необходимо соблюдать условие определенного баланса экономической и неэкономической (экологической, социальной) эффективности деятельности, особенно производственной. В рамках данной концепции особую актуальность приобретают вопросы энергоэффективности, экологической безопасности, минимизации антропогенного влияния на среду. Устойчивость развития с экономической точки зрения характеризуется качеством передаваемого будущим поколениям физического капитала (зданий, техники и технологий), человеческого капитала (уровня знаний и науки), институционального потенциала развития [1]. Главенствующую роль в создании физического капитала при этом играет инвестиционно-строительный комплекс, системообразующим признаком которого и является создание строительной продукции [7].

Таким образом, ключевым аспектом в проекции создания физического капитала для устойчивого развития является обеспечение качества строительной продукции, причем, согласно мнения ведущих ученых [4 и др], это качество как конечной, так и промежуточной продукции. Следует отметить, что жизненный цикл строительной продукции достаточно продолжителен, что приводит к выводу о необходимости учета еще и качества эксплуатации построенного объекта недвижимости. Причем, на наш взгляд, в силу своей продолжительности именно эксплуатационная фаза жизненного цикла оказывает влияние на благосостояние будущих поколений. Поэтому сегодня остро ставится проблема энергоемкости и энергоэффективности, экологичности строительной продукции.

Произошедшее в результате перехода к рыночной экономике изменение системы обеспечения и контроля качества строительных материалов и конструкций негативно повлияло на систему менеджмента качества в строительстве. Поэтому на сегодняшний день требуется нормативно-

методическое обеспечение и стандартизация продукции, опережающие рост инновационности производства. Кроме того, необходимо обеспечить процесс контроля качества на протяжении всего инвестиционно-строительного процесса, начиная с качества проектной документации. Согласно данным ФАУ «Главгосэкспертиза», проектная документация практически третьей части объектов содержит существенные нарушения в части обеспечения надежности и безопасности объектов [8]. Однако, вышеперечисленные направления носят фрагментарный характер. Единство всех перечисленных требований достигается при реализации концепции «зеленого» строительства.

Концепция «зеленого» строительства рассматривает объект недвижимости не просто как строительную продукцию, то есть законченные строительством и введенные в действие здания и сооружения, а как среду обитания человека, то есть всю совокупность факторов здания и его инфраструктуры, определяющих условия жизнедеятельности. При этом большинство научных и нормативно-методических источников определяют «зеленое» строительство как подход к проектированию, строительству и эксплуатации зданий, содержащий ряд решений, мер, материалов и оборудования, нацеленных на энерго- и ресурсоэффективность, безопасность для здоровья человека, комфорт и экологичность. Основными требованиями к таким объектам на протяжении всего жизненного цикла являются рациональность использования возобновляемых ресурсов (энергии земли, воды, ветра и др.), минимизация негативного влияния на окружающую природную среду, комфортных условий для проживания людей [3].

Фокусирование современного российского строительства на проблеме повышения энергоэффективности и качества продукции зачастую не учитывает обеспечения безопасности и благоприятных здоровых условий жизнедеятельности человека. Так, создание энергоэффективных жилых домов без учета необходимой приточной вентиляции негативно сказывается на здоровье человека. Данные ВОЗ свидетельствуют, что 35 % всех возведенных

строений подвержены загрязнению различными веществами [2]. Поэтому, на наш взгляд, к критериям «зеленого» строительства необходимо относить: рациональное использование ресурсов, минимизацию влияния на окружающую среду, обеспечение безопасных здоровых условий для человека. Именно совокупность трех критериев дает право проекту называться проектом «зеленого» строительства.

Все исследователи данной проблемы отмечают еще одно свойство объектов «зеленого» строительства – их инновационность. Согласимся, что без внедрения, в основном, продуктовых и процессных инноваций достижение критериев «зеленого» строительства практически невозможно.

Реализация принципов «зеленого» строительства, улучшение качественных параметров объектов строительства, внедрение инноваций связано с ростом затрат. Поэтому, учитывая недостаточно высокий уровень платежеспособного спроса в России и высокую степень конкуренции с обычными объектами строительства, выявляется требование адекватной экономической рентабельности конечной и промежуточной продукции «зеленого» строительства. Следует учесть, что показателем эффективности в данном случае нельзя считать приведенные затраты. Только дисконтированные потоки средств, объединяющие капитальные и текущие затраты, учитывающие материальное выражение всех видов эффекта, могут служить критерием эффективности «зеленого» строительства. В этой связи возникает проблема количественного учета экологического эффекта для пользователя объекта и окружающей среды.

Схематически «зеленое» строительство с точки зрения системного подхода можно представить следующим образом (рис.1).

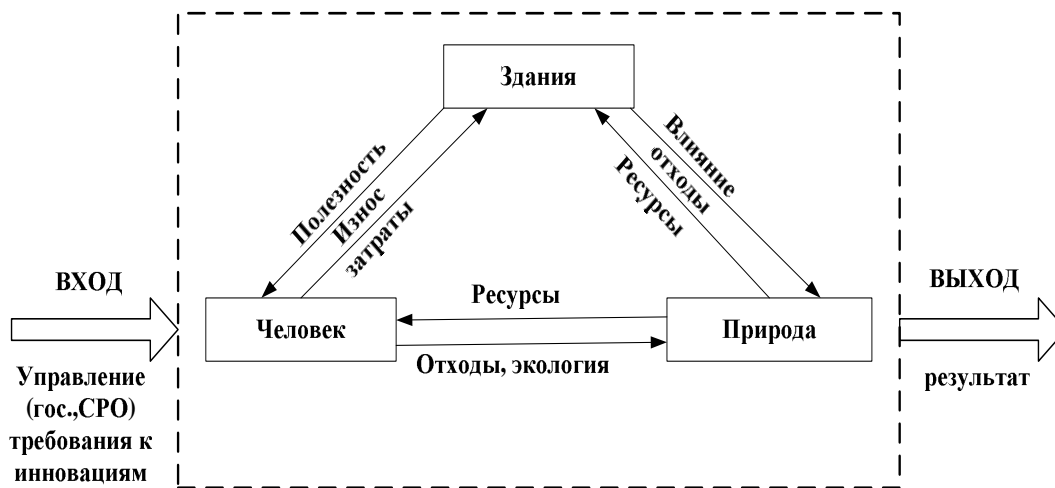


Рисунок 1. Принципиальная схема «зеленого» строительства с точки зрения системного подхода

Такое представление «зеленого» строительства позволяет формализовать критерии эффективности и соответствия.

Так, «зеленое» строительство формализуем в виде кортежа (R, O, P, E) , где R – множество потребляемых ресурсов, O – множество влияния на природную среду (множество отходов), S – множество факторов здоровья и комфорта пользователей (множество полезности), E – множество экономических эффектов (в том числе, от реализации инноваций).

В этом случае появляются критерии для выявления и систематизации затрат и эффектов «зеленого» строительства. Причем считаем, что множества необходимо рассматривать на протяжении всего жизненного цикла не только инвестиционного проекта, но и объекта недвижимости.

Далее необходимо детализировать составляющие затрат и эффекта.

На сегодняшний день отнесение объектов к «зеленому» строительству возможно лишь в результате сопоставления с существующими стандартами [5,6]. Одним из недостатков «зеленых» стандартов является отсутствие учета экономического эффекта, что существенно снижает возможности динамичного развития данного сегмента. Поэтому считаем необходимым создание методики учета всех видов эффекта «зеленого» строительства наряду с включением в отечественные стандарты положений о соответствии материальных ресурсов и конструктивных элементов экологическим требованиям, конкретизации

методики определения минимальных экологических требований (рекомендуемых показателей), градации минимальных требований и рекомендуемых характеристик.

Библиографический список

1. Доклад Комиссии по измерению эффективности экономики и социального прогресса : первая глава. Рабочий перевод [Текст] / Государственный научно-исследовательский институт системного анализа Счетной палаты Российской Федерации. М.: НИИ СП, 2010.- 118 с.

2. Загрязнение воздуха в домашних хозяйствах и здоровье // <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs292/ru/>

3. Крыгина, А.М. Методология управления инновационным развитием малоэтажной жилищной недвижимости в условиях ресурсосбережения и экологичности строительства [Текст] : диссертационное исследование на соискание ученой степени доктора экономических наук.

4. Лукманова, И. Г. Диверсификация деятельности строительных предприятий в условиях экономического кризиса [Текст] : монография / И. Г. Лукманов, Х. М. Гумба, В. Ю. Михайлов, А. Н. Шумейко.- М.: Изд-во АСВ, 2009.- 216 с.

5. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 54954-2012 «Оценка соответствия. Экологические требования к объектам недвижимости».

6. Системы добровольной сертификации объектов недвижимости «Зеленые стандарты». – Рег. « РОСС RU.И630.04ААДО

7. Уварова, С. С. Теоретическое обоснование системы управления инвестиционно-строительным комплексом в условиях организационно-экономических изменений [Текст] / С. С. Уварова // Экономика строительства. - 2012. - № 2. – С. 71-79.

8. Уварова, С. С. Устойчивость оценок эффективности жилищного строительства в условиях экономического кризиса [Текст] / С. С.Уварова, С. В.

Беляева, В. С. Канхва // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2009. - № 16. – С.240-243.

УДК 336.761

Фефелов Р.Е., Фефелова Н.П. Особенности развития торговли на срочном рынке

Features of trade in the futures market

Фефелов Роман Евгеньевич

Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов

neopaladin@mail.ru

Фефелова Наталья Петровна

Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов

fefelovanp@mail.ru

Fefelov Roman Evgenyevich

Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov

Fefelova Natalia Petrovna

Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov

Аннотация: В статье поднимаются некоторые проблемы устойчивого развития торговли с использованием фьючерсных сделок как в России, так и за рубежом: рассмотрены исторические аспекты, отмечены основные особенности российского фондового рынка, показано влияние на фондовый рынок интернет-индустрии, некоторые вопросы обращения ценных бумаг различных предприятий России. Обозначен лидер среди профессиональных участников фондового рынка. Выделены факторы, способствующие успешной торговле на фондовом рынке в современных условиях. Делается вывод, что фондовый рынок должен в первую очередь обслуживать внутренние экономические потребности региона.

Ключевые слова: фондовый рынок, биржа, акции, индекс, фьючерсы,

фьючерсный контракт, трейдер.

Abstract: The article raises some issues for sustainable development of trade with futures transactions both in Russia and abroad: Historical aspects, highlighted the key features of the Russian stock market, shows the influence of the stock market of the Internet industry, some of the issues of circulation of securities of various companies Russia. Designated leader among professional participants of the stock market. The factors that contribute to successful trading in the stock market today. The conclusion is that the stock market should primarily serve domestic economic needs of the region.

Keywords: stock market, exchange, shares, index, futures, the futures contract, trader.

Зарабатывать на фондовом рынке можно не только с помощью акций – не менее интересен и срочный рынок, на котором обращаются фьючерсы и опционы. На срочном рынке есть возможность реализовывать сложные стратегии и пользоваться уникальными инструментами, он привлекателен возможностью торговли с высокой маржей и отличается низкими издержками по сравнению с аналогичными платежами на рынке ценных бумаг [5].

Прообразом современных фьючерсов в Европе были... тюльпаны! Тюльпаномания, охватившая Голландию в XVI в., заставила продавцов заключать сделки на поставку товара в виде контрактов на урожай следующего года. Рискнув приобрести виртуальные тюльпаны зимой, инвестор мог реализовать их весной, перед продажей реального урожая, дороже на несколько порядков. На FORTS тюльпановые фьючерсы не торгуются, зато здесь можно купить контракты на сахар-сырец, пшеницу и кукурузу [4].

Первая фьючерсная биржа появилась в Осаке – древней столице Японии, еще в средние века, на ней торговали будущим урожаем риса. Однако, современная фьючерсная торговля зародилась в Чикаго в середине

девятнадцатого века. В 1840-х годах Чикаго стал коммерческим центром Среднего Запада. Этому способствовали удобное географическое положение, а также налаженная инфраструктура (железная дорога и телеграф).

Телеграф и сеть железных дорог связала Чикаго с остальными крупными городами страны, на порядок увеличив и ускорив финансовый и информационный обмен. В тот же период времени произошел скачок технологий в сельском хозяйстве, позволивший значительно увеличить производительность труда и урожайность. В результате этих изменений, торговля сельхозпродукцией тоже стала набирать обороты. Фермеры со всего Среднего Запада съезжались в Чикаго, предлагая диллерам агрокультуры. Диллеры, в свою очередь, распределяли их по сей стране.

В 1848 году участниками уличных торгов было оговорено единое месторасположение для встреч фермеров и дилеров, где они могли договориться о цене и совершить сделку. Это был централизованный рынок зерна, где дилеры платили фермерам наличными, получая немедленную поставку товара. Через некоторое время рынок вступил в следующую фазу развития, когда фермеры и дилеры начали договариваться не только о текущих, но и о будущих сделках. И с той, и с другой стороны прогнозы по таким факторам, как погода, урожайность и активность насекомых-вредителей, оказывали прямое воздействие на стоимость зерна, указываемую в заключаемых контрактах.

Такая практика ведения деловых отношений была выгодна как фермерам, так и дилерам, поскольку обе стороны могли заранее знать точную цену зерна. Они обменивались письменными соглашениями, фиксирующими детали и стоимость будущей сделки, и вносили небольшие суммы денег в качестве гарантии. [2] Фактически, две стороны заключали контракт на будущую поставку товара по заранее оговоренной цене - фьючерсный контракт. Этот чикагский сельскохозяйственный рынок, впоследствии получивший название «Chicago Board of Trade», стал прародителем всех фьючерсных бирж.

В 1848 году была создана первая из чикагских товарных бирж, которая получила название «Торговая палата Чикаго» (Board of Trade of the City of Chicago – CBOT). А 13 марта 1851 года на этой биржевой площадке был заключен и первый фьючерсный контракт на 3 тысячи бушелей (примерно 75 тонн) кукурузы с поставкой в июне по цене за 1 бушель, которая была ниже цены в этот день на один цент.

Фьючерсные контракты постепенно получили большое распространение из-за выгод, связанных с их использованием. Покупатель фьючерсного контракта, мог передумать покупать по нему зерно и перепродать это право заинтересованному лицу. Или же фермер, который по какой-либо причине не мог или не хотел в положенный срок поставить оговоренное количество зерна, мог продать это обязательство (за поставку ведь полагались деньги) другому фермеру. В случае плохой погоды, покупатели фьючерсных контрактов оказывались в большом выигрыше, поскольку имели право купить зерно по значительно меньшей цене, чем оно стоило после неурожая. Однако, если, наоборот, наблюдалось перепроизводство и цена падала, то фьючерсный контракт мог оказаться уже не таким выгодным делом.

Вскоре фьючерсные контракты сильно распространились, к ним появилось доверие. Даже банки стали принимать их как залог при кредитовании [8]. Параллельно вошла в практику передача этих контрактов в другие руки – одна из сторон могла переложить обязательства по контракту на третье лицо, если будут соблюдены все условия и это не повлияет на результат сделки. То есть, если дилер обладал контрактом на пшеницу, но в ней не было надобности, то он мог продать этот контракт тому, кому пшеница действительно была нужна. Фермер же, в случае, если он заключил контракт с дилером, но потом передумал продавать свою пшеницу, мог переложить свои обязательства на другого производителя пшеницы.

Почти 30 лет спустя такой же рынок с четкой спецификой появился и в Нью-Йорке, на нем шла торговля пищевыми и растительными продуктами. Он

был известен как «New York Coffee, Cotton and Produce Exchange». После этого, за незначительный промежуток времени в США появилось еще около десяти крупных бирж, а фьючерсная торговля перекинулась на другие страны, получив особенно активное развитие в Канаде, Англии, Франции, Сингапуре, Японии и Австралии.

Лавинообразное увеличение объемов торговли фьючерсами произошло в 1970-х годах, когда в Чикаго организовали фьючерсные торги финансовыми инструментами (до этого торговались лишь агрокультуры, металлы и энергоносители). Первыми из них были валюты (швейцарский франк, английский фунт, японская иена) и казначейские бумаги (30-летние и 10-летние бонды). В 1980-х появились фьючерсы на главные индексы фондового рынка. Начавшись с продуктов сельского хозяйства, на стыке тысячелетий рынок фьючерсов успел охватить множество финансовых и товарных активов.

В 1987-м году биржа «Chicago Mercantile Exchange» впервые запустила электронные торги, и это стало очередной ступенью развития фьючерсной торговли, ставшей теперь почти общедоступной. На руку сыграл и компьютерный бум, открыв доступ на биржу любому, кто обладал компьютером и мог выйти в Интернет.

Российский срочный рынок входит в топ-10 мировых лидеров по объемам торгов, он также является одним из самых быстрорастущих рынков по такому показателю, как количество активных клиентов – в среднем количество клиентов срочного рынка увеличивается на 15–20 % в год.

Современную историю фондового рынка России отсчитывают с 1991 года, когда началось массовое создание акционерных обществ и выпуск их ценных бумаг. Однако неподготовленность участников рынка, неорганизованность порядка осуществления операций с ценными бумагами, отсутствие механизма контроля за отчетностью акционерных обществ и множество других проблем, свойственных всякому новому делу, внесли существенные коррективы в динамику развития рынка ценных бумаг.

Неграмотные действия подорвали доверие к фондовому рынку. Отставание законодательной базы от реального быстрого развития рынка ценных бумаг привело к краху многих существовавших в то время финансовых пирамид. Миллионы вкладчиков лишились своих сбережений [6]. В большой степени в этом повинно и государство. Поставленные задачи не были достигнуты. В стране появилось значительное количество акционеров, но они в общей своей массе являлись пассивными участниками рынка ценных бумаг.

Интернет быстро захватил свои позиции, расширил возможности инвесторов. Теперь благодаря Интернету можно в режиме онлайн наблюдать за изменением котировок ценных бумаг. Можно самостоятельно, практически моментально, купить или продать акции Газпрома, РАО «ЕЭС России», «Сургутнефтегаза» и многих-многих других компаний. При этом (внимание!) вы можете находиться в любой точке мира, главное, чтобы под рукой был компьютер, подключенный к Интернету. Через Интернет инвестор (любое физическое или юридическое лицо, заключившее соответствующий договор с брокером) связывается с брокером, который, в свою очередь, подключен к бирже. Таким образом, инвестор транзитом через брокера получает прямую информацию с биржи о текущих ценах, осуществленных сделках, заявках на покупку и продажу. Приняв решение о сделке, инвестор отправляет заявку брокеру, которая тут же попадает в биржевую систему. Все это происходит за доли секунды, практически мгновенно.

Интернет-трейдинг совершил настоящую революцию на фондовом рынке. Самое главное - это то, что интернет-трейдинг невероятно увеличил скорость обработки торговых заявок, а также позволил почти полностью исключить необходимость прямого личного контакта с брокером. Издержки брокера намного снижаются, а значит, уменьшаются издержки клиентов. Именно благодаря этому на фондовый рынок смогли прийти инвесторы с небольшими суммами денежных средств. Теперь каждый может вкладывать только ту сумму денег, которой он пока готов оперировать.

Большинство трейдеров срочного рынка отдают предпочтение компании «ФИНАМ»: по данным Московской биржи, ЗАО «ФИНАМ» является безусловным лидером среди профессиональных участников по количеству активных и зарегистрированных клиентов на срочном рынке.

Общий вес в индексе DAX самых торгуемых акций немецких компаний BMW, Volkswagen, Daimler, DeutscheBank и Siemens составляет более 25 %. Чтобы зарабатывать на динамике этих бумаг, не обязательно выходить на зарубежные биржи – «ФИНАМ» предоставляет своим клиентам на срочном рынке возможность торговать контрактами на акции этой «великолепной пятерки».

Поисковая система «Яндекс» является четвертой среди поисковых систем мира по количеству обработанных поисковых запросов, сайт yandex.ru по популярности занимает 18-е место в мире и 1-е место в России. В мае 2011 года «Яндекс» провел самое успешное IPO среди интернет-компаний со времен размещения поисковика Google в 2004 году. Акции компании «Яндекс» котируются на бирже NASDAQ, а клиенты компании «ФИНАМ» могут торговать на срочном рынке контрактами на акции самой успешной российской интернет-компании.

Говоря об объеме нефти, в России, как правило, в качестве единицы измерения используют тонну, но на срочном рынке контракты заключаются на объем нефти, измеряемый в баррелях. Примечательно, что это особый, нефтяной, баррель, равный 42 галлонам, или 158,988 литрам, в то время как баррель для любых других жидкостей равен 31,5 галлона.

За 45 коп. в СССР можно было купить бутылку (0,33 л) «Пепси-колы», сейчас на эти деньги ничего купить нельзя, но именно в такую символическую для современной России сумму обходится клиенту «ФИНАМа» брокерская комиссия на заключение как фьючерсных, так и опционных контрактов на срочном рынке.

В 2013 г., по данным Московской биржи, наиболее ликвидным срочным

контрактом на рынке FORTS стал фьючерс на индекс РТС: объем торгов по нему составил 266,1 млн контрактов. В индекс РТС входят акции 50 крупнейших российских компаний. Чтобы добавить в портфель индекс РТС, не обязательно приобретать акции каждого из 50 эмитентов, достаточно купить фьючерс на индекс, тем более что зарабатывать на движении индекса в целом проще, чем отслеживать движение по каждой из нескольких десятков бумаг.

