

ISSN 2072-0297



# МОЛОДОЙ<sup>®</sup> УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



**12**  
2017  
Часть IV

16+

ISSN 2072-0297

# МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 12 (146) / 2017

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:** Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам

Авдюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

**Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.**

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

#### **Международный редакционный совет:**

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук, доцент (Армения)*

Арошидзе Паата Леонидович, *доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)*

Атаев Загир Вагитович, *кандидат географических наук, профессор (Россия)*

Ахмеденов Кажмурат Максutowич, *кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)*

Бидова Бэла Бертовна, *доктор юридических наук, доцент (Россия)*

Борисов Вячеслав Викторович, *доктор педагогических наук, профессор (Украина)*

Велковска Гена Цветкова, *доктор экономических наук, доцент (Болгария)*

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

Данилов Александр Максимович, *доктор технических наук, профессор (Россия)*

Демидов Алексей Александрович, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, *доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)*

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, *доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)*

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, *доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)*

Игисинов Нурбек Сагинбекович, *доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)*

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

Кайгородов Иван Борисович, *кандидат физико-математических наук (Бразилия)*

Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Козырева Ольга Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*

Колпак Евгений Петрович, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Курпаяниди Константин Иванович, *доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)*

Куташов Вячеслав Анатольевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

Малес Людмила Владимировна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Нагервадзе Марина Алиевна, *доктор биологических наук, профессор (Грузия)*

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, *кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)*

Прокопьев Николай Яковлевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Прокофьева Марина Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)*

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, *доктор философских наук, профессор (Россия)*

Ребезов Максим Борисович, *доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)*

Сорока Юлия Георгиевна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Узаков Гулом Норбоевич, *доктор технических наук, доцент (Узбекистан)*

Хоналиев Назарали Хоналиевич, *доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)*

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

Шарипов Аскар Калиевич, *доктор экономических наук, доцент (Казахстан)*

**Руководитель редакционного отдела:** Кайнова Галина Анатольевна

**Ответственные редакторы:** Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

**Художник:** Шишков Евгений Анатольевич

**Верстка:** Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович, Майер Ольга Вячеславовна

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru); <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 12.04.2017. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

---

---

**Н**а обложке изображен *Стив Возняк (Stephan Gary Wozniak)*, человек-легенда, один из двух Стивов — основателей компании Apple. И если Стив Джобс известен как человек, способный делать деньги из воздуха, то Возняк и был тем самым «воздухом», мозгом компании, в котором рождались идеи и технологии.

Стив Возняк родился в 11 августа 1950 года в Сан-Хосе, США. Его отец, имевший украинские корни, был инженером, работал над системами наведения ракет. Именно он привил своему сыну любовь к инженерии. Будучи маленьким мальчиком, Стив, которого все звали Woz, смастерил систему внутренней связи, чтобы общаться со своими друзьями-мальчишками из соседних домов. В четвертом классе собрал приемник и передатчик, выучил азбуку Морзе и получил лицензию радиолюбителя. Еще через четыре года, выучив язык двоичных чисел, собрал калькулятор.

В Колорадском университете Стив Возняк учиться не смог по финансовым причинам и, отучившись там год, поступил в менее престижный колледж де Анса, где и познакомился со Стивом Джобсом. С этим предприимчивым молодым человеком они затеяли авантюру: Возняк изобрел прибор для взлома телефонных сетей Blue Box, а Джобс наладил его сбыт. То же самое произошло с прототипом печатной платы классической аркадной игры Breakout для компании Atari в Лос-Гатос. Причем, работая над платой, Возняк значительно уменьшил количество TTL-микросхем. Вознаграждение планировалось поделить поровну. Прототип оказался непригодным для использования, но по контракту с Atari Джобс получил 5000 \$ в качестве бонуса за уменьшение числа схем на плате. Из этой суммы Возняку он отдал только 350 \$.

Такое отношение к общему делу проявлялось почти во всем. Первый компьютер Возняк собрал в 1975 году. Убедив его создать собственную компанию и перейти от кустарного производства к промышленному, Джобс ис-

пользовал в качестве аргумента не получение прибыли, а возможность оставить след в истории и пережить потрясающее приключение, о котором можно будет рассказать потомкам. В 1976 году они зарегистрировали компанию Apple.

Улучшенная версия первого компьютера собиралась, что называется, на коленке. Когда было продано 250 штук, Возняк ушел из Hewlett Packard и полностью сосредоточился на улучшении новой версии Apple-II. Это был настоящий прорыв в электронике. Акции их со Стивом компании подскочили в цене, и они довольно быстро стали миллионерами. Через 12 лет Возняк покинул компанию, хотя и продолжал получать зарплату и числиться там акционером и разработчиком.

Он основал свою компанию CL9 и начал проектировать пульт дистанционного управления, способный переключать сразу несколько устройств. Отношения со Стивом Джобсом после этого не ладились.

В феврале 1981 года Стив Возняк попал в авиакатастрофу; к счастью, выжил, но получил травму головы, приведшую к амнезии. Он не помнил несколько последних дней своей жизни, включая катастрофу и больницу. Постепенно память к нему вернулась благодаря его возлюбленной Кэндис Кларк. Когда они поженились, Возняк под девичьей фамилией жены и с кличкой собаки в качестве имени (Роки Кларк) окончил университет и даже снова поработал в компании Apple.

В 2001 году он основал новую компанию Wheels Of Zeus, которая разрабатывала беспроводную GPS-технологию.

После этого Возняк много занимался благотворительной и просветительской деятельностью: организацией рок-фестивалей и развитием школьных технологических образовательных программ. Он читает лекции по развитию информационных технологий и не верит в опасность искусственного интеллекта для человечества.

*Екатерина Осянина, ответственный редактор*

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Избенникова М. В., Киселева О. В.**  
Особенности учета оборудования к установке ..... 295
- Исаева С. С.**  
Роль внутренней политики компании для эффективного развития (на примере ПАО «Северсталь»)..... 298
- Исаков А. В.**  
Оценка рыночного риска Value-at-Risk (VaR) с помощью метода исторического моделирования..... 301
- Калганов В. А.**  
Анализ структурных параметров развития фармацевтического рынка Российской Федерации ..... 303
- Карпеко Ф. А., Ким Л. В., Питиляк Д. А.**  
Особенности формирования доходов граждан РФ в глобальной сети Интернет на примере видеохостинга YouTube ..... 307
- Кнурова К. А.**  
Учет поступления материально-производственных запасов..... 311
- Куатбеков Ж. А., Умирзакова Н. Т., Есембекова Г. К.**  
Вопросы эффективного управления трудовыми ресурсами в сельском хозяйстве ..... 313
- Кутлукаева А. Н.**  
Сравнительный анализ текущего состояния проектного финансирования на развитых и развивающихся рынках (в России и за рубежом) ..... 315
- Кучмин В. А.**  
Оценка функционирования логистической системы предприятия на примере ООО «Бауцентр рус» ..... 319
- Лебедева С. А.**  
Современная классификация туристских сегментов ..... 323
- Макуев Д. Г.**  
Мотивация как эффективный инструмент управления банковским персоналом ..... 326
- Мамедова Л. А.**  
Теоретические основы управленческого учета в разрезе процесса реализации продукции ... 328
- Мироненко В. О.**  
Стратегическое планирование, его значение и этапы ..... 331
- Нестерова А. В.**  
Влияние экономических институтов на систему управления знаниями российских инновационно ориентированных корпораций ..... 333
- Низовцева А. А.**  
Аутплейсмент как технология кадрового менеджмента..... 336
- Пардаева З. А., Норматова Г. Х., Абдураимова О. Б.**  
Организация бухгалтерского учёта основных средств на хлопкоочистительных заводах..... 338
- Райимбердиева О. Р.**  
Агропромышленный комплекс Республики Узбекистан: на пути к рыночной экономике... 341
- Райимбердиева О. Р.**  
Состояние и перспективы развития управленческого учета на предприятиях АПК.... 343
- Райимбердиева О. Р.**  
Развитие инновационных процессов в малом предпринимательстве как фактор повышения конкурентоспособности экономики Узбекистана ..... 344
- Ризванов Н. А.**  
Методика финансового анализа, используемая в диагностике финансовых результатов ..... 346
- Савенкова И. В., Коломиец К. Л., Молчанова А. О., Мацкова Д. А.**  
Инновационный ключ развития Российской Федерации как глобальная цель достижения конкурентоспособности страны ..... 349

<b>Савинская К. А.</b> Некоторые аспекты управления предпринимательскими рисками компании с участием иностранного капитала ..... 352	<b>Чарышкина А. В.</b> Особенность экономики в энергетической отрасли ..... 373
<b>Садыкова Л. Г., Костригина Л. Ф.</b> Особенности бухгалтерского учета в торговых организациях ..... 356	<b>Чернухина Т. Н.</b> Эффективная система ресурсов предприятия..... 376
<b>Санникова Е. Ю.</b> Тенденции развития фармацевтического рынка Российской Федерации в условиях кризиса 2014–2016 гг..... 359	<b>Чучайцева А. Л.</b> Значение налога на доходы физических лиц в формировании бюджетов РФ и государственного бюджета Республики Саха (Якутия) ..... 380
<b>Туктамышева Л. М., Шамаева Д. Р.</b> Выделение фаз экономического цикла в банковской деятельности ..... 363	<b>Шария Г. Р.</b> Дискуссионные проблемы введения стандартов Базель III в условиях российской экономики ..... 381
<b>Уарова Н. Н., Колочева З. В.</b> Анализ финансовых результатов и рентабельности страховой компании на примере АО «Региональная страховая компания «Стерх»..... 366	<b>Шиленко С. М., Парфенова Е. Н.</b> Характеристика использования программ лояльности в секторе B2C..... 384
<b>Флад В. О.</b> Банкротство предприятий и система критериев оценки их неплатежеспособности на примере СХПК имени Сунь Ят-Сена (г. Уссурийск, Приморский край)..... 368	<b>Шуклина З. Н., Эшонов Р. Р., Хаданович Н. В.</b> Выбор инструментов и стратегий бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде..... 387
	<b>Юдина С. В., Кузнецова М. А.</b> Российская практика внедрения информационных систем управления производством ..... 392

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

### Особенности учета оборудования к установке

Избенникова Мария Владимировна, магистрант;  
Киселева Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, доцент  
Рязанский государственный радиотехнический университет

*Термин «оборудование к установке» связан с технологической структурой капитальных вложений, обусловлен особенностями технологии процесса капитального строительства и относится исключительно к данному виду деятельности.*

*Бухгалтерский учет процесса создания или реконструкции основных фондов содержит достаточно спорных и противоречивых моментов, обсуждаемых в профессиональных изданиях. Одним из таких вопросов является порядок учёта оборудования к установке, которое отличается от всех других видов внеоборотных активов тем, что ему могут потребоваться монтаж и наладка. Эти на первый взгляд несложные операции вносят определенные коррективы в методику бухгалтерского учета.*

*Обязателен ли отдельный счет для оборудования, требующего монтажа? Есть ли свои нюансы в учете и контроле оборудования к установке? Какие существуют варианты ведения учета оборудования, требующего монтажа, и какова целесообразность их применения в зависимости от субъекта инвестиционной деятельности. В данной статье обобщена учетная практика оборудования к установке и предложены собственные выводы.*

**Ключевые слова:** *учет, оборудование к установке, требующее монтажа, подрядчик, заказчик, застройщик, строительство, договор*

В соответствии с приказом Минфина РФ от 31.10.2000 №94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» (далее — План счетов бухгалтерского учета) под оборудованием, требующим монтажа, понимают технологическое, энергетическое, производственное оборудование, предназначенное для установки в строящихся объектах и вводимое в действие только после сборки его частей и прикрепления к фундаменту, опорам, полу, междуэтажным перекрытиям и прочим несущим конструкциям зданий и сооружений [4]. В состав этого оборудования включаются контрольно-измерительная аппаратура или другие приборы, предназначенные для монтажа в составе устанавливаемого оборудования.

Известно, что при формировании информации об объектах основных средств организации должны руководствоваться Положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01, утвержденным Приказом Минфина России от 30 марта 2001 г. №26н (далее — ПБУ 6/01) [5], а также Методическими указаниями по бухгалтерскому учету основных средств, утвержденными Приказом Минфина России от 13 октября 2003 г. №91н [7].

Вместе с тем, положения вышеназванных документов не применяются в отношении предметов, сданных в монтаж или подлежащих монтажу. Положения ПБУ 6/01 и Методических указаний №91н будут применимы к оборудованию лишь после завершения работ по его монтажу и зачислению оборудования в состав основных средств при условии, что приобретенное и смонтированное оборудование удовлетворяет условиям, перечень которых содержит п. 4 ПБУ 6/01.

Обязанность по обеспечению строительства оборудованием, предназначенным для установки на строящемся объекте, в договоре строительного подряда может быть возложена или на подрядчика (как предусмотрено ст. 745 ГК РФ), или на заказчика [1]. Традиционно это является функцией заказчика, поскольку при осуществлении функций по снабжению стройки материально-производственными запасами, подрядчик заинтересован в максимальном увеличении стоимости выполненных строительно-монтажных работ (потому, что уровень плановой рентабельности, закладываемый в договорную цену, не дифференцируется в зависимости от вида выполняемых работ). Конечно, бухгалтерский учет приобретения оборудования, монтажа и ввода его в эксплуатацию осуществляет застройщик.

Планом счетов бухгалтерского учета, Письмом Минфина РФ № 160 [7] рекомендовано, что учет оборудования, предназначенного для установки на объекте строительства, должен осуществлять застройщик на счете 07 «Оборудование к установке». Это не исключает возможности использования счета 07 организацией, для которой выполнение функций застройщика не является основной деятельностью, но которая осуществляет капитальное строительство.

Стоит отметить, что в соответствии с п. 3.1.3 Положения по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций [8] в учете застройщика оборудование, требующее монтажа, отражается на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы» по фактическим расходам, связанным с его приобретением, начиная с того месяца, в котором начаты работы по его установке на постоянном месте эксплуатации.

Исходя из вышеизложенного возникает вопрос, нужно ли промышленному предприятию при покупке оборудования, требующего монтажа, применять счет 07 или достаточно использовать общий порядок формирования затрат на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы», после чего конечный результат в виде первоначальной стоимости переносится на счет 01 «Основные средства»?

Как упоминалось ранее, счет 07 применяется организациями-застройщиками и большей частью он нужен для контроля за таким оборудованием. Доставленное на строительную площадку оборудование, требующее монтажа, подрядчик принимает на забалансовый учет по счету 005 «Оборудование, принятое для монтажа». До тех пор, пока не начаты монтаж и установка переданного подрядчику оборудования на постоянном месте эксплуатации, данное имущество учитывается на счете 07. После того, как оборудование будет сдано в монтаж, заказчик спишет его стоимость на счет 08, где будут отражены и затраты по монтажу, а подрядчик снимет оборудование с забалансового учета, списав стоимость со счета 005.

Отличие счета 07 от счета 08 заключается в том, что на первом счете отражается чистая стоимость оборудования (в нетто-оценке), а на втором — стоимость с учетом монтажа и наладки (в брутто-оценке). Первый счет является контрольным, а второй — накопительным, для затрат. Но не все так однозначно. Во-первых, оборудование к установке принимается к учету по фактической себестоимости приобретения, складывающейся из стоимости приобретения и расходов по доставке этих ценностей на склады организации. Во-вторых, по требующему монтажа оборудованию нужно правильно сформировать стоимость. Например, производственная линия включает различные агрегаты и комплектующие, а также запасные части. Все это должно быть учтено в составе единого объекта и отражено как раз на счете 07.

В таблице 1 представлены бухгалтерские записи по учету оборудования требующего монтажа (при обеспечении объекта строительства оборудованием заказчиком).

Можно сказать, что при использовании счета 07 весь процесс предварительной работы с оборудованием от покупки до ввода в эксплуатацию упорядочен, а стоимость оборудования сформирована с учетом стоимости всех комплектующих и затрат.

Необходимо обратить внимание на то, что если договором строительного подряда предусмотрено, что обеспечение оборудованием возложено на подрядную организацию, подрядчик не может использовать ни счет 07 «Оборудование к установке», так как он применяется предприятиями-застройщиками, ни счет 01 «Основные средства», который предназначен для обобщения информации о принадлежащих организации-собственнику основных средствах. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 [6], согласно которому оборудование к установке относится к материально-производственным

Таблица 1. Бухгалтерские записи по учету оборудования требующего монтажа (при обеспечении объекта строительства оборудованием заказчиком)

Дебет	Кредит	Содержание операции
<i>В учете заказчика</i>		
07	60	Отражена фактическая себестоимость приобретенного оборудования, требующего монтажа, без НДС
19.1	60	Учтен НДС по приобретенному оборудованию
08.3	07	Списана стоимость оборудования, переданного подрядчику для монтажа, на увеличение стоимости объекта строительства
08.3	60	Приняты к учету затраты по созданию фундамента (места установки)
08.3	60	Осуществлены сами затраты по монтажу объекта
01-1	08.3	Смонтировано, налажено и отражено как ОС оборудование
<i>В учете подрядчика</i>		
005		Отражено поступившее от заказчика оборудование для установки на строящемся объекте в оценке, указанной в акте приема-передачи
20	10, 70, 69, 25, 26 и др.	Отражены затраты по установке оборудования на объекте строительства
	005	Списана стоимость смонтированного оборудования



запасам, стоимость такого оборудования учитывается подрядчиком на счете 10 «Материалы», субсчет 10–2 «Покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, конструкции и детали».

Таким образом, оборудование, требующее монтажа (стоимость которого включена в смету), принимается

к бухгалтерскому учету в качестве материально-производственных запасов по фактической себестоимости, которой признается сумма фактических затрат подрядчика на его приобретение (без учета НДС) (п.п. 2, 5, 6 ПБУ 5/01). В бухгалтерском учете формируются следующие записи (табл. 2).

**Таблица 2. Корреспонденция счетов по учету оборудования требующего монтажа (при обеспечении объекта строительства оборудованием подрядчиком)**

Дебет	Кредит	Содержание операции
10.2	60	Оприходовано оборудование, требующее монтажа, по фактической себестоимости без НДС
19.3	60	Учен НДС по приобретенному оборудованию, требующему монтажа
60	51	Оплачено поставщику за приобретенное оборудование
68, субсчет «Расчеты по НДС»	19.3	Принят к вычету из бюджета НДС по оприходованному оборудованию, требующему монтажа
20	10.2	Списано оборудование, требующее монтажа для установки на объекте строительства

В силу норм п. 1 ст. 9 Федерального закона от 06.12.2011 N402-ФЗ «О бухгалтерском учете» все факты хозяйственной деятельности организации подлежат оформлению первичными учетными документами (п. 4 Закона N402-ФЗ) [2]. При этом организация может использовать как самостоятельно разработанные документы, так и уни-

фицированные формы первичной документации, содержащиеся в специальных альбомах и утверждаемые Госкомстатом России (формы № ОС-14, ОС-15, ОС-16) [3].

В таблице 3 представлены унифицированные формы первичной документации, для учета оборудования, требующего монтажа.

**Таблица 3. Унифицированные формы первичной документации, для учета оборудования, требующего монтажа**

№ формы	Наименование формы	Описание
ОС-14	Акт о приеме (поступлении) оборудования	Оформление и учет поступившего на склад организации оборудования с целью его последующего использования в качестве объектов основных средств. Акт составляется в двух экземплярах комиссией, отвечающей за прием основных средств, и утверждается руководителем организации либо лицом, им на это уполномоченным.
ОС-15	Акт о приеме-передаче оборудования в монтаж	Применяется при передаче оборудования в монтаж. Монтаж может быть произведен как силами самой организации, если она располагает для этого достаточными ресурсами техники и персонала, так и с привлечением сторонних организаций. Если монтаж производится силами самой организации, то акт формы N ОС-15 необходимо составить. При проведении монтажных работ подрядным способом в состав приемочной комиссии включается представитель подрядной монтажной организации. В этом случае отдельный акт формы N ОС-15 на передачу оборудования в монтаж не составляется. Уполномоченный представитель монтажной организации в получении оборудования на ответственное хранение расписывается непосредственно в акте, копия такого акта передается ему.
ОС-16	Акт о выявленных дефектах оборудования	Составляется на дефекты оборудования, выявляемые в процессе монтажа, наладки и испытания, а также по результатам контроля.

Смонтированное и готовое к эксплуатации оборудование зачисляется в состав основных средств, для чего оформляется Акт о приеме-передаче объекта основных средств (кроме зданий, сооружений) (форма N ОС-1),

либо Акт о приеме-передаче групп объектов основных средств (кроме зданий, сооружений) (форма N ОС-1б).

Таким образом, порядок отражения оборудования к установке в бухгалтерском учете целиком зависит от

того, на кого из участников строительства возложена обязанность обеспечения объекта материалами и оборудованием по договору строительного подряда. Кроме того, стоит отметить, что во избежание учетных и налоговых ошибок, а также их экономических последствий, следует

обратить особое внимание на необходимость закрепления выбранных вариантов ведения бухгалтерского учета оборудования к установке, и в целом на грамотное отражение отдельных спорных вопросов в учетной политике организации.

#### Литература:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 N14-ФЗ (ред. от 23.05.2016).
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N402-ФЗ (последняя редакция).
3. Постановление Госкомстата РФ от 21.01.2003 N7 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету основных средств».
4. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению».
5. Приказ Минфина России от 30.03.2001 N26н (ред. от 16.05.2016) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01».
6. Приказ Минфина России от 09.06.2001 N44н (ред. от 16.05.2016) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01».
7. Приказ Минфина РФ от 13.10.2003 N91н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств»
8. «Положение по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций» (утв. письмом Минфина РФ от 30.12.1993 N160).

## Роль внутренней политики компании для эффективного развития (на примере ПАО «Северсталь»)

Исаева Светлана Сергеевна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В современных экономических условиях компаниям необходимо учитывать постоянно изменяющиеся параметры внешней и внутренней среды, различные экономические факторы. Особую важность приобретает эффективное управление финансами, которое требует профессионального понимания процессов формирования капитала и соответствующей политики развития, инвестиционных процессов, формирования затрат, доходов и результатов деятельности, распределения ресурсов и выполнения разнообразных обязательств. Все это обуславливает роль корпоративных финансов, которые позволяют анализировать и учитывать финансовые аспекты при принятии управленческих решений по управлению финансовыми потоками, привлечению капитала, проведению оценки бизнеса, развитию отношений с инвесторами, формированию финансовой политики корпорации. Также в современной рыночной ситуации для стабильной деятельности компании необходимо четко осознавать какие управленческие действия необходимо осуществлять, чтобы компания была прибыльной и имела развитие в будущем.

Для раскрытия темы статьи, была выбрана одна из крупнейших в мире вертикально интегрированных сталелитейных и горнодобывающих компаний с активами

в России, Белоруссии, Украине, Латвии, Польше, Италии и Либерии. Данной компанией является ПАО «Северсталь». [1, 5] Акции компании котируются на российской торговой площадке ММВБ-РТС, также глобальные депозитарные расписки представлены на Лондонской фондовой бирже. На данный период времени ПАО «Северсталь» является одной из развивающихся компаний, имеющих высокую чистую прибыль и выручку. (см. рисунки 1 и 2). [2]

Рассматривая диаграммы 1 и 2, видим, что выручка и чистая прибыль ПАО «Северсталь» от осуществления деятельности, относящейся к сфере деятельности естественных монополий, и от регулируемых видов деятельности в сфере электроснабжения, газоснабжения, теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения, очистки сточных вод, утилизации (захоронения) твердых бытовых отходов за последние годы увеличивается. В 2015 году по сравнению с 2014 годом совокупная выручка выросла на 87,931684 млн руб, а чистая прибыль на 98672,54 млн руб.

Однако не всегда наблюдается рост данных показателей. Заметно значительное снижение чистой прибыли ПАО «Северсталь» в 2014 году на 64255,99 млн руб. Данное снижение в 2014 году объясняется падением цен



Рис. 1. Выручка ПАО «Северсталь» за 2010–2016 г., млн руб. [1]



Рис. 2. Чистая прибыль ПАО «Северсталь» за 2010–2016 г., млн руб. [1]

Таблица 1. Рыночная капитализация ПАО «Северсталь» за 2010–2016 гг., млн руб. [2]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	30.06.2016
Рыночная капитализация	521582,84	367911,75	301304,89	266426,37	439555,69	507062,90	643870,56

и объемов продаж российских сталелитейных и горнодобывающих подразделений группы. Рыночная капитализация также существенно снизилась в 2014 году. (см. Таблицу 1)

Казалось бы, компания должна была потерять свое влияние на рынке и со временем обанкротиться, но нет, компания в 2014 году бьет все рекорды по преодолению кризисных ситуаций на рынке и уже с 2014 года наблюдаются позитивный рост чистого процентного дохода компании, рыночная капитализация растет, прибыль и выручка тоже. Этому всему способствует правильная проводимая политика в компании. Так, еще в 2013 году

стратегической целью «Северстали» являлось создание устойчивого высококачественного бизнеса, стабильно приносящего больше прибыли, чем в среднем по отрасли, то в 2014 году «Северсталь» поставило иные социальные приоритеты — стать одним из мировых лидеров отрасли по EBITDA, сохранив при этом лидерство по рентабельности и по окупаемости инвестиций. [5] На данный период времени «Северсталь» ориентируется прежде всего на качественные приоритеты, такие как рентабельность, производственная эффективность, высокая добавленная стоимость продукции, экологическая безопасность, социальное благополучие персонала. Компания стремится вы-

страивать конкурентные преимущества на долгосрочную перспективу с учетом тенденций развития рынков, социально-экономических и экологических факторов. Так, с 2014 года компанией взят курс на развитие социальной поддержки персонала, на расширение рабочих мест. Это подтверждают действующие программы страхования, которые компания стала предоставлять сотрудникам. На данный период времени действует медицинская программа «Здоровье» «Северстали», разработанная с целью комплексного воздействия на все факторы, влияющие на улучшение состояния здоровья работников, и льготные программы отдыха сотрудников и их детей в пансионатах и санаториях. [1] Также в компании реализуется комплексная программа «Безопасность для всех», призванная создать систему охраны труда и производственной безопасности мирового уровня. Условия труда в компании соответствуют трудовому законодательству регионов присутствия, сертификатам ISO 14001 «Система экологического менеджмента» и OHSAS 18001 «Спецификация системы оценки профессиональной безопасности и здоровья».

Таким образом, ПАО «Северсталь» заботится о здоровье своих сотрудников, дает возможность реализовать весь их творческий потенциал, предоставляет возможность карьерного роста и профессионального развития. В 2015 году среднесписочная численность ПАО «Северсталь» составила 24 054 человека. [5] Увеличение численности по сравнению с прошлым годом обусловлено включением в состав Общества дочерних ремонтных предприятий. Кроме того, с 1 января 2015 года осуществлен перевод персонала функциональных дирекций в управляющую компанию ПАО «Северсталь-Менеджмент». Вместе с тем, в течение 2015 года была продолжена работа по оптимизации численности персонала и рабочих мест, в том числе за счет передачи работ на аутсорсинг сторонним организациям. В 2015 году создано 301 новое рабочее место, в основном в связи с увеличением объемов работ на отдельных участках. Также, в апреле 2015 года фонд оплаты труда был увеличен на 9%, в том числе тарифные ставки на 8%. В 2015 году разработана и внедрена система компенсаций за вредные условия труда по результатам специальной оценки условий труда (СОУТ).

#### Литература:

1. Годовой отчет компании за 2010–2015 год. Официальный сайт ПАО «Северсталь».
2. Информационный портал Bloomberg
3. Корпоративные финансы: учебник Е. И. Шохин. под ред. и др. М.: КНОРУС, 2015. 48 с. (Бакалавриат).
4. Корпоративные финансы под ред. Эскиндарова М. А., Федотовой М. А. // Кнорус-Москва, 2016 г. С. 10–12.
5. Официальный сайт ПАО «Северсталь» URL: <http://www.severstal.com>
6. Система анализа рынка — «СПАРК». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.spark-interfax.ru> (дата обращения 06.03.2017).

ПАО «Северсталь» продолжает воплощать долгосрочную стратегию по превращению в одного из самых эффективных вертикально-интегрированных производителей стали в мире. Так, в 2015 году Центром технического развития и качества совместно с производствами и цехами проводились работы по освоению 147 новых видов металлопродукции. Освоено 7 новых видов продукции (НВП). В 2015 году освоена технология производства металлопроката из стали марок S235JR, S235J0 в толщинах до 25 мм, S235J2 в толщинах до 20 мм, S355J2, S235K2 в толщинах до 25 мм в состоянии поставки после нормализующей прокатки (+N) на стане 2800. [1,5] Освоение данной технологии позволило обеспечивать высокие требования клиентов к качеству поверхности (в особенности для производителей «Желтой Техники» / «Строительной техники ответственного назначения»), исключить операцию термообработки в ЦОМ-1, тем самым снизив себестоимость продукции. В 2015 году поставки сертифицированной арматуры на экспорт в соответствии с финским и немецким стандартами составили более 30 тыс. тонн. Полученная сертификация дает возможность компании расширить географию поставок и повысить их эффективность за счет перспективных и логистически достижимых экспортных рынков. Освоено производство и проведена сертификация арматурного проката для Дании, Швеции. В 2015 году велись разработки по созданию высокопрочного проката, который может быть использован в автомобилестроении и машиностроении для исключения монополии иностранных производителей в этом секторе производства металлопроката. Основным направлением было освоение брендов SeverHard (высокопрочная, износостойкая), SeverWeld (высокопрочная свариваемая). Данные продукты не уступают по механическим свойствам зарубежным аналогам. В конце года активно началась работа над освоением высокопрочных марок стали для судостроения — F500W, АК 36 и АБЗ, освоение которых позволит занять Обществу перспективные рынки сбыта.

Таким образом, для того, чтобы у компании получилось реализовать намеченные цели по выходу из кризисных ситуаций, она должна не только проводить различные способствующие мероприятия по улучшению экономического роста компании, но и развивать систему организации, взаимосвязанные структурные подразделения.

## Оценка рыночного риска Value-at-Risk (VaR) с помощью метода исторического моделирования

Исаков Анатолий Владимирович, студент

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

*В данной статье рассматривается оценка финансового риска по методологии Value-at-Risk с применением метода исторических моделей на примере ГК «Норникель». В исследовании за основу взяты данные по изменению рыночной стоимости компании за определенный временной интервал, инструментами измерения и прогнозирования риска являются статистические величины. В работе подробно описан процесс применения данной методологии. По результатам исследования сформулированы соответствующие выводы и обозначены недостатки и перспективы применения оценки рыночного риска торговых позиций.*

**Ключевые слова:** риски, финансовые риски, Value-at-Risk, VaR, инвестиции, финансовые рынки, акции

В настоящее время инструменты инвестиционного анализа приобретают все более важный характер в принятии решений в процессе управления инвестиционным портфелем. С развитием активности операций на финансовых рынках, а также с учетом нестабильности экономической системы, оценка потенциального риска является основополагающим звеном в механизме инвестирования. Безусловно, детерминировать некоторые факторы, в частности, внешнеполитические, не всегда представляется возможным, но на ближайшую перспективу, для оценки краткосрочной волатильности стоимостных рыночных котировок, измерение потенциального риска является не только реальным, но и, в некоторой мере, обязательным. Для оценки финансовых рисков используют множество различных методик, каждая из которых содержит в себе определенный способ нахождения взаимосвязи между значениями и факторами.

Предметом данного исследования является оценка рыночного риска Value-at-Risk (VaR), целью применения которой является статистическое измерение величины возможного убытка с заданной вероятностью за конкретный период времени. Методом данного исследования для вычисления Value-at-Risk, является историческое моделирование, сущность которого заключается в использовании значений колебания рыночных котировок за прошедший период времени в расчете на стационарность рынка в будущем. Помимо него, существуют также аналитический метод и метод Монте-Карло.

Объектом данного исследования является Горно-металлургическая компания «Норильский никель», крупнейший в мире производитель никеля и палладия, а также один из крупнейших производителей платины и меди. Обоснованность выбора именно «Норникеля» объясняется тем, что, во-первых, автор проявляет повышенный интерес к инвестициям в акции данной компании и считает целесообразным провести качественную оценку для принятия решения, а, во-вторых, акции «Норильского никеля» котируются в «первом эшелоне» Московской межбанковской валютной бирже РФ (ММВБ РФ), что позволяет говорить о некоторой стабильности и ликвидности компании.

При нахождении VaR имеют значимость следующие параметры:

1. временной горизонт — период времени, на который приходится расчет риска;
2. уровень допустимого риска;
3. базовая валюта.

Например, VaR, равный  $x$  при временном горизонте в  $n$  дней, уровне допустимого риска 99% и базовой валюте — рубли, будет означать, что с вероятностью 99% убытки не превысят  $x$  рублей в течение  $n$  дней. Данная методология интерпретирована графически (рис. 1).

Последовательность оценки VaR посредством применения метода исторического моделирования:

1. Расчет ежедневных темпов роста доходности актива. Основой методологии является допущение того, что случайные величины, равные отношению значений факторов риска в текущий и предыдущий период времени (значения темпов роста), подчиняются логарифмически-нормальному закону распределения;
2. Расчет среднего значения ежедневной доходности актива (математическое ожидание);
3. Расчет стандартного отклонения полученной доходности;
4. Принятие уровня допустимого риска. Расчет обратного нормального распределения (квантиля) для заданной вероятности;
5. Определение расчетной стоимости актива через  $n$  дней;
6. Расчет величины возможных убытков (VaR) за следующие  $n$  дней.

В данном случае период исторических данных (значений котировок) составляет 250 торговых дней, прошедших в период с 24.03.2016 по 20.03.2017. Указанное количество используемых наблюдений рекомендовано Банком международных расчетов и является оптимальным. Временной горизонт составляет 30 ближайших торговых дней. Уровень допустимого риска (доверительный интервал) в данном случае равен 99%, базовая валюта — российский рубль.

В результате анализа в программе Excel автором была сформирована следующая таблица расчета VaR на основе

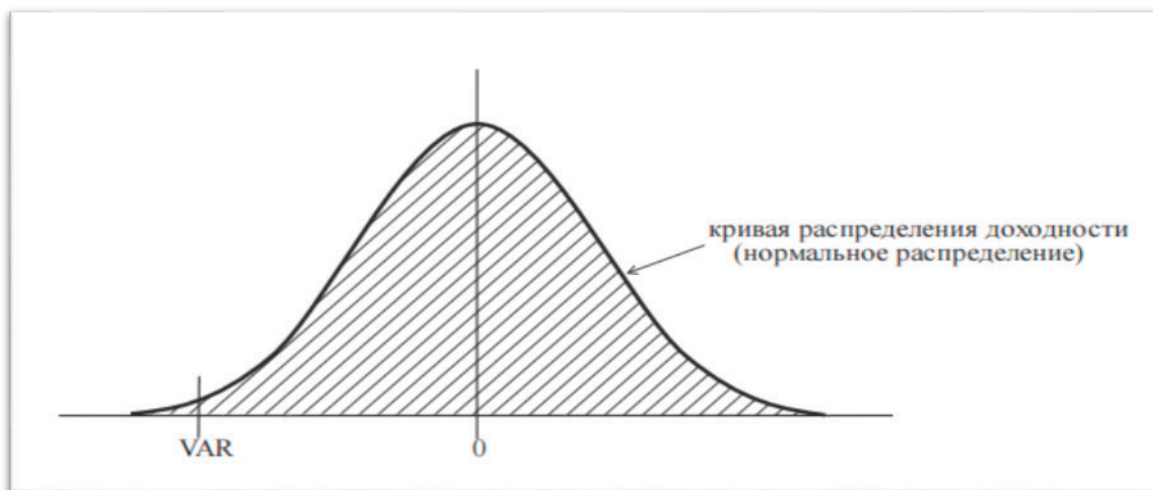


Рис. 1. Графическое выражение подхода Value-at-Risk (VaR)

Таблица 1. Таблица расчета базовых показателей оценки рыночного риска

Название	Дата	Цена Закрытия	Доходность	Мат. ожидание	Станд. откл.	Квантиль
GMKN	21.03.2016	9 390	-	-0,02%	1,43%	-3,33%
GMKN	22.03.2016	9 440	0,53%			
...	...	...	...			
GMKN	20.03.2017	9 011	-1,74%			

котировок ГМК «Норникель», в которой отражены значения таких ключевых статистических величин, как ежедневная доходность, среднее значение ежедневной доходности и квантиль (табл. 1).

Исходя из данных таблицы 1, а именно из базовых расчетных показателей, можно заключить, что в среднем за год рыночная стоимость акции почти не изменилась, а волатильность от средней доходности составляет около полутора процентов. За данный период максимальный убыток составил 3,33% от стоимости одной акции.

Отталкиваясь от получившихся величин, целесообразно спрогнозировать рыночную цену акции на ближайшую перспективу, а также сам уровень риска (VaR). Для этого необходимо применить следующие формулы:

1. Для измерения стоимости одной акции на следующий торговый день (21.03.2017):

$$x_{t+1} = x_t * (Q+1)$$

2. Для измерения стоимости одной акции через 30 торговых дней (на 01.05.2017):

$$x_{t+n} = x_t * (Q * \sqrt{n} + 1)$$

3. Рассчитать величину возможных убытков (VaR) за следующий день:

$$VaR = x_t - x_{t+1}$$

4. Рассчитать величину возможных убытков (VaR) за следующие 30 дней:

$$VaR = x_t - x_{t+n}$$

где:  $x_t$  — значение доходности актива в текущий момент времени;  $x_{t+1}$  — значение доходности актива на сле-

Таблица 2. Таблица итоговых показателей оценки рыночного риска

Показатель	Значение	
	Абс. (в рублях)	в%
$X_{t+1}$	8 710,7	
$X_{t+30}$	7 366,4	
$VaR_{t+1}$	300,26	3,33
$VaR_{t+30}$	1 644,57	18,25

дующий день;  $Q$  — значение квантиля для нормального распределения;  $n$  — количество дней.

В результате аналитических расчетов получились следующие данные (табл. 2).

Таким образом, из проведенных результатов оценки инвестиционного риска путем исторического моделирования можно сформировать следующие выводы. При неизменной конъюнктуре финансового рынка, акции ГМК «Норникель» на следующий торговый день по итогам закрытия должны котироваться не ниже, чем 8710,7 рублей, то есть падение в цене ожидается не более, чем на 300,26 рублей, что составляет порядка 3,33% от стоимости акции. Через торговый месяц максимальная величина падения инвестиционного портфеля по данному активу составит не более 1644,57 рублей, то есть риск потери стоимости акций компании при заданном распределении рыночных факторов (Value-at-Risk) у владельца составит не более 18,25%. По мнению автора, данные изменения слишком значительны, вероятность падения курсовой стоимости данного актива слишком высока, а значит высок и риск инвестирования в акции компании в данный момент.

#### Литература:

1. Инвестиции: учебник / Т. В. Теплова — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011. — 724 с.
2. Финансово-экономические риски: учебное пособие / Е. Г. Князева, Л. И. Юзвович, Р. Ю. Луговцов, В. В. Фоменко. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. — 112 с.
3. Информация о торгах — Норильский никель [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.nornik.ru/investoram/akczioneram/informacziya-o-torgax>
4. Московская биржа [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.moex.com>

## Анализ структурных параметров развития фармацевтического рынка Российской Федерации

Калганов Владимир Андреевич, студент  
Волгоградский государственный технический университет

*В статье проведен анализ структурных параметров развития фармацевтического рынка Российской Федерации, и выявлены перспективы его развития с учетом существующих тенденций.*

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок, структурные параметры развития, импортные и отечественные лекарственные средства, рецептурные и безрецептурные лекарственные средства

Основными параметрами, характеризующими развитие фармрынка, являются соотношения аптечных/больничных продаж, рецептурный/безрецептурный отпуск лекарственных средств [6], а также соотношение импортных/отечественных лекарственных средств. Рассмотрим динамику основных структурных параметров в 2011–2016 годах.

Таким образом, данные представленные на рис. 1 свидетельствуют о достаточно стабильном соотношении рецептурных и безрецептурных лекарственных средств на

Однако это отнюдь не означает, что рыночная стоимость акций «Норильского никеля» в полной мере обязана опуститься до указанного ценового уровня. Безусловно, существует также вероятность, что волатильность цены за акцию примет положительный характер и позволит получить выгодный доход с данного финансового инструмента. Задача применения методологии Value-at-Risk заключается не в том, чтобы спрогнозировать динамику котировок, что практически невозможно оценить точным образом, а в том, чтобы, исходя из опыта прошлых данных по торговым операциям, оценить вероятность потерь по данному активу. Преимущество данного метода (исторического моделирования) в том, что он относительно прост, несмотря на то, что данные по динамике определенного актива не всегда удается найти, и надежен, особенно для осуществления долгосрочных инвестиций. Но основной недостаток состоит в изначальной установке о стационарности рынка, то есть данный способ не учитывает отраслевые и внешнеполитические риски, а также значимые изменения конъюнктуры рынка. По мнению автора, в период экономической стабильности метод исторических моделей по методологии VaR можно использовать как основной.

фармацевтическом рынке Российской Федерации. Очевидно, что за анализируемый период доля рецептурных ЛС в стоимостном выражении в среднем составляла около 54%, и с 2011 года по 2016 год демонстрирует тенденцию к увеличению, что связано с усилением государственного регулирования на фармацевтическом рынке Российской Федерации.