Что общего между фьючерсными контрактами на индекс РТС, на курс доллар-рубли и курс евро-доллар, на акции Сбербанка России, «Газпрома», «Лукойла» и АО «Роснефть», на аффинированное золото в слитках и на нефть сорта Brent? На эти инструменты распространяется бесплатная услуга «ФИНАМа» «Пониженное ГО на FORTS», в рамках которой можно торговать увеличенными объемами при сокращении размера гарантийного обеспечения в 2 раза.

Первый в мире компьютер с электронными компонентами весил около 4,5 т. Смартфоны и планшеты клиентов «ФИНАМа» превосходят тот самый первый компьютер не только в мобильности – для устройств на платформах Android и iOS специалистами компании разработано бесплатное торговое приложение FinamTrade, позволяющее торговать на срочном рынке из любой точки планеты, где есть подключение к Интернету.

Отцом технического анализа считается Чарльз Доу, в честь которого и назван одноименный индекс. На российском срочном рынке контракты на индекс Доу – Джонса не торгуются, зато есть контракт на индекс РТС, и трейдеры, торгующие этим контрактом, обычно пользуются только техническим анализом, не учитывая фундаментальные факторы, что значительно облегчает прогнозирование динамики этого актива [7].

Разница нью-йоркского и московского времени составляет 9 часов зимой и 8 часов летом, поэтому в основное время дневной сессии российские игроки торгуют, не получая внешних сигналов. Но на срочном рынке введена вечерняя сессия, которая длится почти пять часов, с 19:00 до 23:50 (мск), и таким

образом, у трейдеров есть возможность оперативно реагировать на движения американского рынка.

Около трети стратегий, доступных в сервисе TradeCenter, построены на использовании инструментов срочного рынка – фьючерсов и опционов, в их числе и популярнейшая стратегия «Нефть – золото – валюта – акции» со среднегодовой доходностью 128 %. Кстати, если для торговли на срочном рынке выбран тариф «Консультационный ФОРТС», то трейдер будет получать рекомендации и торговые сигналы от разработчиков самых успешных фьючерсных и опционных стратегий «ФИНАМа».

Вместе с развитием торговых систем следует решить проблему снижения рисков инвесторов, возникающих в торговых системах. Решению этой проблемы может помочь осуществление следующих мер: повышение информационной прозрачности рынка; повышение ликвидности; создание системы надзора за участниками рынка со стороны организаторов торговли; создание страховых и гарантийных фондов в рамках торговых систем; организация системы раскрытия информации о совершаемых сделках.

Библиографический список:

1. Дмитриева О.В., Фефелова Н.П. Повышение качества продукции перерабатывающих предприятий через систему грейдирования // Инновационное развитие АПК: механизмы и приоритеты: Сборник материалов международной научно-практической конференции. – Москва, 2015. – С. 75-80.

2. Говорунова Т.В., Фефелова Н.П. Государственная поддержка крестьянских фермерских хозяйств: отечественный и зарубежный опыт / Роль национальных общественных и глобальных институтов в развитии агропромышленного комплекса России и за рубежом: Материалы международной научно-практической конференции. 2015. С. 123-128.

3. Голубев А.В. и др. Моделирование эффективной работы сельскохозяйственного предприятия / монография под редакцией А.В.

Голубева. - Саратов, - 2003.

4. Инструментарий фондового рынка: что такое фьючерсы и как они работают. – Режим доступа: <http://www/itinvest.ru> (дата обращения: 19.11.2015).

5. Лофтон Т. Основы торговли фьючерсами. – М.: «ИК „Аналитика“», 2009. – 280 с.

6. Рубцова В.Н., Шарикова И.В., Шариков А.В., Фефелова Н.П. Территориальный аспект стратегического управления социальными факторами конкурентоспособности населения сельских муниципальных районов // *Економічний часопис-XXI (Economic Annals-XXI)*, – №7-8(2), 2015. – С. 61-64.

7. Усанов А.Ю., Фефелова Н.П. Финансовая стратегия, как важнейший элемент развития корпораций в современных условиях // *Современные технологии управления – 2014: Сборник материалов международной научной конференции.* – Киров, 2014. – С. 2080-2092.

8. Усанов А.Ю., Фефелова Н.П., Мощенко О.В. Управление дебиторской задолженностью и использование факторинга / ФГБОУ ВПО "Саратовский ГАУ". - Москва, - 2013.

УДК 658.562.009.12

Фефелов Р.Е., Шарикова И.В. Повышение конкурентоспособности аграрной продукции Саратовской области

Improving the competitiveness of agricultural products Saratov region

Фефелов Роман Евгеньевич

Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов

neopaladin@mail.ru

Шарикова Ирина Викторовна

Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов

fefelovanp@mail.ru

Fefelov Roman Evgenyevich

Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov

Аннотация. В статье проводится анализ уровня конкурентоспособности основных видов аграрной продукции, производимой сельскохозяйственными предприятиями Саратовской области. Дана оценка динамики данного показателя за последние 14 лет. Выявлены основные стратегические направления, позволяющие укрепить конкурентные позиции сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность, уровень товарности, коэффициент конкурентоспособности, аграрная продукция, сельскохозяйственные предприятия.

Abstract. The article analyzes the competitiveness of the main types of agricultural products produced by agricultural enterprises of the Saratov region. The estimation of the dynamics of this indicator over the last 14 years. The basic strategic directions, allowing to strengthen the competitive position of agricultural enterprises.

Keywords: competitiveness, the level of marketability, the coefficient of competitiveness, agricultural products, agricultural enterprises.

Антироссийские санкции и ответные защитные меры с российской стороны как никогда остро поставили проблему высокой зависимости российской экономики от импорта товаров и технологий. Вместе с тем, они создали российским производителям крайне благоприятные условия для более активного и обширного импортозамещения. Российская экономика оказалась перед необходимостью за очень короткий срок совершить рывок в повышении конкурентоспособности своей продукции и импортозамещении, на который ранее потребовались бы многие годы.

Конкурентоспособность определяется, как способность определенного объекта превзойти конкурентов в заданных условиях, а под

конкурентоспособностью товара понимается способность продукции быть более привлекательной для покупателя по сравнению с другими изделиями.

Современный продовольственный рынок в Саратовской области представляют и насыщают различные товаропроизводители: импортная продукция, продукция различных регионов РФ (Белгород, Воронеж, Москва, Пенза, Орел и многие другие), крупные сельскохозяйственные предприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйства населения. Безусловно, у покупателя (население, перерабатывающие предприятия, прочие) в процессе потребления этой продукции складываются определенные предпочтения в зависимости от качества, цены и ряда других потребительских свойств и характеристик. В свою очередь величина спроса на ту или иную продукцию автоматически регулирует объемы её производства и предложения на рынок у конкретных товаропроизводителей.

Рассмотрим объемы производства и реализации продукции сельскохозяйственными предприятиями Саратовской области (табл. 1).

Таблица 1

Оценка конкурентоспособности аграрной продукции в
сельскохозяйственных предприятиях Саратовской области за 2001-2014 гг.

Показатели	Закупка продукции со стороны, ц	Произведено продукции, ц	Реализовано, всего - ц	Коэффициент конкурентоспособности	Уровень товарности, %	Коэффициент зоны безопасности
Зерно	20805636	215753077	129369373	1,207	59,962	0,501
Подсолнечник	3672898	38084620	33440021	4,020	87,805	0,686
Соя	111611	514838	267256	0,744	51,911	0,758
Сахарная свекла	47405	8488165	5648424	1,956	66,545	0,668
Картофель	78127	585387	438466	1,948	74,902	0,588
Овощи	493579	8569317	6679904	2,803	77,951	0,592
Шерсть	3099	61632	55902	6,332	90,703	-5,960
Молоко	329158	21794399	15172923	2,183	69,618	0,370
Яйцо	203036	5282417	4882261	8,094	92,425	0,532
Мясо	72663	1650839	1392023	4,199	84,322	-0,047
Мед	392	4770	1177	0,295	24,675	-1,068
Рыба	4900	83318	74229	5,306	89,091	-0,250

Данная таблица позволяет определить средний уровень товарности продукции, сложившийся за анализируемый период и среднее значение коэффициента конкурентоспособности продукции. Мы убеждаемся, что не все виды продукции, производимые в сельскохозяйственных предприятиях области можно отнести к высокотоварным – достаточно велик объем внутреннего потребления. По целому ряду товаров имеются переходящие остатки на следующий год, достаточно распространены хищения и порчи продукции во время хранения. Так, самый низкий уровень товарности – 24,7 % имеет такой вид продукции, как мед; далее идет соя (51,9 %), зерно (60 %), сахарная свекла (66,5%). На порядок выше уровень товарности у молока – 69,6 %, картофеля и овощей – 74,9 и 78,0 % соответственно. Затем следует мясо всех видов – 84,3 %, подсолнечник – 87,8 % и рыба товарная - 89 %. К группе продуктов с уровнем товарности превышающим 90 %-й барьер можно отнести яйцо (92,4 %) и шерсть всякую (овец, верблюдов) – 90,7 %.

В процессе исследования конкурирующих на рынке групп, мы провели ранжирование основных видов продукции сельскохозяйственных предприятий Саратовской области в целом за 2000-2013 гг. (рис.1)



Рисунок 1. Распределения аграрной продукции сельскохозяйственных предприятий Саратовской области по степени освоения рынка

Было выделено 5 уровней, каждый из которых отличается по уровню конкурентоспособности и определяет статус товара на рынке. Выяснили, что на

протяжении ряда лет к рыночным лидерам относится один вид продукции – яйцо. В плане стратегии по данному товару сельскохозяйственными предприятиями области выбрана «оборона», то есть сохранение имеющихся позиций. В результате, произошедших в 2013 г. изменений группа «Лидеры» расширяет свой перечень до четырех видов продукции (сахарная свекла, овощи, мясо всех видов и яйцо). Усиление этой группы способствовало изменению позиций в конкурентоспособности остальных видов продовольственных товаров и расширению ассортимента продукции сельскохозяйственных предприятий, занимающих весьма слабые позиции на рынке (низшие группы).

Такие виды продукции, как шерсть и рыба товарная являются претендентами на роль лидеров. Они имеют достаточно высокий коэффициент конкурентоспособности, пользуется значительным спросом на рынке, и имеют высокий уровень товарности. Как правило, сельскохозяйственные предприятия борются за дальнейшее увеличение рыночной доли продаж таких товаров, проводят демпинг. Характерным моментом в их стратегии является «атака». Претендентом на роль лидера, впервые за 14 лет становится подсолнечник, – по итогам 2013 г. это единственный вид продукции, вошедший в данную группу.

Группа «Рыночные последователи» сократила свой состав до двух наименований: картофель и молоко. Эти товары упорно следуют за отраслевым лидером, проявляют определенную активность. Сельскохозяйственные предприятия очень осторожно и взвешено принимают решения по дальнейшему продвижению этих товаров на рынке, максимально, исключая вероятность риска.

Следующая группа объединяет товары, занявшие определенную рыночную нишу. В группу товаров, занявших рыночную долю кроме традиционных зерна и сои попадает рыба товарная, стремительно теряющая свои позиции на рынке аграрной продукции. Продукция этой группы, производимая в сельскохозяйственных предприятиях, занимает небольшие сегменты, уступая основной рынок конкурентам: К(Ф)Х, ЛПХ, предприятиям

других регионов страны, импорту. При производстве и реализации этих видов продуктов велика зависимость сельскохозяйственных предприятий от партнеров и клиентов.

Самым слабым звеном, даже при реализации всех потенциальных возможностей, из производимой сельскохозяйственными предприятиями Саратовской области продукции, остается мед и в 2013 г. сюда попадает шерсть – их конкурентные преимущества чрезвычайно низки. Это единственные продукты, которые достаточно трудно вывести из группы аутсайдеров (особенно мед).

Мясо, зерно, и яйцо – это те виды продукции, которые даже при достижении нормативных конкурентных преимуществ сельскохозяйственными предприятиями, останутся в тех же конкурентных рыночных группах, в которых они находятся в настоящее время. Следовательно, маркетинговая политика товаропроизводителей в отношении данных товаров достаточно объективна, правильна, исчерпывающа.

В тоже время, овощи и сахарная свекла, устойчиво занявшие свою рыночную нишу находятся на незаслуженно низком уровне. При грамотно организованной маркетинговой стратегии, у сельскохозяйственных предприятий области, есть все шансы перевести их на одну-две ступени выше. Так, сахарная свекла и подсолнечник, при обеспечении нормативных значений их конкурентных преимуществ, могут перейти в группу лидеров, а овощи – стать претендентом на роль лидера.

Соответственно роль и место сельскохозяйственных предприятий в плане обеспечения области продуктами питания и промышленности сырьем значительно бы возросли.

Вообще продукция сельского хозяйства отличается целым рядом свойств, существенно влияющих на её конкурентоспособность. К основным из них можно отнести короткие сроки хранения (следовательно, реализация должна происходить в сжатые сроки); существенная вариация качества, зависящая

порой от погодных условий; отсутствие возможности у аграрных товаропроизводителей влиять на ценообразование; низкая конъюнктура аграрного рынка (предложение превышает спрос).

Безусловно, показатели конкурентоспособности аграрной продукции являются одним из определяющих факторов формирования инвестиционной привлекательности региона и одной из слагаемых особенностей его инвестиционного развития.

Библиографический список:

1. Голубев А.В. и др. Моделирование эффективной работы сельскохозяйственного предприятия / монография под редакцией А.В. Голубева. – Саратов, – 2003.

2. Рубцова В.Н., Шарикова И.В., Шариков А.В., Фефелова Н.П. Территориальный аспект стратегического управления социальными факторами конкурентоспособности населения сельских муниципальных районов // Економічний часопис-XXI (Economic Annals-XXI). – 2015. – №7-8(2). – с. 61-64.

3. Фефелова Н.П. [Актуальные проблемы повышения эффективности сельскохозяйственного производства](#) // [Аграрная наука в XXI веке: проблемы и перспективы](#): Сборник статей IX Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов, – 2015. – С. 31-33.

4. Фефелова Н.П. [Импортозамещение как стратегия развития АПК](#) // [Роль национальных общественных и глобальных институтов в развитии агропромышленного комплекса России и за рубежом](#): Материалы международной научно-практической конференции. 2015. С. 115-119.

5. Фефелова Н.П., Усанов А.Ю. [Анализ эффективности производства сельскохозяйственной продукции в Саратовской области](#). // [Роль учетных практик в обеспечении устойчивого развития предприятий](#): Материалы III международной научно-практической конференции. – 2013. – С. 47-52.

6. Фефелова Н.П., Шарикова И.В., Шариков А.В. [Уровень](#)

конкурентоспособности аграрной продукции на сельскохозяйственных предприятиях Саратовской области // Аграрный научный журнал. – 2014. – № 5. – С. 90-94.

7. Шарикова И.В., Фефелова Н.П., Шариков А.В. К вопросу о конкурентоспособности аграрной продукции Саратовской области // Управленческий учет. – 2015. – № 6. – С. 51-62.

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК 393.13

Антонова И.Ю., Устинова В.А., Цысь Ю.В. Основные маркетинговые методы, применяемые магазинами «Магнит» в конкурентной борьбе

The main marketing methods applied by magnit shops in competitive fight

Антонова Ирина Юрьевна, Устинова Виктория Александровна,
Цысь Юлия Владимировна
Antonova Irina Yurevna, Ustinova Victoria Aleksandrovna,
Tsys Yulia Vladimirovna

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
Stavropol state agricultural university

Аннотация: в статье рассмотрены методы рыночного превосходства в условиях бескомпромиссной конкурентной борьбы; охарактеризованы маркетинговые мероприятия, направленные на продвижение сети магазинов «Магнит».

Summary: in article methods of market superiority in the conditions of uncompromising competitive fight are considered; the marketing actions directed on advance of the Magnet retail network are characterized.

Ключевые слова: конкуренция, привлечение потребителей, качество товаров, реклама, конкурентные преимущества.

Keywords: competition, involvement of consumers, quality of goods, advertizing, competitive advantages.

Сегодня нам очень сложно представить жизнь без множества различных магазинов, полки в которых изобилуют огромным ассортиментом товаров. Мы привыкли к тому, что всегда есть выбор. Кто-то выбирает дешевле, кто-то качественнее, кому-то нравится красивая упаковка. В современных условиях на рынке появляется все больше и больше новых компаний, производящих товары и оказывающих услуги. Сегодня маркетинговое изучение конкурентов очень актуально, так как позволяет оценить свои силы и возможности по сравнению с другими компаниями, наметить цели и определить основные

методы, которые будут использоваться для завоевания преимуществ на рынке. Существует огромное количество методов, которые используют компании, чтобы добиться лидерства на рынке.

Принято выделять два вида методов конкурентной борьбы: ценовые и неценовые. Ценовые состоят в оперировании ценами, то уменьшая, то увеличивая их. Фирмы стараются установить такие цены, по которым их продукция будет покупаться в большем объеме по сравнению с конкурентами. Снижение цены приводит к привлечению внимания потребителей на товар, повышение продаж, и, как следствие, увеличение занимаемой доле рынка [4].

Неценовая конкуренция заключается в изменении параметрических свойств товара: качества, упаковки, цвета, дизайна. В современное время появились незаконные методы неценовой конкуренции. Чтобы добиться увеличения продаж, а также повысить конкурентоспособность фирмы могут незаконно:

1. Переманивать специалистов, владеющих производственными секретами;
2. Выпускать поддельные товары, внешне ничем не отличающиеся от оригинальных товаров, но хуже по качеству, потому и дешевле;
3. Закупать образцы с целью их копирования.

Зачастую для наиболее эффективного функционирования фирмы сочетают использование и ценовых, и неценовых методов:

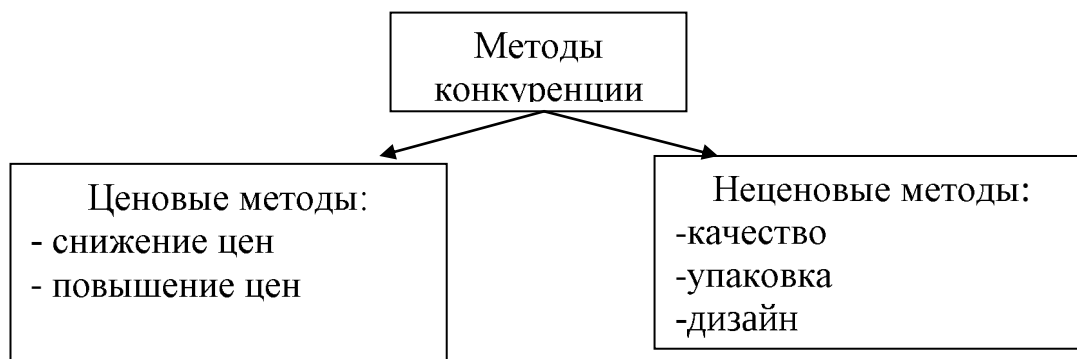


Рисунок 1 – Методы конкуренции

Сеть розничных магазинов «Магнит» была основана предпринимателем Сергеем Галицким в 1994 году. На первых порах торговая деятельность магазина состояла в оптовых продажах бытовой химии. Первый магазин «Магнит», в котором продавались продукты, был открыт в Краснодаре в 1998 году. Затем стали открываться магазины и в других городах, в основном с населением 50-500 тыс. человек. В итоге, к 2005 году сеть насчитывала уже 1500 магазинов по всей России[4]. В течение 2014 года были открыты 1618 магазинов (1144 «магазина у дома», 29 гипермаркетов, 51 магазин «Магнит семейный» и 394 магазина «Магнит Косметик»). Выручка Компании выросла на 31,71% с 579 694,88 млн. руб. за 2013 г. до 763 527,25 млн. руб. за 2014 г. Рост чистой выручки связан с увеличением торговых площадей и ростом сопоставимых продаж на 14,47%. Валовая прибыль выросла на 33,43% с 165 262,99 млн. руб. до 220 511,52 млн. руб. :

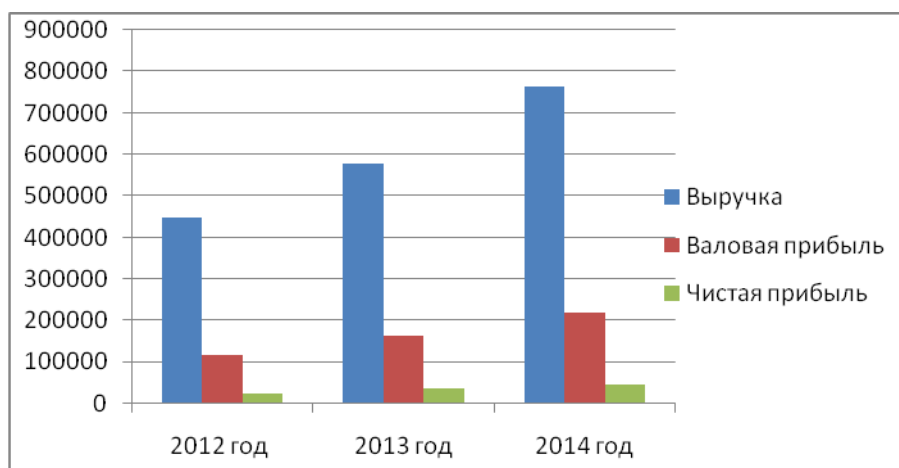


Рисунок 2 – Финансовые показатели (2012-2014 г.)

С 2012 по 2014 год произошел прирост не только основных финансовых показателей, но также увеличилось число магазинов, численность работников, а также численность покупателей (табл.1).