Таким образом, данные представленные на рис. 2 свидетельствуют о сильной зависимости фармрынка РФ от

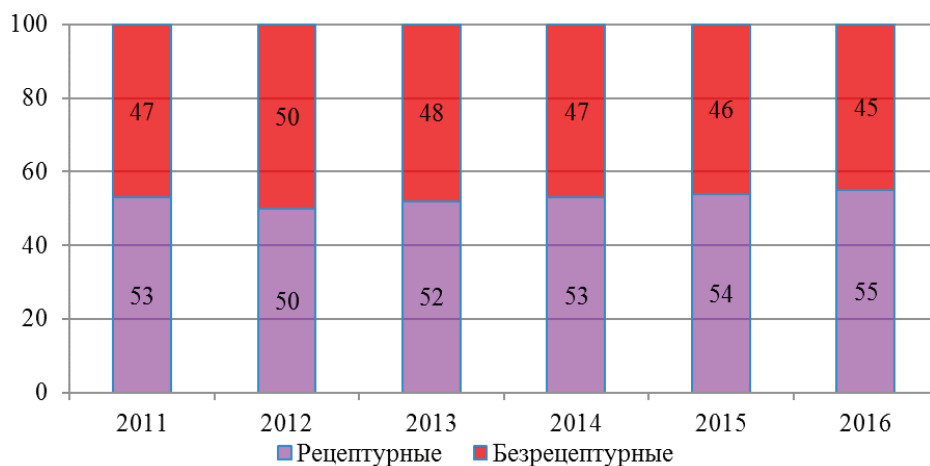


Рис. 1. Соотношение рецептурных/безрецептурных лекарственных средств (в стоимостном выражении) на фармрынке РФ

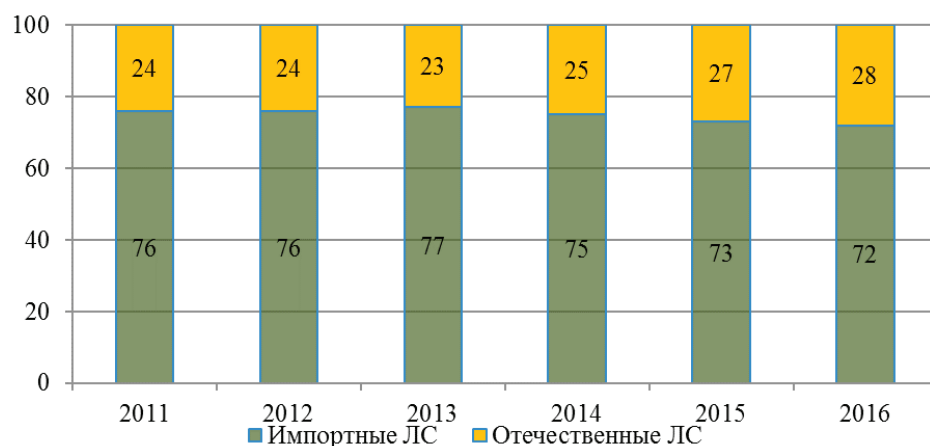


Рис. 2. Соотношение лекарственных средств отечественного/иностранного производства (в стоимостном выражении) на фармрынке РФ

импортных поставок ЛС. Очевидно, что за анализируемый период доля импорта на рынке в стоимостном выражении составляла не менее 70% всей емкости рынка.

Структура фармацевтического рынка может быть представлена как совокупность участников рынка в различных сферах [3], а именно в производстве, распределении и реализации. Оптовыми поставщиками лекарственных средств являются дистрибьюторы (Дб). Фармацевтический дистрибьютор — промежуточное звено в товаропроводящей цепочке фармпродукции между производителями с одной стороны, и розничными структурами, мелкооптовыми компаниями и госпитальным сектором, с другой стороны.

Дистрибьюторский сегмент в силу своей специфики является наиболее важным сегментом в лекарственном обеспечении регионов страны. Концентрация в этом сегменте самая большая — 99%. Инициативы Дб хорошо вписываются в структуру рынка по организации высокотехнологичных производств. Существуют собственные производственные площадки у крупных российских фар-

мдистрибьюторов, таких как «Протек», «СИА Интернейшнл», «Биотек» и др. О желании построить завод для выпуска генно-инженерных и высокотехнологичных препаратов заявил один из крупнейших поставщиков в секторе госзакупок — «Ираин-2» (соинвестором проекта выступает компания «Ростехнология»). Импорт лекарственных средств (ЛС) на фармацевтическом рынке Российской Федерации осуществляются представителями как иностранных компаний, так и дистрибьюторы. В работах [10], [11] и [12] отмечается, что одним из фундаментальных факторов развития фармотрасли является динамичное и эффективное функционирование оптовых структур в товаропроводящей цепочке ЛС. На фармрынке России наиболее распространенным является канал сбыта 2-го уровня: производитель — оптовый посредник (дистрибьютор) — аптека — покупатель, что свидетельствует о еще не завершившемся процессе формирования структуры каналов распределения на ФР России. Одной из основных закономерностей развития фармрынка РФ является сокращение численности дис-



трибьюторов [1], [2], переход к большей концентрации участников рынка, отражающей оптимизацию каналов распределения и упорядочение их конфигурации.

Одним из ключевых факторов развития ФР является динамичное и эффективное функционирование оптовых структур в товаропроводящей цепочке ЛС. За-

водам — производителям, как и розничным структурам, представителями которых в основном являются аптечные учреждения, необходимы надежные партнеры в лице дистрибьютерских компаний. На рис. 3 представлена схема функционирования Дб в товаропроводящей цепочке фармтоваров.

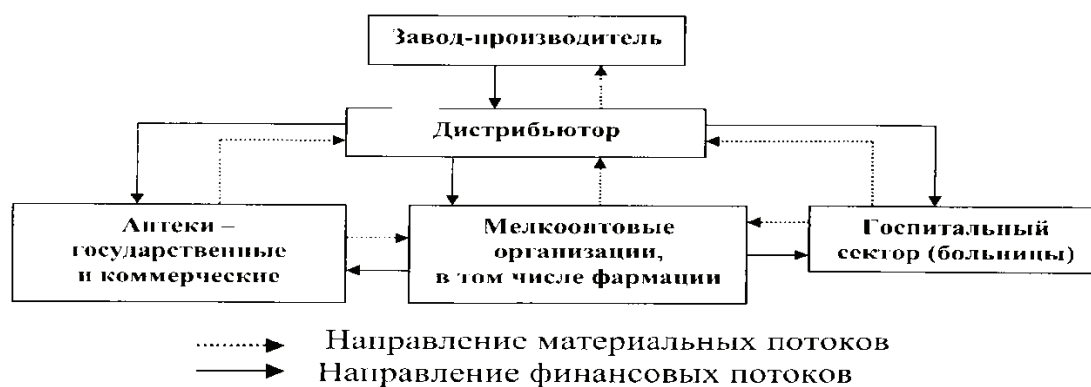


Рис. 3.Схема работы субъектов рынка в товаропроводящей цепи фармынка

Одной из ключевых задач, стоящих перед государственными и бизнес — структурами фармынка, является избавление от зависимости импорта ЛС и импортных субстанций. Ведущая роль в сегменте фармалогической Дб принадлежит крупнейшим национальным компаниям, таким как «СИА Интернейшнл», «Протек», «Катрен», «Роста», которые кроме собственных производственных площадок имеют собственные аптечные сети. Важным действием в работе Дб является стимулирование спроса на продукцию фармкомпаний посредством рекламной деятельности. Большинство оптовых фармкомпаний имеют в ассортименте так называемые «брендовые товары», которые хорошо разрекламированы. Те лекарственные средства, которые активно продвигаются рекламой, выписываются врачами в первую очередь и, соответственно, хорошо продаются. На примере ЛС от простудных заболеваний можно отметить наличие большого количества препаратов, являющихся бестселлерами и пользующимися спросом. Таким образом, структура потребления ЛС не всегда соответствует в целом структуре заболеваемости и не исключено, что структура потребления в определенной степени зависит от активной маркетинговой политики фармацевтических компаний.

Последним звеном в каналах распределения ЛС и изделий медицинского назначения (ИМН) от производителя до потребителя являются аптечные розничные сети. Для розничной сферы распределения типична низкая степень концентрации участников рынка, что характеризуется показателем, который свидетельствует: на 10 крупнейших компаний приходится около 16% всего рынка [15]. Розничная сфера распределения очень сильно подвержена влиянию государственного контроля за ценовой политикой компаний на ЛС и ИМН [16]. В качестве розничных

поставщиков ЛС и ИМН выступают аптечные учреждения, распределяющие товары по аптечным сетям и лечебным учреждениям. На ранних этапах становления розничного фармацевтического рынка в России решающее значение при выборе потребителем аптечного учреждения имели такие факторы, как широта ассортимента и качество лекарственных средств [14].

По результатам анализа функционирования аптечных сетей на фармацевтическом рынке Российской Федерации было выявлено, что структура розничного рынка меняет свою конфигурацию и происходит смена лидеров. На рис. 4 показан уровень концентрации аптечных сетей на фармацевтическом рынке Российской Федерации.

Таким образом, анализ периода 2009–2016 гг. выявил, что уровень концентрации аптечных сетей (ТОР-10 компаний) на фармынке РФ демонстрирует устойчивую тенденцию к росту и практически трехкратное увеличение. Формирование и развитие аптечных сетей связано с проявлением тенденций к концентрации аптечного сектора [13]. По сравнению с началом 2000-х гг. уровень концентрации повысился, но спада общего количества не произошло, что свидетельствует об оптимизации структуры рынка. Причем эта тенденция наблюдается и на региональном уровне. Необходимо отметить что процессы усиления концентрации участников рынка связаны в том числе с процессами слияний и поглощений [8], [9], которые изменяют структуру рынка [7], но, тем не менее, крупные аптечные сети демонстрируют очень умеренные темпы развития.

Таким образом, в результате проведенного исследования структурных параметров развития фармацевтического рынка Российской Федерации автором статьи были сделаны выводы о том, что российский фармацевтический

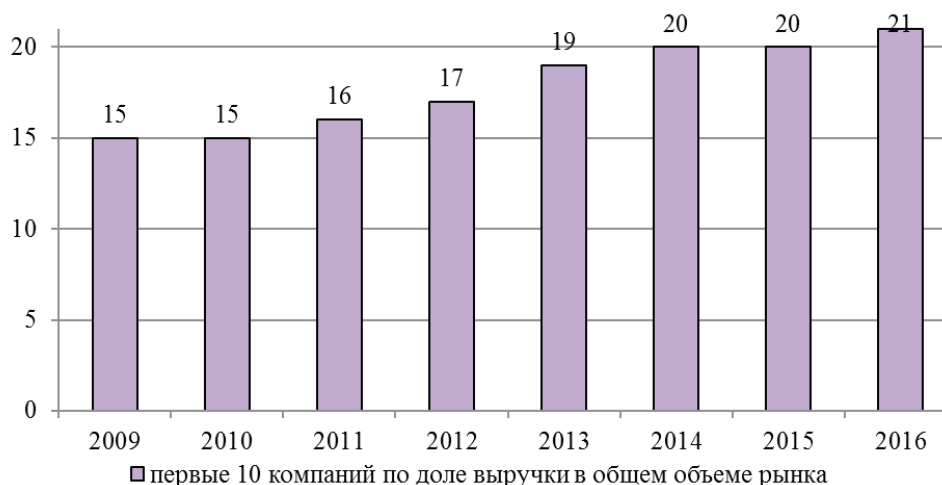


Рис. 4. Уровень концентрации аптечных сетей на фармрынке РФ, % [5]

рынок являются стабильно развивающимся и перспективным. Постепенное изменение и совершенствование структуры фармрынка, оптимизация каналов связи между производителем и потребителем позволит создавать более качественную продукцию при меньших затратах, сделать фармотрасль независимой от мировых производителей ЛС и поставщиков сырья. Больничные продажи на фармацевтическом рынке представляют особую часть рынка со своими особенностями структуры и тенденциями развития. Начиная с 1996 года на фармацевтическом рынке Российской Федерации наблюдается тенденция к сокращению доли больничных продаж, и увеличению доли роз-

ничного сектора. В дистрибьюторском сегменте Российской Федерации закономерным является сокращение численности дистрибьюторов и переход к большей концентрации участников рынка. В сегменте розничных сетей наблюдается низкая степень концентрации его участников вследствие сильного государственного контроля за ценовой политикой на ЛС и ИМН. Однако в этом сегменте наблюдаются процессы усиления концентрации, связанные с процессами слияний и поглощений. Выявленные закономерности развития ФР РФ отражают тот факт, что ФР в России проходит те этапы, которые характерны для уже сложившихся фармрынков развитых стран.

#### Литература:

1. Бельских, И. Е. Особенности российского фармацевтического рынка / И. Е. Бельских, С. В. Кулагина // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2010. — Т. 10. — № 13 (73). — С. 56–66.
2. Бельских, И. Е. Особенности регулирования цен на фармацевтическом рынке / И. Е. Бельских, С. В. Кулагина // Международный бухгалтерский учет. — 2011. — № 14. — С. 37–45.
3. Воронцова, Н. А. Сущность и специфические особенности фармацевтического рынка / Н. А. Воронцова // *Vaikal Research Journal*. — 2016. — Т. 7 — № 3 — С. 16.
4. Дубова, Ю. И. Тенденции и перспективы развития современного рекламного рынка в России: монография / Ю. И. Дубова, А. В. Евстратов, А. Ю. Заруднева; ВолгГТУ. — Волгоград, 2015. — 96 с.
5. Евстратов, А. В. Слияния и поглощения компаний на фармацевтическом рынке: мировой опыт и российская специфика: монография / А. В. Евстратов, А. М. Измайлов; ВолгГТУ. — Волгоград, 2016. — 156 с.
6. Евстратов, А. В. Теория отраслевых рынков: учебное пособие / А. В. Евстратов, И. В. Днепровская; ВолгГТУ. — Волгоград, 2016. — 72 с.
7. Евстратов, А. В. Анализ особенностей формирования и развития инфраструктуры фармацевтического рынка в США / А. В. Евстратов, М. А. Москвичева, М. В. Сенина // *Экономика и предпринимательство*. — 2016. — № 11–2 (76–2). — С. 920–923.
8. Евстратов, А. В. Ретроспективный анализ процессов слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке / А. В. Евстратов, В. С. Игнатьева // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. — 2016. — № 11 (145). — С. 24–31.
9. Евстратов, А. В. Исследование процессов слияний и поглощений компаний на мировом фармацевтическом рынке / А. В. Евстратов // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. — 2016. — № 3 (137). — С. 32–37.
10. Измайлов А. М. Методический подход к анализу конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия / А. М. Измайлов // *Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал*. — 2015. — № 3. — С. 232–236.

11. Измайлов А. М. Подход к оценке конкурентоспособности предприятия фармацевтической промышленности / А. М. Измайлов // Экономика и предпринимательство. — 2014. — № 11–4(52–4). — С. 537–539.
12. Кунев С. В. Фармацевтическая реклама как маркетинговый инструмент: особенности государственной регуляторной политики в России и зарубежом / С. В. Кунев, Л. В. Кунева. // Инновационные тенденции, социально-экономические и правовые проблемы взаимодействия в международном пространстве: материалы Международной научно-практической конференции XVI Макаркин. науч. чтения / отв. ред. Н. И. Лушенкова; Мордов. гуманитар. ин-т. — Саранск, 2016. С. 93–97.
13. Кунев, С. В. Проблемы и пути развития российской фармацевтической отрасли в условиях внешнеэкономических ограничений / С. В. Кунев, Л. В. Кунева // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 6. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15317>.
14. Папанова, С. Ю. Виртуальная аптечная сеть: особенности создания и функционирования / С. Ю. Папанова // Наука и образование: новое время. — 2016. — № 1(12). — С. 1–3.
15. Папанова, С. Ю. Использование нейромаркетинга в системе управления аптечной организацией / С. Ю. Папанова, А. А. Хамукова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2015. — № 4. — С. 316–322.
16. Пушкарев, О. Н. Оптимизация структуры аптечной сети / О. Н. Пушкарев, А. В. Евстратов // Вестник экономики, права и социологии. — 2016. — № 1. — С. 62–66.

## Особенности формирования доходов граждан РФ в глобальной сети Интернет на примере видеохостинга YouTube

Карпеко Фёдор Александрович, студент;  
 Ким Любовь Васильевна, кандидат экономических наук, доцент;  
 Питиляк Дмитрий Александрович, старший преподаватель  
 Сахалинский государственный университет

*В статье рассматриваются социальные и экономические аспекты относительно нового способа Интернет-коммуникации — видеохостинга YouTube. Автор проводит анализ доходов граждан РФ, занимающихся деятельностью в исследуемом Интернет-сервисе, а также описывает пути развития данной системы.*

**Ключевые слова:** *доходы граждан, средства массовой информации, информационные технологии, налоговый контроль*

Современное общество в настоящей его форме невозможно без существования связующего коммуникационного элемента между его структурными единицами — средств массовой информации. Либеральным, интерактивным средством масс-медиа, где каждый может стать автором контента, на сегодняшний день стал Интернет. В связи с развитием Интернет-пространства появилась возможность создания «персонализированного» конкурента телевидению — видеохостинг. Он представляет собой цифровой ресурс (личный канал на каком-либо портале), позволяющий его пользователям публиковать и делиться со всем миром информацией в формате видео. Одним из первых и самым массовым на данный момент является видеохостинг YouTube, основанный в феврале 2005 года бывшими работниками электронной системы платежей PayPal Стивом Ченом, Чадом Херли и Джаведом Каримом. 13 ноября 2006 года видеохостинг был куплен корпорацией Google за 1,65 миллиарда долларов США [1].

Подобно телевидению, основной формой получения дохода на YouTube стала реклама: изначально в виде ре-

кламных видеороликов, а затем и в форме встроенной контекстной рекламы. Так, первым успешным рекламным видеороликом на видеохостинге стала реклама компании по производству спортивной одежды Nike. С появлением 13 ноября 2007 года локальной версии YouTube на русском языке тема получения дохода от деятельности на данном Интернет-ресурсе стала приобретать свою значимость и в России.

В связи с возрастающим охватом аудитории рассматриваемого ресурса, нарастанием его социально-культурной значимости, стоит отметить актуальность данного научного направления. В периоды экономического упадка (в т.ч. в России) люди все активнее прибегают к извлечению альтернативного дохода, не попадающего под налогообложение государства, а, как будет описано далее, доход на видеохостинге YouTube не облагается подоходным налогом в России.

Для дальнейшего понимания исследуемого явления стоит обозначить принципы работы сервиса YouTube. Видеодатчики, выложенные в доступ на хостинге, может про-

смачивать любой человек, даже не зарегистрированный в системе, однако, чтобы получить возможность публиковать собственные видеоролики и оставлять комментарии к видео, пользователю нужно пройти бесплатную авторизацию на ресурсе. Вместе с авторизацией пользователь получает свою собственную страницу-канал, схожий по своему действию с каналами на телевидении, на котором формируется со временем своя собственная аудитория — подписчики.

На данный момент на исследуемом ресурсе существует два основных вида заработка:

1) Получение дохода с помощью встроенной контекстной рекламы (в состоянии партнерства с YouTube или сторонними программами);

2) Получение дохода с помощью привлечения сторонних рекламодателей.

В текущем исследовании рассматривается первый вид получения дохода, так как второй вид индивидуален и требует непосредственного опроса каждого пользователя-создателя контента YouTube, что значительно затрудняет получение исходных статистических данных.

Система партнерства, введенная Google в мае 2007 года [2], состоит в том, что пользователям ресурса предоставляется возможность монетизировать свой видеоконтент (извлекать доход из него), происходит это в следующем порядке:

1. Персонал сервиса ищет рекламодателей;
2. Подбирается реклама, тематически подходящая под контент пользователя;
3. Подобранный реклама визуализируется при просмотре видеоролика пользователя в форме встроенных баннеров или рекламных видеовставок;
4. Пользователь получает процент дохода от выплат рекламодателя.

Существуют также официальные сторонние партнерские программы, которые связаны с YouTube, но находят рекламодателей собственными силами и, следовательно, получают собственную выручку. Алгоритм получения дохода пользователя YouTube с помощью таких программ аналогичен сотрудничеству с партнерской программой YouTube, но каждая сторонняя программа предлагает свои условия оплаты, размеры дохода и бонусы. Стоит отметить, что партнером сервиса YouTube может стать не каждый участник видеохостинга. Пользователь должен пройти авторизацию своих паспортных данных, а его канал должен содержать оригинальный и качественный контент, не противоречащий законодательству и не нарушающий авторские права других пользователей ресурса [3].

Согласно данным, опубликованным Международным союзом электросвязи (ITU) к концу 2016 года количество пользователей сети Интернет составило 47,1% населения земного шара, что равняется примерно 3,53 млрд человек [4]. В России количество людей, подключенных к Интернету составило в этом же году порядка 84 млн человек [5]. Исходя из исследований аналитического агент-

ства Mediascope, ежемесячная аудитория сети YouTube в России в январе 2017 составила около 44,25 млн человек [6]. Из такого охвата аудитории можно сделать вывод, что ресурс имеет значительное влияние на общественную жизнь граждан страны почти наравне с телевидением.

Можно сделать предположение, что размер доходности канала YouTube зависит от количества просмотров видео на нем. Для проверки предположения (рис. 1) на основе рейтинга 500 самых просматриваемых каналов YouTube за февраль-март 2017 года, представленного компанией SocialBlade, сертифицированной YouTube и занимающейся статистикой социальных сетей, было отобрано путем механической выборки 50 каналов и собрана информация об их доходах [7].

Как видно из графика, зависимость между количеством просмотров видео на канале и доходом действительно существует. Почти идеально связь аппроксимируется линейной функцией:

$$\hat{y} = 0,512 + 0,245x \quad (1)$$

Полученные с помощью корреляционно-регрессионного анализа параметры статистически значимы на уровне вероятности  $p = 0,99$ :

—  $a_0 = 0,512$  и  $a_1 = 0,245$  значимы, т.к.  $t_{\text{расч } a_{0,1}} > t_{\text{табл}}$  (4,25 > 2,68 и 330,97 > 2,68 соответственно);

— уравнение регрессии в целом адекватно, т.к.  $F_{\text{расч}} > F_{\text{табл}}$  (110535,76 > 7,19);

— коэффициент корреляции, равный 0,9998, значим, т.к.  $t_{\text{расч. корр}} > t_{\text{табл}}$  (332,47 > 2,68).

Таким образом, из полученного значения коэффициента регрессии можно сделать вывод, что каждый миллион просмотров на канале в среднем приносит 245 долларов в месяц. Найденный коэффициент корреляции говорит о почти функциональной связи между рассматриваемыми факторами.

Далее в исследовании данная генеральная совокупность была разбита на 5 групп в зависимости от количества просмотров на канале. Также было найдено количество российских рейтинговых каналов среди мировых, найдено общее количество просмотров по группам и в совокупности, общий доход по группам и в совокупности и средний доход на один канал. Данные представлены в Таблице 1.

Доля ежемесячных просмотров российских рейтинговых каналов от мировых составляет 3,89%, что принесло владельцам доход в рассматриваемом периоде 698,74 тысяч долларов США. По количеству каналов доля рынка рейтинговых каналов РФ в мировом масштабе невысока и составляет 4,6%. Стоит отметить, что в общей информационной сводке по странам за март 2017 года, опубликованной официальной партнерской медиа-сетью YouTube VSP Group, доля просмотров всех видеоканалов российского сектора составляет 3,50% от мировых или 6 миллиардов просмотров [8]. Количество российских каналов на YouTube составляет 362 тысячи.

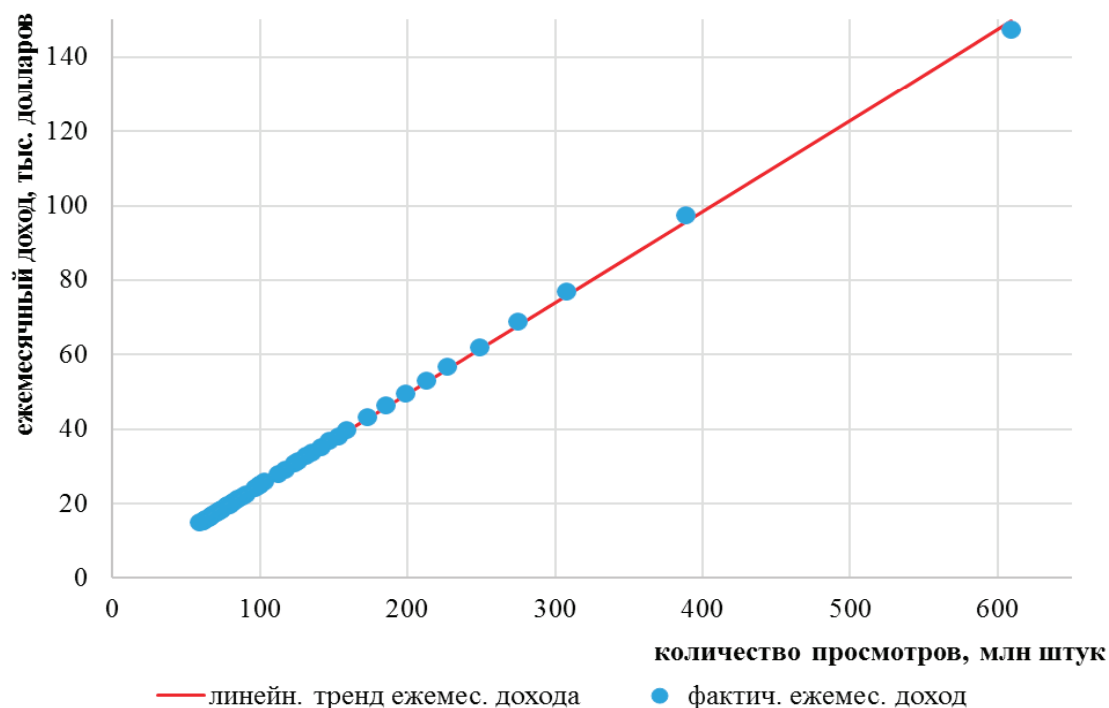


Рис. 1. Данные о количестве просмотров и размере дохода каналов на портале Youtube за февраль-март 2017 года

Таблица 1. Доходы рейтинговых каналов пользователей YouTube за февраль-март 2017 года в мире и России

Просмотры на одном канале, млн штук	Количество каналов			Общее количество просмотров, млн штук			Общий доход, тыс. дол.		Средний доход на один канал, тыс. дол.	
	Мир	РФ	% РФ от мировых	Мир	РФ	% РФ от мировых	Мир	РФ	Мир	РФ
менее 100	272	13	4,78%	20217	1062	5,25%	4953,17	260,19	18,21	20,01
100–150	111	5	4,50%	13728	611	4,45%	3363,36	149,70	30,30	29,94
150–200	47	2	4,26%	8208	359	4,37%	2010,96	87,96	42,79	43,98
200–250	26	1	3,85%	8208	235	2,86%	2010,96	57,58	77,34	57,58
более 250	44	2	4,55%	23021	585	2,54%	5640,15	143,33	128,19	71,66
Итого	500	23	4,60%	73382	2852	3,89%	17978,59	698,74	-	-
Среднее	-	-	-	-	-	-	-	-	35,96	30,38

На основе оценок средней стоимости одного миллиона просмотров и их общего количество за месяц можно рассчитать примерный совокупный доход российского рынка YouTube за март 2017 года — 1,47 млн долларов США. Следовательно, доля доходов 23 самых просматриваемых российских каналов в российском секторе YouTube составляет 47,53%. Таким образом, если поделить совокупный доход российского рынка YouTube за месяц на количество всех каналов, то среднемесячный доход граждан, ведущих развлекательную и информационную деятельность на YouTube за март 2017 года составит 4,06 доллара.

Из проведенных расчетов видно, что проблемой достаточно молодого рынка YouTube в России является сильная неравномерность доходов. Почти 50% всех доходов получают только самые рейтинговые каналы, из-за этого факта удельная прибыль пользователя достаточно мала.

Данный недостаток обусловлен пока еще низкой освоенностью рынка. Хотя на видеохостинге, в частности, в российском секторе, представлено достаточно большое количество пользователей, многим не хватает профессионализма для дальнейшего успешного продвижения своей деятельности.

Однако стоит упомянуть, что видеохостинг развивается очень быстрыми темпами: так, по сравнению с 2014 годом, в 2015 году ежедневная посещаемость ресурса увеличилась на 40% [9]. Государство также пытается освоить этот рынок, предвидя потенциальные денежные и информационные выгоды, но главной проблемой монетизации сервиса YouTube государством является невозможность сбора налогов на данном этапе организации контроля: доходы российских граждан от деятельности в Интернете трудно отслеживать в силу отсутствия у государства должных инструментов контроля.

На сегодняшний день среди мягких мер правительства Российской Федерации по получению прибыли на исследуемом ресурсе стоит выделить появление YouTube-аналогов государственных телеканалов, например, «Первого канала», «России-1». Среди жестких мер следует подчеркнуть принятие Федерального закона № 97-ФЗ от 5.05.14 г. «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», который обязывает пользователей социальных сетей, в том числе YouTube, с аудиторией более 3000 человек регистрироваться как «распространители информации» в Роскомнадзоре и в дальнейшем строго следить за собственной публикуемой информацией, исключая распространение экстремистских материалов и сведений о чьей-либо частной жизни, а также платить налоги с рекламы, что приравнивает блогеров к СМИ [10]. Однако из-за несовершенства средств государственного контроля в Интернете, выполнение требований этого закона реально почти никак не контролируется. Также после появления в 2012 году в России реестров запрещенных сайтов Роскомнадзор не раз блокировал YouTube для доступа российских граждан по причине присутствия там экстремистской информации и «пиратства» (случаев нарушения ав-

торского права), однако обычно доступ к ресурсу быстро восстанавливался, и ситуация называлась Роскомнадзором «технической ошибкой» [11]. В настоящее время государство по причине неспособности разработки эффективных инструментов контроля лишь тормозит развитие видеохостинга в России. Американский экономист, лауреат Нобелевской премии Милтон Фридман писал: «Опасность заключается не только в том, что политическое сопротивление блокирует переход к свободному рынку, но и в том, что сами меры по преодолению такого сопротивления могут помешать реализации преимуществ либерализации» [12].

Для успешного будущего использования YouTube в своих целях государству желательно наладить партнерские отношения с Google Inc. Оптимальным будет вариант создания государственной партнерской программы YouTube с собственными расценками и льготами, которые будут адаптированы для граждан страны. Это также позволит собрать сведения для определения налогооблагаемой базы в данном секторе, а также позволит контролировать уплату налогов. Самым пессимистичным вариантом будет полная и окончательная блокировка видеохостинга, что приведет к точечному информационному «завесу» между Россией и остальным миром.

#### Литература:

1. Google To Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock [Электронный ресурс] // Официальные новости компании Google. URL: [http://googlepress.blogspot.ru/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165\\_09.html](http://googlepress.blogspot.ru/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html) (дата обращения: 20.03.2017).
2. YouTube Launches Revenue Sharing Partners Program, but no Pre-Rolls [Электронный ресурс] // Новостной портал TechCrunch. URL: <https://techcrunch.com/2007/05/04/youtube-launches-revenue-sharing-partners-program-but-no-pre-rolls/> (дата обращения: 20.03.2017).
3. О партнерской программе YouTube [Электронный ресурс] // Сайт поддержки компании Google. URL: <http://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=ru> (дата обращения: 20.03.2017).
4. Пресс-релиз: МСЭ обнародовал ежегодные глобальные данные по ИКТ и рейтинг стран по Индексу развития ИКТ [Электронный ресурс] // Официальный сайт Международного союза электросвязи. URL: <http://www.itu.int/ru/mediacentre/Pages/2016-PR53.aspx> (дата обращения: 22.03.2017).
5. Исследование GfK: Тенденции развития Интернет-аудитории в России [Электронный ресурс] // Информационное агентство Gf K. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-tendencii-razvitija-internet-auditorii-v-rossii/> (дата обращения: 20.03.2017).
6. Отчеты по проекту Web Index [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Mediascope. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/information/> (дата обращения: 20.03.2017).
7. Top 500 youtubers in the past 30 days [Электронный ресурс] // Статистическое агентство Socialblade. URL: <https://socialblade.com/youtube/top/50030d/mostviewed> (дата обращения: 20.03.2017).
8. Статистическая сводка данных YouTube по странам [Электронный ресурс] // Статистическое агенство VSP Stats. URL: <http://vspstats.com/ru/statistics/summary/countries> (дата обращения: 20.03.2017).
9. Статистика YouTube для прессы [Электронный ресурс] // Видеохостинг YouTube. URL: <https://www.youtube.com/yt/press/ru/statistics.html> (дата обращения: 20.03.2017).
10. Федеральный закон от 05.05.2014 N97-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» // СПС КонсультантПлюс
11. Роскомнадзор впервые всерьез заблокировал YouTube [Электронный ресурс] // CNews — издание в сфере высоких технологий. URL: [http://www.cnews.ru/news/top/roskomnadzor\\_vpervye\\_vserez\\_zablokiroval](http://www.cnews.ru/news/top/roskomnadzor_vpervye_vserez_zablokiroval) (дата обращения: 20.03.2017).
12. Фридман М. Рынок как средство развития общества // Cato Journal. Vol. 8. — 1989. — № 3. — С. 567–579.

## Учет поступления материально-производственных запасов

Кнурова Ксения Алексеевна, магистрант  
Керченский государственный морской технологический университет

*В статье рассматривается порядок учета материально-производственных запасов в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов», а также Федеральным законом «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ. Приведены особенности их учета в полиграфических организациях.*

**Ключевые слова:** материально-производственные запасы, бухгалтерский учет, полиграфические организации

*The article considers the procedure for accounting for inventories in accordance with the Accounting Regulations «Accounting for inventories», as well as the Federal Law «On Accounting» dated 06.12.2011 No. 402-FZ. Features of their accounting at printing enterprises are given.*

**Key words:** inventories, accounting, printing enterprises

Предметы труда (а это в первую очередь материалы) — это обязательный элемент любого производственного процесса, одновременно со средствами труда и рабочей силой. Именно материалы являются материальной основой продукта, производимого в организации. Они подразделяются, прежде всего, на основные и вспомогательные. Какое бы не было производство, оно использует большое количество материалов. В первую очередь это относится к производственным видам экономической деятельности, поскольку именно в них происходит реальное производство, то есть производится тот или иной продукт. Наряду с этим и в организациях иных видов экономической деятельности МПЗ в общем, и материалы в частности, составляют значимую часть в имуществе. Любая организация нуждается в хозяйственных материалах, канцтоварах, запасных частях для ремонта основных средств и т.п.

Готовая, или произведенная продукция, теперь также относится к категории материально-производственных запасов. Например, в организациях торговли к МПЗ относят те товары, запасы которых достаточно значительны. Товары — это приобретенная для перепродажи готовая продукция других организаций.

Также в состав МПЗ включают часть средств труда, которые во время производства выполняют функции средств труда, но их срок службы существенно меньше, чем основных средств (менее 1 года). Это, прежде всего, инвентарь и хозяйственные принадлежности. Исходя из этого, несмотря на то, что в любой организации есть достаточно большое количество этих предметов, для целей бухгалтерского учета они относятся к оборотным средствам с упрощенными правилами учета в составе затрат на производство продукции (оказание услуг, выполнение работ).

Основой организации бухгалтерского учета являются первичные документы по поступлению и расходу производственных запасов. Предварительный, текущий и последующий контроль за движением, сохранностью и целесообразным использованием материальных ресурсов осуществляют непосредственно по первичным доку-

ментам. Эти документы должны составляться в полном соответствии с требованиями Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», обязательно содержать подписи лиц, совершивших операции [1]. Принципиально новой является норма о разработке форм первичных документов самими организациями, которые утверждаются руководителем организации. Можно полагать, что организации будут использовать в качестве основы образцы первичных документов, разработанные Росстатом, и подстраивать их в соответствии со своими потребностями.

Материалы и сырье поступают от подотчетных лиц, поставщиков, которые закупили материалы за наличный расчет, от ликвидации и списания собственного производства. Помимо этого, материально-производственные запасы могут быть получены безвозмездно и по товарообменным операциям, и внесены учредителями как их вклад в уставный капитал.

Учет материальных ценностей на синтетических счетах ведется по фактической стоимости приобретения, или же по учетным ценам.

Под учетными ценами подразумеваются плановые цены, которые установлены организациями.

Используя учет материалов по фактической стоимости, в дебет соответствующих субсчетов вносятся все расходы на их приобретение.

При поступлении материалов составляются такие проводки: Д-т сч. 10 «Материалы», соответствующий субсчет К-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» — на стоимость поступивших материалов по ценам поставщиков со всеми наценками сбытовых и снабженческих организаций и транспортно-заготовительными расходами, включенными в счета поставщиков. Также сюда включается оплата процентов при приобретении в кредит, который представлен поставщиком или банком на эти цели, стоимость услуг по доставке материалов водным и ж/д транспортом, сумму комиссионного вознаграждения посреднику.

Приобретение материалов отражается в учете на счете 10 «Материалы». Наряду с этим процесс приобретения можно отразить используя счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» и 16 «Отклонения в стоимости материальных ценностей».

В таком случае счет 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» используется в качестве накопительного. На нем в течение всего процесса приобретения МПЗ накапливаются расходы, которые связаны с формированием цены приобретения. По дебету этого счета отражается: сумма страховых платежей, стоимость материалов и их доставки, сумма таможенных платежей, если они предусмотрены условиями доставки, сумма процентов по банковским кредитам, если они начисляются до принятия МПЗ к учету, и т.д. в соответствии с п. 6 ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов». Процесс завершается поступлением МПЗ на склад:

Д-т сч. 10 «Материалы»

К-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей».

Необходимо обратить внимание на то, что при налогообложении прибыли сумма процентов за пользование банковским кредитом, вне зависимости от момента их начисления, будет включаться в состав внереализационных расходов. Это говорит о том, что бухгалтер организации должен будет составить регистр-расчет по налоговому учету формирования учетной цены материалов, не включая в нее сумму процентов за кредит и регистр-расчет по налоговому учету внереализационных расходов. Подобная корректировка учетных данных зачастую приводит к росту внереализационных расходов организации в отчетном периоде и, исходя из этого, уменьшению налоговой базы по налогу на прибыль на этот период. Однако с другой стороны уменьшенная учетная цена на материально-производственные запасы позволит снизить расходы на производство продукции и увеличить налоговую базу по этому налогу в тех отчетных периодах, когда организация будет включать в производственные затраты стоимость приобретенных с использованием банковского кредита материалов.

Помимо этого, использование счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» возможно тогда, когда организация применяет плановые (нормативные) цены, в качестве учетных цен МПЗ. Это цены, по которым материалы включаются и в плановую (нормативную) калькуляцию себестоимости продукции (работ, услуг). Отражение операций приобретения материалов в учете в таком случае будет следующим:

1. Д-т сч. 10 «Материалы» К-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» — на сумму учетной стоимости материалов;

2. Д-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» К-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» — на сумму фактической цены приобретения;

3. Д-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» К-т сч. 16 «Отклонение в стоимости

материальных ценностей» — на сумму превышения нормативной стоимости МПЗ над фактической;

4. Д-т сч. 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей» К-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» — на сумму превышения фактической цены приобретения над нормативной.

НДС, который уплачивается при приобретении материалов, отражается в учете вне зависимости от того, какой счет используется для формирования их учетной цены.

При приемке материалов, которые были оплачены авансом, могут быть обнаружены излишки или недостачи поступивших материалов по сравнению с данными, которые указаны в сопроводительных документах. Это оформляется соответствующим актом. В этом случае к учету принимаются только фактически полученные ценности, а те, которые указаны в документах поставщика.

Если при приемке материалов, которые были оплачены авансом, выявлена недостача или порча, которые возникли по вине поставщика, то на их стоимость направляется претензия поставщику. Это отражается в учете таким образом:

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсчет «Расчеты по претензиям»

К-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

В сумму претензии входит также налог на добавленную стоимость, который приходится на недостающие ценности. Если по условиям договора к поставщику применяются штрафы за недопоставку ценностей или другие недочеты, то они также включаются в сумму претензии:

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсчет «Расчеты по претензиям»

К-т сч. 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет «Прочие доходы».

На сумму излишков, выявленных при оприходовании, выписывают платежное поручение и доплачивают поставщику либо относят на увеличение прочих доходов организации:

Д-т сч. 10 «Материалы»

К-т сч. 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет «Прочие доходы».

В организациях полиграфии к материально-производственным запасам, которые отражают специфику их деятельности, относят картон, переплетные материалы, бумагу, клей, краску и т.п. При получении, например, бумаги для выполнения полиграфических работ, ее отражают на забалансовом счете 003 «Материалы, принятые в переработку», поскольку право собственности на нее не переходит к полиграфической организации. Получение бумаги отражается по дебету счета 003. После того, как работы завершены и бумага, полученная ранее, использована, счет 003 кредитуют.

При безвозмездном получении материально-производственных запасов по договору дарения бухгалтером составляется следующая проводка: Д-т сч. 10 «Материалы», соответствующий субсчет К-т сч. 98 «Доходы



будущих периодов», субсчет «Безвозмездно полученные ценности» — на стоимость ценностей, которая указана в договоре, а также в сопроводительном документе.

По мере поступления материалов, которые были получены безвозмездно, в производство либо на иные нужды будут составляться такие проводки:

Д-т сч. 20 «Основное производство» — материалы отпущены основному производству;

Д-т сч. 23 «Вспомогательные производства» — материалы отпущены вспомогательным производствам;

Д-т сч. 25 «Общепроизводственные расходы» — материалы отпущены на общепроизводственные нужды;

Д-т сч. 26 «Общехозяйственные расходы» — материалы отпущены на общехозяйственные нужды;

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» — материалы отпущены отделу сбыта для организации продажи продукции;

К-т сч. 10 «Материалы», соответствующий субсчет.

В бухучете будет признаваться доход текущего периода в той же сумме, на которую были отпущены материально-производственные запасы:

Д-т сч. 98 «Доходы будущих периодов», субсчет «Безвозмездно полученные ценности»

К-т сч. 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет «Прочие доходы».

Литература:

1. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ.
2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01: приказ Минфина России от 09.06.2001 № 44н.

## Вопросы эффективного управления трудовыми ресурсами в сельском хозяйстве

Куатбеков Жарас Алпысбаевич, PhD, доцент;  
Умирзакова Нургул Тлеукуловна, преподаватель;  
Есембекова Гульсин Кудайбергеновна, магистрант  
Таразский инновационно-гуманитарный университет (Казахстан)

В современных глобальных экономических отношениях стабильное развитие страной во многом зависит от эффективного планирования и прогнозирования экономическими отношениями как внутри страны так и за ее пределами. В этой связи прогнозирование рассматривается в качестве функции государственного управления. В конце XX в. государственное регулирование было неотъемлемой частью рыночного хозяйства, а различные формы прогнозирования — широкой практикой. Результаты разрабатываемых прогнозов учитываются органами власти при принятии практических решений в социально-экономической сфере [1].

Важное значение имеют прогнозы социально-экономического развития общества, обоснование основных направлений экономической политики, предвидение последствий принимаемых решений. Социально-экономическое прогнозирование — это процесс разработки экономических и социальных прогнозов, основанный на научных методах познания экономических и социальных явлениях и использования всей совокупности методов, способов и средств экономической пргностики. Таким образом, задача социально-экономического прогнозирования состоит, с одной стороны, в том, чтобы выяснить перспективы ближайшего или более отдаленного будущего в исследуемой области, а с другой — способствовать оптимизации текущего и перспективного планирования и регулирования экономики, опираясь на составленный прогноз.

Прогнозирование в системе управления экономикой представляет собой инструмент реализации воспроизводства. В рыночных условиях уровень государственного вмешательства в решение проблемы общественного воспроизводства, в том числе и воспроизводства трудовых ресурсов в сельском хозяйстве, значительно снизился. Отсутствуют надежные механизмы воздействия на всех стадиях воспроизводственного процесса, которые включают формирование (производство), распределение, обмен и использование (потребление).