Таблица 1

Основные финансовые показатели магазинов «Магнит»

Показатель	2012	2013	2014	Отклонение (+; -)
Количество открытых магазинов	1575	1 209	1 618	1,03
Общее кол-во магазинов	6 884	8 093	9 711	1,41
Общая торговая площадь тыс.кв. метров	2 549,26	3 011,38	3 590,64	1,41
Кол-во покупателей	2 033,43	2 465,05	2 944,12	1,44

В настоящее время для ОАО «Магнит» наиболее актуальна продуктовая стратегия и сервисная стратегия. Если создавать продукцию лучшего качества и продавать по ценам ниже, чем у конкурентов появится возможность заинтересовать новых потребителей, что, в свою очередь, приведет к повышению объема продаж. Повышение качества обслуживания и уровня услуг может сыграть положительную роль на рынке сбыта. Если сервис поднять на принципиально новый уровень, можно заинтересовать больше покупателей. На сегодняшний день маркетинг требует намного большего, чем просто создать товар, который бы удовлетворял все потребности клиента. Конкуренция среди розничных магазинов очень высока, а потому необходимо проводить все новые и новые мероприятия, которые позволят магазину занять лидирующее положение на рынке и завоевать наибольшее число потребителей.

Большим плюсом компании является наличие собственного официального сайта, где представлена вся актуальная информация как для покупателей, так для партнеров и инвесторов. На сайте <http://magnit-info.ru> представлены акции магазинов Магнит, Магнит Косметик, гипермаркетов Магнит. Магазином проводятся различные акции, например, акция «Праздничные будни». В разные будние дни в магазине осуществляется скидка на различные категории товаров. В магазинах Магнит проходит также акция "Сковороды Thomas. Кухня рекомендует!" За каждую покупку на 300 рублей покупателям выдается наклейка, их необходимо собрать и вклеить в буклет. Одним из наиболее распространенных методов неценовой конкуренции является наружная реклама.

Для того, чтобы повысить конкурентоспособность магазинов «Магнит» необходимо уделить ей большее внимание. Следует продумать дизайн, цвет, текст, который будет привлекать потенциального потребителя. Наружная реклама должна быть четкой, креативной, запоминающейся. В настоящее время магазинам «Магнит» не хватает такой рекламы, можно даже сказать, что её

практически нет. Необходимо поставить рекламные щиты непосредственно вблизи магазинов, а также на проезжей части и в местах наибольшей проходимости. Рекламные плакаты – распространенный вид рекламы. Рекламные плакаты магазинов «Магнит» являются вполне запоминающимися, лаконичными, легко воспринимаемыми, а также рассчитанными на целевую аудиторию. Их дизайн и применённые цвета привлекают взоры прохожих, что постоянно влияет на посещаемость магазинов данной сети. Эти плакаты висят в основном в магазинах, недалеко от полок с продукцией. Рекомендуется вешать плакаты по городу, на стеклянных дверях, в вестибюлях. Это привлечет больше потенциальных потребителей и повысит продажи.

Все вышеперечисленные мероприятия необходимы для того, чтобы повысить конкурентоспособность магазинов «Магнит», увеличить количество покупателей, выбирающих эти магазины, а также повысить прибыль. Самым эффективным способом привлечения внимания потребителей является реклама, потому на ней и делается больший акцент (табл.2).

Таблица 2

Затраты на рекламу

Вид рекламы	Стоимость за ед. в месяц итого (руб.)
Реклама на баннере	20 000
Реклама на остановках	8 000
Реклама на транспорте	1 500
Реклама в транспорте	200
Реклама в Интернете	250 за 1 тыс. показов
Реклама на буклетах	15 000 за 100 экземпляров
Итого:	44 950

Таким образом, для совершенствования конкурентного положения магазина «Магнит» рекомендуется проводить различные рекламные кампании, создать дисконтные карты для предоставления скидки постоянным покупателям, улучшать проводимые акции и создавать новые.

Библиографический список

1. Антонова И.Ю. Конкурентоспособность предприятия как неотъемлемая часть стратегии эффективного развития // В сборнике:

Региональная модель развития: детерминанты экономики и маркетинга
Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-
практической конференции: материалы и доклады. ФГБОУ ВПО
«Ставропольский государственный аграрный университет». Ставрополь, 2015.
С. 33-37.

2. Антонова И.Ю. Роль сайта как инструмента маркетинга // В сборнике:
Региональная модель развития: Детерминанты экономики и маркетинга 2014.
С. 33-37.

3. <http://www.magnit-info> - Официальный сайт сети «Магнит» (дата
обращения 20.04.2015);

4. <http://www.antema.ru> - Методы сбора информации и инструменты
анализа (дата обращения 24.04.2015).

УДК: 65.016.1

JEL КОДЫ: D200, D310, L220

Артемьева А.А., Скрипниченко М.В. Возможности открытия и развития бизнеса в условиях кризиса

Features discovery and development of business in crisis

Артемьева Анастасия Андреевна, студент
Скрипниченко Мария Витальевна, ассистент кафедры
(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных
технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: tcs.mary@mail.ru

Artemyeva Anastasia Andreevna, student
Skripnichenko Maria Vitalevna, Assistant of the Department
(St. Petersburg National Research University of Information Technologies , Mechanics and Optics ,
Saint - Petersburg, Russia)

Аннотация: В статье рассмотрены основные возможности и перспективы

открытия и развития бизнеса в условиях экономического кризиса. Подробно показаны достоинства и недостатки трех форм предпринимательства: традиционный бизнес, покупка франшизы, сотрудничество с сетевой компанией.

Ключевые слова: кризис, традиционный бизнес, франшиза, сетевой маркетинг.

Abstract: This article describes the main opportunities and prospects for the discovery and development of business during the economic crisis . Details are shown the advantages and disadvantages of three forms of business: traditional business, buying a franchise, cooperation with the network company .

Keywords: crisis , traditional business , a franchise, network marketing .

Кризис в российском понимании представляет собой сложную переломную ситуацию. Экономический кризис, как правило, ассоциируют с уменьшением количества рабочих мест, с ростом цен, с нестабильностью курса валют и т.д. [1] В то время как изначальное происхождение слова с древнегреческого языка трактует кризис, как решение или исход. И потому экономический кризис хотелось бы рассмотреть не со стороны затруднительной ситуации в экономике страны, а скорее со стороны появления новых возможностей. Так кризисная ситуация в экономике даёт возможность получать ряд ресурсов, необходимых для осуществления того или иного бизнес процесса со значительными выгодами. Во-первых, увеличивается число квалифицированного персонала на рынке труда, который при этом готов "продавать" свои трудовые возможности за меньшую стоимость. Во-вторых, из-за снижения покупательских возможностей, снижаются цены на недвижимость, которая может быть приобретена или арендована для осуществления необходимой деятельности или в принципе, как способ инвестирования. В-

третьих, многие находящиеся на "плову" предприятия и организации готовы идти на уступки при продаже своих товаров или оказании услуг для закрепления и расширения клиентской базы [2]. Благодаря этим причинам, именно во время кризисной ситуации больше возможностей для организации собственно дела или бизнеса. Почему это необходимо людям? Потому, что человек может работать на себя любимого, и, следовательно, являясь хозяином ситуации, в любой момент может что-то изменить по своему усмотрению. И в случае успеха реально "рискует" стать богатым человеком, то есть обрести финансовую независимость.

На данный момент в России существует три основных способа организации бизнеса: традиционный бизнес, покупка франшизы, сетевой маркетинг. Рассмотрим возможности использования каждого из способов по отдельности.

Итак, традиционный бизнес представляет собой воплощение уже существующей или принципиально новой идеи в жизнь, посредством организации предприятия. Так, на первичном этапе, в зависимости от размеров инвестиций образуются индивидуальные предпринимательства или общества с ограниченной ответственностью. При этом, учитывая предполагаемые виды деятельности, возникают различные затраты. К этим затратам относятся:

- организационные затраты (юридическая регистрация предприятия в налоговых органах и органах государственной статистики, открытие расчетного счёта и его обслуживание в одном из банков, создание, разработка и утверждение учредительных документов и прочие),
- вложения в основные средства (недвижимость, оборудование и т.д.),
- приобретение оборотных средств (материалы, сырьё, расходные материалы и т.д.),
- расходы на найм персонала,
- коммерческие расходы (маркетинг, поиск поставщиков и клиентов и прочие) [3].

В зависимости от новизны воплощаемой идеи, предприятия сталкиваются с различным уровнем конкуренции на рынке. Если это принципиально новый продукт или услуга, то поначалу приходится искать своего покупателя и лишь затем расширять рынок, в то время как, уже существующая идея может натолкнуться на сильную конкуренцию и не обязательно сможет с ней бороться.

А, зачастую, в условиях России требуются и большие связи, чтоб в принципе организовать бизнес.

Кроме того, успешное развитие бизнеса зависит ещё и от сферы, в которой организован бизнес. Так, существуют некоторые направления, организация бизнеса в которых, требует обязательной сертификации и специальных разрешений. Получение таких документов влечёт за собой дополнительные затраты и периодические проверки со стороны контролирующих органов на соответствие.

Необходимо ещё добавить, что по статистике около 95% новых фирм закрывается в течение первых 5 лет существования.

Таким образом, традиционный бизнес подходит тем, кто уже имеет некоторый капитал, обладает знанием и свободным временем для претворения своей идеи в жизнь. Или тем, кто готов рискнуть и взять кредит на "раскрутку" своей идеи.

С открытием бизнеса на основе франшизы все немного легче. Франшиза – это форма соглашения, заключаемого между двумя субъектами бизнеса, один из которых (франчайзор) владеет известной торговой маркой, брендом, а второй (франчайзи) желает использовать этот бренд в своих коммерческих целях. Можно сказать, что франшиза – это передача в аренду прав на использование бренда. Такой бизнес предполагает наличие уже действующей модели предприятия и идеи, которую необходимо продублировать. В основном, на основе франшизы открываются предприятия общественного питания и в сфере торговли, но возможны и другие варианты. При этом, помимо покупки самой "марки" (франшизы), организация такого предприятия требует ряда

других затрат: аренда или покупка помещения, найм персонала, затраты на основные и оборотные фонды. Говоря о том, сколько стоит франшиза, нужно упомянуть, что платежи здесь могут быть двух видов:

1. Паушальный взнос – однократный платеж за аренду торговой марки или бренда, необходимый для того, чтобы подписать договор франчайзинга и открыть бизнес по франшизе. Паушальный взнос может быть самым разным: от сотен до сотен тысяч долларов, в зависимости от известности бренда и масштабов открываемого бизнеса (к примеру, для открытия супермаркета и торгового ларька он будут существенно отличаться). В некоторых случаях допускается оплата паушального взноса в рассрочку, но, как правило, на небольшой срок (несколько месяцев).

2. Роялти – регулярные ежемесячные отчисления от оборота. Размер роялти тоже может быть разным, в зависимости от условий компании-франчайзора, как правило, он находится в пределах 8-10% от оборота [4].

В некоторых случаях условия открытия бизнеса по франшизе могут включать только один из этих видов платежей: или паушальный взнос или роялти, но чаще всего включают оба.

Кроме финансовой стороны вопроса, открытие бизнеса по франшизе ограничивает свободу и инициативу бизнеса, они ограничены условиями франшизы. Предприятие зависит от стабильности/нестабильности франчайзора

Ключевое удобства такой формы организации бизнеса состоит в том, что предприниматель пользуется уже разрекламированной идеей или маркой. На продукцию имеются все сертификаты, разрешения и технологические карты производства. Кроме того, предприниматель получает поддержку со стороны франчайзора (помощь в обучении персонала, гарантийная поддержка при кредитовании и прочее). Собранный мировая статистика говорит о том, что более 80% фирм, открывающих бизнес по франшизе, работают более 5 лет.

Сетевой маркетинг, как форма организации крупного бизнеса на российском рынке появился не так давно, приблизительно 15 лет назад. Но на

данный момент, имеет большое число лидеров и приверженцев. Такая форма организации бизнеса имеет ряд преимуществ перед остальными. Так, сетевой маркетинг не требует больших вложений на старте. И потому быстро окупаются первоначальные затраты. В этой сфере высокая конкуренция, но в тоже время, каждый предприниматель при грамотном построении сети имеет так называемого "информационного спонсора", который материально заинтересован в успехе ниже находящегося партнёра и оказывает всяческую поддержку в бизнесе. Компании-поставщики за предпринимателей решают вопросы начисления вознаграждений, доставки товаров до складов и непосредственно до клиентов и предпринимателей, вопросы сертификации, разрешений, таможенные проблемы, если речь идёт об иностранных производителях и многие другие. Кроме того, как правило, самими компаниями или их лидерами проводятся обучения, как по системе построения сети, так и по специфике продукции. Большинство компаний дают возможность при достижении определённых высоких уровней продаж иметь резидуальный доход. Так же любой человек, развивающийся в сфере сетевого маркетинга, получает частные выгоды в том, что может покупать качественную продукцию по низким ценам.

При таком количестве положительных сторон, этот бизнес, подходит не всем потенциальным предпринимателям. Это связано с тем, что значительные прибыли получают, как правило, не сразу, а по истечении 2-3 и более лет. Низкие затраты на старте приводят к тому, что люди быстро компенсируют свои затраты и не всегда от готовы дальше развивать своё дело. Сетевые компании часто сталкиваются с негативными отзывами в свой адрес из-за того, что их структура имеет пирамидальную форму. Люди, однажды обожжённые на финансовых пирамидах (мошенниках), боятся взаимодействовать с сетевыми компаниями. При этом важно помнить, что в легальной сетевой компании получение доходов и прибылей возможно только при реализации товаров, а не за привлечение дополнительного партнёра. Компании платят только за

товарооборот.

Таким образом, кризис – это время для возможностей, и в том числе для открытия своего дела. А какой способ организации выбрать – это дело каждого потенциального предпринимателя. Каждый из приведенных способов обладает, как преимуществами, так и недостатками.

Библиографический список

1. Сухарев О.С. Эволюционная экономика. Институты – структура, кризисы – рост, технологии – эффективность: .— М. : Финансы и статистика, 2012. — 800 с./ Sukharev O.S. Evolutionary economic . Institutions - structure , crises - growth technologies - efficiency. - Moscow: Finance and Statistics , 2012. – 800
2. <http://timesnet.ru/magazine/5/5768/>
3. Толмачев, И.А. Все о малом предпринимательстве. — М. : ГроссМедиа, 2011. — 360 с./ Tolmachev I.A. All of the small business. - М. : GrossMedia , 2011. - 360 p
4. <http://fingeniy.com/что-такое-франшиза-франчайзинг-бизнес-по-франшизе/>

УДК 339.138

Зайцева А.М., Попова А.В. Формирование стратегии продвижения товара

Formation of strategy of product promotion

Зайцева А.М., Попова А.В.

Донецкий национальный технический университет

Аннотация. В статье исследованы различные подходы к принятию стратегических маркетинговых решений по выводу товара на рынок и определены основные сферы влияния на стратегические решения. Проведен сравнительный анализ основных стратегий в зависимости от новизны товара на стадии внедрения, а также стратегий продвижения товара в зависимости от

цены и качества.

Adstract. In the article various approaches to the adoption of strategic marketing decisions on withdrawal product on the market are examined and the main spheres of influence on strategic decisions are conceded. A comparative analysis of the key strategies depending on the novelty of goods at the stage of implementation and strategies of promoting the goods depending on price and quality are made.

Ключевые слова. Стратегия, продвижение товара, маркетинговые решения, рынок, конкуренция, цена, качество, маркетинговая политика.

Keywords. Strategy, promotion, marketing decisions, market, competition, price, quality, marketing strategy.

На современном этапе экономического развития для производителя производство и продвижение новой продукции является одним из важнейших факторов обеспечения их рыночного успеха. Конкуренция постоянно растет, что требует от производителей уже на этапе вывода нового товара на рынок иметь детально просчитанную, адекватную внешним условиям и потенциалу предприятия стратегию по его продвижению.

Глобализация процессов экономического развития значительно усложнила требования к планированию и применению маркетинговых стратегий продвижения новой продукции. Предприятия все чаще сталкиваются с проявлениями неадекватной, с их точки зрения, реакции со стороны потребителей на средства продвижения и стимулирования сбыта, что приводит к ощутимым, не всегда оправданным затратам [4].

Исследованию проблемы продвижения продукции посвящены научные труды ученых Ф. Котлер, Е.М. Голубкова, А.В. Зозульов, Т.И. Лукьянец. и др. В их публикациях освещаются актуальные вопросы относительно комплекса продвижения продукции. Однако немало вопросов относительно направлений продвижения продукции остаются недостаточно исследованы и требуют дальнейшего углубленного изучения.

Целью исследования является характеристика теоретических основ, а также разработка практических рекомендаций по формированию стратегии продвижения продукции предприятия на рынок.

Существует множество определений продвижения товара и в основном авторы дают одну и ту же смысловую нагрузку. По мнению зарубежных авторов Росситера Дж. и Перси Л. [8]: продвижение товара – любая форма сообщений, используемых предприятием для информации, убеждения или напоминания о своих товарах, услугах, идеи, общественную деятельность и их влияние на общество. С точки зрения российского автора Попова Е.В., стратегия продвижения товара на рынок – это план по захвату рынка, без которого можно остаться забытым, невыбранный, даже если у товара есть масса преимуществ [7]. Другой авторитетный специалист по маркетингу Е.П. Голубков под продвижением продукции понимает «совокупность различных видов деятельности с доведением информации о преимуществах продукта к потенциальным потребителям и стимулирование возникновения у них желания его купить» [2].

Маркетологи определяют комплекс продвижения как специфическое сочетание рекламы, личной продажи, мероприятий по стимулированию сбыта и организации связей с общественностью, направленных на достижение маркетинговых целей. Следовательно, роль продвижения товара заключается в налаживании коммуникации с помощью прямых и косвенных средств продвижения с целью обеспечения получения прибыли и эффективной деятельности предприятия. Для того чтобы осуществить эффективное продвижение, предприятию необходимо спланировать определенную стратегию. Выбор стратегии обуславливается стадией развития предприятия, долей рынка, которую она занимает, видом товара и рынка реализации, конкурентоспособностью предприятия.

Стратегия продвижения товаров позволяет сделать прогноз будущего развития с учетом состояния рынка и ресурсов самой компании, дать оценку

рыночным рискам и возможностям, определить свободные ниши рынка или способа проникновения на уже занятые, определить основу для медиа- и креативной кампании.

Стратегия продвижения – это совокупность действий и мероприятий на плановой основе для результативного влияния на потребителя. Стратегические маркетинговые решения по выводу товара на рынок должны быть согласованы с целями и деловой стратегией предприятия, а также обязательно учитывать уровень производственно-сбытового потенциала предприятия; маркетинговые мероприятия, которые проводят конкуренты; покупательную способность потребителей и уровень спроса на рынке (рис. 1) [9].

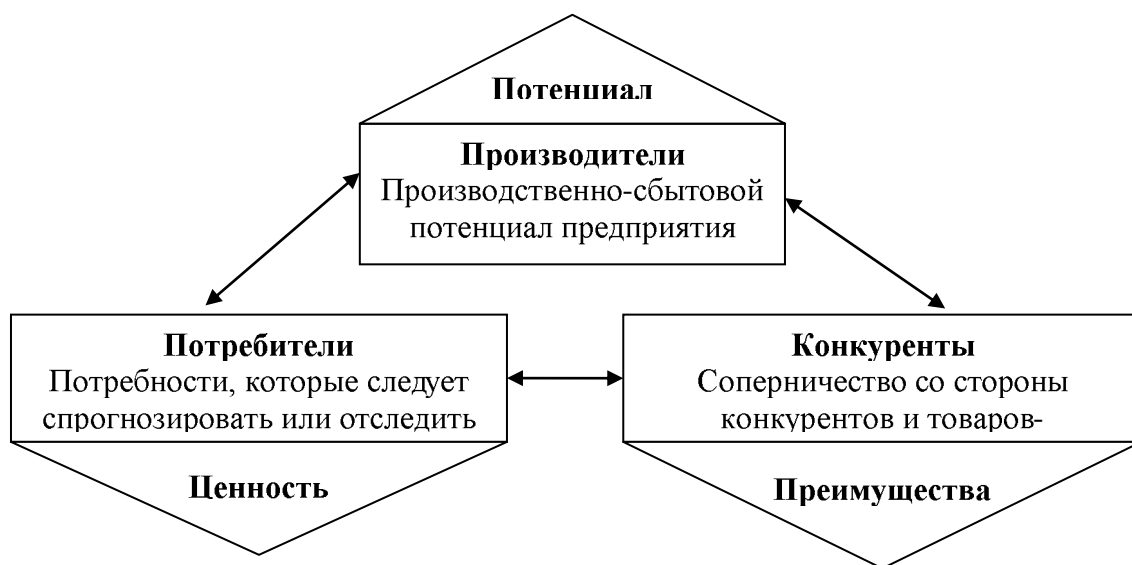


Рис. 1. Основные сферы влияния на стратегические решения в продвижении товара на рынок

Разработка маркетинговых стратегий это сложная и многогранная работа, что определяется конкретной ситуацией. Объектом стратегии маркетинга производственно-хозяйственной системы есть будущее положение организации на конкретном рынке, а также характер использования маркетинговых средств и методов. Содержание стратегии маркетинга меняется по мере продвижения по стадиям маркетинговой деятельности.

На основе маркетинговых исследований и маркетинговой информации и

принимают управленческие решения, формируя ключевую маркетинговую стратегию, которая реализуется в конкретной программе.

Маркетинговая программа включает мероприятия по стабилизации ситуации на рынке, они являются частью стратегического и тактического плана организации. Приоритетными являются стратегии продвижения товаров на новые рынки, упрочнения положения на старых рынках, диверсификация [6].

В зависимости от того на каком этапе ЖЦ находится товар, компания должна выбирать и реализовывать разные маркетинговые стратегии. В зависимости от внутренних и внешних причин появления нового товара и уровня новизны товара на стадии внедрения, выделяют такие стратегии вывода нового товара на рынок - стратегия пионера и последователя [3].

Стратегия пионера предусматривает разработку и внедрение товара, который является новым и относительно рынка, и по фирме, и по существующей технологии.

Стратегия последователя (или стратегия «откушенного яблока») заключается в том, что фирма не является инновационным лидером, и при внедрении нового товара на рынок использует уже существующий рыночный опыт. Результатом внедрения стратегии последователя есть такие разновидности новых товаров, как модифицированный товар, расширение товарной линии, «упрощение» товара [5].

Таким образом, при выходе на рынок с новым товаром фирма или будет пионером (первопроходцем) на рынке, или будет продвигать на рынок модифицированные, новые для себя, но не для рынка товары.

Сравнительная таблица стратегий пионера и последователя приведена в таблице 1.

Таблица 1.

Сравнение стратегий «пионера» и «последователя»

Маркетинговая стратегия	
Пионер	Последователь
Высокий коммерческий риск	Отсутствие риска от провала принципиально нового товара

Высокая прибыль	Низкая прибыль
Дальнейшие стойкие рыночные позиции	Слабые рыночные позиции
Большие затраты на разработку нового товара	Меньшие средства на разработку товара
Большие расходы на продвижение нового товара при внедрении на рынок	Меньшие расходы на продвижения при внедрении товара на рынок
Большая возможность провала товара, как принципиально нового на рынке	Возможность воспользоваться ошибками пионера
Имидж новатора облегчает дальнейшее внедрение новых товаров и товарных марок	
Возможность влияния на маркетинговую политику организации	

Для определения стратегии продвижения товаров наиболее существенны следующие обстоятельства. Во-первых, резко различается платежеспособность населения в ряде крупных городов и на остальной территории страны. Во-вторых, сложились резкие различия по группам предприятий: наряду с предприятиями высокого технического и технологического уровня, финансово устойчивыми, высокорентабельными большинство предприятий имеют отсталую технологию, устаревшие производственные фонды и соответственно низкую рентабельность.

Соотношение цены и качества продукта - важнейший элемент маркетинговой политики. В зависимости от того, каким оно окажется для определенного товара, стоит выбирать позиционирование, рекламную стратегию, каналы распределения и потенциальную потребительскую аудиторию. Психологически потребители склонны выделять три уровня цены и качества — высокий, средний, низкий, различное сочетание которых дает девять стратегий продвижения товара (табл. 2) [1].

Таблица 2.

Стратегии продвижения товара в зависимости от цены и качества

Качество	Цена		
	Высокая	Средняя	Низкая
Высокое	1. Премиум-стратегия	2. Стратегия проникновения	3. Стратегия наиболее благоприятного

			предложения
Среднее	4. Стратегия завышения цен	5. Стратегия среднего уровня	6. Стратегия благоприятного предложения
Низкое	7. Акция «продать и уйти»	8. Акция «продать дешево и уйти»	9. Стратегия дешевого товара

Премиум-стратегия предусматривает завоевание позиции лидера по качеству. Предприятие, действующее по этому принципу, должно выпускать продукт высокого качества и соответствующим образом его позиционировать. Планируя цену на свой продукт, предприятие рассматривает данный товар как престижный с ограниченным предложением или хочет предлагать его как лучший товар, который может купить рядовой потребитель.

Стратегию проникновения обычно используют предприятия, которые пытаются бросить вызов лидеру или закрепиться на новом рынке. Они предлагают продукт высшего качества, но, как показывает опыт, примерно на 10 % уступают по цене премиум-брендам. Такая стратегия оправдана, если спрос эластичен, то снижение цены привлекает новых или стимулирует имеющихся потребителей покупать больше.

Стратегия наиболее благоприятного предложения направлена на завоевание максимальной доли рынка, установление цен, которые в 2-3 раза ниже, чем у лидеров рынка по довольно приемлемому качеству товаров.

Стратегию завышения цен, т. е. продажа по высокой цене товара среднего качества, чаще всего используют тогда, когда спрос настолько высок и мало связан с потребительскими характеристиками продукта, что вопрос качества продукции для потребителя не является основным. Потребители просто хотят иметь определенный товар, чтобы быть «как все».

Стратегия среднего уровня предусматривает продажу товаров среднего качества по средней цене. Такой подход является оптимальным на рынках однородных продуктов, где поддерживается относительное равновесие спроса и цены, нет явных брендов-лидеров. Как правило, средний уровень - это стабильная рыночная ниша, что дает возможность получать невысокие, но стабильные доходы. Эта стратегия отличается минимальным риском, хотя и не

обещает существенных прорывов.

Стратегия благоприятного предложения предусматривает установление низких цен за среднее качество продукции и обычно используется предприятиями, которые делают ставку на массовый выпуск и экономию на масштабах. Такая стратегия позволяет получать прибыль даже при низких ценах и поэтому может быть реализована в длительном периоде.

Продажа низкокачественных товаров по завышенной цене нельзя назвать стратегией. Это может быть только единичной акцией типа «продать и уйти», когда предприятие пользуется неосведомленностью потребителя и в дальнейшем не планирует иметь с ним дела. Такая акция может быть реализована в условиях товарного дефицита.

К стратегии дешевого товара обращаются предприятия, которые открыто ориентируются на самый низкий ценовой сегмент, давая понять потребителям, что это сопровождается низким качеством товара. Необходимым условием для использования этой стратегии является минимизация затрат, которая должна стать приоритетом для предприятия.

Как показывает практика, большинство предприятий предпочитают комбинировать разные стратегии для получения, на их взгляд, максимального результата и эффекта.

Таким образом, продвижение в современной рыночной среде – основная форма адаптации предприятий к быстроизменяющейся рыночной конъюнктуре. Поэтому производителям, чтобы достичь максимального результата от своей деятельности, необходимо постоянно взаимодействовать с реальными и потенциально заинтересованными группами и общественностью, используя при этом разные стратегии продвижения товара.

Предприятия, которые формируют свою деятельность на основе стратегий продвижения, имеют возможность завоевать лидерские позиции на рынке, сохранить высокие темпы развития, сократить уровень издержек, добиться высоких показателей прибыли, что позволит в дальнейшем

всесторонне расширить свои возможности в данной области.

Библиографический список

1. Батенко Л. П. Планирование деятельности предприятия : [науч. пособие] / Л. П. Батенко, Белов Н. А., Евдокимова Н. М. - К.: КНЕУ, 2005. – 384 с.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник / Е.П. Голубков. - М.: Изд. «Финпресс», 1999. - 656 с.
3. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.Я. Кардаш. – К. : КНЕУ, 2002. – 124 с.
4. Карпіщенко М.Ю. Управління стратегіями просування інноваційної продукції: автореферат диссертации к.э.н. – Суммы: СГУ, 2008. – 20 с.
5. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : [навч. посібник] / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ, 1998. – 126 с
6. Пилипенко, С. М. Менеджмент / С. М. Пилипенко, А. А. Пилипенко, В. І. Отенко. – Харків : ХДЕУ, 2002. – 208 с.
7. Попов Е. В. Продвижение товаров и услуг : Учеб. пособие / Е. В. Попов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 320 с.
8. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров / Дж. Р. Росситер, Л. Перси; пер. с англ.; под ред. Л.А. Волковой. - СПб.: Питер, 2011. - 656 с.
9. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : [підруч.] / Н. Чухрай, Р. Патора. – К. : КОНДОР, 2006. — 398 с.

УДК 339 (075,8)

ББК 65.9(2) 421

Кадушкина Е.А. Оценка основных финансовых параметров сельскохозяйственных предприятий базарно-карабулакского района Саратовской области

Evaluation of the main financial parameters of agricultural enterprises bazarny-

karabulak district of Saratov region

Саратовский государственный аграрный университет

имени Н.И. Вавилова, г. Саратов

Saratov State Agrarian University

named NI Vavilov, Saratov

Кадушкина Елена Алексеевна

Kudashkina Elena Alekseevna

E-mail: elena-kadushkina@yandex.ru

Аннотация: данная статья посвящена экономической оценке финансового состояния сельскохозяйственных предприятий Базарно-Карабулакского района Саратовской области.

Ключевые слова: анализ, ликвидность, рентабельность, устойчивость, интегральная характеристика.

Abstract: This article is devoted to the economic assessment of the financial condition of agricultural enterprises Bazarno-Karabulak district of Saratov region.

Keywords: analysis, liquidity, profitability, stability, integral characteristic.

Финансовое состояние предприятия является исходным моментом для принятия необходимого управленческого решения. Для правильного и умелого руководства финансовыми ресурсами предприятия в первую очередь необходимо определить и проанализировать его финансовые параметры.

Процесс функционирования сельскохозяйственных товаропроизводителей сопровождается неизбежным колебанием объема, структуры активов и капитала, что напрямую отражается на финансовой устойчивости, ликвидности, платежеспособности и в целом на финансовом состоянии организаций. Таким образом активы должны генерировать прибыль, достаточную для удовлетворения текущих потребностей и выполнения

стратегических задач финансового развития предприятия.

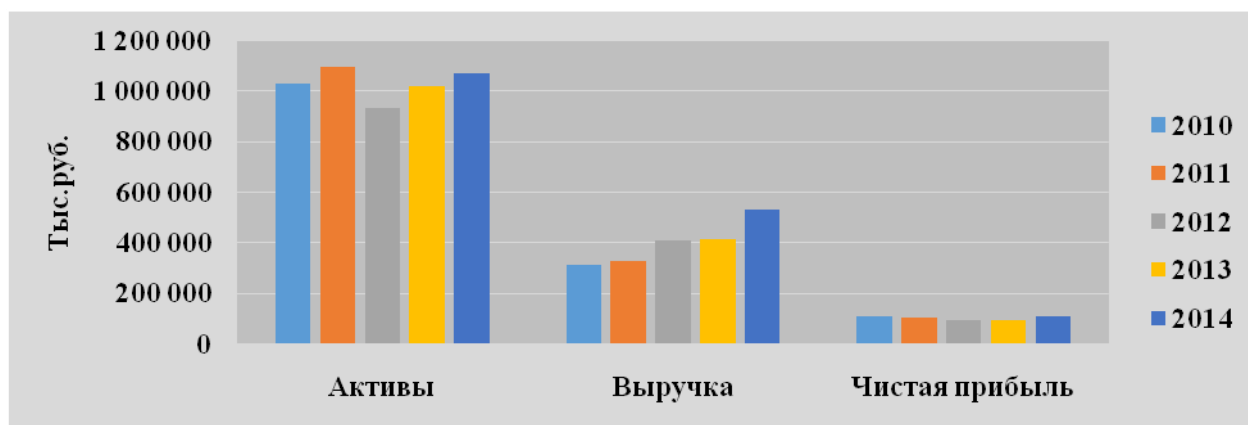


Рисунок 1. Динамика основных финансовых показателей за 2010-2014 годы в сельскохозяйственных предприятиях Базарно-Карабулакского района Саратовской области

На рисунке 1 видно, что активы и чистая прибыль предприятия за 2010-2014 гг. сформировалась не пропорционально. Возможно, это объясняется сложившимся неблагоприятным производственным климатом и рыночными факторами. Однако выручка росла равномерно, что в свою очередь говорит об успешной работе предприятия в торговой и производственной деятельности.

Категория ликвидности имеет первостепенное значение для формирования разумной финансовой политики предприятия на любом этапе его развития. Особенно важно недопущение резких изменений в период финансово - экономического кризиса.

Сводный сравнительный аналитический баланс сельскохозяйственных предприятий Базарно – Карабулакского района Саратовской области за период 2010-2014 гг., разработанный на основе бухгалтерских балансов, приведен в табл. 1.

Таблица 1

Анализ ликвидности баланса в сельскохозяйственных предприятиях Базарно-Карабулакского района Саратовской области

Актив	2010 г.	2011 г.	2012г.	2013г.	2014г.
1.Наиболее ликвидные активы А1	49614	14493	20 326	18763	24337

2.Быстрореализуемые активы А2	25323	29668	19 353	27751	34930
3.Медленно реализуемые активы А3	395431	458 865	392 302	398316	426909
4.Труднореализуемые активы А4	559497	595 364	519 537	575978	610810
Баланс	1029865	1098390	932 226	1020838	1074816
Пассив					
1.Наиболее срочные обязательства П1	53574	49651	38 273	42587	35775
2.Краткосрочные пассивы П2	121549	156439	112 231	66756	91316
3.Долго и среднесрочные пассивы П3	29921	106812	55 890	114896	74934
4.Постоянные пассивы П4	735432	785 476	725 818	796 583	872774
Баланс	1029865	1098390	932 226	1020838	1074816

Из данных, представленных в таблице 1 видно, что в целом по предприятиям прирост актива составил 45011 тыс. рублей или 4,3 %, что свидетельствует о расширении деятельности. Финансовая сторона баланса дает нам возможность охарактеризовать источники финансовых ресурсов и направления их использования. Для финансовой оценки реальной степени ликвидности должны быть выполнены следующие условия: $A1 \geq П1$; $A2 \geq П2$; $A3 \geq П3$; $A4 \leq П4$. В период с 2010 по 2014 гг. наблюдается платежный недостаток наиболее ликвидных активов (рис. 2) - денежных средств - для покрытия наиболее срочных обязательств. При этом ожидаемые поступления от дебиторов так же меньше краткосрочных кредитов и заемных средств по хозяйствам.

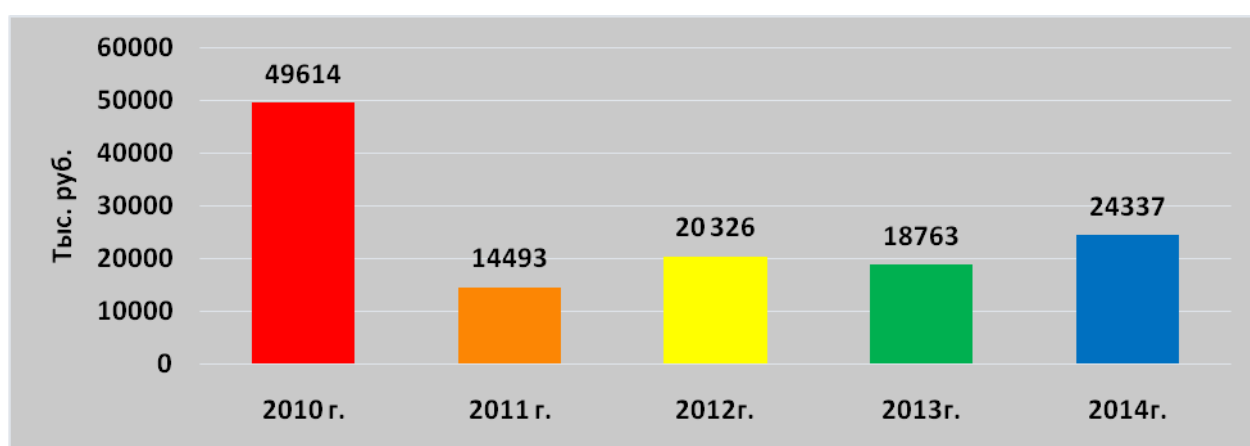


Рисунок 2 – Наиболее ликвидные активы (А1)

На рисунке 2 видно, что за период 2010-2014 гг. наиболее ликвидные

активы снизились на 25277 тыс. рублей, что означает что у предприятий недостаточно денежных средств для покрытия кредиторской задолженности.

Из сравнения медленно реализуемых активов с долгосрочными пассивами видно, что у предприятия достаточно средств для покрытия обязательств.

Анализ ликвидности баланса по предприятиям показал, что в период с 2010 по 2014 гг. наблюдается платежный недостаток наиболее ликвидных активов - денежных средств - для покрытия наиболее срочных обязательств. При этом ожидаемые поступления от дебиторов так же меньше краткосрочных кредитов и заемных средств по хозяйствам. Из сравнения медленно реализуемых активов с долгосрочными пассивами видно, что у предприятий достаточно средств для покрытия обязательств.

Для качественной оценки финансового положения предприятия кроме абсолютных показателей ликвидности баланса целесообразно определить ряд финансовых коэффициентов. Расчет базируется на предположении, что все виды оборотных активов имеют различную степень ликвидности в случае их возможной реализации: абсолютно ликвидные денежные средства, далее по убывающей степени ликвидности располагаются краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и запасы. Расчетные значения коэффициентов финансовой устойчивости по анализируемому сельскохозяйственному предприятию представлены в табл. 2.

Таблица 2

Относительные показатели финансовой устойчивости по
сельскохозяйственным предприятиям Базарно-Карабулакского района
Саратовской области

Наименование коэффициента	2010 г.	2011г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
1. Коэффициент финансовой независимости	0,71	0,71	0,77	0,78	0,81
2. Коэффициент задолженности	0,21	0,21	0,17	0,17	0,14
3. Коэффициент финансирования	3,6	3,45	4,62	4,64	5,80
4. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,35	0,37	0,48	0,50	0,56

5. Коэффициент маневренности	0,16	0,17	0,21	0,22	0,24
6. Коэффициент постоянного актива	0,77	0,76	0,72	0,72	0,70
7. Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов	0,84	0,84	0,79	0,77	0,76
8. Коэффициент имущества производственного назначения	0,92	0,96	0,96	0,95	0,94

Приведенные в табл. 2 показатели характерны для финансово устойчивых предприятий. Так, коэффициент финансовой независимости (рис. 3) повысился за отчетный год на 3% (81-78). Коэффициент задолженности снизился на 3% (17-14). Значение коэффициента маневренности повысилось на 2% (24-22). Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами также повысился на 6% (56-50), однако был выше минимального нормативного значения в 10%.

Замедление оборачиваемости средств, вложенных в оборотные активы, характеризует деятельность организации крайне отрицательно. Такая ситуация свидетельствует о том, что дополнительное вовлечение оборотных средств в производственно-хозяйственную деятельность не сопровождалось адекватным ростом доходов в виде выручки от продаж.

На практике чаще всего применяют не все, а три-четыре наиболее приоритетных показатели, например, коэффициенты финансовой независимости (см. рис. 3).

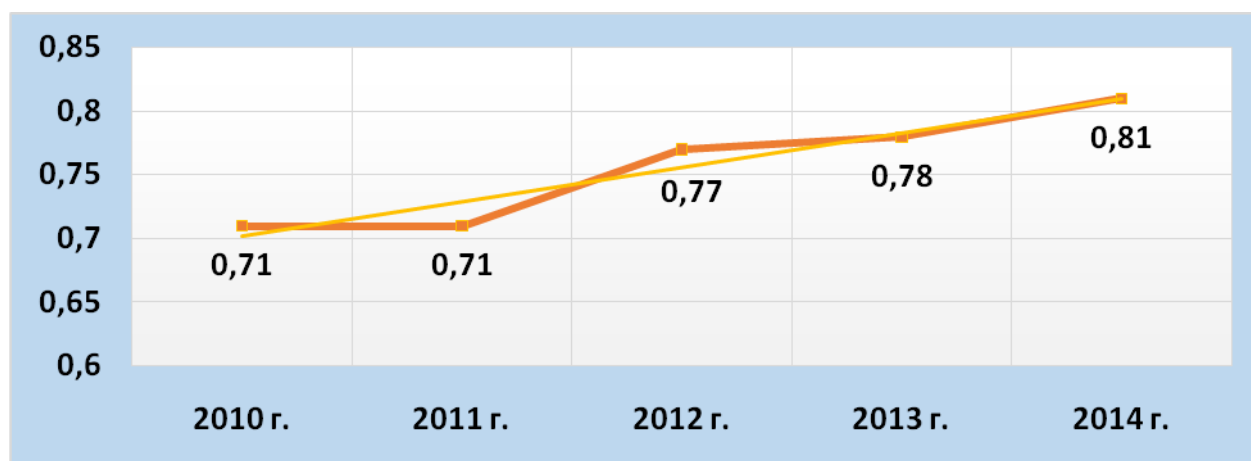


Рисунок 3 – Динамика коэффициента финансовой независимости в сельскохозяйственных предприятиях Базарно-Карабулакского района

Саратовской области за 2010-2014 годы

На рисунке 3 видно, что за анализируемый период – 2010-2014 гг. динамика коэффициента финансовой независимости выросла на 0,10 пункта, что свидетельствует о стабильности предприятия в плане зависимости от сторонних источников финансирования и, следовательно, о его финансовой устойчивости.

Относительными характеристиками финансовых результатов предприятия являются показатели рентабельности - изменение рентабельности активов за 2014 год произошло в положительную сторону, но не значительно. При этом наибольшее положительное воздействие оказал – коэффициент финансовой независимости. Рентабельность продаж и рентабельность собственного капитала отрицательно сказались на результативном показателе.

На основе данных таблицы можно сделать вывод, что в большинстве хозяйств указанные факторы сформированы с отрицательным знаком, в виду снижения основного объемного показателя – выручки от продаж. В базовом периоде деятельность предприятий была значительно рискованной так как удельный вес заемного капитала вырос до 40 %. Но увеличение их не снизило эффективность собственного капитала.