Как пишет Бородушко И. В. «прогнозы социально-экономического развития разрабатываются на долгосрочную (10 лет), среднесрочную (3–5 лет) и краткосрочную (1 год) перспективу, а также по сферам деятельности (отраслевые, социальные, научно-технические, внешнеэкономические и др.) и территориальному горизонту (федеральные и региональные)» [2].

Система государственных прогнозов, сложившаяся в Казахстане, включает:

1. «прогнозы социально-экономического развития» на долгосрочную, среднесрочную и краткосрочную перспективы;

2. «программа социально-экономического развития» — это рабочий документ правительства, в котором указывается «комплексная система целевых ориентиров социально-экономического развития страны, предлагаются конкретные мероприятия и средства их достижения»;

3. «государственные программы», направленные на преодоление отдельных острых проблем социально-экономического развития страны [3].

Основные положения о порядке разработки государственных прогнозов, а также материалы научных разработок находят непосредственное применение в практике определения перспектив развития экономики. Соответствующую деятельность осуществляют органы исполнительной власти на всех уровнях — от центрального до местного исполнительного органа.

Большой интерес в реальной практике управления представляет действующая «Стратегия развития Казахстана до 2050 года».

Прогнозированием, по мнению А. Г. Мокроносова, занимается каждый агент хозяйственной жизни. «Прогнозирование, и в частности кадровое прогнозирование, выполняет три основные функции в государственном регулировании рыночной экономики:

1. предвидение возможных тенденций и циклических колебаний социально-экономического развития страны или региона в контексте общемировой динамики и направлений трансформации общества;

2. предвосхищение вариантов и возможных последствий принимаемых стратегических и тактических решений в области социально-экономического, научно-технического, экологического, внешнеэкономического, территориального развития;

3. своевременное внесение коррективов или отмена решения, если этого потребуют изменившиеся условия окружающей среды, новая конъюнктура внутреннего и внешнего рынков» [4, с. 39].

Одной из важнейших теоретических проблем экономического прогнозирования является построение типологии прогнозов. Последняя может строиться в зависимости от различных критериев и признаков — целей, задач, объектов, методов организации прогнозирования и т. д. Сущность прогнозирования в рыночной экономике состоит в научном предвидении развития всех форм хозяйствования с использованием специального инструментария количественных оценок, имеющейся в наличии информации о состоянии экономики и ее развитии в прошлом, знаний закономерностей функционирования.

К. Маркс считал, что «в условиях рыночного капиталистического хозяйства рабочая сила является товаром особого рода. Рабочий продает работодателю свою способность к труду. В процессе производства создается новая стоимость, которая больше стоимости рабочей силы. Таким образом, оплачивая рабочему полную стоимость его рабочей силы, работодатель получает взамен стоимость продукта, содержащую стоимость рабочей силы и прибавочную стоимость» [5, с. 5—6].

Выделим следующие общие особенности, характерные для рассмотренных систем прогнозирования спроса на наемный труд [6, 59]:

1) В отдельных странах (США, Франция) прогнозы строятся министерствами труда, в других — эта задача

поручается независимыми исследовательскими организациями. В ряде государств существует конкуренция между прогнозами рынка труда: в Германии два научных института строят два независимых прогноза, кроме того существуют и альтернативные исследования; в Канаде, где также накоплен значительный опыт прогнозирования, разрабатываются три конкурирующие модели.

2) Результаты разрабатываемых прогнозов регулярно публикуются, размещаются в Интернете, находятся в свободном доступе для всех заинтересованных сторон. В США на соответствующих профильных сайтах имеется возможность получить подробные консультации о текущем спросе на различные профессии и их перспективы на будущий период. А также большинство штатов на сайтах министерств труда размещают региональные прогнозы будущего спроса на профессии и квалификационные требования к ним.

3) Помимо количественных оценок прогнозов все чаще вводятся дополнительные качественные характеристики рынка труда. В последнее время в развитых странах при построении прогноза для рынка труда отмечается важность общих способностей: навыки общения, обращения с числами, умение мыслить в категориях решения задач и работать с другими людьми, готовность нести ответственность за развитие своего интеллектуального потенциала, знание информационных технологий (компьютерная грамотность). К примеру, в Великобритании, важность этих характеристик отслеживается в регулярных мониторингах.

Изучение опыта и проблем формирования трудовых ресурсов в экономике позволили сформулировать следующие выводы:

1. Неравномерные темпы процесса технико-технологической модернизации в различных отраслях экономики приводят к формированию дифференцированной потребности в отношении профессионально-квалификационного состава работников. В сельском хозяйстве данные процессы во многом определяются наличием секторов отрасли, для которых характерны существенные различия в профессиональном разделении и кооперации труда.

2. Переход на рыночную экономику привел к существенному изменению в системе информационного обеспечения и ее управления, в которой основную роль стала играть информация, полученная на основе выборочных обследований с использованием социологического метода.

Проведенное исследование показало, что в настоящее время сложились определенная организационная и методологическая основа формирования трудовых ресурсов. Для совершенствования данной практики необходимо учитывать как международные разработки, так и отечественный опыт.

Воспроизводство в сельском хозяйстве подчинено общим экономическим законам, но в то же время, имеет ряд существенных особенностей, обусловленных характером производства. На современном этапе сельское хозяйство является многоукладным, и как отрасль эконо-

мики, существенно отличается от других отраслей, и эта специфика должна учитываться и при формировании трудовых ресурсов в сельском хозяйстве [7, с. 105–109].

Кроме того, сельскохозяйственный труд имеет особенности, оказывающие влияние на воспроизводство трудовых ресурсов на стадии их использования:

- эффективность труда во многом определяется природно-климатическими условиями, плодородием почв, расположением сельхозпредприятия, что обуславливает наличие существенных различий в трудоемкости производства и доходности труда;

- процесс труда в сельскохозяйственной отрасли носит ярко выраженный сезонный характер (в большей степени в растениеводстве), что приводит к неравномер-

ному использованию рабочей силы по временам года, это приводит к дополнительным финансовым затратам для обучения работников по нескольким смежным специальностям и обуславливает сравнительно низкий уровень квалификации;

- многообразие видов работ и сжатые сроки их выполнения требуют универсальной квалификации работников.

Таким образом, методику прогнозирования потребности сельского хозяйства в трудовых ресурсах необходимо формировать с учетом комплексного подхода, основанного на сочетании различных методических подходов к прогнозированию, с учетом особенностей аграрного сектора экономики.

#### Литература:

1. Варгин Н.Л. Прогнозирование рынка труда и занятости населения в регионе / монография / Н.Л. Варгин, А.К. Осипов. — Ижевск: Изд-во ИжГСХА. — 2003. — 194 с.
2. Бородушко И.В. Стратегическое планирование и контроллинг. Краткий курс, 1-е изд. / И.В. Бородушко, Э.К. Васильева. — СПб.: Питер. — 2006. — 192 с.
3. Новикова Н.В. Прогнозирование национальной экономики: Учебно-методическое пособие / Н.В. Новикова, О.Г. Поздеева. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та. — 2007. — 138 с.
4. Прогнозирование потребности региональной экономики в подготовке квалифицированных кадров: моногр. / А.Г. Мокроносов [и др.]. — Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.—пед. ун-та. — 2010. — 111 с.
5. Кулешова Е.В. Макроэкономическое планирование и прогнозирование. Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе для студентов / Е.В. Кулешова. — Томск. — 2012. — 264 с.
6. Зарубежный опыт стимулирования инновационной деятельности частного бизнеса (по материалам экспертных интервью и научных публикаций). Ч. 2 / Мониторинг государственной молодежной политики (19 октября 2015 года), 23-й выпуск [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vmo.rgub.ru/files/vipusk23-146-2.rtf> (дата обращения 11.01.2017)
7. Ивантер В.В. Прикладное прогнозирование национальной экономики: Учебное пособие / В.В. Ивантер. — М.: — Экономистъ. — 2007. — 869 с.

## Сравнительный анализ текущего состояния проектного финансирования на развитых и развивающихся рынках (в России и за рубежом)

Кутлукаева Азалия Нафисовна, магистрант  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

*В статье рассмотрен мировой опыт применения проектного финансирования. Проведен сравнительный анализ особенностей и различий применения проектного финансирования в России и за рубежом. Выделены факторы, сдерживающие развитие финансирования инвестиционных проектов в России.*

**Ключевые слова:** проектное финансирование, инвестиционный проект, инвестиции, источники финансирования, схемы проектного финансирования

Создание системы проектного финансирования для многих стран мира, включая и Россию, является объективной необходимостью, обусловленной спецификой формирования в развитых странах инновационной экономики. Проектное финансирование получает все большее распространение в условиях рыночной экономики.

Современный мировой рынок проектного финансирования характеризуется значимой емкостью. Самые лучшие результаты как по объемам сделок, так и по их количеству дали Ближний Восток и Африка.

Согласно сведениям IF&PFM, максимальное количество проектов в мире за последние годы приходилось

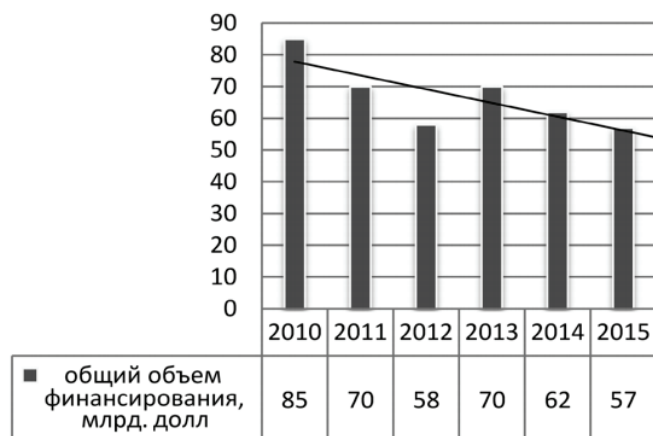


Рис. 1. Динамика объемов проектного финансирования в мире за 2010–2015 гг. [1]

на небольшое количество ведущих отраслей, таких как нефть и газ, транспорт, а также социальная поддержка и защита [1].

Если смотреть по региональному распределению, лидером согласно количеству и объемам сделок считается Европа. Второе и третье место на рынке проектного финансирования делят Африка, Ближний Восток и Азия.

Проектное финансирование обычно предоставляется крупными международными финансовыми организациями. Наиболее известны в этой области Международная финансовая корпорация (IFC) и Европейский банк реконструкции и развития (EBRD).

В развитых странах используются три основные схемы проектного финансирования:

- BOT (Build, Operate, Transfer) — строить, эксплуатировать, передать право собственности;
- BOO (Build, Own, Operate) — строить, владеть, эксплуатировать;
- BOOT (Build, Own, Operate, Transfer) — строить, владеть, эксплуатировать, передавать право собственности [2].

Схема BOOT предусматривает, что проектная (венчурная) компания после завершения строительства объекта инфраструктуры осуществляет одновременно владение объектом и его эксплуатацию в течение оговоренного периода.

Рассмотренные схемы проектного финансирования имеют следующие особенности: необходимость создания проектной компании; обязательность вложения инициатором проекта от 20 до 40% собственных средств от общей сметы проекта; необходимость обслуживания банковского кредита на инвестиционной стадии проекта; требование банками поручительства со стороны инициатора проекта за проектную компанию, а также налоговые и бухгалтерские особенности.

Использование проектного финансирования в практике компаний предполагает достоверную оценку платежеспособности и надежности заемщика; анализ инвестиционного проекта с позиции жизнеспособности,

эффективности, реализуемости, обеспеченности рисков; прогнозирование результатов реализации инвестиционных проектов.

Если обратиться к последнему опыту зарубежных стран, то по данным издания Project Finance, глобальные проблемы, касающиеся изменения климата привели к повышению активности в использовании проектного финансирования в Европе и Северной Америке в энергетической отрасли [3]. Правительственные программы стимулирования экономики, в частности целенаправленные усилия по стимулированию инвестиций в возобновляемые источники энергии и другие формы низкоуглеродистой энергетики, привели к увеличению проектного финансирования и в Европейском Союзе, который поставил перед собой амбициозную цель иметь 20% энергии из возобновляемых источников энергии к 2020 году.

В Германии примерами инвестиционных проектов, реализуемых на основе проектного финансирования в 2015 году, являются IT-проекты для федеральных Вооруженных Сил, проекты в сфере государственных услуг в отношении больниц, тюрем, школьных зданий и тому подобное. Также на основе проектного финансирования планируется реализовать реконструкцию автомагистрали A1 между Гамбургом и Бременом. В 2016 году для Германии актуальными являются альтернативные энергетические проекты, такие как ветряные парки «Nordsee One», «Nordergrunde» и «Butendiek»; развитие автобана A7, строительство газораспределительных систем.

Наиболее интересными в 2014–2015 гг. инвестиционными проектами, реализуемыми на основе проектного финансирования в Италии, были: финансирование строительства линии метро во Флоренции и финансирование расширения и эксплуатации аэропорта «Фонтанаросса» («Fontanarossa») в Катании (Сицилия). Примером среднесрочных инвестиционных проектов является строительство пятой линии метро в Милане.

В Японии одним из наиболее значимых проектов, реализуемых на основе проектного финансирования, является расширение пассажирского терминала Международ-

ного аэропорта Токио (Ханэда). Проект по использованию солнечной энергии (230 мегаватт мощности, с кредитом на сумму 90 млрд и эксплуатация которого начнется в 2019 году) — один из крупнейших энергетических проектов. Кроме того, японская корпорация «Сумитомо» ищет возможности долевого участия в европейских проектах использования ветровой энергии. За счет новой программы стимулирования экономики к 2045 году правительство намерено запустить ветку поездов на магнитной подушке между Токио и Осакой.

Одним из ключевых проектов в Бразилии является строительство трубопровода для транспортировки этанола из центрально-западного региона страны к центрам потребления на юго-востоке. Проект обеспечит более надежную и менее затратную по сравнению с автомобильной транспортировкой этого продукта.

В Испании на основе проектного финансирования реализуется строительство дороги Гериага — Элоррио в Бискайя, платных автомагистралей АП-1/АП-8 и GI-632, строительство метро, железнодорожной инфраструктуры. Осуществляются проекты в области переработки отходов, в частности строительство нескольких мусороперерабатывающих заводов. Отдельно, необходимо отметить участие Испании в международных проектах, таких как: строительство тепловой электростанции в Перу, нефтехимического завода в Саудовской Аравии, финансирование строительства и эксплуатации ветроэлектростанции в Мальдонадо (Уругвай) [4].

Заниматься проектным финансированием в России можно только при наличии дешевых финансовых ресурсов. Поэтому многие коммерческие банки в данной ситуации обращаются в такие институты, как Всемирный банк, Европейский банк реконструкции и развития и др. с целью привлечения международного капитала, однако в последние несколько лет из-за введенных международных санкций в отношении России этот опыт стал затруднителен.

При осуществлении крупных, инфраструктурных проектов в мировой практике довольно часто применяется опыт объединения в консорциумы, что способствует снижению проектных рисков посредством распределения их между членами. Также у участников консорциума не возникает проблем недостаточного финансирования проектов по причине низкой ликвидности кредиторов. Однако в российской практике по ряду объективных причин крайне редки случаи создания консорциумов. Прежде всего, это связано с нежеланием банков выдавать информацию об отношениях со своими клиентами. Кроме того, немаловажным фактором выступают принципы управления рисками в банках. Так, для одних организаций риски проекта являются приемлемыми, а для других — нет.

Оценивая мировой опыт проектного финансирования, можно резюмировать следующее. Проектное финансирование является эффективным в случае реализации крупных международных инвестиционных программ. Часто проектное финансирование в странах Запада ста-

новится предметом деятельности международных финансовых организаций. Примером такого финансирования является проект «Евротоннель», в реализации которого участвовало 50 банков международного значения, а основным кредитором выступил банковский синдикат из 198 банков. Международные институты играют существенную роль в развитии проектного финансирования в отношении: отработки новых схем проектного финансирования, используемых банковскими структурами; в отношении схем организации проектного финансирования; а также отработывают варианты участия в проектах для тех случаев, когда организаторами являются иные (не международные) структуры.

Так, роль группы Мирового банка заключается прежде всего в работе по организации совместного проектного финансирования: в 80-е годы порядка трети кредитов банковской группы шло на развитие таких проектов, а в настоящее время — половина банковских кредитов уходит на проектное финансирование. В случае такого финансирования, частные инвесторы и кредиторы, сотрудничая с банком, получают ряд выгод: высококвалифицированное консультирование по проектам, управление реализацией проектов, кроме того, банк берет на себя риски неплатежей со стороны заемщика с условием заключения ряда оговорок. Мировой банк сотрудничает не только с частными инвесторами, но и с региональными банками развития. Таким образом, участие группы Мирового банка позволяет участникам использовать достаточно смелые решения по проектам.

ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития) финансирует по триггерной схеме: то есть на каждую единицу денежных фондов по кредитованию приходится максимум финансовых ресурсов из других источников. Так, в проекте «Зеравшан-Ньюмонт» доля банка составляла треть от всех инвестиционных средств, а в ряде следующих проектов — доля банка сократилась до 20%. В России банком подписано 529 проектов на сумму 8,2 миллиарда евро, что позволило привлечь дополнительно еще о 15,2 млрд евро из других источников (35% к 65%), — это является для деятельности банка хорошим показателем.

Такого рода финансирования с участием международных финансовых организаций хорошо еще и тем, что репутации компании заемщика придается гораздо меньше значения, чем перспективам реализации самого проекта и устойчивости экономики региона инвестирования средств.

В развитых странах мира в последние годы наблюдается преобладающая тенденция развития проектного финансирования посредством использования всего набора источников и методов финансирования инвестиционных проектов, банковских кредитов, облигационных займов, финансового лизинга. В некоторых случаях проектное финансирование осуществляется за счет использования государственных средств в форме гарантий и налоговых льгот, а порой и государственных субсидий и кредитов.

Самыми крупными заимодавцами являются коммерческие банки, на чью долю приходится около 80% займов для проектного финансирования у частного сектора [3]. Примерно 20 крупных банков лидируют в осуществлении проектного финансирования и объединяют сделки как управляющие займами в мировом масштабе. Лидеры проектного финансирования, в частности, имеют свои представительства в США, Западной Европе, Азии. Общий объем сделок у данных банков в 2015 году составил 82,8 млрд долл., они охватывают 60% рынка банковского кредитования в сфере проектного финансирования.

Распределение финансового проектирования по отраслям не однородно. Наиболее широкое применение проектное финансирование получило в отрасли энергетики, что вызвано историческими особенностями. Преобладающим его видом по источникам финансирования является банковское проектное финансирование. Это объясняется тем, что именно коммерческие банки аккумулируют значительные суммы денежных средств и поэтому выступают в качестве крупных заимодавцев. В 2015 году банковский рынок проектного финансирования активно поддерживался государством в сфере социальной инфраструктуры и возобновляемой энергетики.

Сравнивая отраслевое соотношение проектного финансирования в России и в мире, следует отметить, что среди основных мировых направлений можно выделить развитие инфраструктуры, энергетику и нефтегазовую отрасль. Диверсификация бизнеса в РФ вызвана стремлением соответствовать основным мировым тенденциям развития экономики, которые способствуют развитию проектов в инновационных отраслях, включая энергоэффективность, экологию и НИОКР, в социальной и экономической инфраструктуре.

Поиск новых источников энергии, усовершенствование старых, системы энергосбережения и рост инноваций в данном секторе — это основные вопросы, которые решаются на данный момент в мире в области электроэнергетики. Именно эти направления должны лежать в основе стратегии развития рынка проектного финансирования в России, что даст возможность занять новые неизведанные отраслевые ниши для перспективных молодых компаний в России.

Обобщив особенности организации и функционирования можно сделать следующие выводы (табл. 1). В европейских странах, в развитых странах мира проектное финансирование глубоко диверсифицировано в экономические отношения, имеет широкое распространение среди всех форм бизнеса, а в России препоны на пути его распространения стоят не только для внутреннего рынка, но и для внешнего.

Таким образом, исторически сложилось так, что развитие проектного финансирования в различных его формах имеет широкое применение за рубежом. Применение данного способа финансирования носит транснациональный характер, участники финансирования могут инвестировать в бизнес фирмы из другой страны.

В настоящее время практикуется финансирование инвестиционных проектов с привлечением экспортно-кредитных агентств, которые под страховое покрытие стран-экспортеров выделяют экспортные кредиты. Структура банковского проектного финансирования постоянно меняется, если на ранних этапах это были инфраструктурные объекты, то в настоящее время это транспортная отрасль, если раньше водоканализационное хозяйство, переработка отходов и аграрный сектор не финансировалось, то теперь эти отрасли начали получать банковское финансирование.

Наибольшая доля банковского финансирования (около 80%) приходится на международные банки, которые могут позволить выделить крупные объемы средств. В общем можно сгруппировать факторы, которые тормозят проектное финансирование в России (таблица 2).

Таким образом, исторически сложилось так, что развитие проектного финансирования в различных его формах имеет широкое применение за рубежом. Применение данного способа финансирования носит транснациональный характер, участники финансирования могут инвестировать в бизнес фирмы из другой страны. В России законодательство, структуры регуляторов, инфраструктурные связи имеют серьезные недостатки, которые превращают проектное финансирование в неэффективный и малопривлекательный способ финансирования. Только достаточно крупные инвестиционные проекты с государственной поддержкой и значительным собственным потенциалом могут прибегнуть к данному способу финансирования.

Таблица 1. Особенности и различия проектного финансирования в России и за рубежом

Россия	В развитых странах (Франция, Италия, Германия, США и т.д.)
Финансирование только крупных проектов в основном крупными банками	Наличие крупных узкоспециализированных организаций
Отсутствие правовых и законодательных норм для регулирования проектного финансирования	Участие в западных проектах международных организаций (группы Мирового банка)
Финансирование проектов часто только в национальной валюте	Финансирование не только национальных инвестиционных проектов, но и совместных, отдельных нерезидентов
Финансирование крупных отраслей промышленности (нефтегазовая)	Финансирование инфраструктурных проектов

Таблица 2. Факторы, сдерживающие развитие проектного финансирования в России

Факторы	Причины
Общэкономические	1) неподготовленность законодательно-нормативной базы; 2) неразвитость рыночной и инвестиционной инфраструктур; 3) отсутствие единой информационной базы
Локальные	1) высокий уровень проектных и экологических рисков; 2) неразвитая система управления рисками; 3) отсутствие традиций и опыта цивилизованного рыночного поведения инвесторов; 4) низкий уровень корпоративного управления
Банковские	5) ограниченность долгосрочных источников финансирования сделок; 6) отсутствие единых методик и практических навыков в системе реализации сделок по проектному финансированию; 7) проекты распространяются только в определенных отраслях

Литература:

1. Дьякова Ю. Н., Семенова М. Р., Дурдыева Д. Р. Банковское проектное финансирование: зарубежный опыт и российская практика // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 2. № 11. С. 153–157.
2. Кузнецов М. А., Рыбина Г. А. Мировые и российские тенденции развития проектного финансирования // Гуманитарный вестник. 2016. № 2 (40). С. 7–18.
3. Носонова В. А. Источники и организационные формы проектного финансирования в современных условиях // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей IV Международной научно-практической конференции. 2016. С. 172–175.
4. Швыдко А. О. Проектное финансирование в России и за рубежом // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2016. № 4 (48). С. 169–177.

## Оценка функционирования логистической системы предприятия на примере ООО «Бауцентр рус»

Кучмин Владимир Алексеевич, магистрант  
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

*Повышение эффективности хозяйственной деятельности предприятия является одним из факторов, определяющих уровень конкурентоспособности компании на рынке. Использование логистической концепции позволяет рационально управлять потоковыми процессами, способствуя снижению издержек и повышая эффективность хозяйственной деятельности предприятия.*

**Ключевые слова:** логистическая система предприятия, снижение затрат, транспортная подсистема, управление потоками, эффективность функционирования

Постоянные изменения и нестабильность экономической ситуации в стране и мире, а также непрерывное усиление конкуренции актуализируют перед хозяйствующими субъектами проблемы, связанные с оптимизацией производственно-хозяйственной деятельности. Конкурентные преимущества компании на рынке во многом определяются эффективностью его деятельности, которая достигается множеством способов, одним из которых являются низкие затраты, в том числе и логистические. Снижение уровня затрат является одним из факторов повышения эффективности системы хозяйствования и экономической устойчивости предприятия.

Эффективному снижению затрат и поиску возможных направлений их минимизации способствует использование логистической концепции в управлении предприятием. Концепция логистики рассматривается как эффективный инструмент рационального управления потоковыми процессами, способствующий снижению издержек [2, с. 14].

Наиболее прогрессивным научно-прикладным направлением, обладающим потенциальными возможностями повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятия, является логистика. Применение логистической концепции позволяет значительно увеличить прибыль за счет снижения затрат, связанных с сокращением

производственных издержек в области ресурсного потенциала, а также существенно сократить временной интервал на всех стадиях производственного цикла и обеспечить высокий уровень обслуживания потребителей [3, с. 250].

Так, логистическая система — одно из ключевых понятий логистики. Из всего множества существующих разнообразных систем, обеспечивающих функционирование экономического механизма производственно-коммерческой деятельности, выделяют логистические системы. Данные системы отличаются от других экономических систем, прежде всего системной целостностью и ее специфичностью, наличием управляемых потоковых процессов и целями функционирования.

По словам А. М. Гаджинского А. М., логистическая система — «...это адаптивная система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции, состоящая, как правило, из нескольких подсистем и имеющая развитые связи с внешней средой» [1, с. 70].

Эффективность логистической системы — это показатель (или система показателей), характеризующий уровень качества функционирования логистической системы при заданном уровне общих логистических затрат [2, с. 21].

Исходя из определения эффективности логистической системы, для ее определения требуется определенная система показателей. По мнению ученых в области логистики, на данный момент не существует единой методики оценки эффективности логистической системы, способной учесть все показатели, все особенности и все вероятные ситуации.

К самым общим, ключевым показателям эффективности любой логистической системы относятся:

- прибыль;
- общие логистические затраты;
- качество логистического сервиса;
- продолжительность логистических циклов — время выполнения заказов;
- производительность;
- возврат на инвестиции в логистическую инфраструктуру.

Показатели, рассчитанные от себестоимости, влияют на цели по прибыли и рентабельности, а операционные показатели влияют на производительность труда и качество процессов, что в свою очередь влияет на цели верхнего уровня, такие как стоимость компании [3, с. 85].

Для оценки эффективности функционирования логистических систем используются различные методы в зависимости от целей анализа.

Логистическая система представляет собой комплекс взаимосвязанных элементов, через которые движутся материальный и сопутствующий ему потоки. Методологическую основу управления потоковыми процессами составляет системный подход.

Системный подход является универсальным методом познания деятельности, т.к. в качестве системы может быть рассмотрено любое явление. Данный подход позво-

ляет исследовать и проектировать сложные динамические целостности и предполагает использование метода дедукции (от общего к частному).

Системный подход при формировании и оценке функционирования логистической системы состоит из следующих этапов:

- определение и формулировка целей функционирования системы;
- определение показателей (критериев), условий эффективного функционирования системы и основных ограничений внешней среды;
- формирование некоторых подсистем на базе определенных критериев эффективности;
- выбор структуры или элементов из альтернативных вариантов организации их в единую систему для достижения поставленных целей.

При использовании системного подхода, мы определим общую эффективность логистической системы, однако, метод не позволит детализировать критерии эффективности и представить деятельность компании как логистического центра в числовом выражении.

Метод анализа полной стоимости широко используется менеджерами по логистике, когда необходимо сделать выбор из множества альтернатив.

Данный метод представляет собой метод управления потоковыми процессами, учитывающий все экономические изменения, которые возникают при любых преобразованиях в логистической системе. При его использовании допускается увеличение затрат в одной функциональной области логистической системы, при снижении затрат в общем по системе.

По мнению А. М. Гаджинского, недостатками метода анализа полной стоимости являются необходимость в специальных знаниях; а также учет факторов, связанных с косвенными затратами [1, с. 77].

В краткосрочной перспективе при принятии текущих управленческих решений можно использовать метод ABC и XYZ-анализа.

В логистике данные методы применяются при организации закупок, выборе поставщика, в управлении запасами, распределении продукции в зависимости от спроса и т.д.

Суть метода ABC — анализа заключается в делении объектов по степени важности и сосредоточении на наиболее важных основных усилиях с точки зрения поставленной цели среди множества одинаковых объектов.

XYZ — анализ предполагает распределение объектов в зависимости от спроса на них (частоты потребления).

Эти методы эффективны при анализе определенных логистических операций, например, определение номенклатуры ресурсов; определение увеличения или уменьшения определенного вида услуг и т.д., но не позволяют качественно оценить работу всей логистической системы, включающей большое количество разнообразных показателей эффективности функционирования.



При использовании метода оценки натуральных показателей эффективности логистической системы положительный результат определяется как экономия денежных средств, получаемая при достижении заданных значений натуральных показателей, таких как: уровень запасов и сокращение необходимости в складском хранении; время прохождения потоковых процессов (материальных, информационных, финансовых и т.д.) в логистической системе; продолжительность выполнения заказа, качество и уровень сервиса; уровень использования производственных мощностей; качество транспортных услуг и т.д.

Недостатком метода является отсутствие возможности в оценке проектируемой логистической системы и предположения эффективности от ее внедрения; также необ-

ходимо предварительное нормирование всех натуральных показателей.

Марковский В. А. предлагает использовать для оценки эффективности логистической системы методику GAP — анализа.

GAP—анализ (GAP Analysis, англ. Gap — «разрыв») — это комплексное аналитическое исследование, изучающее несоответствия, разрывы между текущим состоянием компании и желаемым [4, с. 10]. Этот метод позволяет выявить проблемные (узкие) места в функционировании и развитии логистической системы и своевременном их устранении.

Предлагается проводить анализ несоответствия реальных (текущих) возможностей логистической системы

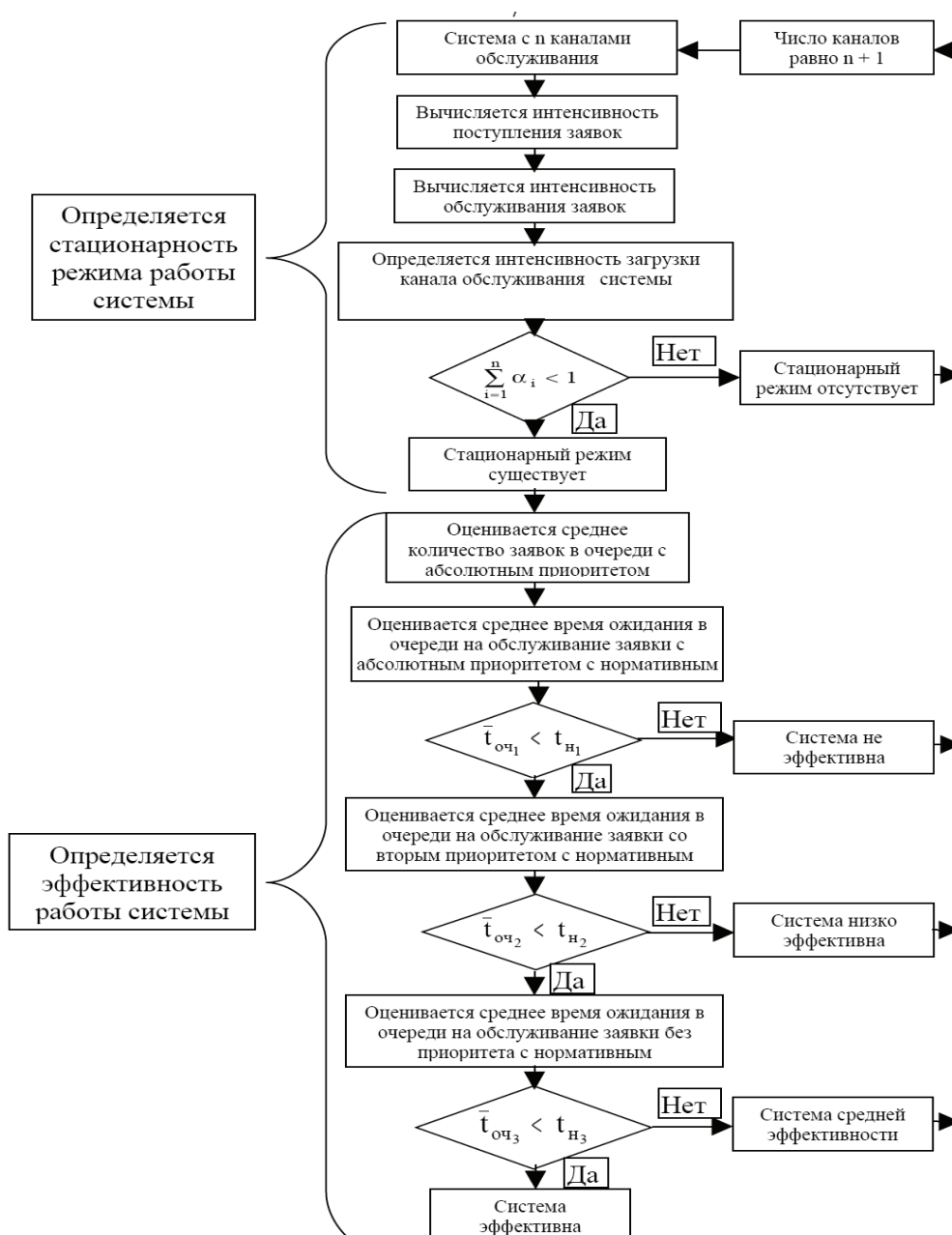


Рис. 1. Алгоритм оценки логистической системы ООО «Бауцентр рус»

компании желаемому (потенциальному) уровню эффективности ее функционирования [4, с. 10].

Данный метод может быть адаптирован для всех функциональных областей логистической системы и доступен любому пользователю, но необходимо предварительное нормирование желаемого уровня эффективности по различным показателям, что является недостатком метода.

Обособленное использование какого — то определенного метода оценки эффективности не дает полного оценочного представления для логистической системы. Для получения более достоверной информации об эффективности логистической системы необходимо оценивать ее по максимальному количеству критериев.

В настоящее время в менеджменте большую популярность приобрело использование сбалансированной системы показателей (ССП), такую систему можно применять и в логистике. Сергеев В.И. описывает суть внедрения СПП как анализ менеджерами бизнес — процессов и выделение значимых для компании областей деятельности, в которых определяют совокупность ключевых показателей результативности (key performance indicators — КРІ), подлежащих регулярному измерению.

ССП оценки эффективности функционирования логистики направлена на увязку финансовых показателей с такими аспектами деятельности как: удовлетворенность внешних и внутренних потребителей, внутрифирменная операционная деятельность логистики, инновационная активность, меры по улучшению финансовых результатов [4, с. 11].

Применение СПП в логистике позволит определить, как оценивают логистику компании внутренние и внешние клиенты; какие действия и процессы позволят реализовать логистическую стратегию, а следовательно и корпоративную, т.к. цели логистики предполагают согласованность с общими целями компании; какие мероприятия помогут оптимизировать положение организации; как оценивают деятельность собственники и управляющие компании.

Сложность разработки СПП во многом зависит от способности компании представить свою стратегию как си-

стему показателей. Конечно, можно и воспользоваться готовыми библиотеками КРІ, предлагаемыми консалтинговыми организациями, но данные показатели должны отражать особенности компании, ее конкурентные преимущества, специфику рынка, на котором она работает, уникальные технологии, которые использует, знания сотрудников компании.

Итак, алгоритм оценки эффективности функционирования логистической системы — это специально разработанная система операций, которая после последовательного их выполнения позволяет произвести полную оценку эффективности функционирования логистической системы и определить итоговый уровень ее эффективности функционирования.

Целью данного алгоритма оценки является определение итогового уровня эффективности функционирования логистической системы, а также нахождение проблемных мест, которые препятствуют выходу системы на более высокий уровень.

Применение логистического подхода к управлению предприятием дает возможность найти оптимальный вариант в решении задач, связанных с управлением. Сущностью логистического подхода к управлению потоками является объединение различных субъектов, обладающих различными экономическими интересами, в единую систему [5, с. 183].

На рисунке 1 приведена схема движения материальных потоков логистической системы ООО «Бауцентр рус». В зависимости от различных внешних и внутренних факторов, при постоянном сопровождении информационными потоками течение материальных и финансовых потоков может быть разнообразным. В рамках рассмотренной системы можно выделить те структурные подсистемы, эффективная работа которых повлияет на логистические функции ООО «Бауцентр рус».

Таким образом, отслеживание и оценка показателей логистической системы приводит к разработке стратегических инициатив, направленных на совершенствование как деятельности подразделений, за них отвечающих, так и всей компании ООО «Бауцентр» в целом.

#### Литература:

1. Гаджинский, А.М. Логистика. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. — 484 с.
2. Мифтяхетдинов И.А. Оценка эффективности функционирования логистических систем / автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. — М., 2014. — 24 с.
3. Григорьев М. Н. Логистика. Продвинутый курс: учебник для магистрантов. — 3 — е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт. 2015. — 734 с.
4. Марковский В.А. Использование методики GAP анализа для оценки эффективности логистической // Современные исследования социальных проблем. — 2016. № 2 — с. 4–11.
5. Сергеев В.И. Корпоративная логистика. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 634 с.

## Современная классификация туристских сегментов

Лебедева Светлана Алексеевна, магистрант

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва)

**Ключевые слова:** туризм, сегментирование туристского рынка

**Keywords:** tourism, tourism market segmentation

Туризм занимает важное место в мировом хозяйстве. Туризм генерирует процессы глобализации, способствует развитию связей между разными народами мира и развитию местной экономики, создает рабочие места, снижая тем самым уровень безработицы, является генератором развития смежных с туризмом областей народного хозяйства.

На сегодняшний день туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Доля международного туризма в мировом ВВП, общей занятости и экспорте увеличивается с каждым годом. Только за последние пять

лет общий вклад туризма в мировой ВВП увеличился на 0,8% до 10% мирового ВВП с 6346,1 млрд долл. США в 2011 году до 7420,5 млрд долл. США в 2016 [5, 6].

Вклад туризма в занятость также растет. В 2011 году сфера туризма создала более 254 миллионов рабочих мест (8,7% общей занятости) [5] по всему миру. В этом году этот показатель вырос почти до 290 миллионов рабочих мест (9,6% от общей занятости) [6].

Для дальнейшей положительной динамики данных показателей необходимо уделять особое внимание потребителю, удовлетворение нужд и желаний которого непо-

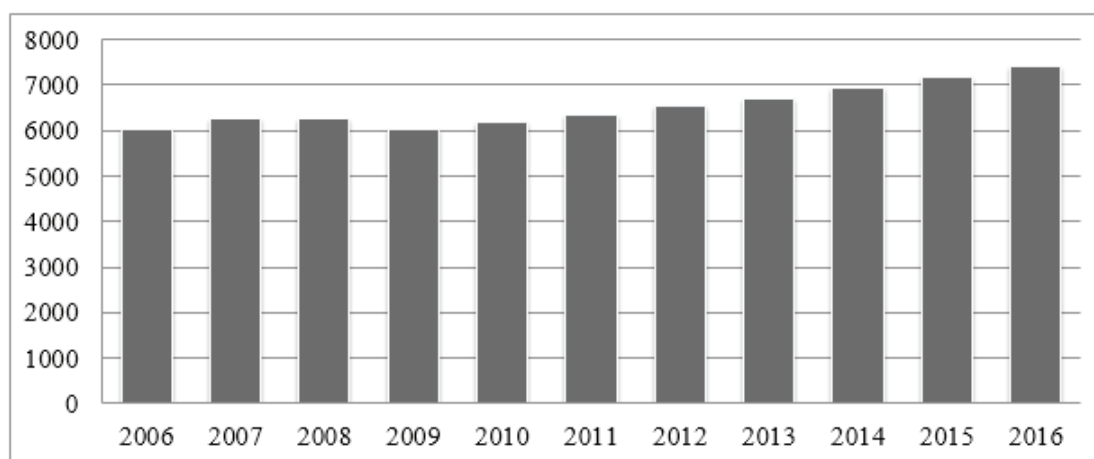


Рис. 1. Вклад туризма в мировой ВВП (млрд долл. США) за 2006–2016 годы. Источники: [5], [6]

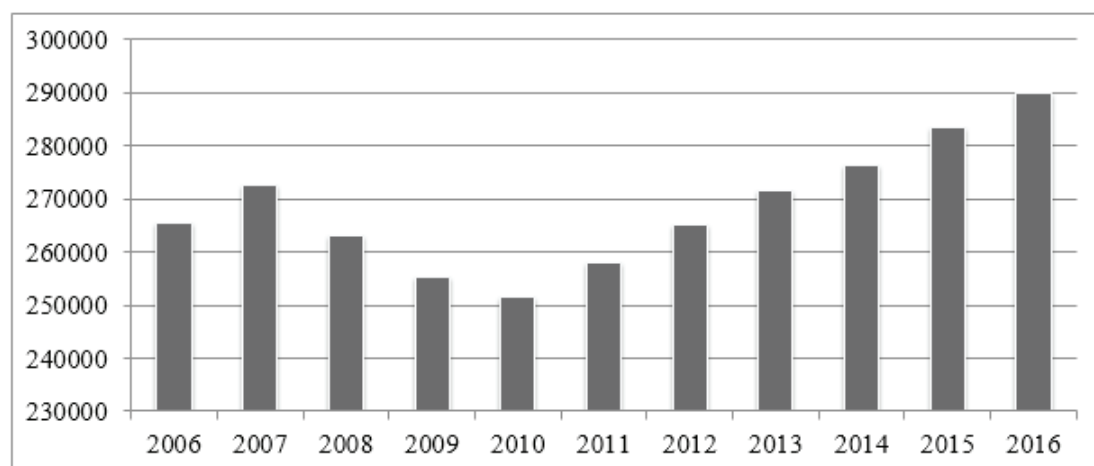


Рис. 2. Вклад туризма в общую занятость (тыс. чел.) за 2006–2016 годы. Источники: [5], [6]

средственно влияет на развитие туристской отрасли и ее вклад в мировую экономику.

Ни для кого не секрет, что потребительские рынки гетерогенны, т.е. у покупателей разные предпочтения, цели, возможности для их реализации, таким образом, они предъявляют неодинаковый спрос. Группы потребителей с похожими желаниями называются сегментами. Сегменты должны быть внутренне гомогенны, но при этом отличаться друг от друга, т.е. обладать межгрупповой гетерогенностью. Все характеристики того или иного сегмента должны быть измеримы, а сам сегмент должен быть достаточно большим для обеспечения продаж фирмы и покрытия расходов производителя. В туризме основными признаками сегментации являются: географические, демографические, социально-экономические, психографические<sup>1</sup> и поведенческие.

Что касается туристических сегментов, существует множество классификаций. Например, сегментирование по географическому признаку, чаще всего используется государственными и негосударственными органами статистики для характеристики международного и внутреннего въездного и выездного туризма.

Классификация ЮНВТО по демографическому признаку включает в себя 5 возрастных категорий: дети от 0 до 14 лет, которые, как правило, путешествуют с родителями; молодежь от 15 до 24 лет, которая, в отличие от первой группы, может путешествовать самостоятельно и обладает весьма ограниченными средствами на путешествие; сравнительно молодые экономически активные люди, заботящиеся о своих детях и учитывающие их интересы во время поездок — категория от 25 до 44 лет; лица среднего возраста от 45 до 64 лет, которые все еще являются экономически активным населением, но по сравнению с предыдущей группой не обременены заботой о детях; лица старшего возраста от 65 лет.

Эксперты ВТО выделяют 4 сегмента туристского рынка, основываясь на комбинации двух социально-экономических признаков: уровне дохода и уровне образования [7].

К первому сегменту относятся лица со средним или даже низким уровнем дохода. Целью их путешествия является отдых на море, а выбор места отдыха определяется уровнем цен. Для данного сегмента не характерно стремление к резкой смене впечатлений. Напротив, их привлекает обстановка с привычным для них образом жизни. Это относится как к размещению, так и питанию. Эта категория туристов не обладает значительными финансовыми возможностями, чувствительна к изменению цен на услуги, но при этом крайне требовательна к их качеству. На международном туристском рынке этот сегмент является самым многочисленным, составляющим основу массового туристического потока.

Ко второму сегменту туристского рынка относятся люди с уровнем дохода выше среднего. Эти туристы чаще всего

имеют высшее образование, а путешествие для них является средством совмещения приятного с полезным, то есть средством совмещения активного отдыха с получением знаний. Причем при выборе места отдыха познавательный интерес превалирует. Поскольку у этих туристов познавательный мотив преобладает, то они могут примириться с некоторым отсутствием комфорта при посещении интересующей их страны или региона в том случае, если другой возможности посетить данное место не представится.

Третий сегмент представлен лицами с высоким уровнем дохода. Имея высшее образование, они интересуются познавательными поездками, стремясь к смене впечатлений. В данном сегменте представлены две возрастные категории: «средний» и «третий»<sup>2</sup> возраст. Лица «среднего» возраста предпочитают индивидуальные поездки или поездки небольшими группами друзей или знакомых. В то время как лица «третьего» возраста отдают предпочтение путешествиям в составе групп. Для этого сегмента интерес представляют дальние поездки продолжительностью 2–3 недели.

Четвертый сегмент составляют высокообразованные люди, проявляющие интерес к изучению природы, культуры, образа жизни местных жителей, их нравов и обычаев. В этот сегмент входят люди разных возрастных категорий и с разным уровнем дохода, но на путешествия они готовы потратить значительные суммы, часто за счет сбережений. Цели поездок могут быть совершенно разными. Главное, что объединяет путешественников — стремление к личному опыту и тяга к знаниям. Этот сегмент рынка туристических услуг весьма немногочислен, однако он в последние годы значительно вырос и имеет тенденцию к дальнейшему росту.

Следующая классификация была предложена немецким исследователем Г. Ганом, который различал 6 основных типов туристов [2, с. 160–189], в зависимости от того, какому виду отдыха они отдают предпочтение, т.е. основываясь на психографических признаках.

S-тип (от нем. Sonne, Sand, See — солнце, песчаный пляж, море) — турист, предпочитающий пассивное времяпрепровождение на морском курорте, желающий насладиться спокойствием и комфортом, а также избегающий суеты во время отдыха.

F-тип (от нем. Ferne- und Flirtorientierter Erlebnisurlaub — отдыхающий, который делает выбор в пользу поездок на дальние расстояния, в том числе и с целью флирта) — турист, путешествующий на большие расстояния, получающий удовольствие от быстрой смены впечатлений. Этот тип туристов проводит свой отпуск в тех местах, где что-то происходит.

W-1-тип (от нем. Wald- und Wanderorientiert — любитель лесных прогулок и походов) — это тип туристов ставит активный отдых в виде пеших прогулок, походов, кемпинга или велосипедного туризма превыше всего.

<sup>1</sup> Психографическая сегментация объединяет целый ряд признаков потребителей, но в целом данное понятие можно описать как «образ жизни».

<sup>2</sup> «Третий» возраст — период активной жизни человека, который начинается с выходом на пенсию.

W-2-тип — в отличие от предыдущего типа, это скорее спортсмен, нежели любитель. Данный тип предпочитает длительные, порой экстремальные нагрузки.

A-тип (от нем. Abenteuer — приключение) — любитель приключений, испытаний, опасностей и неожиданных ситуаций.

B-тип (от нем. Bildung- und Besichtigung — выбирающий образование и достопримечательности) — любознательные туристы. Этот тип путешественников подразделяется на три группы: туристы-эксперты, «коллекционеры» посещаемых мест, любители культуры и истории.

Еще одна классификация была разработана американским социологом Стэнли Плогом [4], который пытался объяснить зависимость выбора места отдыха от характера человека. В своем исследовании С. Плог опирался на следующие психографические и поведенческие характеристики: склонность к переменам, готовность к приключениям и риску, степень консерватизма, требования к комфорту в поездке, интеллектуальный уровень запросов туристов [1]. Согласно Плогу существует два крайних

типа туристов: психоцентрики и аллоцентрики. Новые дестинации, еще не освоенные туристами, открывают аллоцентрики, которые ведут активный образ жизни и любят общаться с местным населением, чтобы максимально включиться в новую среду. По мере выяснения местными жителями экономических преимуществ туризма, появляются новые услуги, и развивается инфраструктура, что привлекает уже другой тип туристов — психоцентриков, которые ценят домашнюю атмосферу, крайне требовательны к комфорту, малоактивны, а также избегают инкультурного влияния.

Изучение потребителей туристских услуг заслуживает особого внимания. Благодаря подобного рода исследованиям и, главное, использованию полученных знаний на практике можно создать персонифицированное предложение не только на мировом рынке туристских услуг, но и на современном отечественном рынке, который, к величайшему сожалению, на сегодняшний день претерпевает трудности приспособления к новой экономической действительности.



Рис. 3. Классификация дестинаций по С. Плогу. Источник: [3, с. 860]

Литература:

1. Гончарова Н. А., Кирьянова Л. Г. Управление жизненным циклом дестинации // Известия Томского политехнического университета. — 2011. — № 6 (318). — С. 52–56.
2. Дурович А. П. Маркетинговые исследования в туризме: Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2008. — 384 с.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов. — 4-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 1071 с.
4. Stanley C. Plog, 2001. Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3). P. 13–24.
5. Travel & Tourism Economic Impact 2012. World. London: WTTC, 2012.
6. Travel & Tourism Economic Impact 2015. World. London: WTTC, 2015.
7. Сегментация туристского рынка по нескольким признакам // Экономическая переводная литература. URL: <http://econbooks.ru/books/part/2810> (дата обращения: 21.03.2017).

## Мотивация как эффективный инструмент управления банковским персоналом

Макуев Джамал Гаджиевич, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Мотивация персонала сегодня является камнем преткновения каждого HR-специалиста и руководителя организации. Ни одна компания не может преуспеть без работающих с полной самоотдачей сотрудников, без приверженности персонала компании ее целям, миссии, принципам. Перед управленцами встает вопрос о том, как мотивировать того или иного сотрудника и самое главное, как удержать его в компании.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что работа в банковских организациях, становится все более содержательной, интересной и творческой. В современное время, характеризующееся финансовым кризисом и высокой конкуренцией в банковской сфере, значительно повышается роль высококвалифицированного работника, удержать которого возможно лишь через построение и применение грамотной системы мотивации.

Организация мотивации персонала в коммерческом банке основана на социальных гарантиях и льготах в форме потребительской корзины, которая включает добровольное медицинское страхование и санитарно-курортное лечение. Также наряду с обязательным страхованием, в обязательном порядке производится страхование работником, чью деятельность можно выделить в категорию опасной. К числу данных работников в банковской сфере относятся кассиры, инкассаторы и водители [1; 90].

Также, в качестве мер мотивации в банке необходимо выделить обучение персонала. Руководитель банка организует для сотрудников семинары с высококвалифицированными специалистами. Молодые специалисты проходят несколько уровней адаптации посредством назначения им наставника. Именно период адаптации является важным этапом в становлении молодого специалиста как настоящего профессионала. Молодой сотрудник проходит несколько стадий адаптации: социально — психоло-

гическую, психофизическую, профессиональную. Социально-психологическая стадия направлена на знакомство сотрудника с коллективом, культурными кодами и этикой организации. Психофизиологическая стадия адаптации предполагает введение молодого работника в вопросы документации, режима дня, организации рабочего места. Последняя стадия, именуемая профессиональной, направлена на освоение сотрудников полного технологического содержания работы и идентификации с организацией.

Сотрудники периодически занимаются повышением квалификации за счет банковского бюджета. Новаторским форматом обучения является онлайн обучение, позволяющее сократить расходы на данный вид мотивации, при этом, охватывая большой спектр сотрудников. Сотрудники банка имеют возможность пройти обучение как у внешних провайдеров — в ведущих учебных центрах и ВУЗах страны, так и у преподавателей и бизнес — тренеров. [2; 90].

Элементом организации мотивации труда в банке являются достойные условия труда, исключающие нанесение вреда работникам. Комнаты банков оборудованы кондиционерами, достаточно высокими потолками, а большой объем комнат нейтрализует излучение компьютеров. Также обязательно присутствует гардеробная и туалет.

Актуальной формой мотивации сотрудников банков является конъюнктурная форма, суть которой заключается в выдаче кредитов сотрудникам банка под низкие процентные ставки. Получаемые при этом проценты являются источником погашения кредита и заработком работника, значительно превышающим установленный им оклад.

Социально — психологические методы включают такие мероприятия, как оценка социально — психологического климата в коллективе банка посредством специальных тестов, анкетирований, выявления удовлетворенности трудом. Также данный метод мотивации труда предполагает

проведение тренингов, обучение руководителей банков методам управления сотрудниками организации.

Основной проблемой в банковской сфере является высокая текучесть кадров. Данное явление препятствует формированию целостности коллектива, имиджа банка, оказывает прямое влияние на низкую производительность труда и неконкурентоспособность предприятия. Как правило, факторами ухода и увольнения из банка являются отсутствие эффективной взаимосвязи и взаимодействия между руководством и персоналом, непрозрачная карьерная лестница, несправедливая оплата труда, высокий уровень стресса в организации. Банки, где отсутствует грамотная система мотивации труда, сотрудники покидают в целях приобретения нового образования, интересной деятельности, более высокой оплаты труда и карьерного роста. Предоставление возможной для карьерного роста сотрудника и развитие потенциала — есть развитие самой организации, повышение прибыли компании, реализация поставленных стратегических задач и позиционирование организации на рынке труда как конкурентоспособного работодателя [3; 12].

Совершенствование мотивации персонала в банке предполагает комплексный подход, с учетом материальной и нематериальной стороны вопроса. В первую очередь, рассмотрим пути повышения мотивации у банковских сотрудников посредством трансформации материальной системы стимулирования.

В банках предлагается введение системы бонусов, представляющих собой коллективные премии, отражающие результаты деятельности банка и коллектива в целом за определенный период. Данная практика применяется сегодня во всех зарубежных развитых странах, и направлена на приобщение сотрудника к целям организации и его идентификации с компанией [4; 56].

Стимулирование труда, построенное исключительно на материальной базе, является неэффективным и не долгосрочным, так как работники привыкают к новому уровню оплаты и финансового поощрения, и спустя небольшой период времени данная система мотивации теряет свою побудительную силу.

Обращаясь к практике зарубежных стран, предлагается введение в российские банки системы «двойной лестницы», или грейдирования. При помощи такого ин-

струмента организации труда, как грейдирование, строится иерархия должностей в зависимости от того, какой доход приносит предприятию сотрудник и ценности его навыков, знаний. В соответствии с данной системой иерархии, разрабатывается система оплаты труда персонала. Благодаря грейдированию становится возможной оплата труда, которую можно охарактеризовать как справедливую, максимально объективную. Грейдинг позволяет выявлять и удерживать на предприятии лучших сотрудников. Главное отличие и новшество системы грейдирования заключается в том, что оно предполагает как вертикальную карьеру, так и горизонтальную, т.е. есть внутри своего уровня, своей должности.

Например, работник может совершить горизонтальный карьерный рост, увеличить размер оплаты труда, в случае высокой производительности труда, соблюдения дисциплины и повышения квалификации. Система позволяет гибко выстраивать схему должностных уровней, учитывая не только квалификацию и стаж, но и другие, не менее значимые факторы, такие, как уровень управленческой и финансовой ответственности, сложность принимаемых решений и другие. Таким образом, в системе грейдирования каждая должность находит свое место в «табели о рангах» и получает соответствующую оценку в виде «вилки» оклада.

Спецификой банковской системы является групповая работа. Поэтому, в качестве мотивационного фактора руководители должны выделять формирование корпоративной культуры. Для совершенствования данного спектра, можно проводить ежемесячные или ежеквартальные конкурсы «Лучший сотрудник» и «Лучший по продажам». Данные конкурсы направлены на поддержание внешних сотрудников, которые обделены большей частью социальных выплат и гарантий. Проведение подобных мероприятий способствует сплочению коллектива, поддержанию корпоративного духа, и является важным инструментом мотивации сотрудников [5; 20].

В качестве мощного инструмента мотивации в банковской сфере, необходимо предложить принцип постановки SMART, обозначенной на рисунке 1.

Каждое действие в банковской системе начинается с постановки цели. Именно от корректной грамотной постановки цели зависит процесс, отдача, результат дей-

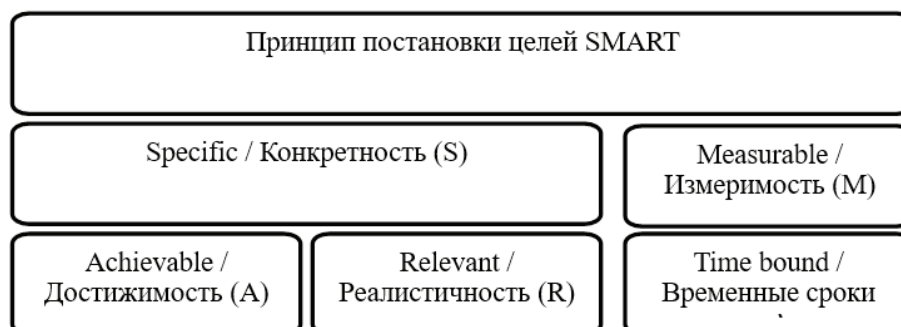


Рис. 1. Принцип постановки SMART

ствия сотрудников, которая, в конечном счете выражает общую картину работы банка и его конкурентоспособности. Принцип целей SMART — стандарт постановки целей и задач, который учитывает пять важнейших характеристик:

1. Specific/Конкретность (S) — задает конкретность цели (специфичность). Цель должна быть сформулирована максимально четко, прозрачно, ясно, и отвечать на следующие вопросы: 1) Кто? Кто вовлечен? 2) Что? Что я хочу выполнить? 3) Где? Определить местоположение. 4) Когда? Установить временные рамки. 5) Условия: Определить требования и ограничения. 6) Почему?

2. Критерий измеримости предполагает учет всевозможных внештатных ситуаций и изменений условий, таких как болезнь сотрудника.

3. Achievable/Достижимость (A). Данное условие обозначает постановку реальной, достижимой цели для работника. К примеру, руководитель банка ставит цель сотруднику продать 50 кредитных карт за март месяц. При этом, он должен наглядно продемонстрировать сколько

карт было продано за прошлые месяцы, не называя планку, показывая, что цель достижима. Условие достижимости также предполагает постановку цели, характеризуемой как незаниженную, по принципу «трудно, но выполнимо». Данный принцип позволяет сотруднику преодолевать барьеры, и расти в профессиональном отношении.

4. Relevant/Реалистичность (R) — актуальность. Данное условие обозначает, что сотруднику ставятся цели, при достижении которых он не сталкивается с внешними факторами, не позволяющими данные цели достичь.

5. Time bound/Временные сроки (T) — это обозначение временных сроков исполнения целей. Согласно данному условию, грамотный руководитель должен обозначать конкретные сроки для каждого этапа работы [6; 38].

Таким образом, для решения обозначенных проблем и совершенствования мотивации персонала в банке предполагается комплексный подход, с учетом материальной и нематериальной стороны вопроса.

#### Литература:

1. Алехина О. Стимулирующий эффект гибких систем заработной платы // Человек и труд, 2015. — № 1. — С. 90–92.
2. Дряхлов Н. И., Куприянов Е. А. Эффективность деятельности сотрудников банковской сферы и их вознаграждение на Западе // СОЦИС: Социологические исследования. — 2015. — № 12. — С. 90.
3. Жемчугов А. М. Современная банковская организация: гармония и мотивация // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — № 3. — С. 12.
4. Курманова Л. Р. Организация деятельности коммерческого банка: учеб. пособие / Л. Р. Курманова. — Уфа: БашГУ, 2014. — 108 с.
5. Филиппова Л. В. Мотивация трудовой деятельности персонала // Молодой ученый. — 2016. — № 1. — С. 20–23.
6. Хожемпо В. В. Мотивация повышения эффективности работы персонала // Молодой ученый. — 2016. — № 12. — С. 38–39.

## Теоретические основы управленческого учета в разрезе процесса реализации продукции

Мамедова Лэйла Азеровна, студент

Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

*В данной статье рассмотрены понятия управленческого учета, процесса реализации. В статье были выявлены функции и задачи управленческого учета, а также изучена взаимосвязь между потребителем и производителем готовой продукции на российском рынке. В заключение приведены примеры бухгалтерских проводок при реализации готовой продукции.*

**Ключевые слова:** стратегия, управленческий учет, реализация, расходы организации, счет, бухгалтерские проводки

В условиях рыночной экономики должен осуществляться контроль деятельности организаций, который будет гарантировать защиту всех структурных элементов предприятия.

Данный контроль может осуществляться в бухгалтерском учете, где осуществляется сбор, регистрация, обработка, и передача информации. Бухгалтерский учет на предприятии необходим для достижения цели коммерче-



ской организации, то есть получение прибыли. Для этого необходимо принятие стратегических управленческих решений.

Стратегия — это основная программа, которая направлена на достижение цели в любой области деятельности.

Стратегическое управление в коммерческих организациях представляет собой целенаправленные действия, которые приводят к повышению выручки от реализации продукции. Для того чтобы данные действия были результативными, необходимо вести управленческий учет, то есть все наши управленческие решения фиксировать [7, с. 322].

Управленческий учет представляет собой систему сбора, фиксации, обработки, а также изложение информации о хозяйственной деятельности предприятия для управления предприятием.

Управленческий учет образовался на фундаменте калькуляционного учета. Поэтому основная цель бухгалтерского управленческого учета представляет собой калькулирование себестоимости, осуществление наилучших расчетов по решению задач руководства [8, с. 19–21]. Содержанием управленческого учета есть учет затрат на заготовление прошлых, текущих и будущих периодов в разных аспектах классификации.

Предмет управленческого учета есть процесс воздействия на объект для организации и координации, стимулирования и контролирования деятельности работников для максимизации получения прибыли от реализации продукции.

Такая управленческая наука как менеджмент может оказывать влияние на предмет управления с помощью функций, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. Функции управленческого учета

Функция	Содержание
Планирование	Процесс постановки целей и создание схемы действий для ее достижения
Организация	Процесс построения структуры фирмы, то есть создать некую структур для выполнения планов и целей.
Стимулирование	Процесс побуждения и активации работников
Контроль	Процесс определения качества выполняемой работы и ее корректирование для получения прибыли обеспечивает наблюдение за осуществлением планов.
Координация	Деятельность по обеспечению согласованности действий работников. Реализуется в форме воздействия на коллектив, которые заняты в процессе производства со стороны руководителей и функциональных служб.

Предмет управленческого учета — это совокупность объектов, которые участвуют в процессе всего цикла управления:

1) производственные ресурсы, которые представлены обеспечением трудом людей в процессе производственного процесса;

2) хозяйственная деятельность и результат, которые составляют деятельность организации.

Содержание предмета управленческого учета — это различные объекты, участвующие в процессе управления реализацией, которые состоят из четырех групп (рис. 1).

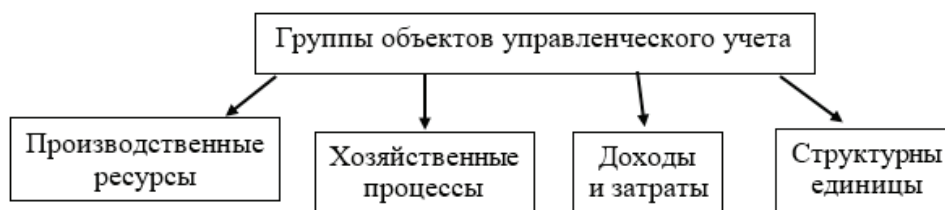


Рис. 1. Состав группы объектов управленческого учета

Процесс реализации продукции — это действия, которые направлены на достижение своей основной цели, то есть извлечение максимальной предпринимательской прибыли [1, с. 15–17].

Процесс реализации является точкой начала и конца кругооборота производства. Если же продукция будет лежать на складах, это будет говорить о том, что производственные изделия не соответствуют либо качеству, либо потребительскому спросу.

Достижение цели коммерческой организации, предприятия — извлечение прибыли, что представляет собой разницу между затратами, которые понесла организация при производстве готовой продукции, и материальными средствами, которые были получены в процессе реализации готовой продукции. Отрицательный ответ при вычислении разницы говорит о том, что цель организации (предприятия) не достигнута, то есть понесла убыток [6, с. 89–92].

Проанализировав российский рынок, можно сделать вывод о том, что не существует сбалансированности между производителями и потребителями, то есть ассортимент продукции не соответствует потребительским запросам.

Так как нет сбалансированности между производителями и потребителями, готовая продукция, которая не реализуется — остается лежать на полках склада. Это в свою очередь говорит о том, что руководитель данного предприятия не корректно принимал управленческие решения при планировании реализации готовой продукции на оптовые и розничные рынки. Поэтому, в связи с постоянным развитием рыночной экономики, руководству организации необходимо взаимодействовать с платежеспособными клиентами и ориентироваться на их спрос, то есть ориентироваться на рынок покупателей. При реализации товаров, работ и услуг необходимо решать следующие задачи управленческого учета:

1. регулировать наличие и движение ресурсов (трудовых, материальных, финансовых);
2. регулировать доходы и затраты по установленным стандартам, планам;
3. рассчитывать себестоимость готовой продукции и ее отклонение от норматива и плана;
4. выявлять финансовый результат деятельности предприятия в целом, а также подразделений;
5. контролировать и анализировать деятельность организации;

6. планировать и прогнозировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия;

7. представлять заключения об ожидаемых мероприятиях;

8. составлять управленческую отчетность, предоставление ее руководителю организации или другому управленческому персоналу.

Реализация готового изделия в коммерческом предприятии отражается в момент отгрузки его заказчику или покупателю [4, с. 15–18]. При реализации готового продукта приходится производить некоторые расходы, которые связаны с отгрузкой и реализацией готовой продукции, такие затраты еще называют коммерческие расходы (рис. 2).

Процесс реализации готовой продукции осуществляется через бухгалтерский счет 90 «Продажи». Счет 90 «Продажи» показывает промежуточные итоги деятельности предприятия. По дебету отражаются все затраты на процесс реализации и производство готовой продукции. По кредиту счета 90 «Продажи» указывается сумма выручки от реализации нашего готового продукта [3, с. 64]. Для корректной работы в бухгалтерском учете открываются субсчета (табл. 2).

Приведем примеры бухгалтерских проводок, которые применяются со счетом 90 и его субсчетами в таблице 3 [5, с. 46–59].

В течение всего календарного года каждый субсчет заполняется хозяйственными операциями. В конце каждого

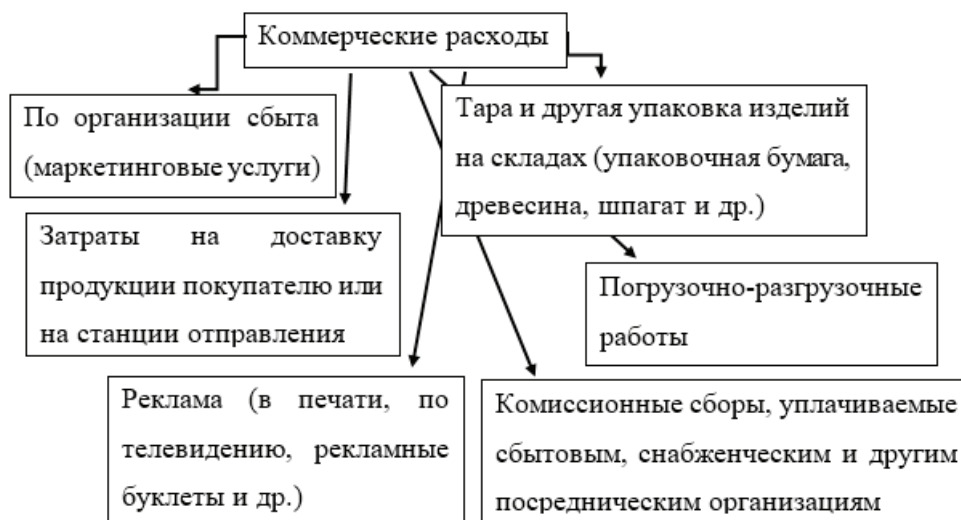


Рис. 2. Коммерческие расходы предприятия

Таблица 2. Субсчета, открытые к счету 90 «Продажи»

Субсчет	Содержание
90/1	Выручка от реализации
90/2	Производственная себестоимость готовой продукции
90/3	Налог на добавленную стоимость (НДС)
90/4	Акцизы
90/9	Прибыль/убыток от реализации готовой продукции

Таблица 3. Бухгалтерские проводки со счетом 90 «Продажа»

Дт	Кт	Хозяйственная операция
62	90/1	Отгружена готовая продукция заказчику
20,26	90/2	Списание расходов, связанные с оказанием доставки готовой продукции
90/3	68	Начисляется НДС по реализованным товарам
90/9	99	Прибыль от реализации готовой продукции
99	90/9	Убыток

периода оборот, который сформировался, закрывается на субсчет 90/9 «Прибыль/убыток от реализации готовой продукции». После того как все расчетные документы получены делается проводка: Дт62 Кт90 на сумму выручки от реализации. В это же самое время идет списание себестоимости реализованной готовой продукции следующей проводкой: Дт 90 Кт 43. После чего формируется финансово-экономический итог, который рассчитывается как разница между оборотами, сформированными по субсчетам в дебете и оборотами по субсчетам по кредиту. В зависимости от того какой результат получен, в любом

случае он переносится на субсчет 90/9, после чего закрывается на счете 99 «Прибыли и убытки». После того как все операции были зафиксированы в конце каждого месяца, квартала, полугодия, девяти месяцев или года можно сделать шахматную оборотную ведомость.

В конце отчетного периода представляются итоговые данные по бухгалтерским(финансовым) отчетам и счетам, которые отражены в сводном документе — главная бухгалтерская книга. Данная главная книга ведется на основании книг бухгалтерии и имеет все данные о финансовом положении организации [2, с. 25–30].

Литература:

1. Головкин Н. А., Швеца В. М. // Бухгалтерское дело. — М., 2014.
2. Журавлев В. Н. // Читаем баланс. — М., 2015.
3. Левшова С. // Бухгалтерский учет: шаг за шагом. — СПб., 2012.
4. Николаева С. А. // Международные и российские стандарты бухгалтерского учета: сравнительный анализ. — М., 2012.
5. Сапожникова Н. Г. // Бухгалтерский учет. — М., КноРус., 2015.
6. Хабарова Л. П. // Формирование финансовых результатов в бухгалтерском учете. — М.: Бухгалтерский бюллетень. 2014.
7. Чедвик Л. // Основы финансового учета. — М.: ЮНИТИ, 2013.
8. Янковский К. П., Мухарь И. Ф. // Управленческий учет, 2011.

## Стратегическое планирование, его значение и этапы

Мироненко Вероника Олеговна, студент

Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

*В данной статье рассматривается стратегическое планирование, как процесс практической деятельности соответствующих субъектов управления, которое имеет свое содержание, охватывает его сущность и процедуры разработки стратегических планов.*

**Ключевые слова:** стратегическое планирование, управление, менеджмент

Стратегическое планирование — это одна из функций управления, представляющая собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений, функции организации, мотивации и контроля ориентированы на выработку стратегических планов.

Процесс стратегического планирования создает основу для управления членами организации. Стратегическое пла-

нирование становится все более актуальным для российских предприятий, вступающих в жесткую конкуренцию как между собой, так и с иностранными корпорациями.

Стратегическое планирование определяет, что организация должна делать в настоящем, чтобы достичь желаемых целей в будущем исходя из того, что окружение и организация будут меняться. Можно сказать, что осуществляется взгляд из будущего в настоящее.

Стратегическое планирование — это так называемый набор функций менеджмента, который включает в себя распределение ресурсов, адаптацию к внешней среде, внутреннюю координацию, осознание организаторской стратегии.

Стратегическое планирование имеет важные ключевые моменты. В таком планировании стратегия разрабатывается высшим руководством, стратегический план должен быть подкреплён исследованиями и фактическими данными, стратегические планы должны быть гибкими для возможности их изменения, планирование должно приносить пользу и способствовать успеху компании. При этом затраты на реализацию мероприятий должны быть ниже величины выгод от их реализации.

Процесс стратегического планирования в компании состоит из нескольких этапов:

1. Определение миссии и целей организации.
2. Анализ среды, включающий в себя сбор информации, анализ сильных и слабых сторон фирмы, а также ее потенциальных возможностей на основании имеющейся внешней и внутренней информации.
3. Выбор стратегии.
4. Реализация стратегии.
5. Оценка и контроль выполнения.

*Определение миссии и целей организации.* Целевая функция начинается с установления миссии предприятия, которая выражает философию и смысл его существования.

Миссия — это основная цель организации. Обычно в ней уточняется статус предприятия, описываются основные принципы его работы, действительные намерения руководства, а также дается определение самых важных хозяйственных характеристик предприятия. Миссия выражает устремленность в будущее, показывает то, на что будут направляться усилия организации, какие ценности будут при этом приоритетными. Поэтому миссия не должна зависеть от текущего состояния предприятия, на ней не должны отражаться финансовые проблемы и т.д. В миссии не должно быть указано получение прибыли как основная цель создания организации, несмотря на то, что получение прибыли является важнейшим фактором функционирования предприятия.

Цель — это конкретизация миссии в организации в форме, доступной для управления процессом их реализации. Основные характеристики цели стратегического планирования заключаются в следующем:

- четкая ориентация на определенный интервал времени;
- конкретность и измеримость;
- непротиворечивость и согласованность с другими миссиями и ресурсами;
- адресность и контролируемость.

Исходя из миссии и целей существования организации строятся стратегии развития и определяется политика организации.

*Стратегический анализ* или «портфельный анализ» является основным элементом стратегического плани-

рования. Основным методом анализа является построение двухмерных матриц, с помощью которых происходит сравнение производств, подразделений, процессов, продуктов по соответствующим критериям.

Существует три подхода к формированию матриц:

1. Табличный подход, при котором значения изменяющихся параметров возрастают по мере удаления от графы наименования этих параметров. При этом анализ портфеля ведется от левого верхнего угла к правому нижнему.

2. Координатный подход, при котором значения изменяемых параметров возрастают по мере отдаления от точки пересечения координат. Анализ портфеля здесь ведется от левого нижнего угла к правому верхнему.

3. Логический подход, при котором анализ портфеля ведется от правого нижнего угла к левому верхнему.

Анализ окружающей среды необходим при осуществлении стратегического анализа, т.к. его результатом является получение информации, на основе которой делаются оценки относительно текущего положения предприятия на рынке.

Стратегический анализ окружающей среды предполагает изучение трех ее составляющих:

- внешней среды;
- непосредственного окружения;
- внутренней среды организации.

Анализ внешней среды включает изучение влияния экономики, правового регулирования и управления, политических процессов, природной среды и ресурсов, социальной и культурной составляющих общества, научно-техническое и технологическое развитие общества, инфраструктуры и т.п.

Непосредственное окружение анализируется по следующим основным компонентам: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы. Анализ внутренней среды раскрывает возможности и потенциал, на который может рассчитывать фирма в конкурентной борьбе в процессе достижения своих целей.

Внутренняя среда анализируется по следующим направлениям: кадры фирмы, их потенциал, квалификация, интересы и т.п.; организация управления; производство, включая организационные, операционные и технико-технологические характеристики и научные исследования и разработки; финансы фирмы; маркетинг; организационная культура.

*Выбор стратегии* предполагает формирование альтернативных направлений развития организации, их оценку и выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации. При этом используется специальный инструментарий, который включает в себя количественные методы прогнозирования, разработку сценариев будущего развития, портфельный анализ.

Стратегия — это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции орга-

низации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям.

При выборе стратегии нужно учитывать конкурентные позиции фирмы в данной стратегической зоне хозяйствования, перспективы развития самой стратегической зоны хозяйствования, технологии, которыми располагает фирма.

*Реализация стратегии* является критическим процессом. В случае успешного осуществления именно этот процесс приводит предприятие к достижению поставленных целей. Реализация стратегии осуществляется через разработку программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии.

Основные составляющие успешного выполнения стратегии:

- необходимо донести до работников цели, стратегии и планы для того, чтобы достичь с их стороны понимания, к чему стремится организация, и вовлечь в процесс реализации стратегии;
- руководство своевременно обеспечивает поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, формирует план осуществления стратегии в виде целевых установок;
- в процессе реализации стратегии каждый уровень руководства решает свои задачи и осуществляет закрепленные за ним функции.

*Оценка выбранной стратегии* заключается в ответе на вопрос: приведет ли выбранная стратегия к достижению фирмой своих целей? Если стратегия соответ-

ствует целям фирмы, то дальнейшая ее оценка проводится по следующим направлениям:

- соответствие выбранной стратегии состоянию и требованиям окружения;
- соответствие выбранной стратегии потенциалу и возможностям фирмы;
- приемлемость риска, заложенного в стратегии.

Результаты реализации стратегии оцениваются. С помощью системы обратной связи осуществляется контроль деятельности организации, в ходе которого может происходить корректировка предыдущих этапов.

После выбора стратегии разработки последующего плана, руководство должно провести тщательную проверку структуры организации, чтобы выяснить, способствует ли она достижению общеорганизационных целей.

Стратегическое планирование — динамичный процесс, который требует постоянной оценки текущей ситуации и определения следующего шага. Для этого необходимо полное понимание организации и окружающей среды, в которой она функционирует. Оно ставит целью комплексное научное исследование возможностей и угроз внешней среды, а также сильных и слабых сторон организации, проблем, с которыми может столкнуться фирма в предстоящем периоде, и на этой основе разработка показателей фирмы на плановый период.

Стратегическое планирование позволяет менеджменту понять текущую ситуацию, что в свою очередь позволяет планировать будущее. В мире быстрых перемен стратегическое мышление становится основой успеха.

#### Литература:

1. Миссия организации // Wikipedia URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Миссия\\_организации](https://ru.wikipedia.org/wiki/Миссия_организации)
2. Стратегическое планирование. Планирование реализации стратегии // Студопедия. URL: [http://studopedia.ru/view\\_menedjment.php?id=3](http://studopedia.ru/view_menedjment.php?id=3)
3. ЛЕКЦИЯ № 6. Стратегическое управление // nnre.ru. URL: [http://www.nnre.ru/delovaja\\_literatura/menedzhment\\_konspekt\\_lekcii/p6.php](http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/menedzhment_konspekt_lekcii/p6.php)
4. Стратегическое планирование. Понятие и этапы стратегического планирования // STPLAN.RU. URL: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strplan.htm>

## Влияние экономических институтов на систему управления знаниями российских инновационно ориентированных корпораций

Нестерова Алина Валерьевна, магистрант  
Ростовский государственный университет путей сообщения

Экономический рост крупных компаний основан на освоении инновационных пространств, появляющихся в результате изобретений и развития человеческого капитала. Основными ресурсами развития компаний в «экономике знаний» становятся люди и знания, которыми они обладают, интеллектуальный капитал и растущая профессиональная компетенция кадров.

Для обеспечения роста в условиях глобальной конкуренции, крупные компании, реализующие стратегию развития должны предложить своим клиентам новые товары и услуги, новые эффективные технологические решения. В этом случае компании считаются инновационно-активными.

В рамках современного институционализма наиболее распространенной является трактовка Д. Норта, опре-

делявшего институты как правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми [4, с. 2]. Институты охватывают различные сферы деятельности. Существуют такие экономические институты как рынок, деньги, форма собственности, хозяйственная этика. Социальные институты представлены системой образования, культурной средой, религией, семьей, традициями и обычаями.

Институты обладают важнейшим свойством аккумуляции и передачи информации. Представляется важным рассмотрение понятия информации в неразрывной связи с понятием знания, поскольку, согласно определению О.С. Белокрыловой и М.М. Скореева информационная природа институтов должна рассматриваться совместно с феноменом знания [1, с. 10]. Исследуя институты и их влияние на экономические процессы, необходимо учитывать фактор зависимости от предшествующего пути развития (path dependence).

Прогресс в отборе эффективных институтов позволяет обществам создавать и накапливать знания в виде технологий, успешных хозяйственных практик, которые повышают эффективность хозяйственных порядков. В научной литературе эффективность институциональной структуры определяется тем, как она снижает уровень транзакционных издержек в экономических взаимодействиях субъектов рынков [5, с. 9]

Первым и важнейшим шагом, ведущим к устойчивому развитию на разных уровнях хозяйствования, является критическое осмысление и позитивная оценка исследовательских традиций, инвентаризация применяемого категориального аппарата и алгоритма исследования, поиск новых, более эффективных методологических подходов с соответствующим аналитическим инструментарием и определение закономерностей построения не просто многочисленных концепций или программ, а именно непротиворечивой теории. Существующий мир — это не что иное, как материализованное знание прошлой теории и действующее экономическое сознание.

В условиях глобальной экономики на рынке труда также не мастерство стало критерием, как зрелости, так и оплаты труда, что долгие годы формировало развитие профессиональных навыков, а умение делать деньги из денег. Постепенно производительность труда перестала выступать критерием эффективности производства. Категория же воспроизводства, которая бы ориентировала на целостное и комплексное развитие, включающее достижения науки и ее освоение социально-производственным комплексом, вообще выпала из научного оборота.

Вообще современное общество выстроило удивительную систему: степень фундаментальности осваиваемых наукой проблем обратно пропорциональна уровню денежного успеха носителей приращенного знания. Подтверждением этому тезису может быть не только размер доходов ученых и представителей сопутствующих про-

фессий, но и конкурсы в вузы на получение соответствующих специальностей.

Удивительно и то, что сегодня США еще развиваются не благодаря своей системе образования, а благодаря стремлению (по инерции) людей из развивающихся стран к знанию и образованию. Поэтому сложилось острое противоречие между финансовым капиталом и человеческим капиталом в широком смысле слова, смыслом жизни.

Теория человеческого капитала позволяет объяснить структуру распределения личных доходов, возрастную динамику заработков, неравенство в оплате мужского и женского труда, причины миграции и многое другое. Благодаря этой теории образовательные инвестиции стали рассматриваться как источник экономического роста, не менее важный, чем обычные инвестиции.

Сторонники теории человеческого капитала разработали количественные методы анализа эффективности вложений в образование, медицинское обслуживание, подготовку на производстве, миграцию, рождение и уход за детьми и их денежной отдачи для общества и семьи. Главное внимание в оценке человеческого капитала уделялось производимым способностям человека и дифференциации доходов, вызываемой различными уровнями инвестиций в их производство.

«Человеческий капитал», по мнению Р. Капелюшника, состоит из приобретенных знаний, навыков, мотиваций и энергии, которыми наделены человеческие существа и которые могут использоваться в течение определенного периода времени в целях производства товаров и услуг» [2, с. 11].

Человеческий капитал является источником будущих заработков, или будущих удовлетворений, или того и другого вместе. Он человеческий, потому что является составной частью человека. Говоря о производстве знания, необходимо учитывать тот факт, что оно неоднородно.

Согласно классификации Дж. Мокира, общество располагает двумя видами знания. Полезное знание включает все представления и верования относительно природных явлений, а также умение использовать потенциально пригодные природные ресурсы. Соответственно, общий объем полезного знания в обществе может быть определен как совокупность всех отдельных личностных полезных знаний и полезных знаний в местах его хранения.

Обучение можно определить как передачу или распространение существующих знаний от одного индивида или места хранения к другому. Помимо полезного знания об окружающем мире существует еще одна форма знаний, которую называют техникой (умением, технологией). Техника есть набор принципов и методов по использованию природы. Такие принципы, подобно знанию, находятся в умах людей или в хранилищах знаний.

Университеты как механизмы передачи и наращивания существующего запаса знаний являются основными производителями знаний во всех современных обществах. Будучи важнейшими социальными институтами, университеты обеспечивают ключевые ресурсы для экономиче-

ской деятельности. При сравнении различных образовательных систем необходимо помнить о том, что традиции в образовании обусловлены уникальной исторической средой конкретной страны, а также усиливаются эффектом зависимости от предшествующего пути развития, что говорит о невозможности их быстрой трансформации по образцу какой-либо иностранной модели.

Основопологающим условием для проведения модернизации выступает поиск финансовых ресурсов для реализации этих стратегических перспектив. Инвестиционные ресурсы в условиях «экономики знаний» — это средства, которые могли бы быть вложены в российские инновации в нормальной институциональной среде. Если бизнес не вкладывает длинные деньги в инновации, необходимо понять причины, по которым он этого не делает.

Эффективность инновационной деятельности определяется инновационной инфраструктурой, являющейся основой инвестиционного развития крупных отраслевых компаний. Например, существующая законодательная база не позволяет ОАО «РЖД» переструктурировать свою инвестиционную программу так, чтобы значительно увеличить в ней долю частных инвестиций. По закону «О железнодорожном транспорте» объекты, требующие инвестиций, не выделены из железнодорожной инфраструктуры, поэтому долевое строительство, кроме вокзальных комплексов, которые не подпадают под действие закона, невозможно. В связи с этим, необходимы механизмы, которые позволят привлекать частные компании к инвестированию в железнодорожную инфраструктуру.