Коэффициент финансовой зависимости имел положительные значения по всем хозяйствам, как и показатель производительность активов. Существование взаимозависимости можно рассмотреть при объективной оценке рентабельности собственного капитала (см. табл. 3).

Таблица 3

Основные параметры и результаты факторного анализа рентабельности собственного капитала по сельскохозяйственным предприятиям Базарно-Карабулакского района Саратовской области

Показатели	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	Отклонение 2014 г. к 2012 г.
Рентабельность продаж, %	34,5	31,7	23,1	22,3	20,5	-14
Производительность активов	0,30	0,30	0,44	0,40	0,49	0,19

Коэффициент финансовой зависимости	0,71	0,71	0,77	0,78	0,81	0,10
Рентабельность собственного капитала	14,69	13,02	12,65	11,42	12,48	-2,21
Влияние факторов, %						
-изменение оборачиваемости активов	0	3,15		-0,71	1,6	
- изменение коэффициент финансовой зависимости	0	0,6		0,09	0,3	
- роста рентабельность продаж	-0,6	-2,69		-0,25	-0,69	
Общее изменение рентабельности собственного капитала %	-0,6	1,06		-0,87	1,21	

Из данных, представленных в таблице 3 видно, что за 2010-2014 гг. положительное отклонение проявили почти все показатели, кроме рентабельности продаж (-14%), что свидетельствует о снижении спроса на продукцию предприятия, и рентабельности собственного капитала (-2,21), это означает, что капитал на предприятии используется не эффективно.

Основной целью финансовой обеспеченности организации является сохранения допустимого уровня финансовой устойчивости в долгосрочной перспективе. Особенности финансово устойчивого хозяйствования: доходность активов не ниже ставки процента по банковским кредитам; доходность собственного капитала не ниже рентабельности активов; сбалансированность поступлений и платежей или положительный чистый денежный поток; достаточность чистой прибыли для обеспечения воспроизводства производительного и финансового потенциала.

Рентабельность продаж является индикатором **ценовой политики** компании и её способности контролировать **издержки**. Рентабельность активов к 2013 году снизилась на 1,92%, что составило 6,78% и достигло максимального значения в 2014 году 9,24 %. Данный показатель характеризует способность активов компании порождать прибыль.

На основе комплекса ключевых финансовых показателей, может быть получена сводная, т.е. интегральная количественная характеристика финансового положения предприятия — рейтинг финансовой устойчивости

(см. таб. 4 и рис. 4)

Таблица 4

Сводные значения интегрального показателя финансовой устойчивости
по сельскохозяйственным предприятиям Базарно-Карабулакского района
Саратовской области за 2012-2014 год

Объекты анализа	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Отклонение 2014 г. к 2012 г.
ЗАО племенной завод "Липовское"	0,608	0,578	0,656	0,048
МУП "Базарно - Карабулакская птицефабрика"	0,279	0,034	0,284	0,005
ООО "Агро - Нива"	0,415	0,464	0,345	-0,070
ООО "Гусихинское"	0,519	0,389	0,538	0,019
ООО "Долина"	0,508	0,605	0,607	0,099
ООО "Ивановское"	0,894	0,819	1,140	0,246
ООО "Колосок"	1,832	0,634	0,620	-1,212
ООО "Кудашевский конезавод"	0,765	0,725	0,901	0,136
ООО "Роща"	0,259	0,430	0,552	0,293
ООО "Снежное"	1,300	0,929	1,248	-0,052
СПК СХА "Алексеевская"	0,901	0,831	0,757	-0,144
СПК СХА "Вязовская"	0,705	0,704	0,677	-0,028
СПК СХА "Дружба"	0,818	0,659	0,767	-0,051
СХПК СХА "Искра"	1,632	5,336	11,317	9,685
СХПК СХА "Нееловская"	0,444	0,458	0,547	0,103
СХПК СХА "Содомская"	0,737	0,496	0,644	-0,093
СХПК СХА "Старожуковская"	0,553	0,622	0,558	0,005

Из представленной таблицы 4 и рисунка 4, можно сделать вывод, что у сельскохозяйственных предприятий Базарно-Карабулакского района Саратовской области нормальный уровень финансовой устойчивости только у некоторых предприятий - СХПК СХА «Дружба», ООО «Роща», ООО «Долина». У таких предприятий, как ЗАО племенной завод «Липовское», СХПК СХА «Старожуковская», СХПК СХА «Нееловская», СПК СХА «Вязовская», СПК СХА «Алексеевская», ООО «Снежное», ООО «Колосок», ООО «Ивановское», ООО «Гусихинское», значение интегрального показателя финансовой устойчивости варьируется от 0,6 до 1, свидетельствует о том, что организация обладает относительной финансовой неустойчивостью, однако значения интегрального показателя приближается к верхней границы абсолютной финансовой неустойчивости, поэтому если предприятие в будущем не улучшит уровень некоторых показателей, то показатель финансовой

устойчивости сильно снизится. Остальные предприятия имеют значение интегрального показателя финансовой устойчивости, который варьируется от 0,6 до 0, значит, организации присуща абсолютная финансовая неустойчивость.

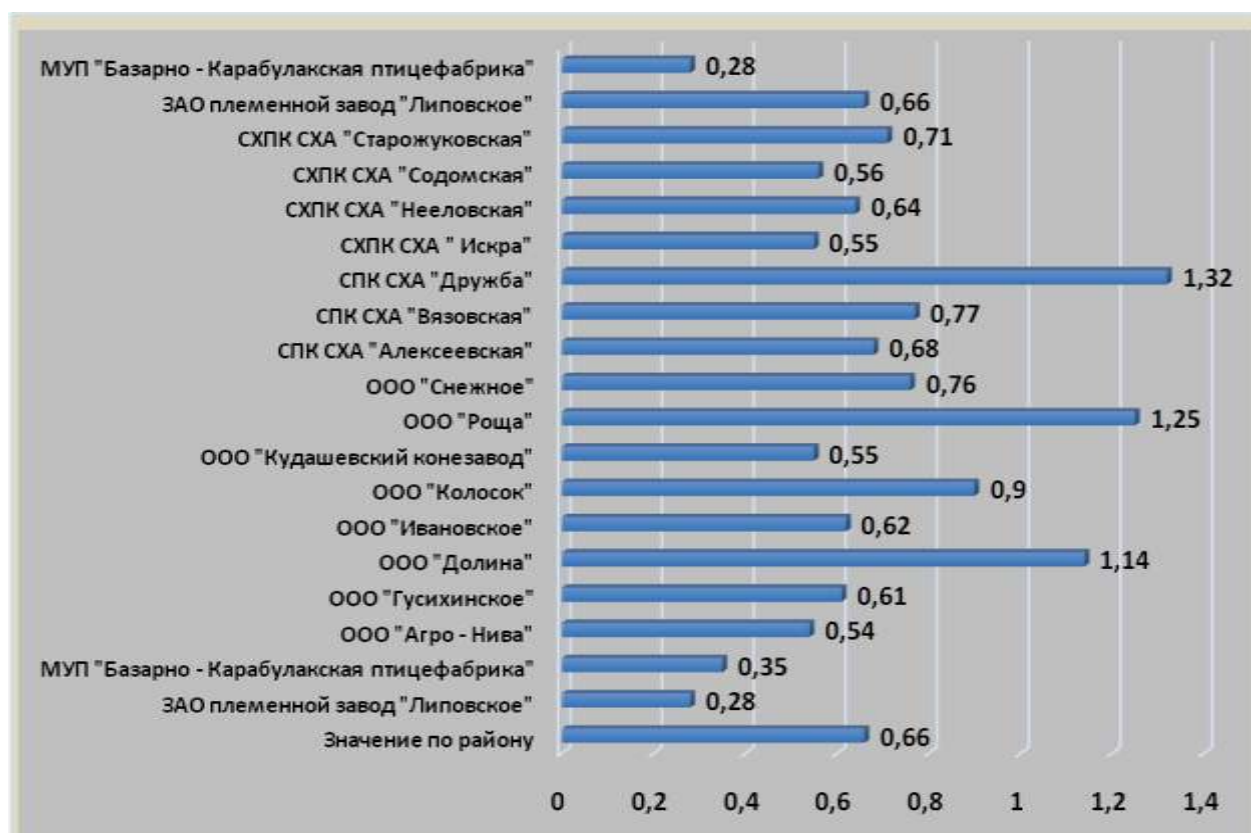


Рисунок 4– Значения интегрального показателя финансовой устойчивости по сельскохозяйственным предприятиям Базарно-Карабулакского района Саратовской области за 2012-2014 год

Расчет интегрального показателя позволяет выявить слабые и сильные стороны организации при разработке программы развития. Также расчет интегрального показателя облегчает сравнительную оценку уровня финансовой устойчивости, в результате которой определяет положение анализируемой организации в рейтинге. Финансовая обеспеченность производственного потенциала сельскохозяйственных предприятий является ключевым звеном в области экономических отношений, способствующим повышению уровня финансовой стабильности и безопасности сельского хозяйства.

Таким образом, проведенная оценка по сельскохозяйственным предприятиям Базарно-Карабулакского района Саратовской области за 2012-

2014 год, позволила выявить общее состояние исследуемых предприятий как по экономическим, так и по интегральным показателям, что позволило в целом определить финансовую устойчивость предприятия.

Библиографический список

1. Андреев, К. Л., Андреев, В. И. Оценка финансовой структуры капитала сельскохозяйственных предприятий Саратовской области / К.Л. Андреев, В. И. Андреев // [Вестник Омского университета. Серия: Экономика](#). - 2014. - № 3.- С. 68-73.
2. Андреев, В. И. Анализ и диагностика финансового состояния сельскохозяйственных предприятий Базарно-Карабулакского района Саратовской области /Андреев В. И., Слепцова О. И. // [Актуальные проблемы региональной экономики: финансы, кредит, инвестиции](#) Сборник научных статей. Посвящен празднованию 100-летия ФГБОУ ВПО "Саратовский государственный аграрный университет им. Н. И. Вавилова". Под редакцией Л.Н. Алайкиной, Т.А. Исаевой, Саратов, 2013. - С. 43-59.
3. Андреев, В. И. Эффективность использования производственного потенциала сельскохозяйственных предприятий (на примере Саратовской области) автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова. Саратов, 2005.
4. Финансовое состояние и стратегия развития сельскохозяйственных предприятий Базарно-Карабулакского района Саратовской области: монография / Андреев К.Л., Андреев В.И., Дедюрин А.В., Исаева Т.А. – Саратов: ИЦ «Наука», 2013. – 200 с.
5. Оценка финансового состояния и управление кредиторской

задолженностью на сельскохозяйственных предприятиях:
монография / В.И. Андреев, К.Л. Андреев, А.В. Дедюрин, Т.А.
Исаева и др. – Саратов: ООО Издательский центр «Наука», 2014.
- 142 с.

УДК 33

Карасиков Е.М. Роль руководителя в системе устойчивого развития предприятия

The role of the leader in the enterprise sustainable development

Карасиков Евгений Михайлович

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Ekaras_ikov@mail.ru

Karasikov Evgeny Mikhailovich

Plekhanov Russian University of Economics

Аннотация. В статье обозначены научно методические проблемы функционирования устойчивого развития предприятия в современных условиях и предложены пути их решения. Приведены факторы воздействующие на предприятие.

Ключевые слова: устойчивое развитие; проблемы устойчивого развития предприятия; факторы устойчивого развития; контроллинг.

Abstract. The article describes methodological problems of functioning the enterprise sustainable development in modern conditions and suggests the ways of their solving. The factors affecting the enterprise are depicted.

Keywords: sustainable development; problems sustainable development of enterprise; factors of sustainable development; controlling.

В современном мире сложилась определенная экономическая обстановка, которая имеет ряд особенностей, в том числе и множество дестабилизирующих

факторов. Она зачастую проявляет довольно сложную динамику, которая отражается в периодических циклах и отклонениях. В связи с этим наблюдается явление, в котором экономика явно демонстрирует нелинейные тенденции и эффекты [2, с. 144].

В этих сложных условиях, у предприятий появляется множество проблем, которые не только снижают экономические показатели, но и явно могут подорвать возможность нахождения на рынке. Для самого же предприятия успешность его деятельности не должна строиться только на концепциях повышения качества продукции. Поэтому на современном этапе развития актуализируется вопрос устойчивого развития. Ведь чем устойчивей предприятие, тем меньше риск незапланированных ситуаций.

На сегодняшний день устойчивая компания – это эффективное предприятие, обладающее ясным пониманием своих стратегических целей, определённым видением будущего, компетентным персоналом и эффективными механизмами адаптации, позволяющими сохранить устойчивость в условиях современного рынка, который характеризуется высоким уровнем неопределённости и повышенными рисками. Другими словами, это организация, которая наряду с компетентностью в отраслях экономики имеет высокие динамические способности. Ведь динамические способности определяют успех бизнеса сегодня и в том числе:

- способность быстрее конкурентов анализировать сложившуюся ситуацию и реагировать на изменение потребностей потенциальных потребителей;
 - способность в краткие сроки принимать важные управленческие решения и осуществлять необходимые действия;
 - способность организовать постоянный процесс самосовершенствования;
 - способность быстро и эффективно производить требуемые изменения
- [6, с. 248].

Проанализировав многие российские компании можно заметить, что

реакция у них запаздывает, решения принимаются в течение долгого времени, а даже принятые решения не исполняются, либо исполняются неэффективно.

Одной из основных проблем вышесказанного, является неспособность управления устойчивостью. Некомпетентное руководство, является первопричиной банкротства фирмы и её ухода с рынка. Следовательно, стоит уделять должное внимание организации управления на предприятии. Ведь несмотря на негативное воздействие извне, компетентный руководитель сможет гарантировать его устойчивое развитие [4, с. 284].

Для того чтобы процесс управления устойчивым развитием был эффективен, необходимо наличие следующих признаков:

- быстрое реагирование на стороннее воздействие, угрожающее устойчивому развитию;
- обладание необходимыми ресурсами для принятия решения;
- наличие информационной базы и современных средств её обработки;
- соответствие системы управления международным стандартам в области устойчивого развития [1, с. 93];

Довольно существенной проблемой, с которой сталкивается предприятие, является проблема значительного и быстрого изменения внешней среды, которая постоянно находится в динамике. Для осуществления политики устойчивого развития, руководителю нужно знать о происходящих изменениях и быть к ним готовым. Эти условия предполагают проведение постоянного анализа внешней среды. В зависимости от этого, предприятие уже может отталкиваться и выстраивать свои долгосрочные и краткосрочные планы.

Для создания основы устойчивого развития, необходимо осуществлять постоянный комплексный анализ тех факторов, которые оказывают отрицательное влияние, поскольку они носят обширный характер, воздействуют на большую часть системы, дезорганизуют сложившийся порядок. Для повышения устойчивости необходимо чётко выделять факторы, имеющие решающее значение и определяющие дальнейшее развитие

предприятия в целом [5, с. 300].

Стоит отметить, что такими факторами являются: уровень развития трудовых ресурсов на предприятии, обеспеченность ресурсной базы, состояние производственных фондов.

Практика зарубежных и отечественных компаний показывает, что одним из наиболее эффективных инструментов, способствующих повышению устойчивости и при этом охватывающим все аспекты её деятельности, является система контроллинга.

Отечественные авторы по разному подходят к определению термина «контроллинг». Ивашкевич В. Б. контроллингом называет «... систему управления прибылью предприятия для достижения ее максимизации». Карминский А. М. расширяет это понятие до «...концепции системного управления и способ мышления менеджеров, в основе которых лежит стремление обеспечить эффективное долгосрочное функционирование организации». Анташов В. А. и Уварова Г. В. считают это «...концепцией руководства предприятием, ориентированная на его долговременное и эффективное функционирование в постоянно меняющихся хозяйственных условиях». Но все они согласны, что основы данной концепции позволяют предприятию обеспечить свою выживаемость [3, с. 97].

Система контроллинга, ориентированная на поддержку процессов принятия управленческих решений, путём мониторинга вышеприведённых факторов среды выявляет и регулирует узкие места на предприятии, формирует предложения по их устранению или контролю, способствуя тем самым повышению его устойчивости и конкурентоспособности.

Таким образом, управление изменениями и контроллинг в условиях возрастающей конкуренции, сложной экономической ситуации и состоянии неопределённости, является важнейшей функцией управленческого персонала на предприятии. Последнее десятилетие XX в. ознаменовалось значительными изменениями в осмыслении всей теории и практики управления, а сегодня

одной из основных проблем выступает обеспечение устойчивого и сбалансированного развития предприятия на всех организационно – правовых уровнях. Новая «экономическая реальность» требует от руководителей предприятий использования современных технологий менеджмента.

Реализация указанных мер должна предотвращать дезорганизацию на предприятии и стать основой для возрождения национальной экономики и перехода к устойчивому развитию.

Библиографический список

1. Аблязова М.Г. Управление социальным развитием организации: Учебник. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 416 с.
2. Бабурин С.Н. Глобализация в перспективе устойчивого развития: Монография. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 496 с.
3. Вдовин С.М. Стратегия и механизмы устойчивого развития региона: Монография / - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 154 с.
4. Подлесных В.И. Новые подходы и методы обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур: Теория организации, самоорганизации и управления. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 304 с.
5. Радиевский М.В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия: Учебник / М.В. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 377 с.
6. Чуб А.А. Регионы России: факторы устойчивости и институциональные предпосылки развития в условиях глобализации: Монография/ - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 232 с.

Кожин В.А., Шагалова Т.В., Жесткова И.С. Мотивация персонала в условиях бюджетирования с учётом развития рыночных отношений

Motivation of staff in terms of budgeting, taking into account the development

of market relations

Кожин Владимир Александрович, д.э.н., профессор кафедры экономики и организации строительства ФГБОУ ННГАСУ бизнеса. Vladimir nimb@mail.ru

Шагалова Татьяна Владимировна, к.э.н., доцент кафедры инновационного менеджмента ФГБОУ ННГАСУ. Tatyana-nimb@mail.ru

Жесткова Ирина Сергеевна, соискатель. zhestkova.irina@bk.ru

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы развития мотивации персонала, опираясь на перспективные тенденции развития мировой экономики и имущественно-трудовых отношений. В статье обоснована необходимость изменения содержания, цели деятельности коммерческих предприятий и критериев их развития, позволяющих максимально гармонизировать интересы собственников и наёмного персонала, чтобы на этой платформе, объединив всех, направить потенциал коллектива на безусловное достижение глобальной цели.

Abstract. The article deals with problems of motivation of the personnel, relying on future trends of the global economy and property and labor relations. In the article the necessity of changing the content, the objectives of commercial enterprises and the development of criteria that can help to harmonize the interests of owners and hired staff to this platform, bringing together all the potential to send the team to the absolute global goal.

Ключевые слова. Мотивация, бюджетирование, интересы оплата труда, рейтинг, стандартизированные коэффициенты, коэффициент трудового вклада, имущественно-трудовые отношения.

Keywords. Motivation, budgeting, pay interest, rating, standardized coefficients, the coefficient of labor input, property and labor relations.

Вызов России на санкции Запада - это акт, рассчитанный на длительное перманентное противостояние, требующий решительных действий, не только в политике, но и в реальной экономике. Речь идёт о том, что пора основные ресурсы направлять на развитие экономики, прежде всего, перерабатывающих

предприятий, производящие нужную населению продукцию и услуги, а также на образование и науку. Пока приходится констатировать, что наша страна продолжает оставаться сырьевым придатком развитых стран. Поэтому в современных условиях особую актуальность приобретают новые подходы к мотивации персонала с более объективными критериальными подходами к оценке деятельности предприятия на основе бюджетирования. Его внедрение без коренного изменения цели в деятельности предприятий, ориентированной на максимальное получение прибыли любой ценой, и парадигмы экономических отношений между собственниками и наёмным персоналом не принесут (кроме собственников) желаемых результатов. При внедрении бюджетирования трудовые отношения между собственниками и наёмным персоналом должны быть заменены на имущественно-трудовые, которые должны регламентироваться контрактами при приёме на работу.

Одновременно отношения между собственником и центрами финансовой ответственности (ЦФО) закрепляются в договоре при переводе их на бюджетирование. Этот вопрос назрел, поскольку не все собственники как менеджеры эффективны, что часто ведёт к банкротству. На практике смена собственника в России происходит путём купли - продажи, что не всегда адекватно смене на эффективного нового менеджера, а не эволюционным «бескровным» путём. Такая практика только вредит предпринимательству, связана с колоссальными потерями для экономики страны. Это как раз тот случай, когда из числа наёмного персонала в состав собственников следует принимать наиболее профессионально подготовленных менеджеров, которые, работая на предприятии, своими активными действиями действительно внесли и в дальнейшем могут внести реальный вклад в развитие предприятия и могут привлекать инвестиции для развития. Подобная практика широко применяется в США через «систему участия» наёмного персонала в прибыли. Такая постановка решения сформулированной проблемы по настоящему может быть решена только на основе правильно обоснованной мотивации, позволяющей

максимально гармонизировать интересы собственников и наёмного персонала, нацеленных на достижение запланированной глобальной цели и справедливое распределение прибавочного продукта в рамках предприятия.

Мотивация персонала на выполнение планов при внедрении бюджетирования достигается путём включения в бюджет ЦФО резерв средств, который может быть использован руководителем только в случае выполнения директивных показателей. Данный фонд может распределяться по усмотрению руководителя. Что касается руководителей предприятия и ЦФО, их мотивация может осуществляться на контрактной основе. Для этого с такими руководителями должен заключаться контракт на условиях, согласно которым он должен выполнить план и бюджет на предстоящий период. По результатам выполнения производится выплата вознаграждения. Конечно, методов мотивации довольно много, но мотивация в условиях бюджетирования должна быть наиболее эффективная.

Внедрение бюджетирования является мощным инструментом управления, позволяющим стимулировать весь персонал на достижение результатов, повысить объективность и точность финансово-экономического планирования и оценить эффективность работы подразделений. Потенциальные преимущества бюджетирования позволяют обоснованность прогнозов и затрат. Одновременно, действенная мотивация в условиях бюджетирования способствует улучшению качества продукции. Кроме того, появляется возможность проследить взаимосвязь между целевыми показателями и затратами на их достижение. Четкая логическая взаимосвязь между целью, задачами и директивными показателями, подкрепленные планами мероприятий, показывающие пути их достижения и лимитом бюджетных средств, гарантируют экономически и организационно выполнение плановых заданий, если персонал реально мотивирован, поскольку эффективное управление невозможно без понимания мотивов и потребностей человека и правильного использования стимулов к труду. Как показывает практика,

переход на бюджетирование для многих предприятий ничего не меняет в мотивации персонала. До сих пор в них практически отсутствует связь между системой бюджетирования и мотивацией, а также экономически обоснованных вознаграждений на основе объективной оценки результатов труда персонала [4].

В настоящее время основной формой реализации материальных стимулов остаётся заработная плата, поскольку через её функцию реализуется основной интерес персонала к труду. Современное состояние экономики требует поиска новых мотиваторов для максимальной гармонизации интересов собственников и наёмного персонала, поскольку их интересы взаимно противоположны. Поэтому реализация на практике взаимовыгодного механизма достижения интересов, указанного двухстороннего партнерства является одним из главных условий эффективного развития производства в условиях бюджетирования.

Учитывая, что данная проблема на практике реализуется слабо, состав оплаты труда, представленный на рисунке 1, позволяет судить о несовершенстве применяемых мотивов к труду для наёмного персонала.

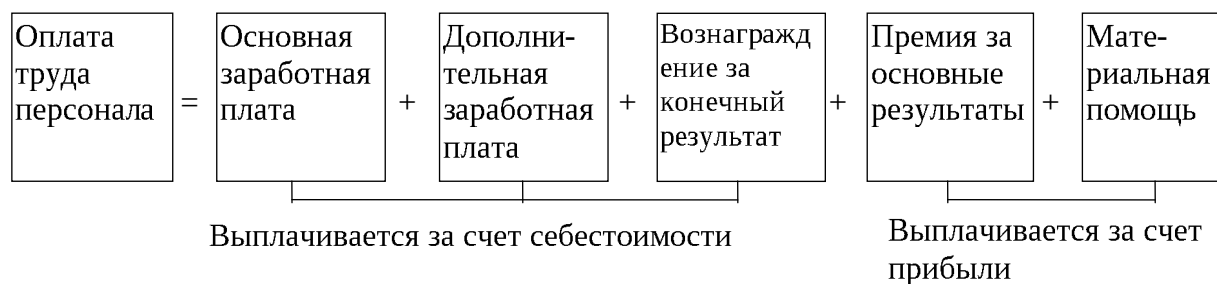


Рис. 1. Состав оплаты труда наёмного персонала

Большой информативностью рисунок 1 мог бы обладать, если показанный состав, был дополнен структурой форм оплаты труда.

В действующей практике состав оплаты труда персонала складывается из основной заработной платы, дополнительной заработной платы, вознаграждения, премии и материальной помощи.

Такой состав исторически сложился в дореформенный период, и на передовых предприятиях, в частности в Нижегородской области, он существенно изменился. Главное изменение состоит в том, что в составе

заработной платы персонала строго выделяются постоянная и переменная части. Постоянная часть составляет от 40% до 60%, которая имеет тенденцию к снижению. Переменная часть включает в себя: надбавку от 30% до 100% с учётом занимаемой должности и реального вклада работника за весь период работы на предприятии, при условии отработки необходимого количества рабочего времени, стимулирует рост профессионального мастерства и повышение квалификации работника; премию по результатам работы работника с учётом его коэффициента трудового вклада; вознаграждение за выполнение особо важных заданий и бонус по итогам года с учётом рейтинговой оценки работника. Также выплачивается материальная помощь в виде компенсационных выплат в чрезвычайных или экстремальных ситуациях.

В составе выплат наёмному персоналу отсутствует вознаграждение за выполнение особо важных инициативных заданий и от доли имущества собственника, стоимость капитала которого, позволяет создавать прибавочную стоимость.

Функция мотивации центров ответственности и отдельных работников производится на основе оценки динамики взаимосвязанных показателей. В системе мотивации особое место отводится определению лидера на основе расчета рейтинга среди однопрофильных центров финансовой ответственности (ЦФО). Для расчета рейтинга (ЦФО) предлагается использовать методику на основе стандартизированных коэффициентов [3] в следующей последовательности:

1. В начале производится количественная оценка выполнения плана (f_{ij}) по i - м оценочным показателям в разрезе j -х центров ответственности.

2. Затем рассчитываются стандартизированные коэффициенты (K_{ij}) ($K_{ij} = f_{ij}/f_{ijmax}$) по каждому i - му показателю в разрезе j -х центров ответственности.

3. Стандартизированные коэффициенты (K_{ij} возводятся в квадрат.

$$K_{ij}^2 = (f_{ij}/f_{ijmax})^2 \quad (1)$$

4. Рассчитывается результирующий показатель (P_j) путём суммирования значений (K_{ij}^2) по каждому центру ответственности по зависимости:

$$P_j = \sum (K_{ij})^2 \quad (2)$$

5. Результирующий показатель (P_j) располагается в нисходящем порядке, на основе которого определяется рейтинг для выявления лидера среди центров ответственности.

Предложенный алгоритм можно рассчитать на условном примере, используемом для выявления лидера среди центров ответственности по данным таблиц (1,2,3).

Таблица 1

Матрица исходных данных

№ центр ов	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент финансовой независимости	Объем продаж, млн.руб.	Доля собственного капитала в текущих активах (%)	Рентабельность продаж (%)	Коэффициент финансовой устойчивости
1.	1,22	0,3	47	38	34	0,65
2.	0,96	0,6	20	68	25	0,54
3.	1,54	0,7	35	40	38	0,47
4.	1,35	0,4	15	29	40	0,81
5.	1,94	0,5	24	54	30	0,72
6.	0,85	0,2	40	60	32	0,9

Таблица 2

Матрица стандартизированных коэффициентов

№ центр ов	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент финансовой независимости	Объем продаж, млн.руб.	Доля собственного капитала в текущих активах (%)	Рентабельность продаж, (%)	Коэффициент финансовой устойчивости
1.	0,629	0,429	1	0,559	0,85	0,722
2.	0,495	0,857	0,426	1	0,625	0,6
3.	0,794	1	0,745	0,588	0,95	0,522
4.	0,696	0,571	0,319	0,426	1	0,9
5.	1	0,714	0,511	0,794	0,75	0,8
6.	0,438	0,286	0,851	0,882	0,8	1

Таблица 3

Рейтинговая оценка деятельности организаций

№ центр ов	Коэффиц иент текущей ликвидно сти	Коэффицие нт финансово й независимо сти	Рентабе льность собствен ного капитала	Объем продаж	Рентаб ельнос ть продаж	Коэффиц иент финансов ой устойчи вости	Результ ирующий показате ль	Рейт инг (мес то)
1.	0,396	0,184	1	0,313	0,723	0,521	1,771	4
2.	0,245	0,735	0,182	1	0,391	0,36	1,707	5
3.	0,63	1	0,555	0,346	0,903	0,273	1,925	1
4.	0,484	0,326	0,102	0,182	1	0,81	1,704	6
5.	1	0,51	0,261	0,63	0,563	0,64	1,898	2
6.	0,192	0,082	0,724	0,778	0,64	1	1,848	3

Рассмотренная методика рейтинговой оценки результатов деятельности ЦФО должна проводиться отдельно для центров затрат, центров прибыли центров полной финансовой ответственности. Выставление рейтинга ЦФО является объективной оценкой результатов их деятельности, которую можно использовать для определения доли средств, направляемых на дополнительное стимулирование персонала при внедрении бюджетирования.

Рейтинговая оценка позволяет более объективно рассчитать долю прибыли в рублях (Дп_j), которую следует оставить в распоряжение конкретного(j- го) центра ответственности, используя зависимость:

$$Дп_j = [P_j : (\sum P_j) + (P_j - P_c)] * Э_j, \quad (3)$$

где Э_j - прибыль (экономия), полученная всеми j-м центрами ответственности по предприятию за расчётный период, в руб.

P_c—средний результирующий рейтинг по всем центрам ответственности.

Рассчитанная доля прибыли на многих российских предприятиях распределяется для отдельных работников с учетом коэффициента трудового вклада (КТВ), который должен интегрировать в себе индивидуальную производительность работника, его инициативу, творческое отношение к труду, качество продукции, заинтересованность персонала в снижении издержек производства, в повышении рентабельности и доходов предприятия. Обычно на практике КТВ рассчитывается на основе коэффициентного подхода по

зависимости:

$$K_B = K_0 + \sum_{i=1}^n n_i V_i - \sum_{j=1}^m n_j V_j, \quad (4)$$

где K_0 – базовый коэффициент; n_i – количество i -х достижений в работе;

V_i – весомость i -х достижений в работе; n_j – количество j –х упущений в работе; V_j – весомость j –х упущений в работе.

В свою очередь величина базового коэффициента определяется по зависимости:

$$K_0 = \frac{\sum_{i=1}^n K_i U_i}{n}, \quad (5)$$

где – K_i – коэффициент выполнения плана за отчётный период текущего года по i -м основным оценочным показателям, взятым в расчет (K_0); U_i – уровни напряженности плановых заданий на текущий период по сравнению с прошлым годом по i -м основным оценочным показателям, взятым в расчет. Таким образом, коэффициент трудового вклада в существующей практике прямо зависит от оценки результатов работы коллектива предприятия, его подразделений, индивидуального вклада отдельного работника, с учётом его достижений и упущений.

Рассмотренный выше подход оценки вклада конкретного работника в результаты труда коллектива больше характерен для социалистического способа производства, получил широкое распространение в середине 80-х годов прошлого столетия, когда в СССР на предприятиях повсеместно внедряли системы управления качеством.

Однако в рыночных условиях такой подход к оценке трудового вклада персонала не отвечает требованиям экономических отношений, которые вытекают из глобальной цели бюджетирования – достижение постоянного роста прибыли предприятия на основе максимальной гармонизации интересов между собственниками и наёмным персоналом по критерию качества трудовой жизни. Эта ключевая цель бюджетирования может быть решена только на

основе развития и изменения имущественных отношений. При этом КТВ должны рассчитываться не только на основе коэффициентов, которые тесным образом не коррелируют с реальным экономическим эффектом, а на основе экономической оценки результатов труда и с учётом реальных имущественных отношений в рамках предприятия.

Для анализа экономического результата деятельности конкретного работника за определённый период и более обоснованного расчета показателя оценки его трудового вклада предлагаются модели расчета экономического ущерба от недостатков (Эн) по зависимости:

$$\text{Эн} = \frac{Z * \sum_{j=1}^k t_j k_j}{Tn} + \sum_{j=1}^n V_j k_j, \quad (6)$$

где Z – годовые планируемые постоянные затраты по предприятию в целом, руб.;

Tn – плановый фонд затрат труда на годовую программу предприятия, чел. - час.;

T_j – потеря времени по i -тому недостатку, в чел. – час.;

K_j – количество j –ых недостатков;

V_j – фактические потери переменных затрат по j –му недостатку, в руб.

На основе данных управленческого учёта рассчитывается экономический эффект в рублях от выявленных и использованных резервов (Эр), характеризуемые как достижения конкретных работников. Для этой цели предлагается методика расчета такого эффекта по зависимости:

$$\text{Эр} = \frac{Z * \sum_{i=1}^m t_i m_i}{Tn} + \sum_{i=1}^m V_i m_i, \quad (7)$$

где Z – годовые планируемые постоянные затраты по предприятию в целом, руб.;

Tn – плановый фонд затрат труда на годовую программу предприятия, чел. – час.

t_j – экономия времени по i -тому резерву, в чел. – час.;

m_i – количество i -ых резервов;

Z_i – фактическая экономия переменных затрат по i -му резерву, руб.

На основе приведённых выше моделей можно рассчитать инновационный показатель (КТВи) более объективно, отражающий относительный вклад конкретного работника за определенный период по зависимости:

$$\text{КТВи} = \frac{\Delta_p - \Delta_n}{H}, \quad (8)$$

где H – фиксированная величина экономического эффекта (ущерба), устанавливаемая высшим руководством на определенный период времени (квартал, полугодие, год), при достижении которого работник получает право на положительную мотивацию или наказывается.

Использование предложенного выше подхода требует уточнения методики формирования долевой собственности как основы мотивации и гармонизации имущественно – трудовых отношений на предприятии при внедрении бюджетирования. Речь идёт о выработке, понятных правил для широкого круга персонала, желающего приобрести для себя долевую собственность предприятия. Для решения этой проблемы подводится реальная экономическая основа, так как на условиях делегирования полномочий ЦФО могут за счёт полученной экономии затрат часть средств направлять на мотивацию персонала. Последние на законных основаниях могут направлять часть этих средств для приобретения доли собственности предприятия. Для этого необходимо:

регламентировать имущественно – трудовые отношения по поводу: делегирования полномочий центров ответственности, непрерывного планирования бюджетов, ценообразования, системы взаиморасчётов контроля и регулирования;

произвести расчет и утверждение гибких нормативов: величин ущерба и эффекта во временном интервале (за месяц, с начала года, по итогам года) на основе их экономической оценки в рублях, отчислений от прибыли в фонд

оплаты для выплаты разовых премий, размера общего эффекта, достаточного для получения бонуса, дополнительного социального пакета, для продвижения по служебной лестнице или зачисления в резерв, для участия в управлении предприятием на правах одного из собственников, для установления значимых виновников потерь, а также доли собственности, возможной для использования в течение определенного периода при увольнении собственника из акционерного общества и других предприятий с частными формами собственности.

Экспериментальные исследования имущественно – трудовых отношений при внедрении бюджетирования на ряде предприятий Нижегородской области позволили определить примерную величину таких нормативов, представленных в таблице 4.

Эти нормативы устанавливаются после глубокого анализа состояния дел в ЦФО и на предприятии в целом, носят гибкий характер, поскольку периодически должны уточняться. Главное назначение этих нормативов состоит в обеспечении выполнения плановых заданий в установленные сроки с максимальным экономическим эффектом за счет новых возможностей мотивации персонала в условиях бюджетирования. Исследования показали, что при внедрении бюджетирования особую роль в развитии мотивации играет участие персонала в формировании прибыли по доле собственности предприятия. В соответствии с ГК РФ эта форма экономических отношений зависит от различных организационно-правовых форм предприятия.

Таблица 4

Примеры гибких нормативов для реализации мотивации персонала при внедрении бюджетирования с учётом развития рыночных отношений[1]

Виды нормативов, ед. изм.	Целевое назначение	Величина норматива
1. Нормативы величины возможного ущерба за отчетный период,	Для принятия мер воздействия к виновникам	Получение ущерба выше среднего значения или фиксированного норматива

Виды нормативов, ед. изм. тыс. руб.	Целевое назначение	Величина норматива
2. Нормативы отчисления от прибыли в фонд оплаты труда, в долях ед.	Для разового вознаграждения конкретного работника в день получения им реального эффекта	Норматив фиксируется в договоре с центром ответственности в зависимости от значимости достижения. При этом, если КТВи < 1, используются меры административного и другого воздействия.
3. Нормативы для мотивации персонала на основе имущественно трудовых отношений	Для реализации положительной мотивации персонала на основе имущественно трудовых отношений	При КТВи.≥1- используется положительная мотивация, если годовой экономический эффект:
	Начисление премии	от 5000 до 10000 руб.
	Начисление бонуса	от 10000 до 50000 руб.
	Получение дополнительного социального пакета	от 50000 до 100000 руб.
	Направление на целевую стажировку за рубеж, продвижение по служебной лестнице или зачисление в резерв	от 100000 до 500000 руб.
	Получение права на приобретение доли собственности предприятия и на доход от своей доли собственности. Участие в управлении предприятием на правах собственника.	более 500000 руб.

Так, возникающие экономические отношения в акционерных обществах публичного и непубличного типа по поводу участия персонала в прибыли решаются по доле собственности в зависимости от приобретенного пакета акций и их курсовой стоимости, определяемой по формуле:

$$K_c = \frac{N_c * D}{P}, \quad (9)$$

где K_c – курсовая стоимость акций; N_c – номинальная стоимость акций; D – дивидендная ставка; P – процентная ставка банка.

Однако рыночная стоимость акций формируется от результатов деятельности всего предприятия в целом и не учитывает оценку реального вклада конкретных работников в формирование стоимости акций, с учетом их

результатов труда. Для изменения сложившегося положения предлагается определять стоимость акций не только с учетом их внешней рыночной оценки, но и объективной внутренней экономической оценки вклада работника в повышение эффективности работы предприятия по зависимости:

$$K_c = K_{и} * \frac{N_c * D}{P}, \quad (10)$$

где K и – средняя величина КТВ конкретного собственника за период работы на предприятия, рассчитанного на основе экономической оценки результатов его труда.

В товариществах и обществах с ограниченной и дополнительной ответственностью вопрос оценки индивидуального вклада собственников в результаты экономической деятельности и усиления их заинтересованности в формировании собственности практически также не решен. Как показывает практика, определение доли собственности на этих предприятиях при расторжении трудовых отношений, как правило, решается не в пользу увольняющихся работников. Для определения доли имущества предприятия, которое закрепляется за конкретным собственником, необходима объективная экономическая оценка реального вклада его в формирование имущества на основе учета индивидуальных достижений и упущений в работе. При этом требуется также учитывать, изменяющиеся обстоятельства: во-первых, изменение стоимости имущества предприятия за счет собственных и заемных средств в период работы собственника; во-вторых, изменение стоимости имущества из-за инфляции.

Исходя из различной структуры коллективной собственности предприятия, механизм формирования дохода его участников по доле собственности и распределения накопленного имущества определяются в следующей последовательности.

1. Рассчитывается среднегодовая стоимость вклада всех участников в имущество предприятия (B) по зависимости:

$$B = \frac{\frac{B_n}{2} + B_2 + \dots + B_{12} + \frac{B_k}{2}}{12} \quad (11)$$

где B_n, B_k – сумма вкладов всех участников на начало и конец года, $B_2 + \dots + B_{12}$ – то же на начало февраля...декабря месяца, руб.

2. Определяется часть денежного потока предприятия, подлежащего зачислению в долевой доход (ΔD), руб.;

$$\Delta D = D_f + D_r, \quad (12)$$

где D_f – денежный поток, направляемый на цели накопления предприятия, руб.; D_r – денежный поток, зачисляемый в резерв и в виде нераспределенной прибыли, руб.

3. Рассчитывается процент долевого дохода на среднегодовую стоимость вклада (P_d) по зависимости:

$$P_d = \frac{\Delta D * 100}{B} \quad (13)$$

Доход каждого участника предприятия (d_i), который может быть получен в результате реализации трудовых и имущественных отношений, пропорционален как имущественному, так и трудовому вкладу и может быть рассчитан по зависимости:

$$d_i = \frac{\Delta D T_i}{\sum T_i} K_i, \quad (14)$$

где T_i – заработная плата, начисленная i -му работнику предприятия за год, исходя из фактически отработанного времени, руб.;

K_i – коэффициент соотношения долевого вклада i -го работника к средней его величине, рассчитанной в целом по предприятию.

Долевой доход (d_i) i -го работника предприятия может быть также рассчитан по зависимости:

$$d_i = \frac{D_{\text{ср}} P_{\text{ср}}}{100} K_{si}, \quad (15)$$

где $D_{\text{ср}}$ – среднегодовой долевой вклад i -го работника предприятия, руб.;

K_{zi} – коэффициент соотношения заработной платы i -го работника и средней ее величины, рассчитанной в целом по предприятию;

P_d – процент долевого дохода на долевой вклад.

Основой распределения накопленного имущества предприятия между его учредителями служит их вклад в результаты деятельности, с учетом суммы начисленной заработной платы и долевого дохода за период работы на предприятии. Для развития мотивации персонала на предприятиях с учетом участия его в собственности предлагается методика определения доли имущества с учетом экономической оценки результатов деятельности конкретного работника по зависимости [2]:

С этой целью можно использовать зависимость:

$$F_i = \left[\frac{\Phi_i (T\phi + d)_i}{\sum_{i=1}^n (T\phi + d)_i} + B_{yi} \right] * K_p, \quad (16)$$

где F_i – доля имущества предприятия, принадлежащая i -му учредителю, руб.;

Φ_i – сумма имущества, накопленного предприятием за период работы i -го учредителя, руб.;

$T\phi_i$, d_i – соответственно фонд заработной платы и долевой доход, фактически начисленные i -му учредителю за время работы на предприятии, руб.;

B_{yi} – сумма вклада i -го учредителя, руб.;

K_p – коэффициент изменения рыночной стоимости предприятия при его продаже или определяемый по методике Гордона по отношению к его активам по балансу.