Например, в Стратегии развития ОАО «РЖД» теоретически обоснованы инновационные механизмы привлечения частных инвестиций в развитие российского железнодорожного транспорта, определены инструменты государственного участия в развитии отрасли. Для определения источников финансирования (государственное участие, частный капитал, инвестиционная программа ОАО «РЖД») все варианты строительства и модернизации железнодорожных линий предложено разделить в соответствии с основными получателями эффекта от их функционирования на 6 категорий:

- стратегические линии, предназначенные для укрепления транспортной целостности РФ (ориентировочная протяженность — 4112 км);
- социально значимые линии, играющие важную роль в улучшении транспортного обслуживания населения и регионов (1262 км);
- грузообразующие линии, предназначенные для транспортного обеспечения развития новых месторождений полезных ископаемых и промышленных зон (4660 км);
- технологические линии, предназначенные для оптимизации железнодорожной сети в целях ускорения хозяйственных и межрегиональных связей (9168 км);
- высокоскоростные линии, предназначенные для перевозки пассажиров со скоростью до 350 км/ч (1528 км);

– модернизируемые действующие линии, требующиеся для организации скоростного пассажирского движения.

Таким образом, все формы инвестиций в человеческий капитал считаются производительными, независимо от того, имеют ли они целью увеличить национальный продукт или расширить возможности людей. Изменение цели развития и перенос акцента на человеческий капитал как средство обеспечения развития явились основой для изменения общей стратегии развития.

Отметим, что в условиях посткризисного развития ни у ОАО «РЖД», ни у государства нет столько средств, сколько требуется на развитие железнодорожной инфраструктуры, поэтому необходимо наладить мониторинг инвестиций в железнодорожные проекты, чтобы оценивать ход строительства и эффективность. Это сделает их более прозрачными и поможет сформировать интерес у банков и частных инвесторов.

В настоящее время инвесторам просто невозможно по существующему законодательству вкладывать средства в железнодорожную инфраструктуру. Невозможно определить доли участия каждой из сторон и перспективы возмещения затрат. Таким образом, для реализации инновационно-инвестиционной модели развития необходима корректировка законодательства, например, в области государственно-частного партнерства, что позволит привлечь инвестиции в развитие инфраструктурного комплекса.

Все организации обладают общими элементами, поэтому их можно представить как: социальные системы, т.е. люди, объединенные в группы; интегрированную деятельность; целенаправленные действия. Организацию необходимо рассматривать как приспособляющуюся социальную систему, стремящуюся действовать разумно в конкретных условиях своего окружения.

Основой новой модели развития крупных компаний, возникающей на фундаменте информационно-интеллектуальных (когнитивных) технологий, выступает интеллектуальная деятельность, оттесняющая на второй план инструментальное производство материальных благ и услуг. Интеллектуальная деятельность перестает быть его приложением. Первоначальное накопление капитала в вещественной и денежной форме уступает место накоплению и освоению информации, авансированию творческой деятельности.

Компании, основанные на знаниях, — это инновационные структуры, которые создают, распространяют и используют знания для обеспечения своего роста и конкурентоспособности. Это фирмы и предприятия, которые не только используют знания в разнообразной форме, но и создают их в виде научной и разнообразной высокотехнологичной продукции, высококвалифицированных услуг, образования.

Знания представляют собой то, что многие организации все в большей степени производят, продают и приобретают. Предприятиям приходится решать такие

сложные задачи, которые заставляют их развивать передовые знания и максимально эффективно использовать их. Речь идет о следующем:

- быстрое, непредсказуемое изменение рыночного спроса предполагает, что компании должны научиться понимать и адаптироваться к тому, что происходит вокруг них — они должны «научиться учиться»;

- мировая конкуренция требует высокого уровня эффективности, который может быть обеспечен при наиболее полном использовании знаний;

- современные информационные технологии сделали возможным вовлечение в хозяйственный оборот небольших сегментов рынка и индивидуальных потребителей, создавая жесткую конкурентную среду для удовлетворения специфических требований потребителя [3, с. 26]

Таким образом, выделение фактора «человеческий капитал» позволяет идентифицировать важный источник экономического роста, каким являются знания и компетенция, а значит, правильно определить экономиче-

скую роль образования, науки, здравоохранения, как непроизводительные. Человеческий капитал — оценка воплощенной в индивидууме потенциальной способности приносить доход. Человеческий капитал включает врожденные способности и таланты, а также образование и приобретенную квалификацию.

Концепция человеческого развития объединяет решение вопросов производства и распределения товаров и услуг с решением вопросов формирования и использования способностей и возможностей людей, рассматривая развитие человеческих способностей как конечную цель общественного прогресса безотносительно к их влиянию на формирование дохода. Поэтому экономический рост, динамика занятости и заработной платы являются составными моделями человеческого развития.

В условиях развития «экономики знаний» должно совершенно измениться отношение к главной производительной силе общества — человеку высокоинтеллектуального, высокопроизводительного труда.

#### Литература:

1. Белокрылова О.С., Скорев М.М. Влияние экономических институтов на производство и накопление знаний // Экономический вестник Ростовского государственного университета // 2003 Том 1 № 2.
2. Капелюшников Р. Современные западные концепции формирования рабочей силы. — М.: Наука, 1981.
3. Мильнер Б.З. Управление знаниями: Эволюция и революция в организации. М.: ИНФРА-М, 2003.
4. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 2.
5. Норт Д. Пять тезисов об институциональных изменениях // Квартальный бюллетень клуба экономистов. 2000. Вып. 4.

## Аутплейсмент как технология кадрового менеджмента

Низовцева Анастасия Александровна, доцент

Дальневосточный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Хабаровск)

На сегодняшний день, в период экономического кризиса проблема увольнения сотрудников имеет масштабный характер. Кризис продолжает оказывать негативное воздействие на рынок труда. Сокращение персонала — процедура, чреватая не только недовольством и трудовыми спорами, но и репутационным и финансовым ущербом для компании. Обиженные сотрудники уносят с собой свои наработки, коммерческие секреты предприятия, начинают распространять порочащие ее деловой имидж слухи.

Также компании идут на ухищрения, и ситуацию помогает разгрузить широкая практика применения фирмами сокращенных графиков работы для своих сотрудников с выплатой им пособия по частичной безработице. Уровень безработицы растет. Этого можно избежать, если при сокращении и увольнении использовать такой «цивилизованный» метод антикризисного управления, как аутплейсмент.

В современных условиях человек очень зависит от своей трудовой деятельности, в случае увольнения работодателю необходимо обеспечить наиболее мягкий уход из организации, потеря работы сказывается в первую очередь на материальном положении человека, а также на духовном состоянии позволяет избежать стрессов и психологических травм сотрудника. Высвобождение персонала для любой компании является крайне вынужденной мерой, и как правило в данной ситуации работодатели оценивают своих сотрудников по трем основным критериям: работоспособность, ответственность и профессионализм. Применение аутплейсмента или мягкого увольнения, может любой компании избежать многих судебных разбирательств. Эффективность данного процесса позволяет компании избежать лишних социальных выплат, а также поднять самооценку и повысить уровень квалификации соискателя.



Как для России так и для стран запада, основной и самой главной проблемой при увольнении является, неготовность сотрудника к увольнению и, как правило к дальнейшему трудоустройству, также не мало важным фактором является отсутствия 100% гарантии трудоустройства уволенного сотрудника в определенный срок.

Возможность использования аутплейсмента в Российской Федерации ведет к ряду проблем, одной из которой является отсутствие законодательной базы (не закреплена в российском законодательстве). Другой проблемой — является незавершенность процесса, не каждая организация готова оплачивать полную программу аутплейсмента включая трудоустройство.

Функционирование отечественных и зарубежных компаний в России осуществляется в условиях кризисного развития экономики, которое характеризуется нестабильностью, высокой скоростью и глубиной изменений, непредсказуемостью последствий. Стремясь не допустить на предприятии возникновения негативных явлений или тенденций, а также усилить адаптационные возможности компаний, повысить их успешность и конкурентоспособность, руководители придерживаются антикризисной или наступательной стратегий развития организации, которые находят свое практическое отражение в механизмах реорганизации, реструктуризации, реинжиниринга, внедрения инноваций, предполагающих: использование новых, передовых технологий; изменение организационной структуры: радикальную перестройку производства и бизнес-процессов. Данные преобразования не могут не отразиться на численности персонала и, в большинстве случаев, сопряжены с сокращением штата, что приводит к возникновению кризиса в сфере труда и ухудшению социально-трудовых отношений между работниками и руководством предприятия.

Услуга для работодателей поможет грамотно провести процедуру сокращения сотрудников, избежать судебных разбирательств и тяжб, поддержать реализацию нововведений. В случае работников аутплейсмент нацелен на их качественное трудоустройство, которое имеет большое значение: людям важно иметь должность, функциональные обязанности, размер оклада не ниже, чем на предыдущем месте работы, поэтому данная рекрутинговая технология предусматривает поиск вакансий, соответствующих образованию, квалификации и желанию кандидатов.

Сейчас в странах Европы и в Америке аутплейсмент является одной из самых распространенных рекрутинговых услуг. Существуют компании, которые специализируются исключительно на предоставлении аутплейсмента. Во Франции, например, насчитывается около семидесяти подобных агентств.

Следует особо отметить тот факт, что на Западе аутплейсмент прописан законодательно: услуга относится к перечню технологий и программ, признанных лучшими инструментами по регулированию уровня безработицы и обозначенных в Своде законов США как эффективные

мероприятия в области занятости. Аутплейсмент отражен в большинстве коллективных договоров, заключенных между работниками и работодателями, а также он фигурирует практически во всех индивидуальных трудовых договорах руководителей. Еще одной особенностью зарубежного аутплейсмента является высокая степень гарантии трудоустройства, предусматривающая обсуждение сроков выхода кандидата в новую компанию и условий его работы (размер заработной платы, состав компенсационного пакета).

Весьма интересен опыт Великобритании в проведении мероприятий для поддержки сокращаемого персонала.

Значительная часть британских организаций (97%) для поддержки сокращаемого персонала проводит такие мероприятия как: предоставление дополнительного оплачиваемого выходного дня для повышения квалификации (89%); проведение с увольняемыми сотрудниками тренингов по развитию навыков эффективной самопрезентации, самостоятельного поиска работы (63%).

В Бельгии аутплейсмент обязателен для всех увольняемых сотрудников, если услуга не была оказана, на компанию налагаются штрафные санкции со стороны государства.

Но дальше всех в области развития и совершенствования аутплейсмента продвинулись Соединенные Штаты Америки. Здесь, если сотруднику нашли подходящую работу, расположенную территориально в другой географической местности, работодатель выплачивает увольняемому пособие для переезда. Это делают около 4–6% компаний. Данное пособие предоставляется для возмещения издержек, связанных с переездом и для оказания материальной помощи. Еще одним новшеством в американском аутплейсменте является подготовка онлайн-презентации о сокращаемом сотруднике, которую затем размещают в «соцмедиа» (социальных сетях). Эта активность сразу приобрела широкое распространение и по данным североамериканской компании «Careerminds Group», предоставляющей услуги аутплейсмента в 2012 году 90% менеджеров использовали социальные сети для поиска сотрудников. Так же в США при проведении консультирования высвобождаемого персонала активно используются вебинары (знакомство сотрудников с особенностями и инструментами аутплейсмента через электронное обучение в режиме «on-line») и обеспечение тематической литературой. Чуть меньше половины (40%) американских компаний считают очень важным помочь увольняемому работнику в получении дополнительного образования, инвестировать в их профессиональный рост, особенно если речь идет о социально уязвимой категории населения (молодежь). Ряд компаний, например, «Careerminds Group» активно вкладывают денежные средства в технологические разработки и развитие собственных сотрудников. Результатом объединения уникальных компьютерных технологий и профессионализма работников стало заметное сокращение срока поиска работы до 12 недель. Согласно информации от Бюро по

трудоустройстве США средняя продолжительность безработицы для американских работников в 2013 году составляла 41,8 недель, или 10,5 месяцев.

Аутплейсмент для России явление относительно новое. На сегодняшний день практически отсутствуют исследовательские работы, монографии, диссертации, посвященные его изучению, поэтому нет четко сформулированного понятийного аппарата и системности в отражении дефиниции, нет анализа социально-трудоустройственных отношений, возникающих в процессе предоставления аутплейсмента, отсутствует статистика. Данные, характеризующие услугу, носят отрывочный и фрагментарный характер.

Российский рынок труда не готов к программе аутплейсмента по следующим причинам:

— отечественный аутплейсмент характеризуется незавершенностью, которая снижает вероятность трудоустройства (не каждое предприятие готово оплачивать полный пакет услуги);

Литература:

1. Баскина Т. Техники успешного рекрутмента / Т. Баскина. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — 304 с.
2. Бойкова О. С. Реорганизация предприятия. Управление персоналом в период реорганизации / О. С. Бойкова. — М.: Альфа-Пресс, 2006. — 198 с.
3. Долженкова Ю. В. Аутплейсмент как инструмент повышения занятости высвобождаемых работников / Ю. В. Долженкова // Настоящее и будущее социальных технологий: материалы межвузовской научно-практической конференции.
4. Инновационные технологии регулирования движения персонала в условиях экономической нестабильности / С. И. Сотникова, Е. В. Маслов, Д. С. Константинова, Ю. Ю. Соловьева. — Новосибирск: НГУЭУ, 2010. — 279 с.

## Организация бухгалтерского учёта основных средств на хлопкоочистительных заводах

Пардаева Зулфизар Алимовна, доцент;  
Норматова Гулмира Хайруллаевна, ассистент;  
Абдураимова Озода Бахтиёр кизи, студент

Ташкентский институт текстильной и лёгкой промышленности (Узбекистан)

Производственно-хозяйственная деятельность организаций обеспечивается не только за счет использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, но и за счет основных фондов — средств труда и материальных условий процесса труда.

Основные средства играют огромную роль в процессе труда, так как они в своей совокупности образуют производственно-техническую базу и определяют производственную мощь предприятия. От эффективного использования основных средств зависит финансовое состояние, конкурентоспособность организации.

Переход к рыночной экономике и требования к конкурентоспособности продукции предполагают техническое перевооружение организаций разных отраслей, обновление и реконструкцию основных средств, улучшение ис-

пользования действующих мощностей, ускорение замены устаревшей техники и освоение вновь вводимых мощностей, уменьшение внутрисменных простоев и повышение производительности машин и механизмов. Это предъявляет новые требования к качеству учетной информации о формировании, движении, использовании и сохранности основных средств. Такую информацию получают из данных бухгалтерского учета, и она необходима для оперативного руководства и управления, а также для использования инвесторами, кредиторами, налоговыми и финансовыми органами, банками и иными заинтересованными организациями и лицами.

— существует мнение, что высвобождение персонала сопряжено с усилением конкурентоспособности компании на основе сокращения издержек, поэтому данная мера воспринимается как положительный выбор руководства;

— отсутствие в должном количестве профессионального опыта у российских рекрутинговых агентств;

— наличие в стране и на рынке труда серьезных социально-экономических проблем, которые негативно влияют на решение вопросов занятости и безработицы.

Применения аутплейсмента в России возможно только в том случае, если будет прописано на законодательном уровне и компании будут привлечены к административной ответственности за неоказание услуги. С другой стороны данная программа очень затратна для России. Для компаний работающих по программе аутплейсмент необходима поддержка со стороны государства, например выделение квот для работников, попавших в трудный период, субсидирование по видам хозяйственной деятельности.

обходимом количестве и ассортименте, уровень их использования. Все это необходимо для поиска резервов повышения эффективности использования основных средств.

Узбекистан сегодня входит в число лидеров мирового хлопкового рынка, занимая шестое место по производству хлопка и третье по его экспорту. В условиях жесткой конкуренции на мировом рынке основными достоинствами узбекской продукции остаются такие факторы, как высочайшее качество хлопка, стабильность и своевременность его поставок. Отличием экспортной хлопковой политики Узбекистана является предоставление равных возможностей для всех его потенциальных покупателей, отсутствие каких-либо ограничений по объемам контрактации, условиям поставки и платежа.

Сегодня в Узбекистане важным компонентом в процессе экспорта хлопка является наличие хорошо налаженной системы логистики, которая состоит из хлопковых терминалов, транспортной инфраструктуры и маршрутных коридоров. В республике на сегодняшний день действует 21 специализированный хлопковый терминал, в т.ч. 6 свободных таможенных складов. Совокупный объем единовременного хранения составляет почти 400 тыс. т. хлопкового волокна.

Отметим, что ежегодно в Узбекистане производится 3,6 млн т. хлопка-сырца или 1,2 млн т. хлопкового волокна.

Ни для кого не секрет, что хлопок является одним из главных богатств нашей страны. И это богатство нужно приумножать, делая его все более качественным и продуктивным.

Узбекистан — это быстроразвивающаяся страна, обладающая большим потенциалом для инвестирования. Наша индустрия очень привлекательна для зарубежных партнеров своими преимуществами, среди которых устойчивая и стабильная экономическая ситуация, преференции для малого и частного бизнеса, высококвалифицированный и обученный персонал и выгодное географическое положение. Хочется особо отметить нашу развитую транспортную инфраструктуру, состоящую из железных, автомобильных и воздушных дорог, позволяющих перевозить хлопковое волокно по, как минимум, 6 важнейшим транспортным направлениям, соединяющим Азию и Европу.

Современный Узбекстанский хлопкозавод полностью электрифицирован, имеет энергосиловое хозяйство, многочисленное технологическое оборудование, осуществляет сложный производственный процесс, проводя заготовку и переработку сырья, переброску грузов и реализацию продукции в больших объемах.

На хлопкозаводе «Узбекистан» установлены и действуют следующие виды оборудования: джины марки 5ДП-130, линтера марки 5ЛП, сушильный барабан марки 2СБО и очистители крупного и мелкого сора.

К основным средствам относятся материальные активы, которые предприятия содержат с целью использо-

вания их в процессе производства продукции, выполнения работ или оказания услуг либо для осуществления административных и социально культурных функций в течении длительного времени при ведении хозяйственной деятельности.

Основные средства — это активы сроком службы более одного года или стоимостью за единицу (комплект) свыше пятидесятикратного размера минимальной заработной платы, установленной в РУз (на момент приобретения) не зависимо от срока эксплуатации [4].

Основные средства промышленных предприятий обеспечивают их материально-техническую базу, рост и совершенствование которой является важнейшим условием повышения качества и конкурентоспособности продукции.

Существует несколько классификаций основных средств, в соответствии с которыми они делятся по отраслям народного хозяйства; функциональному назначению; натурально-вещественному составу; степени использования; принадлежности.

По функциональному назначению основные средства делятся на промышленно-производственные и непромышленные, которые могут быть непромышленными (сельское хозяйство, строительство).

Производственные основные средства — это средства труда, непосредственно участвующие в процессе производства (рабочие машины и оборудование, силовые машины и другие орудия труда, с помощью которых осуществляется производство), а также объекты, создающие условия для использования орудия труда в процессе производства (здания, сооружения и прочее). К непромышленным относятся средства жилищного хозяйства, здания и сооружения подсобного сельского хозяйства, торгово-снабженческих организаций, культуры, науки и просвещения.

В учёте и отчётности объекты основных средств отражаются по первоначальной, остаточной, восстановительной, текущей и ликвидационной стоимости.

Если предприятие приобрело основные средства за плату, то необходимо учесть их на балансе по первоначальной стоимости.

Остаточной (балансовой) стоимостью называется первоначальная стоимость объекта за вычетом накопленного износа.

С течением времени первоначальная стоимость основных средств может возрастать в связи с увеличением их стоимости, а также инфляции. Поэтому возникает необходимость периодически переоценивать основные средства и определять их восстановительную стоимость. Восстановительная стоимость — это стоимость основных средств в условиях современных цен. В нашей республике она складывается в результате переоценки, проводимой ежедневно по решению правительства Узбекистан.

Текущая стоимость — это стоимость основных средств по действующим рыночным ценам на определённую дату или сумма, на которую актив может быть обменён.

Ликвидационная стоимость — предполагаемая стоимость активов, возникающая при ликвидации основных средств в конце срока полезной службы за вычетом ожидаемых затрат по выбытию.

Основные средства включаются в баланс хлопкозавода «Узбекистан» в результате, приема-передачи возведённого объекта после завершения капитальных вложений, приобретение объекта по договору купли-продажи, получения в уставный капитал в виде учредительного вклада, безвозмездного поступления (по договору дарения), обмена, перевода из состава товарно-материальных запасов, получения по договору долгосрочной аренды (лизинга), капитальных вложений в основные средства, стоимость которых уже была определена, выявления излишних (не учётных) объектов основных средств.

Как и на любом другом предприятии на хлопкозаводах операции по основным средствам оформляются унифицированными межведомственными формами первичной учётной документации.

На любое поступление основных средств комиссия, созданная руководителем завода во главе с главным бухгалтером, составляет акт приёма-передачи (форма ОС-1), в котором указываются характеристика объекта, его местонахождение, источник приобретения, год выпуска или постройки, дата ввода в эксплуатацию, результаты испытания объекта, его соответствие техническим условиям и другое. На основании этого акта оформляется инвентарная карточка каждого объекта или делается запись в инвентарной книге (форма ОС-11).

Инвентарным объектом считается законченное устройство (оборудование) или отдельный конструктивно обособленный объект (здание) или комплекс предметов, выполняющих определённую операцию.

Каждому инвентарному объекту присваивается инвентарный номер, который сохраняется за объектом на протяжении всего периода использования.

Внутреннее перемещение основных средств оформляется накладными. В местах использования основных средств ведутся инвентарные списки основных средств (форма ОС-9).

Амортизация начисляется путём применения различных методов, установленных НСБУ № 5 «Основные средства» [1]:

- метод равномерного начисления амортизации (прямолинейный);
- производственный метод;
- метод уменьшающегося остатка с удвоенной нормой амортизацией;
- метод суммы чисел (кумулятивный);

На хлопкоочистительных заводах для начисления износа основных средств применяется единые нормы амортизационных отчислений согласно Налоговому Кодексу Республики Узбекистан.

Износ начисляется по всем видам основных средств, за исключением земельных участков; сооружений благоустройства, подведомственных хокимияту; фондов, пере-

дённых на консервацию в установленном законодательством порядке; музейных ценностей; памятников архитектуры и искусства; автомобильных дорог общего использования; полностью амортизированных основных средств.

К различным видам основных средств допускается применение различных методов начисления амортизации. По однородным объектам основных средств (по маркам, типам и т.п.) применяется только один метод.

Выбранный метод начисления амортизации должен определяться учётной политикой предприятия и применяться последовательно от одного отчётного периода к другому, не изменяясь в течение года.

Начисление износа на каждый объект производится ежемесячно. При перенесении всей стоимости амортизации на затраты предприятия износ за дальнейший период нахождения в эксплуатации основных средств не начисляется (износ не может превышать 100% первоначальной стоимости).

Износ по вновь поступившим основным средствам начисляется с первого числа месяца, следующего за месяцем начала эксплуатации, а по выбывшим объектам прекращается с первого числа месяца, следующего за месяцем выбытия. Так как на хлопкозаводе «Узбекистан» применяется журнально-ордерная форма бухгалтерского учёта, учёт движения основных средств и их износа ведётся в журнальных ордерах № 10 и № 13.

Для представления сведений внешним пользователям о состоянии основных средств за определённый отчётный период на хлопкозаводе «Узбекистан» использует форму № 3 «Отчёт о движении основных средств», которая является унифицированной формой финансовой отчётности.

Переоценка основных средств на хлопкоочистительных заводах как и на других предприятиях производится ежегодно в соответствии с Положением о порядке проведения ежегодной переоценки основных средств по состоянию на 1 января, утверждённым Министерством финансов 29 октября 2002 года № 129 [2].

Переоценка стоимости объектов основных средств производится для установления их реальной (восстановительной) стоимости на определённый период.

Разница между суммой скорректированного износа и сумой износа, на начисленного до переоценки отражается по кредиту (в случае превышения) и по дебету (в случае уменьшения) счёта 0200 «Износ основных средств» в корреспонденции со счётами учёта резервного капитала.

Выбытие основных средств на практике хлопкоочистительных заводов происходит по различным причинам. В соответствии с Положением о порядке списания с баланса основных средств (приказ Минфина РУЗ от 16.08.2004 г. № 101) выбытие основных средств и списание их с баланса может происходить в результате, ликвидации, реализации, обмена, безвозмездной передаче, передачи в уставный капитал в виде учредительного взноса, передачи по договору долгосрочной аренды, выявления недостачи или потери, расчеты основными сред-

ствами при выходе участника из состава участников юридического лица [3].

Выбытие основных средств оформляется актом ликвидации. В акте ликвидации необходимо отразить первоначальную стоимость, сумму износа и составить расчет результатов по ликвидации.

Ликвидация основных средств оформляются «Актом о ликвидации основных средств (форма № ОС-4) и »Актом о ликвидации транспортных средств (форма

№ ОС-4а), которые составляются комиссией, назначенной руководителем предприятия.

Для учета выбытия основных средств в плане счетов предусмотрен счет № 9210 «Выбытие основных средств». По дебету этого счета отражаются первоначальная стоимость и расходы, связанные с ликвидацией основных средств. По кредиту данного счета учитываются сумма начисленного износа на день ликвидации и доходы от ликвидации.

#### Литература:

1. Национальный стандарт бухгалтерского учета Республики Узбекистан № 5 «Основные средства», утвержденный Министерством финансов 2 июня 2001 г.
2. Положение о порядке проведения ежегодной переоценки основных средств по состоянию на 1 января, утвержденное Министерством финансов 29 октября 2002 г.
3. Положение о порядке списания с баланса основных средств, утвержденное Министерством финансов 28 февраля 2001 г.
4. Эргашева Ш. Т. Бухгалтерский учет, Ташкент, 2010 г.

## Агропромышленный комплекс Республики Узбекистан: на пути к рыночной экономике

Райимбердиева Ойниса Рахманкуловна, кандидат экономических наук, доцент, преподаватель  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Республика Узбекистан живёт в условиях полного политического суверенитета. Однако политическая независимость и завоеванный нами суверенитет могут остаться пустыми словами без адекватного независимого экономического базиса.

В Узбекистане сейчас четко обозначены основные концепции и принципа создания независимого экономического базиса. Они сформулированы и доведены до всего народа Первым Президентом И. А. Каримовым. Эти концепции и принципы в полной мере базируются на максимальном учете исторического прошлого, на традициях и обычаях народа и современных реалиях социально-экономического и политического положения страны.

В них главным является положенное о собственном пути обновления и прогресса, а наиболее важной отличительной чертой — социальная ориентация на повышение жизни трудящихся.

Главное же сейчас — это целенаправленное ускоренное продвижение по пути их практической реализации. И здесь есть вопросы, имеющие принципиальное значение и определяющие наду стратегию и тактику в процессе создания этого экономического базиса.

Среди множества производственно-экономических комплексов АПК отведена особая роль. Он является самым крупным как по использованию ресурсного потенциала, так и по значимости формирования национального

дохода, продовольственного фонда и фонда непродовольственных товаров народного потребления. [2]

АПК как важное структурное подразделение экономики в форме зародыша формировался давно. Мы считаем, что в условиях перехода к рыночным отношениям, настолько существенно меняется место и значимость сферы реализации, что нельзя не выделить его в самостоятельный блок в структуре АПК. В рыночных условиях хозяйствования, в силу отсутствия государственной монополии на реализацию, уже конечный потребитель сам или через соответствующие многообразные оптовые структуры диктует свои условия производителю, а последний обязан считаться с их конкретным спросом. Другими словами конечная цель производителей и в целом АПК может быть достигнута лишь при условии реализации его продукта, т.е. процесс воспроизводства завершается после полного прохождения продуктом всех его стадий. Поэтому неудивительно, что в развитых капиталистических странах агропромышленное производство ориентировано, прежде всего, на рынок, который является не только неотъемлемым элементом системы АПК, но и ключевой, и контролирующей функцией агропромышленного производства и выступает как система агробизнеса, в которой производство и рынок слита в единое целое, а конкурентная борьба выступает, прежде всего, как борьба за рынок, за покупателя и потребителя. [2]

В связи с этим особую актуальность приобретают два вывода: во-первых, что формирование и развитие служб маркетинга в структуре АПК для оптимального нахождения ответов на вопросы: что, как, когда и сколько производить, когда и как реализовывать товары, являются необходимым условием перехода на рыночные экономические отношения; во-вторых, что формирование обширной и многоукладной сети заготовительно-реализационных структур является одним из важных факторов нормального функционирования АПК в новых условиях.

С обретением Республикой политического суверенитета и переходом к рыночным отношениям перед АПК встали новые более сложные задачи, иные масштабы производства, возникла объективная необходимость ускоренного сокращения огромного разрыва между достигнутым и перспективным уровнем развития АПК, постепенного достижения сначала относительной, а затем, по некоторым видам, полной продовольственной и агро-сырьевой независимости. [1]

Для реализации стоящих целей в этих новых условиях, мощь агропромышленного комплекса, его производительные способности должны отвечать и соответствовать следующим пяти качественным характеристикам: насколько система экономических отношений в АПК обеспечивает экономическую свободу физическим и юридическим субъектам хозяйствования и учитывает роль человека как главного агента производства; насколько состояние АПК в целом и его различных структурных компонентов отражает уровень современного развития научно-технического процесса и отвечает требованиям прогрессивных технико-технологических и организационных основ аграрного производства; насколько полностью соблюдены оптимальные количественные и качественные пропорции между всеми блоками и звеньями АПК на уровне горизонтальных и вертикальных связей с целью обеспечения синхронности его работы; какова обеспеченность АПК исходными производственными ресурсами, степень их вовлеченности в производственно-экономический оборот и уровень его использования; как учтены требования соблюдения экологического баланса и бережного отношения к природным ресурсам и окружающей среде. [2]

Переход к рыночной экономике объективно предполагает формирование и развитие всех его базовых основ, к которым относятся: многообразные формы собствен-

ности и прежде всего частная собственность на средства производства; свобода предпринимательства и выбора всех субъектов этой собственности; личным интерес как главный движущий мотив поведения каждой экономической единицы; свободная или совершенная конкурентная борьба; свободное рыночное ценообразование на товары и услуги.

Собственный путь социально-экономического развития независимого Узбекистана обусловлен целым рядом обстоятельств, в том числе реальной обстановкой, которая сложилась как тяжелое наследие тоталитарной системы с ее неэффективным хозяйственным механизмом и в котором приходится обновлять все стороны экономики, национальным и историческим прошлым, особенностями жизненного уклада и менталитета узбекского народа.

Поэтому исключительную важность приобретает проблема максимального учета этих особенностей и нестандартные подходы для обеспечения ускоренного и относительно безболезненного перехода к рыночным отношениям.

Среди них особую значимость представляют: демографическая динамика и высокая плотность населения на единицу обрабатываемых земель, а также дефицитный и лимитирующий водный фактор при сложившихся низких показателях их использования, в качестве острейшей задачи выдвигают объективно проблему качественного рывка в производительной силе каждого гектара земли, каждого кубометра воды; при формировании новой отраслевой структуры народного хозяйства надо учесть и то, что в АПК преобладает производство с незаконченным циклом, которое образовалось на стадии первичной обработки сырья и изготовления полуфабрикатов.

В этой связи следует ускорить процесс структурной перестройки экономики, где должны создаваться новые отрасли и новые виды производства. Следовательно, резко повышается роль и значимость глубокого учета закона абсолютных и сравнительных преимуществ, усиления интеграционных и кооперативных связей, внутри государственного экономического пространства. [1]

Вывод здесь однозначный: уровень и структура экономики Республики должны иметь такую основу, которая не только обеспечит успешное решение жгучих социально-экономических проблем, но и позволит вести со всеми, не оглядываясь по сторонам, самостоятельный политический диалог.

#### Литература:

1. Азимов Р. АПК Узбекистана: проблемы развития. — Т.: Мехнат, 2011 г.
2. Салимов Н. Р. Сельское хозяйство Узбекистана. — Т.: 2000 г.

## Состояние и перспективы развития управленческого учета на предприятиях АПК

Райимбердиева Ойниса Рахманкуловна, кандидат экономических наук, доцент, преподаватель  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Управленческий учет является информационной основой для управления внутренней деятельностью предприятия, построения его стратегии и тактики. Бухгалтерский или финансовый учет не обеспечивает информацией стратегию и тактику внутреннего управления предприятием. Для управляющих всех уровней необходим значительный объем оперативной информации, которую финансовый учет в силу своей специфики представить не может.

Несмотря на успешное, в целом, использование управленческого учета на промышленных предприятиях, в сельском хозяйстве существуют определенные отраслевые проблемы, связанные с его применением.

В настоящее время не существует каких-либо специальных отраслевых методических рекомендаций по организации управленческого учета на предприятиях агропромышленного комплекса (АПК) и сельского хозяйства. Усиленный интерес к управленческому учету обусловлен следующими факторами, специфическими для современного бизнеса: постоянно растущая концентрация капитала; высокий уровень внешней и внутренней конкуренции; непредсказуемость инфляционных движений даже в странах со стабильными денежными системами; значительный рост производственных издержек и доли добавленной стоимости в себестоимости продукции. [3]

Помимо операционных управленческих решений современному предприятию необходимо принимать долгосрочные или стратегические управленческие решения. В последнее время их важность выросла значительно, что связано с усилением конкуренции и появлением новых информационных возможностей для обработки данных.

Это приводит к тому, что ориентация на долгосрочные цели компании, например, создание долгосрочного стратегического конкурентного преимущества, способствует более стабильным выгодам для заинтересованных в деятельности компании лиц в долгосрочной перспективе, что особенно важно, учитывая стремительный характер изменений, которые быстро нивелируют краткосрочные преимущества. [1]

В условиях сегодняшнего изменчивого рынка крайне сложно достичь и сохранить финансовую стабильность предприятия. С этой целью владельцы компаний используют разнообразные приемы и механизмы. Однако, наверное, важнейшим условием сохранения конкурентоспособности организации на современном рынке является наличие и правильное использование актуальной управленческой информации, которая дает возможность предпринимателям принимать обоснованные решения в отношении деловой активности компании.

Таким образом, ведение управленческого учета является одной из наиболее важных сфер деятельности предприятия. Именно поэтому в каждой успешной организации так много внимания уделяется постановке управленческого учета, который подразумевает под собой систему определенных мероприятий по планированию и внедрению ряда процедур, необходимых для процесса ведения управленческого учета. Сам по себе управленческий учет в первую очередь является информационной системой и предоставляет управленческому аппарату предприятия всю необходимую для принятия правильных управленческих решений информацию. [1]

Управленческий учет ни в коем случае не может быть заменен никакой модифицированной системой бухгалтерского учета, ведь эта информационная система по своей сути не способна предоставить релевантную информацию необходимого управленцам характера. В то же время, важным условием успешного ведения управленческого учета является обеспечение оперативности информации. Совершенствование оценки эффективности системы управленческого учета должно содействовать решению проблем в функционировании системы управленческого учета, которые, в свою очередь, препятствуют повышению эффективности деятельности предприятия в целом.

Поэтому важно перечислить основные проблемные моменты, на устранение которых и необходимо ориентировать программу по совершенствованию и развитию оценки эффективности системы управленческого учета, которая в свою очередь, является предметом внутреннего аудита системы управленческого учета на предприятии.

Несмотря на успешное, в целом, использование управленческого учета на промышленных предприятиях, в сельском хозяйстве существуют определенные отраслевые проблемы, связанные с его применением. В настоящее время не существует каких-либо специальных отраслевых методических рекомендаций по организации управленческого учета на предприятиях агропромышленного комплекса (АПК) и сельского хозяйства. [2]

Управленческий учет на большинстве предприятий сельского хозяйства развит слабо или не ведется вообще. Многие его элементы входят в традиционный бухгалтерский учет (учет затрат и калькулирование себестоимости продукции), оперативный учет (оперативная отчетность), экономический анализ (анализ себестоимости продукции, обоснование принимаемых решений, оценка выполнения плановых заданий). В то же время, необходимость принятия оперативных управленческих решений обусловлена

постоянно изменяющейся ситуацией на предприятиях АПК: удорожанием ресурсов, снижением продуктивности, сокращением численности поголовья, погодными условиями и т.д.

С учетом изложенного, можно выделить следующие основные элементы информационной системы управленческого учета, которые в совокупности определяют эффективность ее функционирования: центры ответственности, бизнес-процессы, регламенты, результаты и оценочные показатели.

На основе изложенного можно сделать вывод, что на современном этапе управленческий учет на предприятии представляет собой не просто учетную систему, а становится основным ключевым ядром всей системы управления предприятием.

#### Литература:

1. Джураев Н., Бобожонов О., Абдувахидов Ф., Сотволдиева Д. Финансовый и управленческий учет. Учебник. — Т.: 2013 г.
2. Джураев Н., Холбеков Р., Абдувахидов Ф., Илхомов И. Бухгалтерский учет, экономический анализ и аудит. Учебник. — Т.: 2010 г.
3. Сотволдиев А. С. Современный бухгалтерский учет. Учебник. — Т.: БАМА, 2012 г.

## Развитие инновационных процессов в малом предпринимательстве как фактор повышения конкурентоспособности экономики Узбекистана

Райимбердиева Ойниса Рахманкуловна, кандидат экономических наук, доцент, преподаватель  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

В современных условиях развития экономики перво-степенная роль принадлежит инновационной деятельности, позволяющей обеспечивать непрерывное обновление технической и технологической базы производства, снижать себестоимость, проникать на мировые рынки товаров и услуг.

Узбекистан за годы независимости последовательно осуществляет структурную перестройку, направленную на инновационное развитие, модернизацию и технологическое обновление производств, выпуск наукоемкой продукции с высокой добавленной стоимостью, ориентированной на экспорт.

В условиях расширения процессов интеграции, усиления международной конкуренции важным фактором обеспечения высоких и устойчивых темпов роста экономики является постоянное движение страны по пути укрепления своих конкурентных преимуществ на основе перехода к инновационной модели экономического развития. [1]

Особенно актуально эта проблема стоит перед Узбекистаном. Задача отечественной экономической науки состоит в научном обосновании ответов на ряд ключевых

Другими словами, современный управленческий учет является интегрированной системой управления предприятием, формирующей и обеспечивающей информацией о результатах деятельности (финансовых, временных, качественных, стоимостных и др.) как всего предприятия в целом, так и его отдельных составляющих — структурных подразделений, сотрудников, проектов и т.д.

Таким образом, основную цель внедрения и использования современной системы управленческого учета на предприятиях АПК можно сформулировать следующим образом: своевременное и достаточное обеспечение всех уровней управления плановой, фактической и прогнозной информацией, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений на основе оперативного и детализированного сбора, систематизации и анализа информации.

вопросов по переходу Республики Узбекистан к инновационной модели экономического роста. В связи с этим возникает ряд вопросов о путях и механизмах развития инновационного сектора экономики Узбекистана, усиления на этой основе потенциала конкурентных преимуществ республики.

В Узбекистане за годы экономических реформ значительно укрепилась нормативно-правовая база, сформирована система преференций и льгот, открыт широкий доступ субъектов малого бизнеса к основным высоколиквидным материальным ресурсам, сокращено вмешательство контролирующих структур в финансово-хозяйственную деятельность предприятий, существенно расширены экономические свободы и права предпринимателей. Важное значение имеет принятие мер по сокращению видов и упрощению процедур для осуществления предпринимательской деятельности, усовершенствованию системы правовой защиты субъектов предпринимательства, введению уведомительного порядка государственной регистрации субъектов предпринимательства. [1]

Проводимые целенаправленные меры по поддержке малого бизнеса способствуют достижению реальных пози-



тивных сдвигов в увеличении доли малого бизнеса в ВВП и занятости населения в этом секторе экономики. [1]

Современная отраслевая структура малого предпринимательства в значительной мере характеризуется спецификой регионов и особенностями развития экономики страны. Динамика отраслевой структуры предпринимательства является наиболее чутким индикатором изменений сравнительной привлекательности отдельных отраслей для малого бизнеса.

Для стимулирования развития малого частного бизнеса в индустриальном секторе Узбекистана, необходимо решение следующих организационно-экономических задач:

- диверсификация и совершенствование механизмов поддержки производителей импортозамещающих и экспортных товаров потребительского назначения;

- повышение эффективности маркетинговых исследований республиканского и международного товарных рынков путем создания соответствующей инфраструктуры, как в самой республике, так и в странах — целевых рынках сбыта отечественной продукции потребительского назначения, а также в строительстве, транспорте и связи;

- информационная поддержка отечественных производителей импортозамещающей и экспортоориентированной потребительской продукции путем обеспечения их реального доступа к необходимой для их деятельности полноценной информации;

- доступ к базам инновационных проектов может осуществляться за счет расширения спектра изданий, посвященных вопросам инноваций и формирования базы данных по инновациям с организацией специальных Web-сайтов в сети интернет;

- расширение привлечения отечественного и иностранного капитала.

Исследования, проведенные учеными, показывают, что развитие малого бизнеса и предпринимательства в Узбекистане целесообразно проводить в контексте инновационного развития стратегически важных секторов экономики, позволяющих выпускать конкурентоспособную продукцию, пользующуюся спросом на рынке и отвечающую современным требованиям покупателей. [2]

Опыт развитых стран ещё раз подтверждает, что малый бизнес эффективно осваивает передовые технологии. Ведь рынок живет нововведениями, и инноваци-

онное ускорение является основой его устойчивого развития.

Инновационный тип производства предъявляет особые требования к персоналу. Сегодня от работника требуются профессионализм, гибкость и подвижность мышления, способность работать в команде.

Таким образом, в Узбекистане имеются все предпосылки для развития инновационного бизнеса. Риски инновационной деятельности могут быть уменьшены путем регулирования масштабов внедрения инновации в малом и частном предпринимательстве.

Для обеспечения инновационно-ориентированного развития Узбекистана, на наш взгляд необходимо решение следующих первоочередных задач:

- усиление роли частного сектора, способного увеличить экспорт за счет более эффективной конкуренции. Такого рода предприятия испытывают недостаток инициативы, столь важной в конкурентной борьбе на мировых рынках;

- улучшение параметров стабильности макроэкономической среды (в частности, снижение уровня инфляции);

- расширение доступа на основные экспортные рынки путем проведения переговоров с основными странами-потребителями по снятию торговых, прежде всего нетарифных барьеров на экспортные товары Узбекистана;

- повышение конкурентоспособности экономики и модернизации производственных фондов использования передовых технологий и методов управления производством в передовых отраслях;

- укрепление научно-технического потенциала, необходимого для дальнейшего расширения производства инвестиционных товаров и диверсификации продукции;

- стимулирование технологического перевооружения производства и внедрение инновационных технологий;

- создание единой системы непрерывной подготовки кадров для малых предприятий, способных быстро приспособиваться к непрерывно изменяющейся конъюнктуре рынка.

Совершенствование в Республике Узбекистан национальной инновационной системы является ключевой задачей не только научно-технической сферы, но и повышения роли малого бизнеса в отечественной экономике и углубления интеграции страны в систему мирохозяйственных связей.

#### Литература:

1. Югай А. Б. Малый бизнес Узбекистана: государственное регулирование ради развития. — Т.: 2012 г.
2. Рузметов А. Н. Развитие малого бизнеса в Узбекистане. — Т.: 2013 г.

## Методика финансового анализа, используемая в диагностике финансовых результатов

Ризванов Наиль Алтафович, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

**Ф**инансовый анализ — это искусство интерпретации данных финансовой отчетности и преобразования этих данных в информацию, необходимую для принятия обоснованных решений. Финансово-кредитный энциклопедический словарь определяет финансовый анализ как систему методов описания имущественного и финансового положения хозяйствующего субъекта в прошлом, а также его возможностей на ближайшую перспективу.

Любая из форм анализа проводится по одному алгоритму. Сначала производится отбор и подготовка исходной информации. Затем происходит аналитическая обработка отобранной информации. После интерпретации полученной аналитической информации формируются выводы и рекомендации по проведенному анализу.

Горизонтальный и вертикальный анализ предназначены для наглядного представления изменений в динамике и структуре показателей отчета о финансовых результатах.

Основа горизонтального анализа — временной анализ динамики показателей. При проведении данного анализа рассчитываются темпы роста и прироста, проводится анализ показателей финансовых результатов за ряд периодов. В процессе осуществления вертикального анализа определяется удельный вес показателя и выявляется как отдельно взятая строка отчета о финансовых результатах влияет на чистую прибыль. При проведении сравнительного анализа проводится сопоставление показателей со среднеотраслевыми, сравниваются с результатами основных конкурентов. В дальнейшем определяются сильные стороны и возможные способы устранения угроз.

Достаточно полная методика проведения коэффициентного и факторного анализа предложены Л. В. Донцовой и Н. А. Никифоровой, а также И. Я. Лукасевичем. Данные методики схожи и анализируют основные показатели, необходимые для прогнозирования финансовых результатов и принятия управленческих решений.

Таблица 1. Показатели, характеризующие рентабельность

Показатель	Формула	Экономический смысл
Рентабельность продаж	$ROS = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка}}$	Показывает уровень прибыли от продаж в выручке
Валовая рентабельность	$R_1 = \frac{\text{Прибыль валовая}}{\text{Выручка}}$	Коэффициент, показывающий сколько валовой прибыли приходится на единицу выручки
Бухгалтерская рентабельность	$R_2 = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Выручка}}$	Позволяет оценить долю прибыли от обычной деятельности
Чистая рентабельность	$R_3 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка}}$	Отражает долю от выручки, которая осталась на предприятии в качестве чистой прибыли
Рентабельность по EBITDA	$R_4 = \frac{\text{EBITDA}}{\text{Выручка}}$	Отражает долю от выручки, которая осталась на предприятии в качестве прибыли до налогов, процентов, износа и амортизации
Затратоотдача	$R_5 = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{C/c + KP + UP}$	Показывает, сколько прибыли от продаж приходится на единицу затрат
Экономическая рентабельность активов	$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Активы}}$	Показывает, насколько эффективно использование всех активов организации
Рентабельность собственного капитала	$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{CK}$	Отражает эффективность использования собственного капитала
Коэффициент рентабельности инвестированного капитала	$ROIC = \frac{NOPAT}{IC} = \frac{EBIT(1-t)}{IC}$	Показывает отдачу от инвестированного капитала IC, состоящего из собственных средств и долгосрочных кредитов

Анализ относительных показателей или финансовых коэффициентов основывается на простом делении одного абсолютного показателя на другой. Коэффициентный анализ финансовых результатов производят с помощью показателей рентабельности. Рентабельность — относительный показатель, отражающий степень эффективности использования ресурсов. Показатели, характеризующие прибыльность представлены в таблице 1.

Кроме показателей рентабельности коэффициентный анализ предполагает анализ других, не менее важных относительных показателей. Важными для результатов анализа являются показатели деловой активности, коэффициенты ликвидности и финансовой устойчивости.

Коэффициенты ликвидности предназначены для оценки возможности предприятия погасить свои текущие обязательства. Коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывается путем деления величины денежных средств и денежных эквивалентов на текущие обязательства. Для более точного расчета в качестве текущих обязательств берут сумму кредиторской задолженности, краткосрочных кредитов и займов и прочих краткосрочных обязательств. Данный коэффициент показывает какую часть обязательств компания может погасить немедленно за счет имеющихся денежных средств и эквивалентов. Нормативный показатель колеблется от 0,2 до 0,7.

Коэффициент быстрой ликвидности показывает какую часть текущих обязательств компания может погасить за счет денежных средств и эквивалентов, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности, погашение которой ожидается в течение 12 месяцев. Нормативный интервал показателя считается от 0,7 до 1,2.

Коэффициент текущей ликвидности отражает способность компании погасить текущие обязательства, мобилизовав имеющиеся оборотные активы. Допустимым является значение от 1,2 до 1,7.

Хотя для различных коэффициентов существуют допустимые или нормативные значения (например, приведенные выше значения рассчитаны по данным Росстата), давать оценку, опираясь на них, не рекомендуется. Это связано с тем, что отрасли являются специфичными и среднеотраслевые значения могут быть намного выше или ниже нормативных.

Коэффициенты финансовой устойчивости предназначены для анализа степени независимости компании от заемных средств. Формулы и экономическое обоснование данных показателей приведены в таблице 2.

Таблица 2. Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	Формула	Экономический смысл
Плечо финансового рычага	$U_1 = \frac{ЗК}{СК}$	Характеризует величину заемного капитала, приходящуюся на единицу величины собственного
Коэффициент финансовой независимости	$U_2 = \frac{СК}{Активы}$	Отражает долю активов, сформированные за счет собственного капитала (иначе коэффициент автономии)
Коэффициент финансовой устойчивости	$U_3 = \frac{СК + ДО}{Активы}$	Отражает долю активов, сформированные за счет наиболее устойчивых пассивов (СК и долгосрочных обязательств)
Коэффициент обеспеченности СОК (собственным оборотным капиталом)	$U_4 = \frac{СК - ВНА}{ОА}$	Показывает, какая часть оборотных активов сформирована за счет СОК (разница между СК и внеоборотными активами)

Коэффициенты оборачиваемости или деловой активности также важны для оценки финансовых результатов. Они могут характеризовать скорость оборота (количество оборотов составляющих капитала за период) и период погашения (средний срок возврата вложенных средств).

Принято разделять данные показатели на общие показатели оборачиваемости и показатели управления активами. В первую группу входят ресурсоотдача, коэффициенты оборачиваемости оборотных активов, нематериальных активов, основных средств, собственного капитала. Ко второй группе относят период оборачиваемости запасов, денежных средств; коэффициенты оборачиваемости и срок погашения дебиторской и кредиторской задолженностей.

Факторный анализ является одним из наиболее информативных разделов финансового анализа. С помощью него можно определить влияние каждого фактора на результирующий показатель. Самая простая модель факторного анализа аддитивного вида была приведена ранее. Теперь покажем, как можно рассчитать влияние отдельных факторов на прибыль от продаж.

На прибыль от продаж влияют выручка, себестоимость, коммерческие и управленческие расходы. Выручка, в свою очередь, состоит из двух компонентов: цены и объема проданной продукции/реализованных услуг.

Отчет о финансовых результатах также позволяет проанализировать рентабельность продаж. При этом для анализа также стоит прибегнуть к факторному анализу. Влияние на рентабельность продаж оказывают те же факторы, что и на прибыль от продаж. Найдем их влияние на результирующий показатель [5, 59—61].

$$\begin{aligned}\Delta ROS_B &= \frac{B_1 - C/c_0 - KP_0 - UP_0}{B_1} - \frac{B_0 - C/c_0 - KP_0 - UP_0}{B_0}, \\ \Delta ROS_{C/c} &= \frac{B_1 - C/c_1 - KP_0 - UP_0}{B_1} - \frac{B_1 - C/c_0 - KP_0 - UP_0}{B_1} = \frac{C/c_0 - C/c_1}{B_1}, \\ \Delta ROS_{KP} &= \frac{B_1 - C/c_1 - KP_1 - UP_0}{B_1} - \frac{B_1 - C/c_1 - KP_0 - UP_0}{B_1} = \frac{KP_0 - KP_1}{B_1}, \\ \Delta ROS_{YP} &= \frac{B_1 - C/c_1 - KP_1 - UP_1}{B_1} - \frac{B_1 - C/c_1 - KP_1 - UP_0}{B_1} = \frac{UP_0 - UP_1}{B_1}.\end{aligned}$$

Совокупное влияние факторов можно определить следующим образом:

$$\Delta ROS = \pm \Delta ROS_B \pm \Delta ROS_{C/c} \pm \Delta ROS_{KP} \pm \Delta ROS_{YP}. \quad (1)$$

Кроме того, не следует забывать о «золотом правиле экономики», согласно которому темп роста прибыли от продаж должен быть больше темпа роста выручки. А темп роста выручки должен опережать темп роста активов. Такое соотношение темпов роста показывает, что производство является рентабельным, а использование активов — эффективным.

Для факторного финансового анализа также применима трехфакторная модель Дюпона (The DuPont System of Analysis), разработанная американской фирмой «Дюпон». Данный метод финансового анализа осуществляется через оценку ключевых факторов, определяющих рентабельность собственного капитала компании. Модель раскладывает показатель ROE (коэффициент рентабельности собственного капитала) на ряд финансовых коэффициентов (чистая рентабельность, оборачиваемость активов и коэффициент финансовой независимости), которые формирует его. Данная модель формируется следующим образом:

$$ROE = \frac{ЧП}{СК} * \frac{Выручка}{Выручка} * \frac{Активы}{Активы} = \frac{ЧП}{Выручка} * \frac{Выручка}{Активы} * \frac{СК}{Активы}. \quad (2)$$

Далее модель можно разложить на три составляющих фактора. Анализ самих факторов позволяет намного легче найти причины снижения рентабельности.

$$ROE = \frac{\text{Чистая рентабельность} * \text{Ресурсоотдача}}{\text{Коэффициент автономии}} = \frac{R_3 * D}{U_2}. \quad (3)$$

На основе рассмотренного теоретического материала можно убедиться, что анализ финансовых результатов подразумевает оценку и прогноз финансового состояния предприятия. Антикризисная диагностика предприятия в первую очередь предполагает проведение финансового анализа. Диагностику финансовых результатов осуществляют при помощи методов финансового анализа. Важно проанализировать динамику, структуру различных показателей; найти факторы, влияющие на конечную величину; оценить основные относительные показатели эффективности деятельности. Анализ финансовых результатов также имеет важное значение при определении наиболее рациональных способов использования и распределения прибыли.

Литература:

1. Незамайкин В. Н., Юрзинова И. Л. Финансовый менеджмент: учебник для бакалавров — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 467с.
2. Ван Хорн Дж.К., Вахович Дж.М. Основы финансового менеджмента, 12-е издание: Пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2015. — 1232с.
3. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент: учебник — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Эксмо, 2013. — 768с.
4. Романовский М., Вострокнутова А. (ред.) Корпоративные финансы: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2013. — 592с.
5. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности: практикум/Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело и Сервис, 2015. — 160 с.

## Инновационный ключ развития Российской Федерации как глобальная цель достижения конкурентоспособности страны

Савенкова Ирина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;

Коломиец Кристина Леонидовна, бакалавр;

Молчанова Алина Олеговна, бакалавр;

Мацкова Диана Александровна, аспирант;

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В настоящее время Россия ставит перед собой амбициозные и сложные цели развития, но в долгосрочной перспективе они являются вполне достижимыми — улучшение и поддержание качества жизни населения, закрепление позиции страны как одного из глобальных лидеров. Согласно индексу глобальной конкурентоспособности, Россия в рейтинге 138 государств мира улучшила свои позиции с 53 в 2014–2015 гг. до 43 места в 2016–2017 гг. В первой тройке лидера не первый год находятся Швейцария, Сингапур и США, далее — Нидерланды, Германия, Швеция, Япония, Гонконг, Финляндия и Великобритания. Среди стран БРИКС Россия занимает второе место после Китая. Среди стран бывшего СССР Россию опережают Эстония, Азербайджан, Литва и Казахстан [3].

Одним из наилучших способов достижения лучших показателей на мировой арене и соответственно ускорения роста российской экономики является инновационный ключ развития страны.

Еще в конце XX века российские и зарубежные ученые доказали важность перехода от индустриальной экономики к социально-инновационной. Мировым опытом доказано, что для перехода экономики на инновационный путь развития нужна ее радикальная перестройка, освоение передовых технологий, значительное увеличение объема инвестиций в инновационную сферу.

Что же такое инновационное развитие? Инновационное развитие — это изменение всех сфер экономики и социальных систем на основе научно-технических достижений [4].

Переход российской экономики на ступень инновационного развития не возможен без создания конкурентоспособной инновационной системы — системы инструментов, механизмов и инфраструктуры поддержки инновационной деятельности во всех сферах экономики и общественной жизни. Основными элементами инновационной системы являются наука, инновационный сектор производства, образование, ориентированное на подготовку высококвалифицированных специалистов, инновационная инфраструктура, механизмы поддержки инновационной деятельности.

Основой для качественного инновационного развития страны выступает наличие законодательной базы. В Российской Федерации действуют утвержденные государственные программы, такие как «Экономическое развитие и инновационная экономика», «Развитие науки

и технологий», «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», но существенной недоработкой в данном аспекте является отсутствие Федерального закона об инновационной деятельности и государственной инновационной политике. Отсюда следует факт не безупречности федерального и регионального законодательства в отношении инновационной деятельности.

В качестве рычагов, оказывающих влияние на отечественное развитие инноваций, можно отметить общественные организации, в числе которых ООО «Деловая Россия» и Российский союз промышленников и предпринимателей [5]. Первая представляет малый и средний бизнес не сырьевого сектора российской экономики, а вторая — крупные компании. Во всех сегментах Российского научно-исследовательского сообщества участвуют и зарубежные партнеры по инновационной деятельности: создаются партнерства в рамках общих научно-исследовательских проектов, контрактных исследований, а также образуются совместные предприятия. Увеличивается число зарубежных компаний, которые заключают контракты с отечественными научно-исследовательскими институтами на проведение коммерческих исследований.

Анализируя доли различных источников в расходах на исследования и разработки в РФ (рис. 1), можно отметить, что значительную часть занимают средства бюджетов всех уровней — их процент варьирует от 53% в 2000 году до 69% в 2010 году, в 2014 году данная цифра была равна 67,14%. Доля же средств иностранных партнеров значительно снизилась за исследуемый период: с 12% в 2000 году до 2,5% в 2014 году [2]. Сумма же всех затрат на инновационное развитие страны в целом имеет положительную и устойчивую динамику — среднегодовой темп роста за последние три года составляет 116,9%.

Анализом установлено, что в научных исследованиях и разработках роль отечественных университетов относительно небольшая. В них участвует около 40% российских вузов, а доля их затрат составляет 0,2% в общих затратах страны. В данном контексте необходимо заметить, что значительный научно-исследовательский потенциал России имеется академиях и университетах промышленности, где занимаются прикладными исследованиями. Эти институты остались с советского времени, когда собственные научно-исследовательские комплексы имелись у каждого отраслевого министерства. После распада



Рис. 1. Затраты на исследования и разработки в РФ, млн руб.

СССР большинство из них было приватизировано или закрыто, но крупнейшие научные центры получили статусы государственных, а соответственно, имеют право на государственную поддержку [1].

Важным показателем в исследуемой проблематике является доля всех затрат на исследования и разработки в валовом внутреннем продукте страны. Для России эта цифра, к сожалению, не имеет ярко выраженной положительной динамики, и на протяжении последних пятнадцати лет она находится в пределах 1,05–1,13%.

Строение инновационной системы невозможно без создания в российских субъектах центров инновационной

активности — опорных территориальных научно-технологических комплексов, которые ориентированы на освоение и широкое рассеивание в производство инноваций в интересах его технологического развития и улучшения качества продукции.

Организация в российских субъектах центров инновационной активности (наукоградов, центров трансферта технологий, инновационных территорий и др.) — одно из главных условий технологического развития экономики и повышения ее конкурентоспособности. На сегодняшний день в Российской Федерации насчитывается 13 наукоградов; 143 технопарков, научных парков и академпарков,

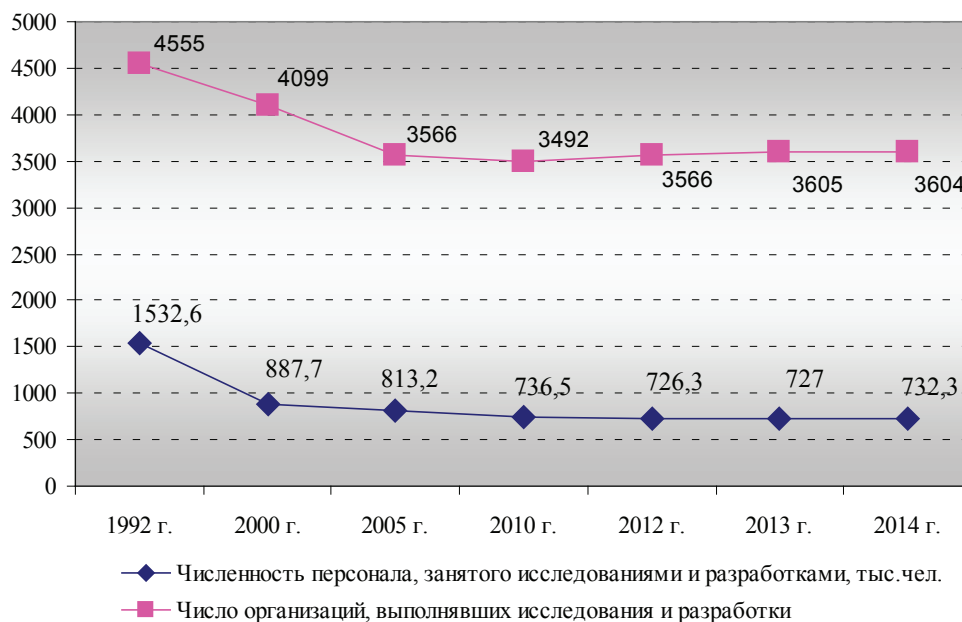


Рис. 2. Динамика организаций и персонала, занимавшихся исследованиями и разработками



Рис. 3. Выпуск аспирантов по отраслям наук в 2015 году

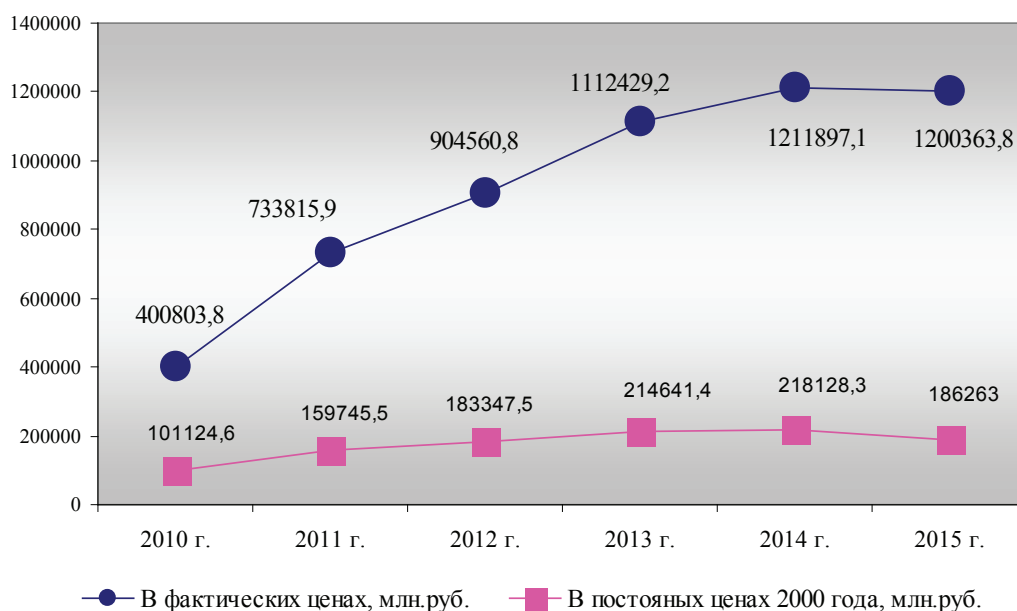


Рис. 4. Затраты на технологические инновации в РФ (млн руб.)

21 инновационный территориальный кластер. Важным шагом на пути развития инфраструктуры инноваций стало принятое в 2010 году решение о создании территориально обособленного комплекса (инновационный центр «Сколково»). Инновационный центр «Сколково», в своем роде, является аналогом кремневой долины в США — катализатором многих мировых прорывных инноваций [6].

Анализируя число организаций и численность персонала, занимавшихся созданием инноваций (рис. 2), заметим, что значения обоих показателей имеет уверенную тенденцию к снижению. По данным рисунка 2 видно, что число организаций и численность персонала за последние 12 лет сокращаются пропорционально одинаково.

Одно из важнейших значений в развитии инновационной экономики имеют результаты деятельности аспирантуры и докторантуры — аккумуляторами российских умов.

Оценивая выпуск аспирантов в стране отметим их рост с 1992 (14857 чел.) по 2013 год (34733 чел.), к 2016 их численность снизилась до 25826 человек. В докторантуре выпуск с 1992 года возрос на 224% и в 2015 году в абсолютном выражении составил 1386 человек [2]. Изучая отрасли наук, которые больше всего интересуют ученых, обучаясь в аспирантуре, можно заметить, что среди всего их количества преобладают технические, экономические и медицинские науки (рис. 3). В докторантуре — технические, экономические и педагогические. По оценкам экспертов, Россия уже много лет является мировым лидером по таким перспективным направлениям как лазерные и ядерные технологии, имеет уверенные достижения в таких областях, как двигательные установки, специальные и энергонасыщенные материалы и технологии производства новых материалов.

Это очень важно, так как технологии являются огромным фондом, который позволяет обеспечить технологическую самостоятельность страны и создавать благоприятные предпосылки для ее хорошего экономического развития. Исследуя средства, затраченные на технологические инновации, необходимо отметить их неуклонный рост (рис. 4). Финансирование технологических инноваций за последние 6 лет заметно увеличилось: с 400803,8 млн.руб. до 1200363,8 млн.руб., что составило 299,5% темпа роста [4]. Эта тенденция наблюдается как в фактических ценах, так и в сопоставимых, что говорит о физическом росте затрат, а не только о присутствии инфляционной составляющей.

Таким образом, анализ предпосылок к инновационному развитию России констатирует о существовании

всех возможностей, но для того, чтобы обеспечить надлежащие условия для перехода отечественной экономики к инновационной модели развития, неизбежно создание модернизированного механизма эффективного управления инновационными процессами. Главная роль в этом механизме принадлежит системе стимулирования и государственной поддержки инновационно-ориентированной деятельности отечественных предприятий. Для начала, требуется совершенствование правовой поддержки в наиболее важных инновационных сферах, а также динамичное стимулирование инновационной деятельности. Наряду с этим, для поддержки инноваций требуются скоординированные усилия министерств и ведомств как федерального, так и регионального уровня.

#### Литература:

1. Бородин Д. В. Инновационное развитие экономики России как стратегический приоритет // Креативная экономика. — 2015. — № 1 (97). — с. 23–34.
2. Россия в цифрах. 2016: Краткий статистический сборник / Росстат — М., Р76 2016.
3. РФ улучшила показатели в Индексе глобальной конкурентоспособности 2016–2017 — доклад ВЪД. — Режим доступа: <http://1prime.ru/News/20160928/826574123.html>
4. Савенкова И. В., Нефедова Е. А., Кульш М. И. Тенденции развития инноваций: от их возникновения до настоящего времени. Миротехника: экономические и инновационные аспекты: коллективная монография / под общ. ред. Н. А. Адамова. — М.: ЭКЦ «Профессор», 2015. — С. 166–185.
5. Справочник по вопросам научно-исследовательского сотрудничества России и Европейского Союза. — Режим доступа: <http://www.ifar.ru/library/book424.pdf>
6. Федеральный закон от 28 сентября 2010 года «Об инновационном центре «Сколково».

## Некоторые аспекты управления предпринимательскими рисками компании с участием иностранного капитала

Савинская Ксения Артемовна, студент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

*В статье дана характеристика основных видов предпринимательских рисков, с которыми сталкиваются в своей деятельности компании с участием иностранного капитала, осуществляющие внешнеторговую деятельность. На примере компании, российской «дочки» крупной международной производственной компании, занимающейся импортом продукции материнской компании, показаны основные методы управления конкретными видами рисков, выявлена роль финансовой службы в управлении рисками.*

**Ключевые слова:** валютный риск, хеджирование, форвард, валютный СВОП

В условиях постоянно растущих информационных потоков, стремительного развития науки и технологий, глобализации, неожиданных изменений бизнес-среды, управлять современной корпорацией становится все труднее. Меняются формы конкуренции на рынке, растет количество разнообразных рисков.

Управление риском можно охарактеризовать как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени прогнозировать наступление рискованных событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких

событий. На практике компаниями используются такие приемы управления риском как избежание риска, снижение степени риска, принятие риска.

Управление риском невозможно без участия финансовой службы компании. Основная задача финансиста в этой сфере — найти вариант действий, обеспечивающий оптимальное для каждого проекта компании сочетание риска и дохода.

Рассмотрим специфику управления предпринимательскими рисками на примере российской компании («дочки» международной производственной компании (измери-



тельная аппаратура)), занимающейся импортом сложного технологического оборудования (произведенного материнской компанией), а также проектной, пусконаладочной и сервисной деятельностью по его обслуживанию (далее — Компания). Это достаточно распространенный вид предприятия с иностранными инвестициями в России на сегодняшний день.

Итак, как уже было отмечено, современные предприятия в своей деятельности сталкиваются с большим количеством разнообразных рисков. Если же это предприятие с иностранными инвестициями, занимающееся внешнеторговой деятельностью, то добавляются риски, связанные со спецификой валютных операций.

Рассмотрим основные риски деловой сферы.

*Организационный риск.* Его основными причинами являются: низкий уровень организации, ошибки планирования, недостатки в системах управления и контроля, недостатки координации работ, неправильная стратегия снабжения, ошибки в подборе и расстановке кадров, недостатки в организации маркетинговой деятельности, неправильный выбор продукции (нет сбыта), неправильный выбор рынка сбыта, нехватка рабочей силы, срывы поставок и т.д.

В рассматриваемой Компании используется процессная структура организации деятельности, что обеспечивает высокий уровень организации, открытость и наглядность протекающих на предприятии процессов, упрощение управления и контроля. См. рис. 1.



Рис. 1. Процессная структура организации управления деятельностью компании

Все процессы четко описаны, цепочка создания ценности (продукта, результата деятельности) не имеет разрывов и пересечения зон ответственности. Документально это закреплено в Положениях о соответствующих отделах.

Также, в Компании внедряется Стандарт внутренних бизнес-коммуникаций. Целью данного документа является регулирование деятельности по целенаправленному обмену информацией между сотрудниками компании как участниками бизнес-процессов.

Деятельность финансовой службы Компании в данной сфере универсальна, она участвует во всех процессах в качестве советника, координатора и контролера, ее основная задача — избежать финансовых потерь в цепочке создания ценности.

*Юридический риск* заключается, например, в том, что партнер в соответствии с действующим законодательством может не выполнить свои обязательства. Для минимизации данного вида риска, в Компании была создана специальная служба для проверки контрагентов (в рамках существующих отделов продаж). В настоящее время идет разработка инструкции по проверке поставщиков и заказчиков. Проверка осуществляется в зави-

симости от степени сотрудничества (разовый поставщик, постоянный покупатель, стратегический партнер).

Перечень документов (копий), подлежащих запросу у российского поставщика, при заключении Компанией крупной сделки (на сумму 1000000 рублей без учета НДС) включает:

1. Договор
2. Счет на оплату
3. Свидетельство о регистрации Поставщика в ЕГРЮЛ
4. Свидетельство о постановке Поставщика на налоговый учет (ИНН)
5. Выписка из ЕГРЮЛ
6. Устав
7. Приказ о назначении директора (либо доверенность на лицо, подписывающее договор)
8. Баланс на последнюю отчетную дату со штампом налогового органа о принятии
9. Отчет о прибылях и убытках со штампом налогового органа
10. Налоговая декларация Поставщика по НДС за последний отчетный период со штампом налогового органа о принятии

Организация данной работы приобрела особое значение в связи с участвовавшими в России случаями привлечения компаний к ответственности налоговыми органами и полицией за не проявление должной осмотрительности при выборе бизнес-партнеров, в особенности поставщиков (работ, услуг).

*Страховой риск.* Риск предусмотренного условиями страхования события, в результате чего страховщик обязан выплатить страховое возмещение (страховую сумму). Результатом риска являются убытки, вызванные неэффективной страховой деятельностью как на этапе, предшествующем заключению договора страхования, так и на последующих этапах — перестрахование и т.п. Основными причинами являются: неправильно определенные страховые тарифы, азартная методология страхователя, форс-мажор.

Компания использует комплексное страхование (различные виды страхования, пакеты), что снижает общий страховой риск и позволяет минимизировать расходы на страхование. Виды страхования, используемые Компанией:

- страхование имущества;
- страхование от перерыва в коммерческой деятельности;
- страхование гражданской ответственности и ответственности товаропроизводителя (если реализуется продукция материнской компании);
- страхование гражданской ответственности арендатора (компания арендует офисное и складские помещения);
- страхование гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков проектных работ;
- страхование гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков строительных работ.

*Коммерческий риск* возникает в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных Компанией. Причинами являются: снижение объема реализации вследствие изменения конъюнктуры или других обстоятельств, повышение закупочной цены товаров, потери товара в процессе обращения, повышение издержек обращения и др. Данный риск достаточно сложно управляем, особенно, когда речь идет о внешних причинах, например, о снижении объема реализации вследствие изменения конъюнктуры рынка или других внешних обстоятельств.

Пережить уже не один кризис, Компания смогла за счет всестороннего усиления своей маркетинговой службы, которая занимается изучением рынка, его структуры, особенностей, трендов развития; созданием объемных банков данных по конкурентам и контрагентам; разработкой грамотной маркетинговой политики на основании собранной информации и т.д. Задача финансиста в данном случае заключалась в расчете и обосновании необходимости соответствующих затрат перед руководством и собственниками Компании.

*Страновой риск* связан с интернационализацией предпринимательской деятельности, зависит от полити-

ко-экономической стабильности стран — импортеров, экспортеров. Метод управления данным видом риска известен — диверсификация импортных поставщиков. У Компании данный риск не является существенным, так как закупки, главным образом, производятся у материнской компании.

*Риск неплатежеспособности* — это риск возможности невыполнения фирмой своих финансовых обязательств. Как его разновидность выступает *риск несбалансированной ликвидности* — фирма может не погасить к сроку свои обязательства.

Риск возможности невыполнения фирмой своих финансовых обязательств зависит от многих факторов: от правильного выбора контрагентов-покупателей, от грамотной юридической работы с ними, от качественной классификации покупателей по размеру, по объему закупок, по отраслям, по регионам и т.д., от продуманной кредитной политики Компании (отсрочка платежа), проводимой отделом продаж. Снижение данного риска, т.е. своевременное получение денежных средств — это плод совместной работы отдела продаж и финансовой службы Компании. Все договоры с покупателями в Компании классифицированы по срокам оплаты с тем, чтобы объемы поступления денежных средств были сбалансированы по времени. Эти параметры соблюдаются и при заключении новых договоров продажи.

В некоторых случаях Компания использует услуги факторинга, но этот инструмент имеет ряд ограничений: во-первых, покупатели не всегда соглашаются на использование такого инструмента, и во-вторых, его применение ограничивается достаточно высокой стоимостью данной услуги.

*Валютный риск* связан с изменением валютных курсов. Величина валютного риска связана с потерей покупательной способности валюты, поэтому она находится в прямой зависимости от разрыва во времени между сроком заключения сделки и моментом платежа. Курсовые потери у импортера возникают при повышении курса иностранной валюты, т.к. для ее приобретения потребуется затратить больше средств в национальной валюте.

Валютные риски — самые болезненные для компании-импортера. Для их минимизации Компания использует следующие инструменты.

1. Использование различных условий договора продажи:

- 1) 100% предоплата для разовых (непостоянных) покупателей;
- 2) договор в валюте, с оплатой по курсу на дату платежа.

2. Если клиент настаивает на заключении договора в рублях с отсрочкой платежа, Компания использует внутренний валютный курс для пересчета цен валютного прайс-листа в рубли (устанавливается несколько выше текущего курса ЦБ РФ, ориентиром для его установки является курс по валютному форварду на соответствующий период).

3. Страхование валютных рисков (хеджирование) — это метод снижения риска, основанный на повышении определенности финансовой операции путем фиксации ее будущей стоимости и ограничения конечного результата от рыночных колебаний. С его помощью можно нейтрализовать или полностью устранить валютный риск.

Компания в качестве инструмента хеджирования использует форвардные сделки (сделки по обмену одной валюты на другую на определенную дату в будущем по курсу, согласованному между продавцом и покупателем заранее в момент заключения сделки), что позволяет ограничить курсовые риски, дает возможность долгосрочного планирования финансовых потоков (позволяет определить стоимость импорта в национальной валюте задолго до наступления даты платежа), не требует пред-

варительного отвлечения средств (взаимная поставка средств сторонами осуществляется на дату исполнения). Форвардные контракты не стандартизированы и, соответственно, их условия (сумма, валюта, срок) могут быть подобраны под индивидуальные требуемые условия операции.

Компания использует либо поставочные, либо расчетные валютные форварды (поставочный форвард — на дату исполнения стороны обмениваются полными суммами валютных обязательств по сделке, расчетный — на дату исполнения одна из сторон выплачивает другой сумму курсовой разницы).

Пример страхования валютных рисков Компании (сделки заключены в ноябре 2015 года с исполнением в январе — феврале 2016 года) представлен в таблице 1.

Таблица 1. Реестр форвардных сделок Компании с банком по страхованию валютных рисков по импортным контрактам, январь-февраль 2016 года

Дата сделки	Курс ЦБ РФ на дату сделки (для справки) EUR	Вид сделки	Сумма и валюта, подлежащие получению от банка	Форвардный курс EUR	Сумма и валюта, подлежащие уплате банку	Дата платежа	Курс ЦБ РФ на дату платежа EUR	Результат сделки (+/-)
30.11.15	70,3859	поставочный форвард	200 000,00 EUR	71,45	14 290 000,00 RUB	20.01.16	85,2988	2 769 760,00 RUB
30.11.15	70,3859	поставочный форвард	200 000,00 EUR	71,55	14 310 000,00 RUB	27.01.16	88,8858	3 467 160,00 RUB
30.11.15	70,3859	поставочный форвард	200 000,00 EUR	71,77	14 354 000,00 RUB	03.02.16	84,9719	2 640 380,00 RUB
30.11.15	70,3859	поставочный форвард	200 000,00 EUR	72,00	14 400 000,00 RUB	10.02.16	88,0435	3 208 700,00 RUB
							<b>ИТОГО:</b>	<b>12 086 000,00 RUB</b>

Таким образом, мы видим, как Компании удалось нейтрализовать валютный риск в начале 2016 года: валютный курс евро вырос, валютные обязательства перед иностранными поставщиками в рублевом эквиваленте значительно увеличились (отрицательная курсовая разница), но за счет закрытых с положительным результатом форвардных контрактов удалось свести потери от переоценки валютной задолженности к минимуму.

В редких случаях, но Компании приходится пользоваться заемными ресурсами. Компания имеет возможность кредитования у материнской компании (или у банка, обслуживающего материнскую компанию) за рубежом. Риск невозврата Компанией кредита в иностранной валюте хеджируется с использованием валютного СВОП.

Валютный СВОП — это комбинация двух противоположных конверсионных сделок на одинаковую сумму с разными датами валютирования. Допустим, Компания берет кредит в иностранной валюте с условием возврата через год. Сегодня ей нужны рубли, а через год будет нужно отда-

вать сумму кредита в иностранной валюте. В данном случае вначале осуществляется сделка по продаже валюты, и одновременно заключается обратная ей форвардная сделка на покупку валюты, но со сроком исполнения через год. Этот СВОП называется «продал/купил» (sell and buy swap).

Имея курс покупки валюты через год, Компания ориентируется на него при осуществлении текущей деятельности в течение года (например, для пересчета валютного прайс-листа в рубли), что дает возможность долгосрочного планирования финансовых потоков.

Итак, нами выявлены и раскрыты актуальные виды предпринимательских рисков, стоящие перед Компанией и ее финансовой службой, с учетом отраслевой специфики компании, а также некоторых особенности ведения бизнеса в России. Рассмотренные приемы и технологии управления рисками, применяемые Компанией, способствуют преодолению угроз ее финансовой устойчивости, а также помогают достойно противостоять вызовам современного рынка.

Литература:

1. Круи М., Галэй Д., Марк Р. Основы риск-менеджмента. / науч. Ред. Минасян В. Б. — М.: Юрайт, 2017. — 390 с.
2. Теплова Т. В. Эффективный финансовый директор: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Т. В. Теплова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 507 с.
3. Дегтярев М. Г. Структура менеджера мастерства. / Бизнес ключ (деловой журнал) / 2007, № 8. С. 6.

## Особенности бухгалтерского учета в торговых организациях

Садыкова Лилия Гайсаевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель;

Костригина Людмила Федоровна, магистрант

Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета

Для правильного руководства деятельностью торгового предприятия необходимо располагать полной, точной, объективной, своевременной и достаточно детальной экономической информацией. Это достигается ведением бухгалтерского учета на предприятии.

Особенности бухгалтерского учета хозяйственных операций в сфере торговли обусловлена особенностями этой отрасли и системой уплаты налога на добавленную стоимость.

Оптовыми организациями торговли товары приобретаются у поставщиков для последующей продажи и реализуются розничными торговыми организациями непосредственно населению.

Товары являются главным объектом бухгалтерского учета в торговой сфере, поэтому бухгалтерия организации торговли призвана обеспечить полный учет поступающих товаров и своевременное отражение в учете операций, связанных с их выбытием.

Бухгалтерский учет в торговле преследует две основные цели: во-первых, учет и контроль за сохранностью товаров; во-вторых, своевременное предоставление руководству организации информации о полученной прибыли, о состоянии товарных запасов и эффективности их использования.

Товары составляют часть материально-производственных запасов, приобретенных или полученных от других юридических и физических лиц и предназначенных для продажи.

Порядок оценки товаров определен ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», в соответствии с которым товары принимаются на учет по фактической себестоимости. [1].

Торговые организации расходы по покупке и продаже товаров учитывают на счете 44 «Расходы на продажу». Организации оптовой торговли расчеты по налогу на добавленную стоимость осуществляют в виде разницы между суммой налога, полученного с покупателей, и суммой, уплаченной поставщику. Организации, осуществляющие розничную торговлю, исчисляют этот налог с сумм торговых наценок, включаемых в стоимость приобретаемого товара [2, с. 246].

Договоры являются основанием для поступления товаров в торговые организации. Товары принимает материально-ответственное лицо и производит проверку соответствия принимаемых ценностей данным сопроводительных документов. Поступающие товары должны соответствовать сопроводительным документам поставщика по ассортименту, количеству и качеству. Учет товаров осуществляют на счете 41 «Товары». Не включается в стоимость товаров налог на добавленную стоимость, он отражается на счете 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям», субсчет «НДС по товарам».

При приемке товаров возможны расхождения по количеству, ассортименту и качеству. При обнаружении несоответствия фактического наличия товаров и их качества с данными, содержащимися в документах, составляется акт о приемке товаров по качеству или акт об установленном расхождении. Покупатель имеет право при нехватке товаров потребовать недостающие товары или может отказаться от всей партии товара и его оплаты, а если товар оплачен, может потребовать возврата перечисленных денежных средств.

Сумма претензии включает НДС, приходящийся на недостающие товары.

Таблица 1. Бухгалтерские записи по учету поступления товаров

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
Приняты товары	41, субсчет «Товары на складах»	60
На сумму НДС, уплаченную по поступившим товарам	19	60
На сумму претензии по факту выявления расхождений	76, субсчет «Расчеты по претензиям»	60

Необходимо различать недостачу товаров в пределах норм естественной убыли. Важное значение при этом имеет пункт договора, который прописывает порядок пе-

рехода права собственности на товар. Бухгалтерские записи будут следующие:

Таблица 2. Бухгалтерские записи по учету недостающих и некачественных товаров

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
Право собственности на товар переходит после его отгрузки, расхождение в пределах норм естественной убыли у получателя товара	44	60 (на сумму стоимости недостающих товаров, включая НДС)
Право собственности на товар переходит после оплаты его стоимости, убыль относится на счет поставщика	76, субсчет «Расчеты по претензиям»	60
Возврат некачественных товаров поставщикам	60	41
На сумму НДС, приходящуюся на стоимость некачественных товаров	60	19

Транспортные расходы, связанные с возвратом некачественных товаров, оплачиваются поставщиком.

Поставляемые товары оплачиваются покупателями в соответствии с заключенными договорами. Формы расчетов с покупателями могут быть следующие: предварительная оплата или оплата по акцептованным счетам поставщиков.

В практической деятельности организаций имеют место ситуации, когда товар поступил без сопроводительных документов (неотфактурованная поставка). Важно, что неотфактурованными считаются поставки от конкретного поставщика, с которым заключен договор на приобретение определенных товаров. В пользу этого свидетельствует Инструкция по применению Плана счетов, которая рекомендует на счете 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» в части неотфактурованных поставок в обязательном порядке вести аналитический учет по поставщикам. При этом построение аналитического учета должно обеспечить возможность получения необходимых данных, в том числе по контрагентам, осуществившим неотфактурованные поставки [3].

Неотфактурованные ценности нужно принять на склад. Основанием для их принятия к учету является акт о приемке. Для придания акту юридической силы при его составлении требуется наличие комиссии, созданной приказом руководителя организации-покупателя, в состав которой должен входить представитель отправителя (поставщика). При отсутствии такого представителя придется привлечь независимого эксперта (представителя незаинтересованной организации).

Акт составляется не менее чем в двух экземплярах. Оприходование неотфактурованных поставок производится на основании первого экземпляра указанного акта, второй экземпляр направляется поставщику и является основанием для предъявления претензии.

В учете все активы и обязательства баланса имеют стоимостную оценку, поэтому, несмотря на отсутствие нужных документов, запасы для учета должны быть оценены. Необходимо указать предполагаемую цену, исходя из договора или других имеющихся документов. Следует принять меры по максимально быстрому получению от поставщика товаросопроводительных документов [3].