Для учета долевого вклада, долевого дохода и остального имущества по каждому участнику предприятия открывается лицевой счет, где сумма имущества ежегодно подтверждается сертификатом.

Учредителю предприятия, прекратившему имущественно - трудовые отношения, а также наследнику умершего учредителя (по его завещанию)

выплачивается стоимость доли имущества и невыплаченного долевого дохода или может быть оставлена предприятию с начислением долевого дохода в течение срока полезного его использования (не более 10-ти лет с ежегодным снижением размера начисления дохода пропорционально остаточной стоимости имущества) с учетом инфляции.

При продаже доли имущества увольняющегося работника преимущественное право его приобретения имеют другие работники предприятия в порядке и на условиях, предусмотренных в его уставе.

При ликвидации предприятия стоимость доли имущества и невыплаченного долевого дохода выплачивается учредителю предприятия или его наследнику из имущества, оставшегося после расчета с бюджетом, банками и другими кредиторами предприятия.

Развитие имущественно - трудовых отношений позволит более правильно начислять размер разового вознаграждения с учетом фактора времени конкретному работнику в качестве одной их форм мотивации по зависимости:

$$P = \varepsilon * \alpha * W_i, \quad (17)$$

где P - расчетная величина разового вознаграждения работника за достижение реального экономического эффекта, руб.;

ε - полученный предприятием реальный экономический эффект от реализации работником своих мероприятий, руб.;

α - планируемая доля отчислений от прибыли в фонд коллективной оплаты труда, подлежащих распределению в качестве разового вознаграждения;

W_i - весомость i-го достижения работника в долях единицы.

Возможны и другие варианты применения имущественно трудовых - отношений, которые требуют дополнительного исследования.

Рассмотренный методологический подход к определению доли и оценке стоимости имущества, а также результатов работы коллективов и отдельных работников, служит основой для справедливой оплаты работников по труду и

по доле собственности, а также для подведения итогов экономической состоятельности между подразделениями предприятия и определения доли имущества предприятия, которая должна быть закреплена за конкретным работником. При этом следует учитывать, что долевой доход, начисленный учредителю, не учитывается при расчёте средней заработной платы, используемой для оплаты ежегодных отпусков, пособий по социальному страхованию и при начислении.

Библиографический список

1. Шагалова Т. В. Автореферат: Развитие форм и методов стимулирования персонала к инновационной деятельности на предприятиях Нижегородской области, 2011 г.
2. Кожин В.А., Шагалова Т.В. и др. Экономика организации (предприятия): учебное пособие/под ред. проф. В.А.Кожина.-2-е изд. перераб. и доп. Н.Новгород: НИМБ, 2014. – 320 с.
3. Жесткова И.С., Кожин В.А., Шагалова Т.В. Организация мотивации персонала в условиях бюджетирования.-[NovaInfo.Ru](#). 2015. Т. 2. № 32. С. 52-62.
4. Кожин В.А., Жесткова И.С. Новый взгляд на сущность бюджетирования. В сборнике: [Проблемы устойчивого развития социально-экономических систем: регион, город, район, организация](#). Материалы международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2014. С. 169-177.

УДК 339.137.2

Кондаурова И.А., Геммерлинг В.А.. Применение метода построения многоугольника конкурентоспособности в анализе промышленного предприятия

Application of method of constructing a polygon of competitiveness in analysis of industrial enterprise

Кондаурова И.А., к. э. н., доцент,
Геммерлинг В.А., магистрант
Донецкий национальный технический университет
kenkia2@gmail.com
vova_gemmerling@mail.ru

Kondaurova I.A., Gemmerling V.A.
Donetsk National Technical University

Аннотация. В статье рассмотрены основные аспекты оценки конкурентоспособности предприятия. Предложено применение метода построения многоугольника конкурентоспособности на примере промышленного предприятия. Разработаны конкретные рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, конкурент.

Abstract. The basic aspects of assessing of enterprise competitiveness are considered in the article. The application of method of constructing a polygon of competitiveness on the example of industrial enterprise was proposed. Specific recommendations for improving the competitiveness of enterprises are given.

Keywords: competitiveness, enterprise, competitor.

В современных условиях нестабильности и усиления конкурентной борьбы в экономике на фоне постоянной необходимости модернизации и развития производства, у предприятия возникает задача по укреплению своих позиций на рынке, своевременному предоставлению потребителям востребованной продукции необходимого качества по приемлемым ценам. Данную задачу помогает решить проведение всестороннего анализа конкурентоспособности предприятия в сравнении с его конкурентами, а также разработка эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Повышение конкурентоспособности предприятия является одной из основных задач, требующих постоянного внимания со стороны руководства, в связи с этим важное теоретическое и практическое значение приобретает оценка уровня конкурентоспособности предприятия. Она позволяет определить не только конкурентную позицию, но и разработать научно обоснованные мероприятия по повышению конкурентоспособности промышленного предприятия [1, с. 52].

Конкурентоспособность является одним из ключевых понятий, используемых в экономическом анализе предприятия. Проблемам анализа и эффективного управления конкурентоспособностью в быстро меняющихся экономических условиях посвящены работы отечественных и зарубежных ученых Г.Л. Азоева, М.Е. Портера, Л.В. Балабанова, А.М. Макаровой, А.Ю. Юданова и др. [2, с. 36].

Анализ конкурентоспособности, прежде всего, необходим для правильного определения позиции предприятия по отношению к основным конкурентам, а также для разработки конкурентной стратегии, исходя из имеющихся в наличии ресурсов предприятия (капитал, кадровый потенциал, технологии, и т. п.)

При этом следует учитывать, что конкурентоспособность промышленного предприятия – понятие комплексное, означающее соответствие предприятия определенным критериям, тесно взаимосвязано с конкурентоспособностью продукции предприятия. В настоящее время разработано множество подходов и методик анализа и оценки конкурентоспособности предприятия. Оценку конкурентоспособности предприятия проводят по различным показателям, которых насчитывается более трехсот, однако при анализе конкретного предприятия следует выбирать несколько (обычно до десяти) наиболее важных из них.

По нашему мнению, среди современных методик анализа конкурентоспособности предприятия, следует обратить особое внимание на

построение многоугольника конкурентоспособности как графического метода оценки. При этом оценка конкурентоспособности базируется на выявлении критериев конкурентоспособности применительно к конкретному предприятию, их оценке и выборе определенного набора параметров для анализа. После этого проводится сравнение этих параметров предприятия с другими предприятиями-конкурентами [3, с. 87].

Применяя данную методику, можно проводить оценку эффективности производственной и сбытовой деятельности промышленного предприятия в сравнении с его конкурентами, изучая и анализируя различные параметры исследуемого предприятия. Исходя из этих параметров, строится многоугольник конкурентоспособности. По каждой оси для отображения уровня значений каждого из исследуемых параметров используется определенный масштаб измерений. Изображенные на одном рисунке многоугольники конкурентоспособности для разных предприятий, дают возможность проведения сравнительного анализа уровня их конкурентоспособности по различным параметрам. Затем рассчитав площади полученных многоугольников, оцениваем конкурентоспособность исследуемого предприятия в сравнении с предприятиями-конкурентами.

Для практического рассмотрения и анализа конкурентоспособности в данной работе выбрано промышленное предприятие ПАО «Донецкий экспериментальный ремонтно-механический завод» (ПАО «ДонЭРМ»), специализирующееся на выпуске горно-шахтного оборудования. Конкурентоспособность данного предприятия рассмотрим в сравнении с предприятием-конкурентом ПАО МЗ «Буран», выпускающим аналогичную продукцию и имеющим сходные масштабы производства.

Для анализа конкурентоспособности предприятия ПАО «ДонЭРМ» нами выбраны 8 наиболее значимых для данного предприятия параметров оценки, с привлечением экспертов в области менеджмента и финансов, а также специалистов предприятия, в частности:

финансовое состояние;
 эффективность руководства;
 маркетинг;
 производство;
 кадровый потенциал;
 качество продукции;
 ценовая политика;
 сбытовая деятельность.

Затем проведен экспертный опрос, в процессе которого каждый эксперт выставил свою оценку в баллах (по десятибалльной шкале) по каждому из восьми исследуемых параметров. В роли экспертов выступали руководители высшего звена предприятия ПАО «ДонЭРМ» и ПАО МЗ «Буран». Данные по результатам опроса сведены в таблицах 1,2.

Таблица 1

Определение основных параметров конкурентоспособности
 предприятия ПАО «ДонЭРМ»

Параметры	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Средняя
Финансовое состояние	5	8	9	6	7
Эффективность руководства	6	7	7	9	7,25
Маркетинг	9	9	8	10	9
Производство	5	6	9	8	7
Кадровый потенциал	6	4	7	8	6,25
Качество продукции	6	8	5	8	6,75
Ценовая политика	9	10	9	10	9,5
Сбытовая деятельность	5	8	5	6	6

Таблица 2

Определение основных параметров конкурентоспособности
 предприятия ПАО МЗ «Буран»

Параметры	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Средняя
Финансовое состояние	4	7	6	4	5,25
Эффективность руководства	9	8	9	6	8

Маркетинг	5	7	4	5	5,25
Производство	9	10	8	9	9
Кадровый потенциал	5	6	8	5	6
Качество продукции	9	7	8	7	7,75
Ценовая политика	7	6	8	6	6,75
Сбытовая деятельность	5	8	6	9	7

По результатам сводных данных произведен расчет средних значений каждого параметра. Полученные данные сведены в электронную таблицу Excel, на основе которой и был построен многоугольник конкурентоспособности предприятия (рис. 1).

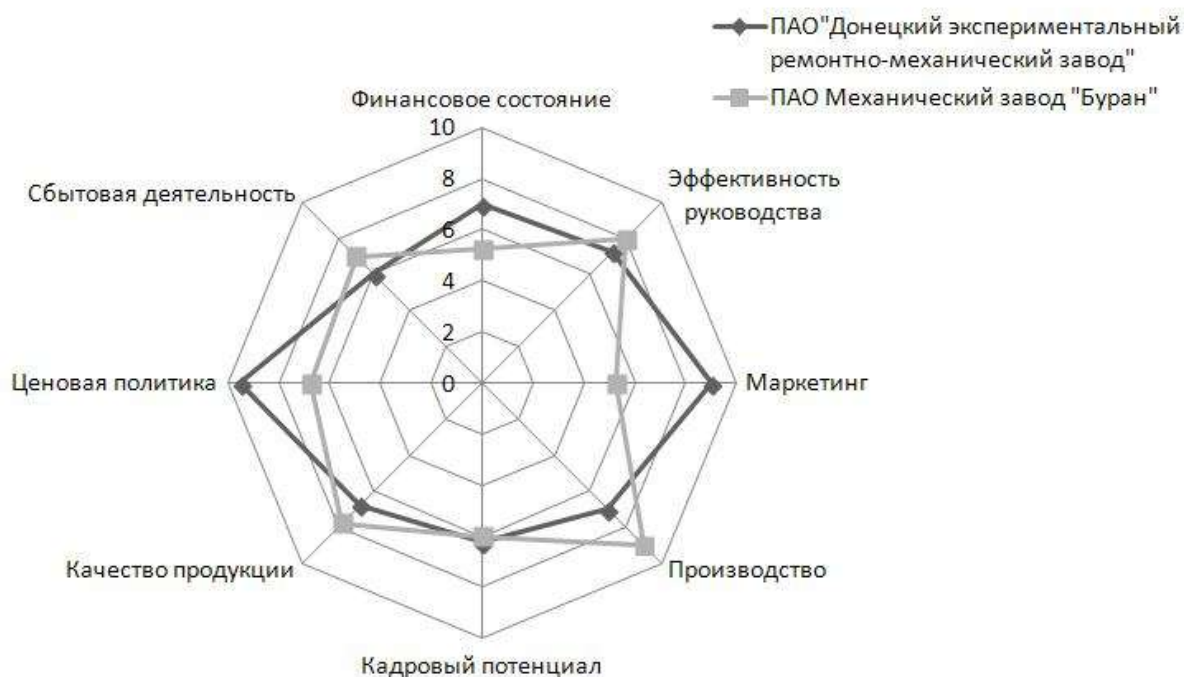


Рисунок 1. Многоугольник конкурентоспособности предприятия.

Из рисунка видно, что предприятие ПАО «ДонЭРМ» незначительно уступает конкурирующему предприятию ПАО МЗ «Буран» по таким параметрам как эффективность руководства, производство, качество продукции и сбытовая деятельность. В то же время, предприятие ПАО «ДонЭРМ» превосходит своего конкурента по таким параметрам как финансовое состояние, маркетинг и ценовая политика. Кадровый потенциал сравниваемых предприятий находятся примерно на одном уровне.

Затем нами проведен расчет индекса конкурентоспособности предприятия ПАО «ДонЭРМ» в сравнении с предприятием-конкурентом по формуле (1):

$$I = S1 / S2 = 182,12 / 156,59 = 1,16, \quad (1)$$

где S1 – площадь 1-го многоугольника, соответствующего предприятию ПАО «ДонЭРМ»;

S2 – площадь 2-го многоугольника, соответствующего предприятию ПАО МЗ «Буран».

На основании расчета можно сделать вывод, что предприятие ПАО «ДонЭРМ» более конкурентоспособно по сравнению с конкурирующим предприятием ПАО МЗ «Буран».

Для дальнейшего улучшения своих конкурентных позиций, предприятию ПАО «ДонЭРМ» необходимо обратить основное внимание на повышение технического уровня производства продукции, а также на эффективность руководства, повышение качества продукции и поиск новых каналов сбыта. Финансовое состояние и кадровый потенциал предприятия ПАО «ДонЭРМ», хотя и превосходят аналогичные параметры предприятия ПАО МЗ «Буран», однако находятся на достаточно низком уровне и требуют проведения дополнительных мероприятий по их улучшению.

В дальнейших исследованиях планируется рассмотреть конкурентоспособность предприятия ПАО «ДонЭРМ», в сравнении с аналогичными предприятиями Российской Федерации, а также разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности данного предприятия.

Библиографический список

1. Гринько Т.В. Фактори конкурентоспроможності підприємств / Т.В. Гринько // Держава та регіони. – 2004. – №2. – С.50-53.
2. Кондаурова И.А., Пыренкова А.А. Формирование механизма управления конкурентоспособностью банка: комплексный подход //

Глобализация экономики и российские производственные предприятия: материалы 13-ой Международ. науч.-практ. конф., г. Новочеркасск, 18-20 мая 2015 г.: В 2 ч. / Юж.-Рос. гос. политехн. ун-т (НПИ) имени М.И. Платова. – Новочеркасск: ЮРГПУ(НПИ), 2015. – Ч. 1. – С.200-207.

3. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454с.

УДК 336.27

Медведева А.А., Раздроков Е.Н. Характеристика кредитования юридических лиц коммерческими банками в России.

Медведева А.А.

Студентка 4 курса ЮГУ,

Научный руководитель:

Раздроков Евгений Николаевич

канд. экон. наук, доцент ЮГУ,

г. Ханты-Мансийск, Российская Федерация

Аннотация. В современных условиях достаточно остро стоит проблема в обеспечении постоянного функционирования денежной системы, которая включает в себя денежно-кредитную политику. В рыночной экономике деньги должны находиться в стабильном обороте, выполнять непрерывное обращение. Временно свободные денежные средства должны сразу же поступать на рынок ссудных капиталов, сосредотачивать в кредитно-финансовых учреждениях, а после результативно использоваться в деле, сосредотачиваться в тех отраслях экономики, где существует потребность в дополнительных капиталовложениях.

Статья посвящена анализу кредитования юридических лиц коммерческими банками в Российской Федерации. Изучены основные проблемы, возникающие при кредитовании юридических лиц, а также выяснены причины возникновения просроченных обязательств юридических

лиц. Рассмотрены предложения по совершенствованию кредитования юридических лиц.

Abstract. In modern conditions quite an acute problem in ensuring the continued operation of the monetary system, which includes monetary policy. In a market economy, the money must be in a stable turnover, perform continuous treatment. Temporarily free funds must immediately act on the loan market, concentrated in financial institutions, and then effectively used in the case, focus in industries where there is a need for additional investment.

This article analyzes the corporate lending by commercial banks in the Russian Federation. We studied the main problems arising in corporate lending, as well as give reasons for the emergence of overdue liabilities of legal entities. Consider proposals for the improvement of corporate lending.

Ключевые слова: кредитование юридических лиц, общие объемы кредитования, задолженность по кредитам, общая сумма просроченной задолженность по кредитам.

Key words: corporate lending, total lending, outstanding loans, the total amount of overdue loans.

К одной из неотъемлемых и важнейших структур рыночной экономики относится кредитно-финансовая система. Банки, находясь в центре экономической жизни, опосредуют связи между вкладчиками и производителями, распределяют и направляют капитал, повышая целостную эффективность производства. Как и собственные активы, так и привлеченные ресурсы формируют размер кредитного продукта банка. Предоставлять и размещать большой объем средств возможно лишь при привлечении средств своих клиентов. Так как банк привлекает ресурсы для клиента, то, в первую очередь, необходимо, чтобы размер банковского продукта был как можно выше. Поэтому невыполнение обязательств или неправильное распоряжение средствами ведет к снижению не только деятельности предприятия, но и коммерческого банка.

Рассмотрим уровень кредитования юридических лиц коммерческими банками. Для этого проанализируем общие объемы кредитования юридических лиц по видам экономической деятельности. Для этого воспользуемся соответствующими данными, предоставленными Центральным банком [1]. Также информативной базой служил Статистический бюллетень Банка России [3].

В целом за анализируемый период наблюдается увеличение общих объемов кредитования юридических лиц почти по всем видам экономической деятельности. По сравнению с базисным периодом увеличение общего объема составило 5 710 232 млн. руб. или 20,7%. Наибольший прирост по видам экономической деятельности наблюдается у обрабатывающих производств, где увеличение составило 2 041 249 млн.руб. или 60,5%. Сокращение объемов кредитования наблюдается по сельскому хозяйству и по транспорту и связи. (Таблица 1)

Таблица 1

Общие объемы кредитования юридических лиц – резидентов и ИП в рублях по видам экономической деятельности и отдельным направлениям использования средств.

Отрасли	01.01.2013 г.		01.01.2014 г.		01.01.2015 г.		Темп Роста 2015г. к 2013г., %
	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	
Кредиты выданные, всего	27 531 130	100	31 582 836	100	33 241 362	100	120,7
в т.ч. на добычу полезных ископаемых	606 697	2,2	405 231	1,3	771 702	2,3	127,2
на обрабатывающие производства	3 371 412	12,2	4 567 464	14,5	5 412 661	16,3	160,5
на производство и распределение электроэнергии, газа и воды	717 446	2,6	1 083 967	3,4	915 241	2,8	127,6
на сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	610 819	2,2	637 150	2	573 527	1,7	94
на строительство	1815 070	6,6	2327 741	7,4	1886 793	5,7	104
на транспорт и связь	1 679 563	6	1 220 141	3,9	1 212 741	3,6	72,2

на оптовую и розничную торговлю	6 562 150	23,8	9 154 028	29	9 317 618	28	142
на операции с недвижимым имуществом	1 552 890	5,6	1 777 010	5,6	1 679 674	5,1	108,2
на прочие виды деятельности	4 403 275	16	3 645 967	11,5	4 576 917	13,8	104
на завершение расчетов	6 211 808	22,6	6 764 137	21,4	6 894 488	20,7	111

Для характеристики объемов кредитования, необходимо проанализировать, сколько приходится на общие объемы кредитования задолженность по кредитам юридических лиц по видам экономической деятельности.

В общем за период происходит увеличение задолженности по кредитам юридических лиц, что является отрицательной динамикой. (Таблица 2)

Таблица 2

Общая сумма задолженности по кредитам юридических лиц-резидентов и ИП в рублях по видам экономической деятельности и отдельным направлениям использования средств.

Отрасли	01.01.2013 г.		01.01.2014 г.		01.01.2015 г.		Темп Роста 2015г. к 2013г., %
	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	
Кредиты выданные, всего	16142 550	100	17 963 336	100	20 659 502	100	128
в т.ч.	464 519	3	504 146	2,8	741 424	3,6	159,6
на добычу полезных ископаемых							
на обрабатывающие производства	2 956 322	18,3	3 203 854	17,8	4 031 074	19,5	136,4
на производство и распределение электроэнергии, газа и воды	726 179	4,5	782 363	4,4	962 854	4,7	132,6
на сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	1 226 680	7,6	1 336 792	7,4	1 346 797	6,5	109,8
на строительство	1 413 179	8,8	1 566 341	8,7	1 818 315	8,8	128,7
на транспорт и связь	1 244 853	7,7	1 128 774	6,3	1 291 583	6,3	103,8
на оптовую и розничную торговлю	3 526 617	21,8	3 988 524	22,2	4 474 798	21,7	127
на операции с недвижимым имуществом	1 999 314	12,4	2 415 168	13,4	2 598 915	12,6	130
на прочие виды деятельности	2 385 447	14,8	2 835 155	15,8	3 215 315	15,6	134,8
на завершение расчетов	199 440	1,2	202 219	1	178 427	0,9	89,5

В сравнении с началом 2013 года такое увеличение составило 4 516 952

млн. руб. или 28%. Основные виды деятельности, повлиявшие на данное изменение: добыча полезных ископаемых, где задолженность по кредитам выросла на 276 905 млн. руб. или на 59,6%, обрабатывающие производства, где задолженность также выросла на 1 074 752 млн. руб. или на 36,4% и третье место составили прочие виды деятельности, где сумма обязательств увеличилась на 829 868 млн. руб. или на 34,8%. В данном периоде наблюдается и сокращение суммы задолженности по кредитам. К такому снижению относят кредиты на завершение расчетов, которые сократились на 21 013 млн. руб. или на 10,5%. Рост задолженности может быть связан прежде всего со снижением спроса на определенный вид деятельности, где предприятия из-за такого снижения не в силах были выплатить суммы своих обязательств.