Учет оптовой продажи собственных товаров ведут с использованием следующих бухгалтерских записей:

Оптовые торговые организации, являющиеся субъектами малого предпринимательства, учет реализации ведут по кассовому методу. В таких организациях используют активный счет 45, на котором учитывают отгруженные товары по ценам приобретения. Бухгалтерские записи будут следующие:

В данном случае особенностью является учет НДС при реализации товаров по моменту оплаты. При таком варианте используют счет 76, субсчет «Расчеты по НДС». По его кредиту фиксируют налог по отгруженным, а по дебету — оплаченным товарам. Сальдо по этому субсчету может быть только кредитовым, показывающим сумму налога на отгруженные, но не оплаченные товары.

Методика бухгалтерского учета в организациях розничной торговли отличается от порядка учета в оптовых организациях. Различия заключаются в форме расчетов с покупателями и порядком расчета НДС.

Таблица 3. Бухгалтерские записи по учету продажи собственных товаров

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
На стоимость товаров по ценам приобретения	90	41
На договорную стоимость товаров, включая НДС	62	90
На сумму НДС	90	68, субсчет «Расчеты по НДС»

Таблица 4. Бухгалтерские записи по учету продажи собственных товаров в субъектах малого предпринимательства

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
Отгружены товары по ценам приобретения	45	41
На договорную стоимость товаров, включая НДС	51	90
На стоимость оплаченных товаров по ценам приобретения	90	45
На сумму НДС		
— на НДС по предъявленным счетам	90	76, субсчет «Расчеты по НДС»
— и одновременно на НДС по оплаченным счетам	76, субсчет «Расчеты по НДС»	68, субсчет «Расчеты по НДС»

Товары, приобретенные организацией для продажи, оцениваются по стоимости их приобретения. Организации, осуществляющей розничную торговлю, разрешается производить оценку приобретенных товаров по продажной стоимости с отдельным учетом наценок (скидок).

На сумму фактически поступивших товаров от поставщиков делают запись:

Дебет 41 «Товары» субсчет «Товары в розничной торговле»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками» [2, с. 257].

Торговая наценка в розничной торговле — это составная часть розничной (продажной) цены товара. Торговая наценка представляет собой добавленную стоимость к покупной цене товара. Именно торговая наценка в организациях торговли предназначена для возмещения расходов на продажу, получения прибыли и уплаты косвенных налогов. Торговую наценку начисляют на стоимость приобретения, включая НДС, уплачиваемый поставщикам.

На сумму торговой наценки оформляют бухгалтерскую запись:

Дебет 41 «Товары» субсчет «Товары в розничной торговле»

Кредит 42 «Торговая наценка».

В организациях торговли при использовании метода учета товаров по розничным ценам в момент их поступления начисляют торговую наценку и учитывают товары по окончательным продажным ценам. В этом случае облегчается учет движения товаров, но уменьшается возможность регулирования в течение месяца цен реализации. Метод может быть интересен для организаций, торгующих товарами с быстрой оборачиваемостью.

Торговая скидка тоже представляет собой не что иное, как часть розничной цены товара.

Следует обратить внимание, что на отдельные группы товаров устанавливаются льготные ставки налога на добавленную стоимость. Поэтому требуется вести раздельный учет товаров и реализации по ставкам 10% и 18% [4]. Перечень товаров, облагаемых по ставке 10%, указан в статье 164 Налогового кодекса РФ.

Товары в рознице продают преимущественно за наличный расчет. При этом уплата денег покупателем практически совпадает по времени с передачей магазином товара покупателю. Но может быть и другая ситуация, когда реальная передача вещи потребителю опережает по времени ее оплату, например продажа товара в кредит.

Товары могут поступать и от подотчетных лиц торговой организации. Они закупают товары за наличные. Оприходование товаров в таком случае отражают:

Дебет 41 «Товары» субсчет «Товары в розничной торговле»

Кредит 71 «Расчеты с подотчетными лицами».

В случае приобретения и оприходования в магазине товаров, поступивших от физического лица, зарегистрированного как предприниматель без образования юридического лица поступление товаров отражают следующим образом:

Дебет 41 «Товары» субсчет «Товары в розничной торговле»

Кредит 76 субсчет «Расчеты с предпринимателями без образования юридического лица» [2, с. 258].

Выручка определяется по розничному товарообороту. В кассовом отчете ежедневно учитывается сумма выручки и отражается при составлении товарного отчета. В расходной части товарного отчета материально-ответственного лица отражается стоимость реализованных товаров.

Основными проблемами в бухгалтерском учете товарных операций являются: неправильное оформление первичных документов, несоответствие цен в договоре и документах поставщика, а также в организациях не проводится инвентаризация расчетов со всеми поставщиками и покупателями.

Поэтому необходимо осуществлять постоянные проверки выполнения договорных обязательств, усилить контроль за товарно-материальными ценностями, поступающими через подотчетных лиц, а также необходимо поднять роль контроля в оформлении первичных документов по учету товаров.

#### Литература:

1. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 (утв. приказом Минфина РФ от 9 июня 2001 г. № 44н) (в редакции Приказ Минфина РФ от 25 октября 2010 г.).

2. Камышанов П. И. Практическое пособие по бухгалтерскому учету [Текст]: базовый курс / П. И. Камышанов, А. П. Камышанов. — 6-е изд., испр. и доп. — М.: Омега — Л, 2007. — 488 с.: ил. — Библиогр.: с. 479.
3. Петрова В. Ю. Неотфактурованные поставки: бухгалтерский и налоговый учет // Бухгалтерский учет. — 2011. — № 9. — с. 13–17.
4. Садыкова Л. Г. Учет на предприятиях малого бизнеса: учебное пособие. — Стерлитамак: РИЦ СФ БашГУ, 2013. — 140 с.

## Тенденции развития фармацевтического рынка Российской Федерации в условиях кризиса 2014–2016 гг.

Санникова Евгения Юрьевна, студент  
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

*В данной статье поставлена задача рассмотреть тенденции развития фармацевтического рынка Российской Федерации в условиях кризиса 2014–2016 гг. Дается сравнение объемов рынка в денежном и натуральном выражении, соотношение импортных и отечественных товаров, проанализирована структура коммерческого рынка по ценовым секторам, показаны основные тенденции развития дистрибьюторского сегмента. Для анализа используются статистические данные из различных источников, которые могут незначительно различаться. Тем не менее, выявленная динамика показателей позволяет сделать объективные выводы.*

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок, лекарственные препараты, коммерческий сегмент, госпитальный сегмент, дистрибьютор, импортозамещение

Фармацевтический рынок занимает важное место в экономике любой страны. Развитие фармацевтической промышленности способствует устойчивому социально-экономическому развитию экономики, повышению качества жизни населения.

С конца 2014 года в Российской Федерации сложилась непростая экономическая ситуация: девальвация национальной валюты и введение санкций против России привело к существенному снижению темпов роста экономики, а, следовательно, и покупательной способности населения. Это не могло не повлиять на российский фар-

мацевтический рынок. В связи с этим актуальным является анализ состояния фармацевтического рынка России с целью дальнейшего определения тенденций и перспектив его развития.

### Анализ ключевых показателей рынка

Фармацевтический рынок России состоит из двух сегментов: коммерческого и государственного. Коммерческий сегмент представляет собой продажи лекарственных препаратов и парафармацевтики в аптеках без учета

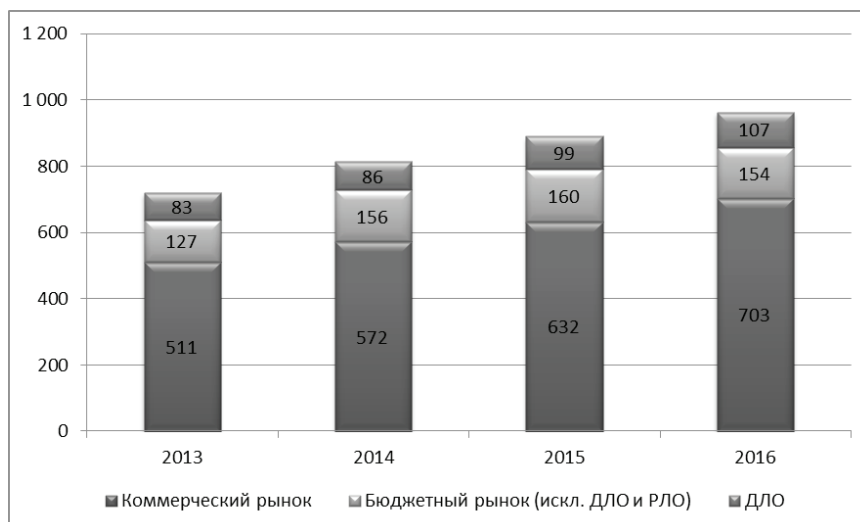


Рис. 1. Объем фармацевтического рынка, млрд руб.

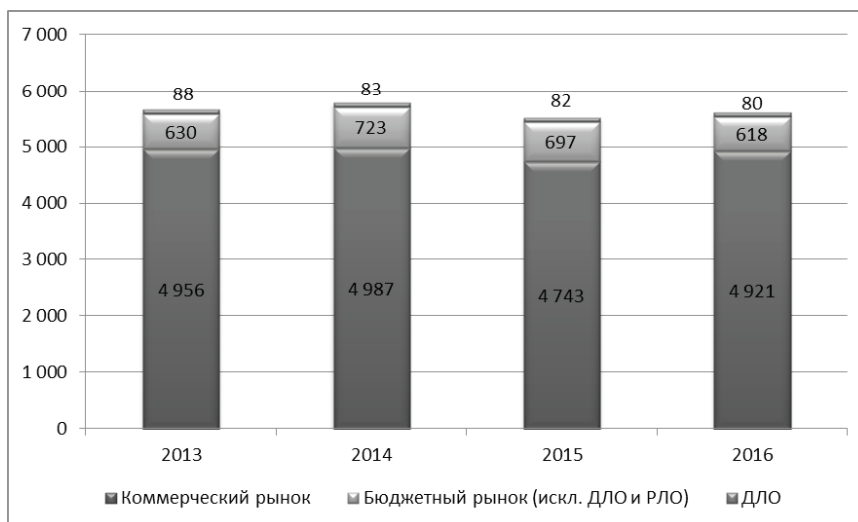


Рис. 2. Объем фармацевтического рынка, млн уп.

продаж по программе дополнительного лекарственного обеспечения (ДЛО). Государственный сегмент включает в себя реализацию лекарственных препаратов по программе ДЛО в аптеках и лечебно-профилактических учреждениях.

Заметно снижение коммерческого сегмента рынка в натуральном выражении, в стоимостном же выражении наблюдается рост. Однако рост стоимостного объема рынка происходит в большей степени за счет повышения цен на лекарства и роста уровня инфляции.

Структура рынка лекарственных средств в 2015–2016 гг. претерпела незначительные изменения по сравнению с 2013–2014 гг.

В натуральном выражении доля лекарств в ценовых диапазонах от 150 до 500 руб./уп. и от 500 руб./уп. показала прирост. Препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./уп.) ослабили свои позиции, а препараты с ценой от 50 до 150 руб. показывают стабильность занимаемой доли.

В стоимостном выражении стабильны препараты в ценовых диапазонах: до 50 руб. и от 150 до 500 руб. В двух других ценовых сегментах произошло перераспределение доли от препаратов ценового диапазона от 50 до 150 руб. в пользу препаратов дороже 500 руб.

Лекарственные препараты высоких ценовых сегментов (от 150 до 500 руб./уп. и от 500 руб.) по итогам

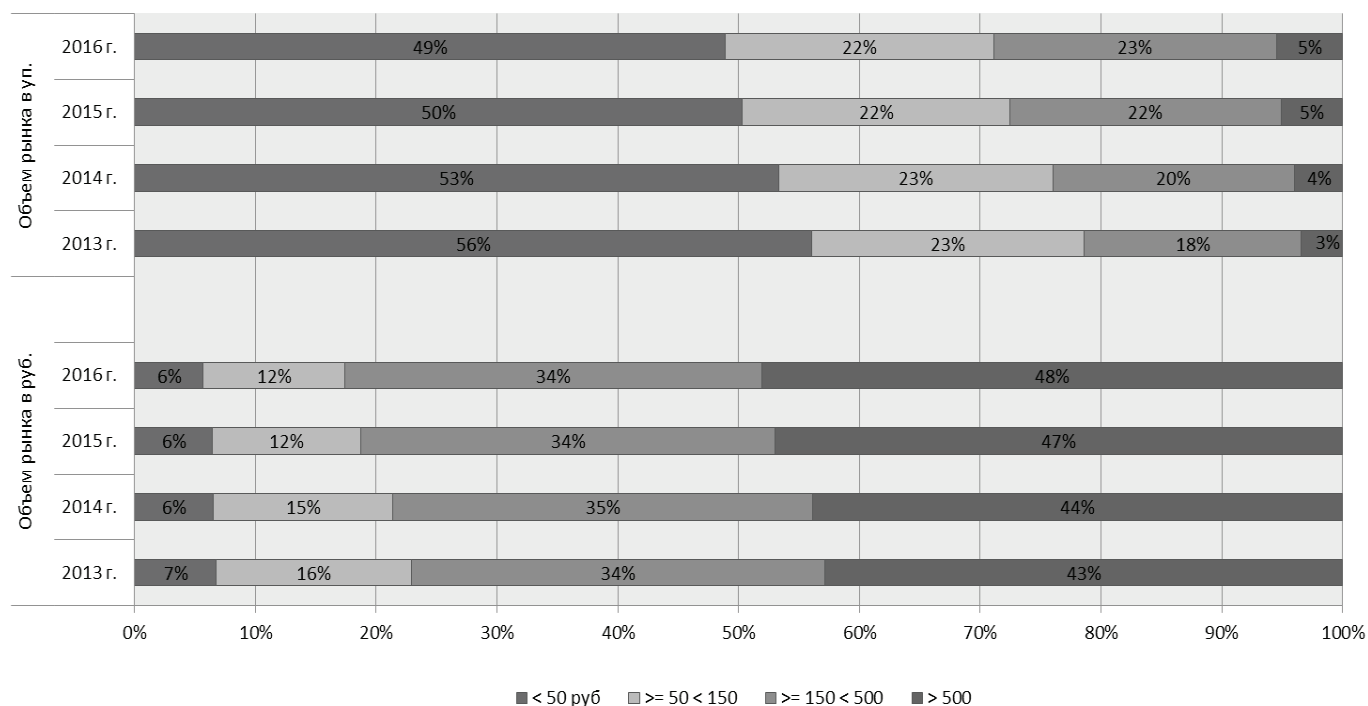


Рис. 3. Объем рынка по ценовым секторам, %



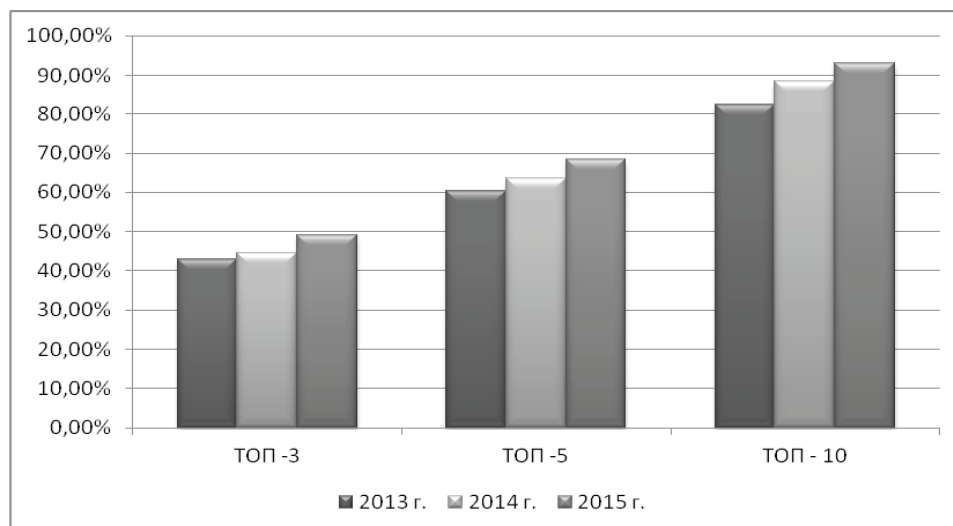


Рис. 4. Доли ТОП-3, ТОП-5 и ТОП-10 дистрибьюторов в общем объеме рынка

2016 г. ощутимо приросли в упаковках и в рублях. Это может быть связано как со смещением потребительских предпочтений в сторону более дорогих, но и более действенных препаратов, так и с общим повышением ценового уровня на фармацевтическом рынке.

Несмотря на то, что до показателей развитых стран России еще далеко (в 2009 г. трем основным игрокам в Европе принадлежало около 80–85% рынка, в 2011 г. доля ТОП-3 дистрибьюторов в США составляла также около 85% фармацевтического рынка) дистрибьюторский рынок Российской Федерации можно без преувеличения назвать высококонцентрированным рынком.

Такое преимущество крупных дистрибьюторов, как наличие значительных оборотных средств, позволяющее внедрять современные информационные технологии с целью улучшения качества сервиса и дающее возможность совершать крупные закупы товара для получения накопительных скидок от производителей, приводит к неизбежной консолидации рынка. И в 2014–2015 гг. тенденции консолидации рынка продолжают.

ТОП-10 дистрибьюторов занимает уже около 93% объема рынка, тогда как еще в 2013 их доля оптового товарооборота составляла всего 83%. Доля ТОП-3 дистрибьюторов на рынке — около 50%.

На фоне консолидации логичным выглядит и развитие складской и логистической инфраструктуры дистрибьюторов (в конце 2015 года дистрибьютор «ПУЛЬС» стал арендатором логистического комплекса «Ленинградского терминала» в Московской области, а компания «Катрен», планирует построить в Новосибирской области высокотехнологичный автоматизированный централизованный логистический центр [1]), что позволяет им управлять широтой и глубиной ассортимента, а также создавать отлаженные механизмы управления поставками.

В соответствии с указами президента Российской Федерации одним из важнейших направлений государ-

ственной политики стала ликвидация импортозависимости в области здравоохранения и фармацевтической промышленности.

Цели по импортозамещению заложены в государственной программе «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности на 2013–2020 годы» («Фарма-2020»).

Главными направлениями Федеральной целевой программы «Фарма-2020» являются:

- к 2020 году доля российских лекарственных препаратов на внутреннем рынке должна вырасти до 50%;
- к 2020 году на территории России должно производиться не менее 90% номенклатуры лекарственных средств, входящих в перечень ЖНВЛП.

На данный момент, по данным Министерства промышленности и торговли РФ, 68% лекарственных препаратов из списка ЖНВЛП (413 из 608) производится в РФ в виде готовой лекарственной формы. Однако данная статистика не учитывает, какое количество из этих препаратов производится из российских субстанций. Поэтому оценка эффективности реализации программы «Фарма-2020» относительно импортозамещения с учетом полного цикла производства в России на текущий момент неоднозначна [2].

По данным IMS Health импортные лекарства по-прежнему занимают большую долю в денежном выражении. Отечественные препараты, напротив, преобладают в продажах в натуральном выражении.

Доля отечественных препаратов от общего объема коммерческого рынка за 2015 г. составила 26% в денежном выражении и 57,5% в натуральном. Соответственно импортные лекарства занимают 74% в денежном выражении и 42,5% в натуральном выражении [6].

Следует отметить, что по отношению к 2012–2013 гг. структура коммерческого рынка не претерпела серьезных изменений, в то время как в госпитальном сегменте и ДЛО доля отечественных препаратов в денежном и натуральном

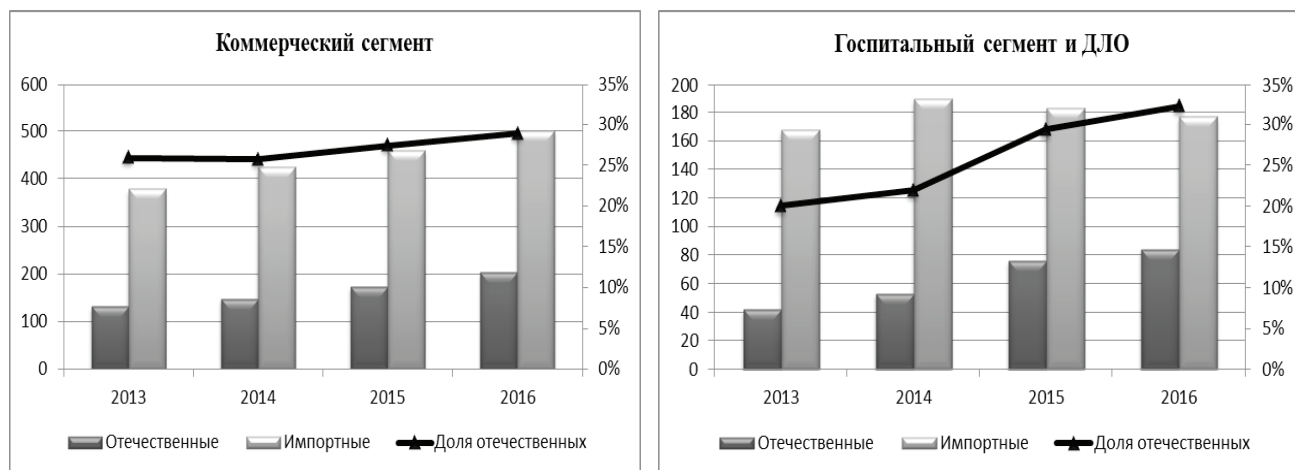


Рис. 5. Соотношение импортных и отечественных препаратов, млрд руб.

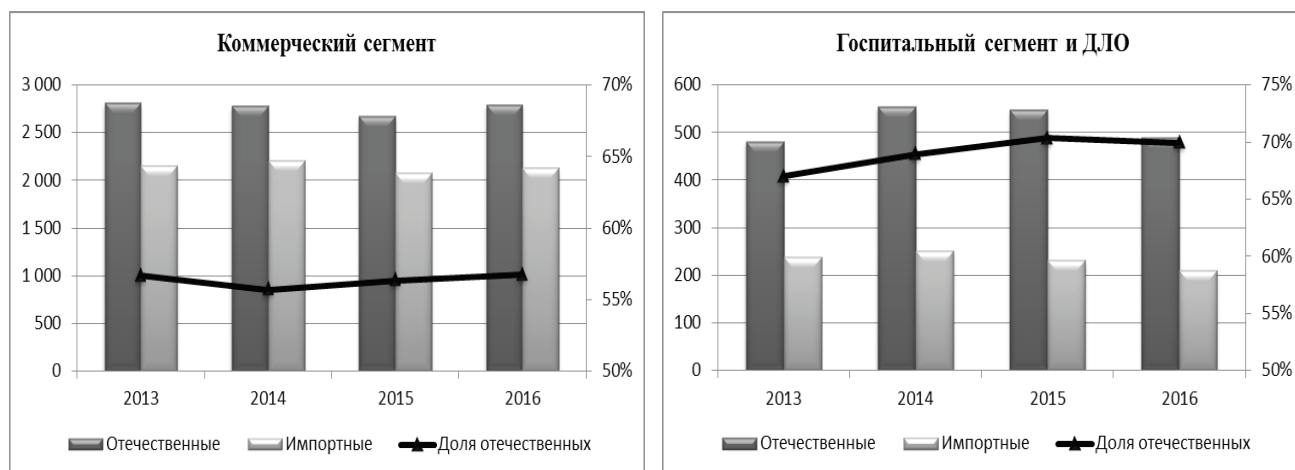


Рис. 6. Соотношение импортных и отечественных препаратов, млн уп.

выражении начала расти. Это во многом связано с программами правительства, направленными на импортозамещение в сфере фармацевтической промышленности.

В связи с тем, что спрос на лекарственные средства неэластичен, фармацевтический рынок является одним из наиболее стабильных рынков во время кризиса.

Ключевыми тенденциями фармацевтического рынка 2014–2016 гг. можно назвать:

1. Замедление темпов роста рынка относительно предыдущего периода, хотя в 2016 году ситуация начала заметно улучшаться;

2. Рост стоимости упаковки, за счет роста объема рынка в денежном выражении и падении объема рынка в упаковках;

3. Постепенный рост доли отечественных лекарств в денежном и натуральном выражении.

#### Литература:

1. Аналитический обзор «Рейтинг российских фармдистрибьюторов по итогам 2015 года» // DSM Group. URL: [http://dsm.ru/docs/analytics/pharmacy\\_distributors\\_2015\\_analytics.pdf](http://dsm.ru/docs/analytics/pharmacy_distributors_2015_analytics.pdf) (дата обращения: 11.03.2017).
2. Аналитический обзор «Тенденции и практические аспекты развития российского фармацевтического рынка — 2015» // Deloitte. URL: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/life-sciences-health-care/russian/russian-pharmaceutical-industry-2015.pdf> (дата обращения 11.03.17).
3. Аналитический обзор «Фармацевтический рынок России 2013» // DSM Group. URL: [http://dsm.ru/docs/analytics/dsm\\_report2013.pdf](http://dsm.ru/docs/analytics/dsm_report2013.pdf) (дата обращения 11.03.17).
4. Аналитический обзор «Фармацевтический рынок России 2014» // DSM Group. URL: [http://dsm.ru/docs/analytics/dsm\\_report\\_2014\\_22\\_06\\_rus\\_3.pdf](http://dsm.ru/docs/analytics/dsm_report_2014_22_06_rus_3.pdf) (дата обращения 11.03.17).
5. Аналитический обзор «Фармацевтический рынок России: Итоги 2015 года» // DSM Group. URL: [http://dsm.ru/docs/analytics/Annual\\_report\\_2015\\_DSM\\_web.pdf](http://dsm.ru/docs/analytics/Annual_report_2015_DSM_web.pdf) (дата обращения 11.03.17).

6. Развитие фармацевтической и медицинской промышленности на 2013–2020 годы // Фарма 2020. URL: <http://pharma-2020.ru/> (дата обращения: 11.03.2017).
7. Демидов Н. Мы за ценой не постоим. Рейтинг российских фармдистрибьюторов по итогам I — III квартала 2016 года // Фармацевтический вестник. — 2016. — № 41. — С. 32–34.
8. Соколов Б. И., Лин А. А., Орлов А. С. Фармацевтический рынок: структурные особенности в России // Проблемы современной экономики. — 2012. — № 4. — С. 336–341.
9. Широкова И. Фармдистрибьюторы: вызовы времени и новые стратегии // Ремедиум. — 2014. — № 1. — С. 21–28.

## Выделение фаз экономического цикла в банковской деятельности

Туктамышева Лилия Мухаммадиевна, кандидат экономических наук, доцент;

Шамаева Диана Рахимжановна, магистрант

Оренбургский государственный университет

В настоящее время банковская сфера является одной из самых динамически развивающихся сфер современной экономики, от функционирования которой зависит рост благосостояния в отдельности каждого региона, в нашем случае, нас непосредственно интересует Оренбургская область. Никогда еще банковская система не существовала в условиях столь жесткой борьбы, это связано с тем, что темпы роста экономики после кризиса снизились, а вместе с ними снизились и темпы роста финансового сектора. Поэтому в ситуации нестабильности валюты, котировок ценных бумаг, цен на нефть, являющихся одними из основополагающих аспектов влияния на современный сектор экономики, необходимо определить изменение состояния банковского сектора в связи с усилением конкуренции, резким снижением прибыльности, изменением поведения потребителя, падением его доверия и лояльности. Рассмотрим это на примере АКБ «Форштадт» (АО). Тем самым нас будут интересовать показатели, которые в первую очередь влияют на финансовое положение банка и на его внутреннюю структуру.

При анализе деятельности банка большую роль играет анализ активов и пассивов баланса. Поэтому для решения этой задачи рассмотрим следующие показатели за период с января 2007 года по июнь 2016 года:

- $X_1$  — денежные средства (тыс.руб.);
- $X_2$  — обязательные резервы (тыс.руб.);
- $X_3$  — средства в кредитных организациях (тыс.руб.);
- $X_4$  — основные средства, нематериальные активы и материальные запасы (тыс.руб.);
- $X_5$  — выпущенные долговые обязательства (тыс.руб.);
- $X_6$  — прочие обязательства (тыс.руб.);
- $X_7$  — средства акционеров (участников) (тыс.руб.);
- $X_8$  — резервный фонд (тыс.руб.);
- $X_9$  — нераспределенная прибыль (непокрытые убытки) прошлых лет (тыс.руб.);
- $X_{10}$  — выданные кредитной организацией гарантии и поручительства (тыс.руб.).

Разобьем рассматриваемый период времени (январь 2007 — июнь 2016 гг) на промежутки, однородным по показателям. Для этого воспользуемся методами многомерной классификации, который был описан ранее.

Проведем классификацию периодов времени по показателям бухгалтерской отчетности методом Уорда. Дендрограмма объединения классов представлена на рисунке 1.

Согласно дендрограмме, полученной методом Уорда, рассматриваемый период времени можно разделить на три временных участка, каждый из которых относится к тому или иному классу в хронологическом порядке. То есть разные периоды времени соответствуют фазам экономического цикла на протяжении рассматриваемого временного участка. Далее методом k-средних было получено более равномерное разбиение. Результаты разбиения представлены в таблице 1.

Для интерпретации полученного разбиения на рисунке 2 приведен график средних значений в каждом классе.

На основании полученного графика можно сделать следующие выводы о полученных временных участках.

Первый класс, в который вошел последний квартал 2008 года и период с 2009–2013 гг., характеризуется наибольшими средними значениями показателей — выпущенные долговые обязательства и резервный фонд. И наименьшим средним значением показателя — средства в кредитных организациях. Как правило, любая экономическая деятельность сопровождается вероятностью потери денежных средств, так как не существует стопроцентной страховки от возникновения определенных рисков, поэтому любая банковская организация обязана обладать резервным фондом. Скачки в нормативах обязательных резервов обусловлены нестабильной ситуацией банковского сектора в данном классе. Отметим, что резервы коммерческого банка хоть и являются высоколиквидными активами, но все же, они не могут быть использованы в полной мере при возникновении неблагоприятных обстоятельств. По всем остальным показателям этот класс находится между вторым и третьим классом.

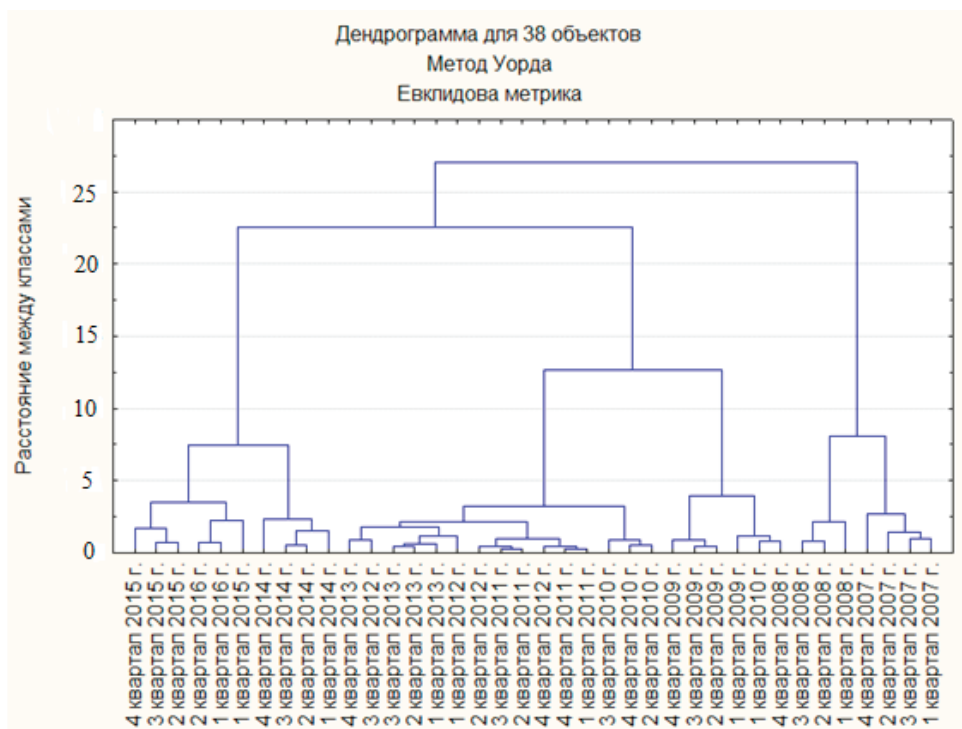


Рис. 1. Дендрограмма объединения классов методом Уорда

Таблица 1. Состав классов, полученных по методу k-средних

Класс	Состав класса
1	4 квартал 2008; 1 квартал 2009–4 квартал 2009; 1 квартал 2010–4 квартал 2010; 1 квартал 2011–4 квартал 2011; 1 квартал 2012–4 квартал 2012; 1 квартал 2013–4 квартал 2013
2	1 квартал 2007–4 квартал 2007; 1 квартал 2008–3 квартал 2008
3	1 квартал 2014–4 квартал 2014; 1 квартал 2015–4 квартал 2015; 1 квартал 2016–2 квартал 2016

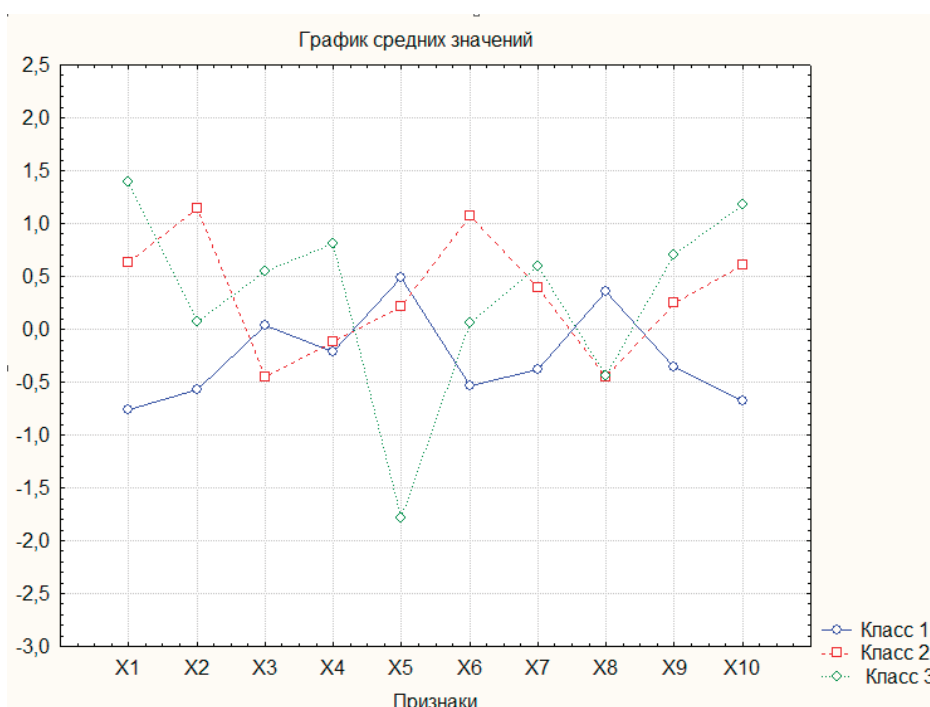


Рис. 2. График средних значений признаков в каждом классе

Объем активов, приносящих доход банку, составляет большую часть в общем объеме активов, а объем процентных обязательств составляет чуть меньшую часть в общем объеме пассивов [1]. Полученное соотношение показателей показывает положительную динамику, следовательно, в рассматриваемый период наблюдалось увеличение активности банка в регионе.

Такой результат состава первого класса можно объяснить тем, что в 2008–2009 годах банковский сектор страны в целом, так и региона, претерпел значительные изменения, связанные с глобальными кризисными явлениями в экономике. Тем не менее, в результате мер, предпринятых Правительством Российской Федерации и Банком России, в 2010 году вновь началось поступательное развитие банков [2].

Таким образом, данный временной участок можно охарактеризовать как «Период восстановления», то есть восстановления после кризиса, действительно, уже с 2010 года не только Форштадт, но и другие коммерческие банки практически избавились от краткосрочной поддержки со стороны государства, была намечена тенденция к сокращению резервов кредитных организаций [3].

Второй класс, содержащий период 2007 год и первые три квартала 2008 года, выделяется тем, что по средним значениям таких показателей, как денежные средства, основные средства, нематериальные активы и материальные запасы, выпущенные долговые обязательства, нераспределенная прибыль и выданные кредитной организацией гарантии и поручительства, он находится на последнем месте. А средние значения обязательных резервов и прочих обязательств выше по сравнению с другими классами.

Действительно, ситуация как в мировой, так и в финансовой системе, оказала значительное влияние на банковский сектор в 2007–2008 гг., что в свою очередь, предопределило дальнейшее развитие. В частности данный период характеризуется высокой доступностью заемных средств, как результат, объем внешней задолженности рос, а размещение ресурсов основывалось на ожиданиях улучшения экономических условий. В 2008 году темпы роста капитала и активов замедлились, особенно это было заметно в I–III кварталах. Однако финансовая поддержка властей позволила значительно увеличить капитал и его достаточность, это в свою очередь оказало положительное влияние на финансовую устойчивость банка.

Финансовый и экономический кризис привел к росту кредитных рисков, эта негативная тенденция, наметившаяся в 2007 г., продолжалась и в 2008 г. Как следствие, банки были вынуждены увеличивать резервы на возможные потери по ссудам, это в свою очередь сказывалось на финансовых результатах их деятельности.

Можно выделить следующие изменения финансовых показателей по итогам данного периода — произошло увеличение собственных средств банка относительно начала этого периода, увеличение валюты баланса банка, привлеченных ресурсов, работающих активов и, как след-

ствие, произошло снижение показателя балансовой прибыли банка относительно 2007 года [1].

Таким образом, второй класс можно охарактеризовать тем, что кризис неблагоприятно повлиял на банковскую ликвидность. В этот временной участок наблюдалось — снижение доходности банковских операций, убытки на финансовом рынке, рост стоимости привлеченных ресурсов оказали негативное влияние на финансовые результаты деятельности банка.

Уже к концу четвертого квартала 2008 года наблюдался основной прирост активов, это было связано с финансовой помощью в целом банковскому сектору со стороны государства, а также с увеличением валютных активов банка и их положительной переоценкой, поэтому четвертый квартал 2008 года не вошел в этот класс.

Наибольшими средними значениями всех показателей, за исключением выпущенных долговых обязательств, обязательных резервов и прочих обязательств, характеризуется третий класс.

Можно отметить, что одним из важных позитивных результатов 2014 года стало то, что Центральный банк продемонстрировал способность действовать независимо, вопреки экономической и политической ситуации, это касалось и политики процентных ставок.

Важным фактором доверия населения является устойчивость национальной валюты. В этом отношении 2014 г. был крайне тяжелым для рубля. Рубль находился под давлением двух мощных внешних факторов — обострения геополитической ситуации и динамики цены на нефть. Не только доступность денег является важным фактором, который влияет на экономический рост, но и доверие к национальной валюте. В условиях экономических санкций, падающей цены на нефть, рубль был одной из наиболее неустойчивых валют, это и является отличием второго класса от третьего (2008–2009 гг.). Здесь проблемой был не обменный курс как таковой, а его стабильность на новом равновесном уровне. [4].

В целом активы банка в 2013 году возросли по сравнению с первым классом (209–2013 гг.), это свидетельствует о том, что активность потребителей в использовании банковских продуктов в свою очередь тоже возросла. Пассивы банка тоже увеличились, наибольший удельный вес в общей структуре пассивов занимают средства клиентов. Таким образом, анализ активов и пассивов банка Форштадт в этот промежуток времени позитивно характеризует банк, что в свою очередь свидетельствует об увеличении стабильности обязательств банка и об увеличении его устойчивости [1]. Данный временной участок можно охарактеризовать, как «Период стабильного финансового состояния банка».

Таким образом, в результате применения методов кластерного анализа рассматриваемый период времени разделился на три временных участка в хронологическом порядке, соответствующие фазам экономического цикла.

В настоящее время АКБ «Форштадт» (АО) является одним из ведущих коммерческих банков в Оренбургской

области, который предоставляет полный перечень банковских услуг. Поэтому основными перспективами в развитии банка должно стать повышение качества банковской деятельности за счет расширения банковских продуктов и услуг, рост их качества и совершенствование способов предоставления, повышения долгосрочной эф-

фективности и устойчивости. Преследуя достижения поставленных задач, банк Форштадт будет уделять большое внимание сбалансированности активов и пассивов. При этом банк будет поддерживать достаточный уровень ликвидности, который позволит качественно исполнять свои обязательства перед клиентами.

#### Литература:

1. Проблемы развития финансово-банковской системы России и стран СНГ: материалы Международной студенческой научно-практической конференции (г. Саратов, 26 ноября 2014 г.). — Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2014. — 480 с.
2. Кетова, И.А., Рачилов, Е.Е. Анализ развития банковского сектора на региональном финансовом рынке / И.А. Кетова, Е.Е. Рачилов / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент, 2013. — № 2. — С. 43–49.
3. Амосова, А.А. Анализ состояния банковского сектора экономики Российской Федерации в 2010 г / А.А. Амосова / Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Экономика, 2011. — № 2. — С. 6–12.
4. Мау, В. Между модернизацией и застоём: экономическая политика 2012 года / В. Мау / Вопросы экономики, 2013. — № 2. — С. 4–23.

## Анализ финансовых результатов и рентабельности страховой компании на примере АО «Региональная страховая компания «Стерх»

Урова Нарыйа Нюргуновна, студент;  
Колочева Зинаида Васильевна, старший преподаватель  
Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

**Ключевые слова:** финансовый результат, рентабельность, страховая компания

АО «Региональная страховая компания »Стерх» начала страховую деятельность с ноября 2005 и имеет лицензию на более 20 востребованных в республике видов страхования.

Размер уставного капитала с ноября 2016 года — 1,06 млрд рублей — один из самых крупных на Дальнем Востоке. Филиалы РСК «Стерх» расположены во всех улусных (районных) центрах Якутии.

Проведем небольшой анализ финансового результата предприятия на основе данных Годового Отчета 2015 года (таблица 1), так как для каждой компании анализ финансовых результатов — это одна из главных задач. Только так можно увидеть, насколько четко выполняется план деятельности и в правильном ли направлении движется бизнес.