Теперь рассмотрим сколько приходится просроченной задолженности по кредитованию юридических лиц.

Таблица 3

Общая сумма просроченной задолженности по кредитам юридических лиц-резидентов и индивидуальных предпринимателей в рублях по видам экономической деятельности и отдельным направлениям использования средств.

Отрасли	01.01.2013 г.		01.01.2014 г.		01.01.2015 г.		Темп Роста 2015г. к 2013г., %
	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	Сумма, млн.руб.	Уд. вес, %	
Кредиты выданные, всего	819 856	100	861 362	100	1 128 325	100	137,6
в т.ч. на добычу полезных ископаемых	6 345	0,77	6 370	0,74	28 894	2,56	455,4
на обрабатывающие производства	194 445	23,72	195 212	22,66	205 229	18,19	105,6
на производство и распределение электроэнергии, газа и воды	13 941	1,7	29 544	3,43	7 270	0,64	52,2
на сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	89 039	10,86	89 880	10,43	113 511	10,1	127,5
на строительство	68 241	8,32	83 438	9,69	208 028	18,44	304,8
на транспорт и связь	22 347	2,73	24 508	2,85	37 858	3,36	169,4
на оптовую и розничную торговлю	238 670	29	245 075	28,45	253 191	22,44	106

на операции с недвижимым имуществом	71 729	8,75	74 832	8,7	99 015	8,78	138
на прочие виды деятельности	106 616	13	103 958	12,1	162 451	14,40	152,4
на завершение расчетов	8 483	1,03	8 545	1	12 878	1,14	151,8

Исходя из данных таблицы, мы видим, что в целом за период общая сумма просроченной задолженности возросла на 308 469 млн. руб. или на 37,6%. Основное влияние на это оказала просроченная задолженность по кредитам на добычу полезных ископаемых. В целом за период она возросла на 22 549 млн. руб. в 4,5 раза. Также такое увеличение вызвал рост просроченной задолженности по кредитам на строительство, которое увеличилось на 139 787 млн. руб. или в 3 раза. На третьем месте по просроченной задолженности по кредитам, выданным на транспорт и связь. Данные обязательства возросли на 15 511 млн. руб. или на 69,4%.

К основным причинам увеличения просроченной задолженности по кредитам в первую очередь стоит отнести снижение объемов выручки, а также задержка в оплате контрагентами и сама «закредитованность» клиентом. Можем сделать вывод, что снижение доходности бизнеса приводит к невыполнению обязательств заемщиков.

Стоит отметить, что просроченная задолженность по кредитам некоторых отраслей резко возросла к началу 2015 года. К основной причине можно отнести то, что конец 2014 года характеризуется увеличением ключевой процентной ставкой и падением рубля, что нанесло существенный удар по рынку кредитования. Все это повлекло за собой рост инфляции, что означает отрицательную динамику. Из-за этого, многим заемщикам понадобилось срочно брать кредиты для приобретения товаров по старым ценам. Некоторые банки отказались выдавать кредиты ко второй половине декабря 2014 года, что негативно воздействовало на выполнение кредитных обязательств.

Можем сделать вывод, что неустойчивый курс рубля, рост инфляции, снижение выручки и не вовремя выплаченная дебиторская задолженность негативно сказывается на выполнении обязательств по кредитам юридическими лицами перед коммерческими банками, что ведет к снижению доходности

бизнеса юридических лиц, а следовательно, к существенному росту просроченной задолженности по кредитам.

В заключение, следует сказать, что наибольшую долю в общих объемах кредитования юридических лиц в рублях занимает кредитование оптовой и розничной торговли, а наименьшую долю – добыча полезных ископаемых и сельское хозяйство. Рассматривая задолженность по кредитам в данных видах экономической деятельности, то также наибольшую долю занимает оптовая и розничная торговля. Наименьшая доля приходится на кредиты на завершение расчетов. С каждым периодом их доля сокращается, характеризуя сокращение задолженности, так как предприятия самостоятельно и в сроки смогли погасить свои обязательства перед банками, что является положительной динамикой. Если анализировать кредиты по срокам погашения в рублях, то в приоритете у заемщиков находятся более долгосрочные кредиты.

Исходя из вышеприведенного анализа, следует, что кредитование юридических лиц коммерческими банками в России имеет ряд проблем. К основной проблеме, в первую очередь, следует отнести высокую степень задолженности по кредитам или возврат с невыполнением сроков кредитов.

Согласно отчету о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2014 году, было выявлено, что к факторам поддержания удовлетворительного финансового положения нефинансовых предприятий явились сохраняющийся высокий уровень самофинансирования, низкая долговая нагрузка, достаточный объем инвестиционных ресурсов, удовлетворительная обеспеченность обязательств, платежеспособность и рентабельность. Улучшению финансового положения предприятий препятствовали следующие факторы: снижение прибыли до налогообложения и чистой прибыли (несмотря на рост выручки и прибыли от продаж), замедление роста активов, увеличение доли предприятий с высокой долговой нагрузкой, а также предприятий, испытывающих дефицит инвестиционных ресурсов, рост числа и повышение удельного веса предприятий, утративших собственный капитал [4].

Уже сейчас вносятся изменения в законодательство для совершенствования системы кредитования и восстановления финансовой сферы. Таким образом в ФЗ «О кредитных историях» были внесены поправки, направленные на совершенствование правового регулирования деятельности бюро кредитных историй и источников формирования кредитных историй, снижение кредитных рисков в банковской системе. В целях повышения качества надзорной деятельности в 2014 году продолжалась работа по сбору и оценке информации о предприятиях нефинансового сектора экономики – заемщиках кредитных организаций. В фокусе внимания находился анализ деятельности предприятий-заемщиков, являющихся особо значимыми для экономики [4].

Значительное количество нарушений обнаружено, исследуя качество активов кредитных организаций. Определены факты кредитования юридических лиц, не осуществляющих реальную деятельность, предлагающих в кредитную организацию недостоверную отчетность, факты неадекватной оценки финансового положения и качества обслуживания долга, принятия в залог обеспечения, которое не соответствует установленным требованиям или по завышенной стоимости. Предоставление ложных сведений о хозяйственном положении предприятия или нецелевое использование кредита теперь также предусматривает уголовную ответственность (статья 176 УК РФ) [5].

Один из главных принципов, на которых основывается современная система банковского кредитования – установленный срок возврата кредита. Нарушение срока возврата кредита также ведет к штрафным санкциям со стороны кредитора. Несмотря на это, банки ведут довольно терпимую позицию к недобросовестным заемщикам. Очень часто банки выбирают при наступлении трудностей производить расчёт выплат по кредитам согласно с новыми возможностями клиента. Ведь мировое соглашение с клиентом гарантирует, пусть и не в установленное время, но, все-таки полный возврат кредита, в то время, как судебные дела зачастую затягиваются на годы, не

обеспечивая возврата денежных средств [6].

Из-за роста просроченной задолженности по кредитам на государственном уровне был принят соответствующий закон о невозврате кредита. Намеренное уклонение руководителя организации от погашения кредиторской задолженности предусматривает уголовную ответственность (статья 177 УК РФ) [5].

Согласно последним данным, происходит сокращение банковского кредитования субъектов малого и среднего бизнеса. Из-за ужесточения условий банковского кредитования, происходит снижение спроса на новые кредиты со стороны данных предприятий, что ведет к ухудшению финансового положения данной категории заемщиков на фоне общего снижения темпов роста производства и усиления экономической неопределенности. Однако, к концу периода наблюдается смягчение требований по предоставлению кредита в некоторых банках [2].

Определение процентной ставки является одной из наиболее значимых проблем при кредитовании юридических лиц. Для четкого представления, во сколько заемщику обойдется кредит, необходимо, чтобы закон о кредитовании обеспечивал прозрачность расчета процентной ставки по кредиту. Нельзя забывать, что ставка по кредиту должна быть приемлемой как для заемщика, так и для банка. Нельзя забывать, что услуги банка, которые предоставляются в быстрые сроки, при минимуме оформляемых бумаг со стороны потенциального клиента имеет наибольший успех даже при высокой процентной ставке. Банком должна быть рассмотрена любая возможность для ускорения и упрощения оформления кредитов для юридических лиц.

Согласно данным Центрального банка, в первом полугодии 2015 года кредитование предприятий снизилось на 0,5%. К концу первого полугодия постепенно снизились, однако, были ещё высоки. Таким образом прогнозируется рост кредитования юридических лиц к концу периода, что приведет к постепенному становлению к стабильности финансовой системы

Российской Федерации [4].

Сейчас трудно спрогнозировать, как в дальнейшем будет развиваться банковское кредитование в Российской Федерации. Создание соответствующих внутренних механизмов кредитных организаций, которые предоставят эффективную работу на рынке банковских услуг, позволит добиться наибольших успехов в сфере банковского кредитования. Главный залог успеха банка при кредитовании - умение правильно рассчитать, распознать и спрогнозировать результаты кредитной сделки. Однако, основной задачей является создание единого механизма управления, который позволил бы обеспечить окончательное прохождение негативных явлений в экономике страны, а затем, - создание условий, которые нужны для её нормального функционирования и совершенствования как в области финансов, так и в области нарастания производства, сельского хозяйства, торговли и других отраслей. Развитие "кредитного двигателя" позволит наиболее быстро направить огромные ресурсы в виде временно свободных денежных средств на важных направлениях экономического и социального развития России.

Библиографический список

1. Сведения о размещенных и привлеченных средствах [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrfId=sors>
2. Обзор банковского сектора [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_ex.pdf
3. Статистический бюллетень Банка России [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/BBS/BBs1509r.pdf>
4. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2014 году [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.cbr.ru/publ/archive/root_get_blob.aspx?doc_id=9878
5. Уголовный кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс]. : от 13 июня 1996 г. N 63-ФЗ – Режим доступа : Консультант плюс

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_10699

6. Последствия нарушения срока выплаты кредита. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.majormoney.ru/credit/>

УДК 338.001.36

Сафонова К.И., Шилова Т.А. Исследование и оценка конкурентного положения фирмы на рынке

Research and evaluation of competitive position of firms in the market

Сафонова Кристина Игоревна студентка 3го курса

МГУ им. Н.П. Огарева Россия, г. Саранск.

Шилова Татьяна Андреевна студентка 3го курса

МГУ им. Н.П. Огарева Россия, г. Саранск.

Аннотация: В статье проводится исследование и оценка конкурентного положения ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» на российском рынке литья. Предложены основные направления улучшения конкурентных позиций предприятия на данном рынке.

Abstract: The article presents a study and assessment of the competitive position of "Moldovan Rail VKM-Steel" in the Russian market casting. The main directions of improving the competitive position of companies in this market.

Ключевые слова: Ключевые слова: конкурентное положение, конкурентные позиции, сильные и слабые стороны, рейтинговая оценка.

Keywords: Keywords: competitive position, competitive position, strengths and weaknesses, the rating score.

Под конкурентным положением следует понимать определенное место предприятия на рынке, его сравнительное по отношению к конкурентам положение [2, с.184].

Актуальность выбранной темы заключается и в том, что конечная цель любого предприятия - победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий предприятия. Достигается она или нет – зависит от конкурентоспособности предприятия, т.е. от того, насколько оно лучше по сравнению с аналогами – продукцией и услугами других предприятия.

Цель исследования – оценка конкурентного положения предприятия ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» на рынке, а также разработка предложений по улучшению его конкурентных позиций на рынке литья.

В настоящее время ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» занимается производством и реализацией мелкого, среднего и крупного вагонного литья. Одним из слагаемых успеха бизнеса исследуемого предприятия стало его вхождение в 2003 г. в состав промышленной группы «Вагоностроительная компания Мордовии», переименованной в 2007 г. в «Русскую корпорацию транспортного машиностроения» («РКТМ»), а в 2013 г. – в «РМ Рейл».

Промышленная группа «РМ Рейл» объединяет в настоящее время 7 предприятий в республиках Мордовия и Хакасия: ОАО «РМ Рейл Рузхиммаш», ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь», ОАО «РМ Рейл Абаканвагонмаш», ОАО «РМ Рейл Неон», ООО «РМ Рейл ВКМ-Сервис», ООО «РМ Рейл Транс», ЗАО «РМ Рейл Инжиниринг».

Основной базовой конкурентной стратегией ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» является оборонительная стратегия, которая является основой развития компании в целом. Стратегической задачей предприятия является увеличение поступлений от продаж к 2015 г. на 250%. На сегодняшний день доля предприятия на российском рынке составляет 20%. Основные результаты экономической деятельности предприятия ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» в 2012–2014 гг. отражены в таблице 1.

Из таблицы 1 видно, что период 2012-2014 гг. характеризуется для ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» наличием убытка в связи с образованием больших

расходов на освоение крупного вагонного литья. В целом, убыток в 2014 г. по сравнению с 2012 г. сократился на 2 918 тыс. руб. благодаря выводу исследуемого предприятия на серийное производство и реализацию балки адресной.

Показатели рентабельности продукции и продаж на протяжении всего исследуемого периода принимали отрицательные значения в виду получения предприятием убытков. Все это позволяет констатировать об убыточности от производства и реализации продукции из-за проведения на предприятии реконструкции.

Таблица 1

Динамика показателей, характеризующих финансовые результаты деятельности ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» за 2012-2014 гг.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Отклонение по абсолютной величине 2014 г. от 2012 г.	Темп роста 2014 г. от 2012 г., %
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	184725	195143	174793	-9932,0	94,6
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	142351	169881	176911	34560,0	124,3
Прибыль (убыток) от продаж	-16795	-13473	-53866	-37071,0	320,7
Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода)	-18561	-17304	-15643	2918,0	84,3
Уровень рентабельности продукции, %	-11,8	-7,9	-30,5	-18,7	258,5
Уровень рентабельности продаж, %	-9,1	-6,9	-30,8	-21,7	338,8
Среднесписочная численность персонала, чел.	1892	1875	1654	-238,0	87,4
Производительность труда, тыс. руб./чел.	97,6	104,1	105,7	8,0	108,2
Средняя заработная плата, тыс. руб.	17,1	17,9	18,5	1,4	108,2
Текучесть кадров, %	3	5	5	2,0	166,7

По завершении программы реконструкции и выхода на планируемые

объемы производства ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» займет достойное место на вагоностроительном рынке страны.

На предприятии ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» проводится характеристика конкурентоспособности литейной продукции и предприятия в целом, выявление финансового и производственного потенциала, положения на рынке относительно конкурентов. Необходимо отметить, что углубленное исследование конкурентов ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» не проводится.

Для оценки конкурентного положения ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» оценим конкурентные позиции компании на рынке сталелитейной продукции РФ (таблица 2).

Таблица 2

Конкурентные позиции ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» на рынке сталелитейной продукции РФ

Показатели	ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь»	ОАО «Бежицкий сталелитейный завод»	ОАО «Днепродзержинский сталелитейный завод»	ОАО «Алтай-вагон»
Ассортимент	Стальное вагонное литьё; литьё и детали для автомобильной промышленности; чугунное литьё хозяйственного назначения и ТНП; чугунные утяжелители нефте- и газопроводов; литьё для ремонтно-эксплуатационных нужд (около 55 наименований продукции)	Полный перечень номенклатуры (более 200 наименований) вагонного литья для грузовых и пассажирских вагонов, электропоездов метрополитена, дизельного и локомотивного производства: каркасы тележек для грузовых вагонов, автосцепки, погло-	Отливки для вагоностроения, автомобилестроения, сельхозмашиностроения и других отраслей народного хозяйства (около 83 наименований продукции)	Крупное, среднее и мелкое вагонное литьё (около 55 наименований продукции), а также вагоны различных типов и конструкций (около 20 моделей)

		щающие аппараты «ПМКП-110» класса Т1, рамы боковые и балки наддресорные для различных типов тележек с нагрузкой на ось 23,5 и 25,0 т,		
		буксы грузовых вагонов, колесные центры и многое другое		
Рыночная доля	17%	34%	20%	17%
Производственная мощность, тонн в год	10000	16000	15000	75000
Уникальные продукты	Балка надрес-сорнаяРама боковаяАвтосцепка	Поглощающий аппарат ПМКП-110 класса Т-1Грузовая тележка с нагрузкой на ось 25 т.Трехосная тележка для думпкаров	Корпус поглощающего аппарата ПМКП-110, Хомут тяговый, Автосцепка СА-3	Железнодорожная тележка Motion Control с осевой нагрузкой 25 т/с
Рынки сбыта	Российская Федерация, Республика БеларусьРеспублика Казахстан Индия Болгария Италия Германия и др.	Российская Федерация, Болгария, Румыния, Республика Казахстан и др.	Украина, Российская Федерация, Республика Беларусь, Испания, Италия и др.	Российская Федерация, Узбекистан, Казахстан, Таджикистан и др.
Уровень цен	Средний	Средний	Выше среднего	Ниже среднего
Прибыльность, тыс. руб.	-15 643	41 395	7 657	16 452

Анализируя таблицу 2, можно заметить, что у ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» много слабых сторон перед сильными конкурентами: в ассортименте, рыночной доле, производственной мощности, прибыльности. Ассортимент литейной продукции у ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» не такой широкий, как у

его конкурентов. Анализируемое предприятие занимает самую малую долю рынка по сравнению с ОАО «Бежицкий сталелитейный завод», ОАО «Днепродзержинский сталелитейный завод» и ОАО «Алтайвагон». Уступает ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» данным конкурентами и по производственной мощности, а также и по уровню прибыльности.

По уникальности продуктов ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» имеет существенное преимущество перед данными конкурентами. Поскольку продукция исследуемого предприятия с 2012 г. производится по технологии вакуумно-пленочной формовки, что позволит предприятию адекватно реагировать на действия основных конкурентов. По охвату рынка сбыта ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» занимает лидирующую позицию за счет высокого качества своей продукции и средних цен. По уровню цен исследуемое предприятие уступает только ОАО «Алтайвагон», у которого они ниже среднего.

Проведем рейтинговую оценку конкурентов компании по основным параметрам, используя данные маркетингового исследования службы маркетинга и сбыта предприятия (таблица 3).

Таблица 3

Рейтинговая оценка конкурентов ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь»

Предприятия	ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь»	ОАО «Бежицкий сталелитейный завод»	ОАО «Днепродзержинский сталелитейный завод»	ОАО «Алтайвагон»
Показатели				
Ассортимент	3	5	4	3
Рыночная доля	3	5	4	3
Производственная мощность	2	4	3	5
Уникальные продукты	5	5	4	3
Охват рынков сбыта	5	4	4	4
Уровень цен	4	4	3	5
Прибыльность, тыс. руб.	2	5	3	4
Итоговый балл	24	32	26	28

По данным таблицы 3 видно, что безусловным лидером по основным

параметрам является ОАО «Бежицкий сталелитейный завод», ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» отстает от лидера практически по всем позициям и занимает последнее место, уступая ОАО «Днепродзержинский сталелитейный завод» и ОАО «Алтайвагон».

Итак, проведя оценку конкурентного положения ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь», можно сделать следующие выводы: у исследуемого предприятия имеются сильные стороны, которые заключаются в уникальности производимых продуктов и широком охвате рынков сбыта.

Также у ООО «РМ Рейл ВКМ-Сталь» есть и слабые стороны: небольшой ассортимент продукции, отсутствие прибыли, малая производственная мощность.

В целях улучшения своих конкурентных позиций предприятию ООО «ВКМ-Сталь» можно предложить следующее:

Сокращение издержек производства за счет:

- более рационального планирования закупок на производственную программу, поиска альтернативных поставщиков, предлагающих более дешевые аналоги сырья и материалов;
- сокращение высокого процента брака по крупному вагонному литью, который в настоящее время достигает до 50% от выпуска и образуется в результате налаживания новой технологии производства;
- пересмотра норм расхода материальных ресурсов, т.е. сокращения сырья и материалов за счет проведения конструкторских изменений изделия;

Наращивание объемов производства по крупному вагонному литью (потенциально исследуемое предприятие может выпускать до 30 000 т. крупного вагонного литья в год).

На основе разработанных предложений компания может добиться укрепления своего конкурентного положения на российском рынке.

Библиографический список

1. Афонин А., Ицаков Е. Пути повышения конкурентоспособности фирмы в условиях кризиса. Учебное пособие / А. Афонин, Е., Ицаков. – М.: Проспект, 2015. – 198 с.
2. Горбашко Е., Максимцев И., Рыкова Ю., Четыркина Н. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика. Учебник / Под ред. Е. Горбашко, И. Максимцева. – М.: Юрайт, 2015. - 448 с.
3. Криворотов В., Калина А., Ерыпалов С. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем / В. Криворотов, А. Калина, С. Ерыпалов. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 352 с.
4. Тебекин А. Стратегический менеджмент. Учебник / А. Тебекин. – М.: Юрайт, 2015. – 320 с.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ

Сборник научных трудов
по материалам I международной
научно-практической конференции

25 декабря 2015 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISBN 5-00-005373-7

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 6,5. Тираж 100 экз.
Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна
Адрес редакции: Россия, 603186, г. Нижний Новгород, ул. Бекетова 53.