Таблица 1. Доходы и расходы АО РСК «Стерх» за 2013–2015 гг., тыс.руб

Показатели	2014	2015			Удел. вес 2015г, в%	2015/2014
		план	факт	Выполнение		
<b>ДОХОДЫ:</b>						
Страховые премии	595 295	617 500	721 270	117%	55,87	121%
Доля перестраховщиков в страховых выплатах	58 552	53 000	16 832	32%	1,3	29%
Доходы по инвестициям	40 777	41 200	51 397	125%	3,98	126%
Возврат страховых резервов	384 467	420 906	409 357	97%	31,71	106%
Доля перестраховщиков в страховых резервах	131 090	130 122	72 391	56%	5,61	55%
Прочие доходы, кроме инвестиционных	15 377	12 000	19 760	165%	1,53	129%

Всего доходов:	1 255 558	1 274 728	1 291 007	101%	100	105%
РАСХОДЫ:						
Страховые выплаты	209 652	163 967	169 703	103%	13,29	81%
Страховые премии, переданные в перестрахование	207 174	206 773	127 655	62%	10,00	62%
Страховые резервы	409 357	446 607	496 294	111%	38,87	121%
Возврат доли перестраховщиков в с/резервах	91 700	130 883	131 090	100%	10,33	143%
Расходы на ведение дела	246 735	278 044	291 685	105%	22,84	118%
Прочие расходы, кроме инвестиционных	53 722	38 100	60 386	158%	4,73	112%
Всего расходов:	1 218 340	1 264 374	1 276 813	101%	100	105%

Доходы страховой компании за отчетный год составили 1 291 млрд руб. План доходов перевыполнен на 1%, рост по сравнению с прошлым годом — 5%.

Основная составляющая доходов — это страховые премии 721 млн руб., удельный вес составляет 56% к итогу. План перевыполнен на 17%, прирост по сравнению с прошлым годом 21%, в 2014 премия составила 595,2 млн руб. (рис. 1).

Наблюдается выполнение и перевыполнение доходов по инвестициям на 25% и прочих доходов на 65%. Можно выделить то, что снизилась доля перестраховщиков в страховых выплатах (32%) и в страховых резервах (56%), за счет снижения передачи ответственности в перестрахование.

Расходы компании составляют 1 276 млрд руб., прирост по сравнению с прошлым годом 5%. Основные составляющие расходов — страховые выплаты, расходы по перестрахованию рисков, с ростом страховых сборов увеличиваются страховые резервы, расходы на ведение дела.

Что касается страховых выплат, то по итогам года они составили 13% от общих расходов. Этот показатель в отчетном году выше планового на 3% и ниже уровня прошлого года на 19%.

Передача перестраховочных премий меньше на 38% от запланированного на 2015 г., что обусловлено с достигнутыми договоренностями с перестраховщиками по облигаторной программе перестрахования имущественных рисков, а также со структурными изменениями в страховом портфеле.

Расходы на ведение дела превышают плановые расходы на 5% (22% от общих расходов) в части расходов на ведение страховых операций увеличение связано с ростом продаж через агентскую сеть.

Финансовый результат страховых операций определяется путем сопоставления доходов и расходов страховой организации. В том случае, если доходы превышают расходы, организация имеет положительное сальдо. Если же расходы больше, чем доходы, образуется дефицит, который покрывается за счет ранее созданных запасных фондов.

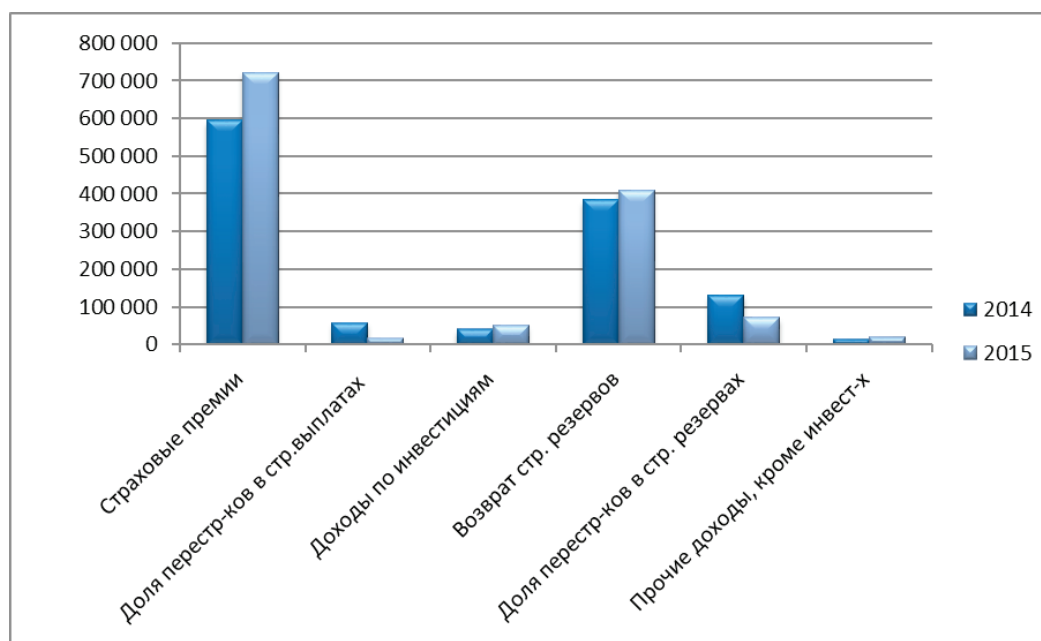


Рис. 1. Динамика доходов компании за 2014–2015 гг.

Таблица 2. Финансовый результат АО «РСК»Стерх» за 2013–2015 гг.

Показатели	2014	2015			2015/ 2014
		план	факт	Выполнение	
Всего доходов:	1 255 558	1 274 728	1 291 007	101%	105%
Всего расходов:	1 218 340	1 264 374	1 276 813	101%	105%
Прибыль до налогообложения	7 218	10 354	14 194	137%	197%
Текущий налог на прибыль	4 640	4 071	6 930	170%	149%
Чистая прибыль	2 458	6 283	7 264	116%	296%

Таким образом, финансовый результат страховых операций (ФРСО) — стоимостная оценка итогов деятельности страховой организации за определенный период. Так, по итогам 2015 года чистая прибыль составляет 7 264 тыс. руб., то есть организация имеет положительное сальдо, при плане — 6 283 тыс.руб., перевыполнение на 16%, а тем прироста составил 196%.

Далее, рассмотрим более подробно коэффициенты рентабельности, которые являются показателями эффективности финансовой деятельности и совокупно позволяют определить перспективы развития предприятия.

Показатели рентабельности могут иметь как положительное значение (это показатели прибыльности), так и отрицательное значение (показатели убыточности).

Таблица 3. Показатели рентабельности АО «РСК»Стерх» за 2013–2015гг

Показатели	2013	2014	2015
Рентабельность собственного капитала	0,5%	0,9%	1,7%
Общая рентабельность капитала	0,5%	1,1%	1,6%

Как показывают данные таблицы, по показателям отмечается положительная динамика и они находятся в пределах допустимых значений. Так, по сравнению с 2013 годом, в отчетном году рентабельность собственного капитала составила 1,7%, что на 1,2% больше. Что касается общей рентабельности, то в 2015 году рост по сравнению с предыдущим 2014 г. произошел на 0,5%. Это свидетельствует об улучшении финансово — хозяйственной деятельности страховой компании.

Для дальнейшего роста рентабельности компании необходимо:

- Совершенствование тарифной политики;
- Управление рисками по обязательным и вменным видам;
- Совершенствование системы ключевых показателей эффективности (КПЭ);
- Усиление деятельности по суброгациям;
- Пересмотр методики расчета страховых резервов, включая актуарную оценку их достаточности;
- Расширение инвестиционной деятельности.

Литература:

1. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О.В. Ефимова. — М.: Омега-Л, 2014. — 348 с.
2. Годовой отчет АО «РСК»Стерх» за 2015г от 24.05.2016 г.
3. [Электронный ресурс]: <http://www.rsk-sterh.ru/> — Официальный сайт АО «РСК»Стерх»

## Банкротство предприятий и система критериев оценки их неплатежеспособности на примере СХПК имени Сунь Ят-Сена (г. Уссурийск, Приморский край)

Флад Валентина Олеговна, практикант

Сельскохозяйственный производственный кооператив имени Сунь Ят-Сена (г. Уссурийск, Приморский край)

*Раскрыта сущность понятия «банкротство»; выявлены проблемы в оценке вероятности банкротства российских предприятий; проанализировано финансовое состояние СХПК им. Сунь Ят-Сена; проведена оценка*



вероятности банкротства предприятия на основе коэффициентного анализа и многофакторных прогнозных моделей; определены основные проблемы в работе предприятия и предложены пути их решения.

**Ключевые слова:** банкротство, бухгалтерский баланс, финансовое состояние, коэффициентный анализ, многофакторные прогнозные модели, оценка вероятности банкротства

## The bankruptcy of enterprises and the system of evaluation criteria of insolvency as an example SKHPK Sun Yat-Sen, Ussuriysk, Primorsky Region

**Keywords:** bankruptcy; balance sheet; financial condition; ratio analysis; multivariate predictive models; assessment of the probability of bankruptcy

Институт банкротства является неотъемлемой частью рыночного хозяйства, которая представляет собой неизбежный и объективно обусловленный результат функционирования рыночных отношений [1]. Это мощный стимул для эффективной работы субъектов хозяйствования, который гарантирует одновременное соблюдение экономических интересов кредиторов, а также государства как общего регулятора рынка.

Значительное количество банкротств российских предприятий, которые происходят в настоящее время, вызывает интерес экономической науки к вопросам диагностики и предупреждения кризиса в управлении предприятием с теоретической и практической стороны. В соответствии с результатами такой диагностики предприятие принимает управленческие меры антикризисного характера, которые направлены на предотвращение развивающегося кризиса, уменьшение его негативных последствий, недопущение перехода предприятия из кризисного в несостоятельное финансовое состояние и применение процедур банкротства [2].

Действующий Федеральный закон от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (ред. от 29.12.2015 г.) [3] закрепил следующее легальное понятие несостоятельности (банкротства) — это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей (ст. 2).

Подчеркнем, что это легальное понятие. Между тем, действительное понятие банкротства не охватывается определением, данным в ст. 2 Закона. Как верно подчеркивает В. В. Залесский, «основанием для признания должника банкротом является не просто установленная судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов, а совокупность ряда условий. При этом указанная неспособность должника устанавливается по отношению не ко всем кредиторам, а лишь к кредиторам по денежным обязательствам и обязательным платежам, и с учетом не всей суммы задолженности, а исчисленной в соответствии с Законом» [4].

Основным источником информации для оценки вероятности банкротства предприятия являются данные бухгалтерского баланса [5].

Умение читать бухгалтерский баланс позволяет достичь получения значительного объема информации о предприятии; определения степени обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами; установления, за счет каких статей изменилась величина оборотных средств; оценки финансового состояния предприятия и вероятности его банкротства [6].

Если предприятие признано неплатежеспособным и имеет неудовлетворительную структуру баланса, это не означает, что оно является несостоятельным (банкротом), не изменяет юридического статуса предприятия, не влечет за собой таких последствий, как наступление гражданско-правовой ответственности [2].

Анализируя практические ситуации оценки структуры баланса по официально утвержденным критериям, видно, что структура баланса множества российских предприятий неудовлетворительна. Это может свидетельствовать, с одной стороны, о том, что финансовое состояние исследуемых предприятий действительно близко к банкротству, а с другой — о возможном неадекватном отражении реального финансового состояния по применяемым для оценки структуры баланса критериям [6].

Финансовую деятельность предприятий и организаций можно рассматривать на макроуровне и микроуровне. На каждом уровне действует своя система показателей, но методика их расчета должна быть унифицированной, соответствовать мировым стандартам и строиться на принципах последовательности, достоверности, полноты и своевременности [7].

Большинство методик с трудностью применяются в связи с условиями ограниченности данных предприятия. Как правило, приходится использовать только данные бухгалтерской отчетности. Данное обстоятельство сильно ограничивает круг методик, которые могут быть применены исключительно количественными коэффициентными.

Таким образом, в российских условиях существует немало проблем, связанных с применением методов прогнозирования банкротства, из-за:

- отсутствия информации относительно базы расчета весовых значений коэффициентов;
- отсутствия информации относительно базы расчета критериев оценки, получаемых при расчете модели результатов;

– отсутствия статистика банкротств;  
– достоверности исходной информация, и возникающими трудностями в ее получении [8].

В статье рассмотрена проблема оценки вероятности банкротства на примере сельскохозяйственного предприятия СХПК им. Сунь Ят-Сена, г. Уссурийский Приморского края.

На устойчивость финансового положения предприятия в значительной мере влияет целесообразность и правильность вложения финансовых ресурсов в активы. В процессе деятельности предприятия размер его активов и их структура постоянно изменяются. В наиболее общем виде представить имевшие место качественные изменения в структуре средств и их источников, а также дина-

мике этих изменений помогает вертикальный и горизонтальный анализ отчетности.

Анализ состава, структуры и динамики актива и пассива баланса СХПК им. Сунь Ят-Сена за 2013–2015 гг. представлен в таблице 1.

В общем, изменения в балансе предприятия, в частности значительное сокращение остатков запасов и дебиторской задолженности положительно характеризуют его работу за исследуемый период. Однако сокращение остатка денежных средств оценивается отрицательно. СХПК им. Сунь Ят-Сена не использует в своей финансово-хозяйственной деятельности кредитные и заёмные средства, что оценивается положительно. Снижение собственного капитала связано со снижением прибыльности

Таблица 1. Анализ актива и пассива баланса СХПК им. Сунь Ят-Сена и его изменения за 2013–2015 гг.

Наименование разделов и статей	Абсолютная величина, тыс. руб.			Удельный вес, %			Отклонение 2015 г. к 2013 г.		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	В абсолютных величинах, тыс. руб.	В удельном весе, %	В% к величинам на начало года
Внеоборотные активы	19249	13431	12101	58,56	66,89	75,17	-7148	16,61	62,87
в том числе основные средства	19249	13431	12101	58,56	66,89	75,17	-7148	16,61	62,87
Оборотные активы	13623	6649	3998	41,44	33,11	24,83	-9625	-16,61	29,35
в том числе: запасы	10935	4009	2463	33,27	19,97	15,3	-8472	-17,97	22,52
дебиторская задолженность	2684	2493	1533	8,17	12,42	9,52	-1151	1,35	57,12
денежные средства	4	147	2	0,01	0,73	0,01	-2	-	50
Баланс	32872	20080	16099	100	100	100	-16773	-	48,97
Капитал и резервы	30668	19201	15464	93,3	95,62	96,06	-15204	2,76	50,42
в том числе: уставный капитал	434	434	434	1,32	2,16	2,7	-	1,38	100
добавочный капитал	19553	19553	19553	59,48	97,38	121,45	-	61,97	100
резервный капитал	1119	119	119	3,4	5,57	6,95	-	3,55	100
нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	9562	-1905	-5642	29,09	-9,49	-35,05	-15204	-64,14	-59
Долгосрочные обязательства	1097	216	-	3,34	1,08	-	-1097	-3,34	-
в том числе: прочие обязательства	1097	216	-	3,34	1,08	-	-1097	-3,34	-
Краткосрочные обязательства	1107	663	635	3,37	3,30	3,94	-472	0,57	57,36
в том числе: кредиторская задолженность	1107	663	635	3,37	3,30	3,94	-472	0,57	57,36
Баланс	32872	20080	16099	100	100	100	-16773	-	48,97

хозяйства. Несмотря на сложившуюся отрицательную динамику, величина собственного капитала предприятия остается на высоком уровне.

Оценка вероятности банкротства СХПК им. Сунь Ят-Сена за 2013–2015 гг. на основе коэффициентного анализа представлена в таблице 2.

По результатам анализа финансового состояния и оценки вероятности банкротства СХПК им. Сунь Ят-Сена на основе коэффициентного анализа было определено, что структура баланса предприятия является удовлетворительной, а предприятие — платежеспособным. Кроме того хозяйство практически не зависит от заемных источников финансирования, что оказывает положительное влияние на его финансовое состояние.

Отрицательные значения показателей рентабельности деятельности СХПК им. Сунь Ят-Сена объясняются тем, что ежегодно хозяйство имеет убыток от продаж и в целом непокрытый убыток главным образом из-за сложившейся ситуацией на рынке сельскохозяйственной продукции, когда выручка от продажи сельскохозяйственной продукции не покрывает затраты на ее производство.

По полученным данным можно сделать вывод, что риск банкротства СХПК им. Сунь Ят-Сена невысокий. Однако необходимо обратить внимание, что на протяжении всего периода работы предприятия уровни показателей ликвидности значительно превышают принятые нормативные значения (кроме коэффициента абсолютной ликвидности в 2013 и 2015 гг.), что свидетельствует о затоваренности

Таблица 2. Оценка вероятности банкротства СХПК им. Сунь Ят-Сена за 2013–2015 гг. на основе коэффициентного анализа

Наименование показателя	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2015 г. от 2013 г.
<b>Анализ деловой активности</b>				
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	0,85	0,76	1,31	0,46
Продолжительность одного оборота оборотных активов, дн.	425	474	275	-150
Средний остаток запасов, тыс. руб.	12909,5	7472	3236	-9673,5
Коэффициент оборачиваемости запасов, об.	1,09	1,03	2,15	1,06
Период оборачиваемости запасов, дни	330	349	167	-163
Средние остатки дебиторской задолженности, тыс. руб.	2232,5	2588,5	2013	-219,5
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	6,3	2,98	3,46	-2,84
Продолжительность инкассации дебиторской задолженности, дни	57	121	104	47
Средние остатки кредиторской задолженности, тыс. руб.	1811,5	885	649	-1162,5
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	7,77	8,71	10,73	2,96
Период обращения кредиторской задолженности, дни	46	41	34	-12
Продолжительность производственного цикла, дни	330	349	167	-163
Продолжительность операционного цикла, дни	387	470	271	-116
Продолжительность финансового цикла, дни	433	511	305	-128
<b>Анализ коэффициентов рентабельности</b>				
Рентабельность (убыточность) продаж,%	-46,58	-130,44	-41,02	5,56
Рентабельность (убыточность) капитала,%	-14,33	-43,31	-20,66	-6,33
Рентабельность (убыточность) собственного капитала,%	-15,81	-45,99	-21,56	-5,75
Рентабельность (убыточность) заемного капитала,%	-153,89	-743,89	-493,66	-339,77
Рентабельность (убыточность) перманентного капитала,%	-15,08	-44,81	-21,43	-6,35
Рентабельность (убыточность) основного капитала,%	-26,19	-70,18	-29,27	-3,08
Рентабельность (убыточность) оборотного капитала,%	-31,66	113,13	-70,2	-38,54
<b>Коэффициенты финансовой устойчивости</b>				
Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами	0,84	0,87	0,84	-
Коэффициент маневренности	0,37	0,3	0,22	-0,15
Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0,93	0,96	0,96	0,03
Коэффициент финансовой устойчивости	0,97	0,96	0,96	-0,01
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,07	0,05	0,04	-0,03
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	0,71	0,5	0,33	-0,38
<b>Коэффициенты ликвидности</b>				
Коэффициент абсолютной (срочной) ликвидности	0,004	0,22	0,003	-0,001
Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности	2,43	3,98	2,42	-0,01
Коэффициент текущей ликвидности	12,31	10,03	6,3	-6,01
Коэффициент утраты платежеспособности	6,72	4,73	2,68	-4,04

складов, о нерациональном ведении политики по отношению к оборотным активам.

Оценка вероятности банкротства на основе многофакторных прогнозных моделей подтвердила сделанный вывод. Результаты такой оценки представлены в таблице 3.

По данным таблицы 3, можно констатировать, что вероятность банкротства СХПК им. Сунь Ят-Сена невысокая. Определим временной интервал до банкротства хозяйства по системе показателей Бивера, которые представлены в таблице 4.

По данным таблицы определяем, что СХПК им. Сунь Ят-Сена находится более чем за 5 лет до банкротства.

Таким образом, по результатам оценки финансового состояния СХПК им. Сунь Ят-Сена был сделан вывод, что структура баланса предприятия является удовлетворительной, а предприятие — платежеспособным и финансово устойчивым. Кроме того, хозяйство практически не

зависит от заемных источников финансирования, что оказывает положительное влияние на его финансовое состояние. СХПК им. Сунь Ят-Сена не использует в своей финансово-хозяйственной деятельности кредитные и заемные средства, что оценивается положительно. Снижение собственного капитала связано со снижением прибыльности хозяйства.

Руководству необходимо акцентировать внимание на систематическом анализе эффективности деятельности предприятий с целью поиска резервов сокращения затрат и повышения прибыли предприятия [9].

Несмотря на сложившуюся отрицательную динамику по показателям прибыли и рентабельности, величина собственного капитала предприятия остается на высоком уровне. Риск банкротства предприятия невысокий, временной интервал до банкротства составляет более пяти лет. Однако хозяйству необходимо обратить внимание, что на протя-

Таблица 3. Результаты диагностики вероятности банкротства СХПК им. Сунь Ят-Сена в 2015 г.

Показатель	Вероятность банкротства		Вероятность банкротства		Вероятность банкротства	
	2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	есть	нет	есть	нет	есть	нет
Двухфакторная модель		+		+		+
Пятифакторная модель Э. Альтмана для организаций, акции которых не котируются на бирже		+		+		+
Модель Таффлера и Тишоу	+		+		+	
Модель Лиса	+		+		+	
Четырехфакторная R-модель Иркутской государственной экономической академии		+		+		+
Рейтинговая модель Сайфуллина Р. С. и Кадыкова Г. Г.		+	+		+	
Оценка финансовой устойчивости в соответствии с Постановлением Правительства от 30.01.2003 г. № 52 «О реализации Федерального закона «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей»		+		+		+

Таблица 4. Модель оценки вероятности банкротства в зависимости от сроков его приближения для СХПК им. Сунь Ят-Сена

Показатели	Порядок расчета	Значение	Значение показателей		
			Для благополучных организаций	За 5 лет до банкротства	За 1 год до банкротства
Коэффициент Бивера	(Чистая прибыль + Амортизация) / Заемный капитал	-3,93	0,4–0,45	0,17	-0,15
Рентабельность активов	Чистая прибыль / Активы	-0,23	6–8	4	-22
Коэффициент финансирования	Заемный капитал / Активы	0,04	0,37	0,5	0,8
Коэффициент покрытия	Собственные оборотные средства / Активы	0,21	0,4	0,3	0,06
Коэффициент текущей ликвидности	Оборотные активы / Краткосрочные обязательства	6,3	3,2	2	1

жении всего периода работы предприятия уровни показателей промежуточной и текущей ликвидности значительно превышают принятые нормативные значения, что свидетельствует о затоваренности складов, о нерациональном ведении политики по отношению к оборотным активам. С позиции кредиторов такой вариант формирования оборотных средств наиболее предпочтителен. С точки зрения эффек-

тивности деятельности предприятия значительное накопление запасов, отвлечение средств в дебиторскую задолженность может свидетельствовать о неумелом управлении активами. В данном случае предприятию необходимо пересмотреть политику управления активами предприятия с целью ускорения оборачиваемости средств, вложенных в запасы, сокращением дебиторской задолженности и т.д.

#### Литература:

1. Журова Л.И. Банкротство предприятий: причины и методы прогнозирования / Л.И. Журова, А.Ю. Шехтман // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2011. — № 23.
2. Олиниченко К.В. Банкротство предприятий и система критериев их неплатежеспособности / К.В. Олиниченко, И.А. Кузьмичева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2015. — № 6(2). — С. 318–322.
3. Высоцкая Т.В. Оценка вероятности банкротства предприятия агропромышленного комплекса / Т.В. Высоцкая // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета — 2013. — № 89. — С. 1–12.
4. О несостоятельности (банкротстве): Федеральный закон от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ (ред. от 03.07.2016 г.). — [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=201197#0>.
5. Комментарий к Федеральному закону «О несостоятельности (банкротстве)» / Под ред. Залесского В.В. — М.: Издательство г-на Тихомирова М.Ю., 2005. — 617 с.
6. Кузьмина Е.С. Бухгалтерский баланс как информационная база анализа финансового состояния предприятия и оценки вероятности его банкротства / Е.С. Кузьмина, О.А. Воликов // Молодой ученый. — 2016. — № 6. — С. 467–469.
7. Иванова Ю.О. Анализ бухгалтерского баланса для снижения рисков банкротства сельскохозяйственных организаций / Ю.О. Иванова // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. — 2013. — № 5 (43). — С. 184–188.
8. Левкина Е.В. Комплексная статистическая оценка финансового состояния предприятий рыбной промышленности Приморского края / Е.В. Левкина, А.Р. Турарова // Финансовый менеджмент. — 2017. — № 1.
9. Панчешный М.В. Концепции и модели оценки вероятности банкротства в России и за рубежом / М.В. Панчешный, И.С. Астафурова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2014. — № 30. — С. 278–283.
10. Левкина Е.В. Оценка финансовых результатов рыбной промышленности Приморского края и пути их развития / Е.В. Левкина, Д.А. Курченкова // Международный студенческий научный вестник. — 2017. — № 1. — С. 26–26.

## Особенность экономики в энергетической отрасли

Чарышкина Алена Валериевна, студент  
Тольяттинский государственный университет

Энергетика является важнейшей частью единого топливно-энергетического хозяйства страны, которое включает добычу и использование энергоресурсов, трубопроводный транспорт нефти, установки по производству, передаче и распределению электро- и теплоэнергии.

Энергетика обладает рядом черт технологических особенностей, которые отличают ее от других отраслей производства, например, совпадение во времени процессов и потребления энергии. Следствием технологических особенностей является специфическое содержание экономики энергетической отрасли экономической науки.

Из определения понятия энергетической отрасли следует необходимость комплексного отраслевого подхода к изучению ее

экономики от добычи и переработки топлива до процессов потребления энергии включительно.

В начале XX века в истории экономики открывается новый раздел, который до этого еще не был изучен и представлял собой важное значение — это экономика энергетической отрасли. Энергетика только набирала мощь и начинала развиваться, стремительно набирала обороты в развитии создавая неразрывную «Энергетическую систему» от природного ресурса до непрерывного процесса производства, преобразования, передачи и потребления топлива и энергии включительно.

Такая сложная и многоступенчатая система приводит к образованию «топливно-энергетического комплекса».

Такой системный подход в энергетике и определяет основные положения и особенности экономики энергетической, которая всегда была экономикой топливно-энергетического комплекса с акцентом на самую развитую и сложную его часть — электроэнергетику.

Если перейти к потребителю электроэнергии — промышленному предприятию, то оно представляет собой сложную открытую экономическую систему, зачастую имеющую на выходе десятки и сотни входных параметров (многие виды сырья, материалов, топлива и энергии, информации), а на выходе — разнообразные виды продукции (товаров и услуг).

Промышленные предприятий разных отраслей — это может быть и машиностроение, металлургия, химическая промышленность, пищевая промышленность и многие другие отрасли взаимодействуют и напрямую зависят от энергетических объединений. Каждая сторона заинтересована в собственной прибыльной деятельности. Главной задачей, которую ставят перед собой энергопредприятия и промышленные предприятия — это обеспечение непрерывной, безаварийной работы технологического оборудования для производства в запланированном объеме, в установленные сроки и с наименьшими энергетическими затратами конкурентоспособной продукции.

В настоящее время обостряются противоречия и возникают трудности, вызванные недостаточно глубокой научной проработкой основных вопросов экономической реформы, и прежде всего вопросов повышения конкурентоспособности предприятий, в том числе и энергетических компаний. В связи с этим приобретают актуальность проблемы преобразования организационной структуры электроэнергетики в направлении формирования конкурентной среды и исследования рыночных механизмов, необходимых для эффективного управления и выработки стратегий развития энергетических компаний. Решение этих проблем позволит энергокомпаниям обеспечить должную конкурентоспособность в течение длительного периода. Кроме того, знакомство с основами современных рыночных отношений необходимо как для потребителей, так и для производителей электроэнергии. [2, с. 3]

Электроэнергетика сложный комплекс, который включает производство, сбыт, передачу электроэнергии, обладает особым, отличительным характером, что делает ее непохожей ни на одну отрасль промышленности. Приведем некоторые примеры специфических черт электроэнергетики:

- главное отличие от других отраслей — это конечный и главный продукт производства — электрическая энергия;
- нельзя накапливать электрическую энергию (в больших объемах);
- потребители диктуют какой объем энергии необходим для той или иной промышленности, невозможность наращивания этих объемов по инициативе энергетиков;
- нужно рассчитывать объемы производств и потребления энергии по часам и на год;

– строгий контроль за бесперебойной, безаварийной работой энергоснабжения, что наиболее важно для населения страны и всех жизненно важных хозяйственных отраслей;

— важным показателем в энергосистеме является и климатические условия, сезон года, зависимость климатических условий влияет на необходимость планирования энергопотребления, разработки графиков нагрузки на каждый день каждого месяца с учетом сезона.

Электрические станции являются структурой электроэнергетической отрасли. В зависимости от видов природных источников энергии, электростанции разделяют на следующие:

- тепловые станции (ТЭС), которые подразделяются на конденсационные и теплофикационные;
- атомные станции (АЭС);
- гидравлические электрические станции (ГЭС);
- и другие геотермальные электростанции, ветряные электростанции, солнечные и прочие станции.

Все перечисленные электрические станции обладают отличительными экономическими характеристиками, но главными показателями, которые определяют всю экономику энергетического производства в не зависимости от вида электростанций являются капитальные затраты и годовые расходы по эксплуатации оборудования электростанций.

*Что является продукцией энергетического производства?*

Какой же товар производит энергетическое производство, товаром в энергетике является энергетическая энергия. Энергия она не имеет объема, запаха, вида и формы, такой товар определить не возможно. Выработанная мощность зависит и определяется характером режима потребления. Невозможно производить электрическую энергию больше, чем требуется в данный момент.

Приобретается электрическая энергия для благ, которая используется как свет в электроприборах, тепло и т.д.

Электрическую энергию невозможно хранить на складе и запастись в больших объемах, можно в небольших объемах аккумулировать в батареях, в конденсационных установках. Этот товар не может быть незавершенным в производстве. Производство и транспорт электрической энергии нельзя разъединить друг от друга.

Кроме цены товара, покупателя интересует также расходы при его эксплуатации. Эти расходы зависят от качества электроснабжения. [2, с. 30]

Основные свойства продукта «электрическая энергия» — это показатели качества электрической энергии, которые должны соответствовать ГОСТ 13109–97. [2, с. 34]

*Основные фонды электроэнергетики*

Вовлеченные в процесс производства и выраженные в денежной форме средства производства образуют производственные фонды предприятия. Производственные фонды являются материальной основой процесса производства и бывают основные и оборотные. Деление фондов на основные и оборотные обусловлено их ролью в процессе производства и характером переноса их стоимости на готовую продукцию.

Основные производственные фонды функционируют в сфере материального производства, непосредственно участвуя в производственном процессе (котлы, турбины, генераторы и т.п.) или создавая условия для его нормального и бесперебойного осуществления (строительная часть главного корпуса электростанции, гидротехнические сооружения ГЭС или ТЭС, склады топлива и т.п.).

Главным и важным элементом технологической схемы на энергопредприятии является котлотурбинное, электротехническое, гиротехническое и прочее оборудование. Данное оборудование является дорогим и основная сумма капитальных вложений приходится именно на эти установки, поэтому на энергопредприятиях стоимость энергооборудования более половины стоимости основных фондов. Отличительной особенностью структуры основных фондов в энергетике является значительно более высокий, чем по промышленности в целом, удельный вес силового оборудования, сооружений и энергоустройств.

В процессе эксплуатации основные производственные фонды постепенно утрачивают свои потребительские качества, т.е. их потребительская стоимость уменьшается. Такой процесс называется износом. Износ — постепенная утрата основными фондами своей стоимости. [1, с. 23]

Энергетика относится к числу отраслей, где темпы технического прогресса особенно высоки. Поэтому для нее влияние морального износа особенно важно учитывать при установлении экономически оправданных сроков службы техники, норм амортизации, определении экономической эффективности модернизации оборудования и реконструкции энергетических объектов, целесообразности замены еще физически полностью не изношенного оборудования. Целесообразность реконструкции, модернизации и замены должна определяться на основе сопоставления дополнительных затрат и потерь с экономией живого и овеществленного труда.

Правильное установление степени износа основных фондов имеет первостепенное значение для определения их восстановительной и остаточной стоимости и размера амортизационных отчислений.

Использование нового, более совершенного оборудования может вызвать увеличение капитальных затрат, но при этом будет обеспечено или увеличение выпуска продукции, или снижение ее себестоимости, а в ряде случаев и то и другое одновременно. Эффективность дополнительных капитальных затрат может быть определена сроком их окупаемости или расчетом приведенных затрат.

Энергетика — это отрасль, где технологическое оборудование постоянно развивается и совершенствуется и как уже говорилось выше, доля участия в производстве велика. Ввод нового более современного энергетического оборудования в эксплуатацию энергопредприятия приведет к снижению издержек производства и при этом значительно увеличит его мощности, что может привести к снижению удельных капитальных за-

трат, т.е. относительным уменьшением стоимости основных производственных фондов. В данном случае эффективность применения современного оборудования очевидна.

#### *Сущность и виды себестоимости продукции*

Себестоимость продукции на энергетических предприятиях определяется денежным выражением материальных и трудовых затрат на производство, передачу и реализацию электрической энергии за плановый период (месяц, год и т.д.). Себестоимость продукции исчисляется как по экономическим элементам, так и по статьям затрат. [2, с. 48]

Затраты предприятия можно планировать и учитывать в натуральной форме (метрах, штуках, тоннах), однако, чтобы подсчитать совокупность всех расходов, их нужно привести к единому измерителю, т.е. представить в денежном выражении.

Различают четыре основных вида себестоимости промышленной продукции.

*Цеховая себестоимость* — это затраты связанные с отдельным цехом на производство единицы продукции.

*Производственная (общезаводская) себестоимость* — это сумма цеховой себестоимости и общезаводских расходов. На предприятиях, которых отсутствует цеховая организация производства, цеховая себестоимость продукции совпадает с производственной себестоимостью.

*Полная (коммерческая) себестоимость* — это сумма затрат предприятия на производство и на реализацию продукции. Полная себестоимость продукции формируется из производственной себестоимости и внепроизводственных расходов. В основе полной себестоимости лежит цеховая себестоимость, составляющая большую часть.

*Отраслевая себестоимость* — характеризует затраты как отдельного предприятия на производство и реализацию продукции, так и среднее по отрасли затраты на изготовление и реализацию продукции и определяется как средневзвешенная величина затрат на выпуск продукции и количество по отрасли в целом.

Себестоимость бывает *плановая, расчетная, фактическая*.

*Плановая себестоимость* учитывает затраты максимально допустимые, величина устанавливается на основе рыночных цен, либо из опыта предыдущих периодов на усмотрение организации. Включаются затраты, которые необходимы для проведения организации производства. Плановая себестоимость используется для составления бюджета и в дальнейшем для сравнения затрат в плановом и фактическом периодах.

*Расчетная себестоимость* составляется в текущем периоде для обоснования проектов, на основании которых составляются технико-экономические предложения.

*Фактическая себестоимость* расчет фактической себестоимости ведется по фактическим затратам полученным в текущем отчетном периоде — это реальные затраты полученные предприятием на текущий момент.

В дальнейшем эти данные используются для анализа производственно — хозяйственной деятельности.

В себестоимости комплексно отражается уровень финансовых, материальных и трудовых затрат, поэтому по своему экономическому содержанию себестоимость является важнейшим показателем эффективности производительности предприятия.

Если и дальше углубится в рассмотрение и изучение особенностей экономики в предлагаемой отрасли промышленности как энергетика, интересно рассмотреть и такие вопросы как: финансы, инвестирование, организация труда, анализ производственно-хозяйственной деятельности энергетического объединения и многие другие вопросы.

Литература:

1. Смышляева Е. Г. Экономика энергетика: учеб. пособие. Тольяттинский государственный университет. — Тольятти, 2009. — 247с.
2. Можаяева С. В. Экономика энергетического производства: учеб. пособие. 6-е изд., доп. и перераб. — Спб.: Издательство «Лань», 2011. — 272с.

## Эффективная система ресурсов предприятия

Чернухина Татьяна Николаевна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Состояние, формирование и использование ресурсов является одним из важных факторов обеспечения конкурентоспособности предприятий Российской Федерации. Одними из отличительных особенностей ресурсов является их ограниченность и стоимость, поэтому тема определения их эффективной системы является актуальной, и позволяет выявить резервы повышения рентабельности финансово-хозяйственной деятельности предприятий и ликвидности активов.

Экономическая эффективность является одним из базовых понятий экономической теории и дает возможность исследовать развитие общественного производства. В самом общем виде эффективность представляет собой отношение результата к затратам, обеспечивающим его получение. Она характеризует зависимость между количеством единиц ограниченных ресурсов, применяемых в процессе производства, и получаемым объемом продукта, то есть охватывает проблему «затраты — выпуск». Увеличение количества продукта, получаемого от фиксированного объема затрат, означает повышение эффективности. Меньший объем продукта от данного объема затрат указывает на снижение эффективности [3, с. 30].

Изучению вопросов эффективной системы ресурсов посвящено немало работ ведущих экономистов, таких как Любушин Н. П., Лобачева Е. Н., Захаров И. В., Легостаева Е. А., Шубина С. В., Шрайбфедер Д., Слипачук

Необходимо постоянно развивать, анализировать знания в области экономики, ставить новые задачи и успешно решать их.

**Знания — это совокупность сведений в различных областях, и на примере представленной работы мы видим как связаны друг с другом две важные отрасли энергетика и экономика.**

Экономические знания и системный подход к решению экономических вопросов особенно необходимы в энергетическом комплексе, который является наиболее капиталоемким комплексом промышленности и связан со всеми отраслями промышленности.

О., Золотова Н. Н., Савицкая Г. В., Лукаш Ю. А., Зырянова О. Т. и другие.

В основном эффективность системы ресурсов предприятия рассматривалось либо в составе оптимизации показателей ликвидности активов, либо в качестве улучшения систем использования определенных ресурсов и снабжения их отдельными видами.

Признаки эффективной системы ресурсов предприятия приведены на рисунке 1.

Сведения о ресурсах, имеющихся в распоряжении организации, содержатся в активе баланса. Каждому виду размещенного капитала соответствует отдельная статья баланса. Результаты финансово-хозяйственной деятельности отражены в отчете о финансовых результатах и позволяют проанализировать эффективность использования основных фондов и оборотных активов [5, с. 310].

Соотношение внеоборотных и оборотных активов рассчитывается путем деления друг на друга итогов соответствующих разделов баланса. Этот показатель выражает количество единиц, вложенных в долгосрочные активы, приходящихся на одну единицу, вложенную в оборотные средства. Минимальное значение данного показателя свидетельствует об инвестиционной привлекательности организации: низком производственном риске — возможности окупить вложения в долгосрочные активы за счет будущих поступлений. Исключением являются





Рис. 1. Элементы эффективной системы ресурсов предприятия

случаи, когда увеличение доли оборотных активов в имуществе вызвано формированием более мобильной структуры активов, способствующих ускорению оборачиваемости средств организации; отвлечением части текущих активов на кредитование потребителей готовой продукции, что свидетельствует о фактической иммобилизации этой части оборотных средств; расширением производственной базы организации [1, с. 68].

Одним из важных критериев эффективности ресурсов предприятие является значение коэффициента имущества производственного назначения, равного или превышающего 0,5. Данный коэффициент рассчитывается следующим образом:

$$K_{\text{произв имущ}} = (\text{ОС} + \text{НС} + \text{З} + \text{НП}) : \text{А}, \quad (1)$$

где ОС — стоимость основных фондов, руб.;

НС — стоимость незавершенного строительства, руб.;

З — стоимость остатков запасов на складе, руб.;

НП — стоимость незавершенного производства, руб.;

А — общая стоимость ресурсов предприятия, руб.

[2, с. 170].

Оптимальную потребность предприятия в оборотных средствах можно определить с помощью следующей расчетной формулы:

$$E = \text{ЗЗ} + \text{ДЗ} - \text{КЗ}, \quad (2)$$

где ЗЗ — стоимость запасов и затрат (второй раздел актива баланса), руб.;

ДЗ — сумма дебиторской задолженности, руб.;

КЗ — сумма кредиторской задолженности, руб.

Плановая потребность в оборотных средствах определяется как средняя величина финансово-эксплуатационной потребности предприятия в оборотных средствах за ряд предшествующих лет [4, с. 106].

Обобщающим показателем эффективности использования основных фондов является фондорентабельность, показатель которой зависит от фондоотдачи и рентабельности продукции.

Взаимосвязь показателей фондорентабельности, фондоотдачи и рентабельности продукции можно представить следующим образом:

$$R_{\text{оф}} = \Phi O_{\text{оф}} \cdot R_{\text{вп}}, \quad (3)$$

где  $\Phi O_{\text{онф}}$  — фондоотдача;

$R_{\text{вп}}$  — рентабельность продукции [5, с. 301].

Кроме того, эффективность системы ресурсов предприятия предполагает сопоставление результатов хозяйственной деятельности с потребленными ресурсами, затраченными для получения рассматриваемого результата. Исходя из этого, можно сформировать следующую систему показателей экономической эффективности ресурсов предприятия: ресурсоотдача, коэффициент оборачиваемости оборотных средств, рентабельность оборотных средств.

Не менее важными рассмотренных выше показателей является оценка использования трудовых ресурсов, которая осуществляется с помощью расчета уровня расходов на оплату труда и рентабельности затрат на заработную плату.

Реализация эффективной системы ресурсов предприятия представлена на примере расчета эффективности ресурсов ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод». Анализ структуры активов выполнен в таблице 1 [6].

Имущество организации в течение 2015 года увеличилось на 12871027 тыс. руб. или 28,49%. Этот рост был обусловлен, в первую очередь, ростом оборотных активов на 9856752 тыс. руб. или 25,89%. Однако, темп роста внеоборотных активов опередил темп роста оборотных активов, что привело к сокращению их доли на 1,71%.

Несмотря на рост стоимости основных средств, удельный вес внеоборотных активов ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод» в общей стоимости ресурсов предприятия в 2015 году оставался небольшим и составил 17,42%, что говорит о высокой степени мобильности имущества.

Коэффициента имущества производственного назначения ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод» в 2015 году равен 0,27, что значительно ниже нормативного значения — 0,5. Причиной снижения данного показателя является значительный удельный вес дебиторской задолженности, которая в 2015 году составила 41,08% в общей стоимости оборотных активов предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что для дальнейшего роста эффективности системы ресурсов предприятия большое значение имеет улучшение платежной дисциплины — сокращение сроков погашения дебиторской задолженности путем корректировки условий договоров о реализации продукции.

Анализ обеспеченности ресурсами и эффективности использования имущества выполнен в таблице 2.

Финансово-хозяйственная деятельность ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод» в течение последних двух лет была неэффективной — предприятие понесло убытки в размере 1999 тыс. руб. и 5606192 тыс. руб. в 2014 и 2015 годах соответственно, что говорит о неэффективном использовании ресурсов.

С целью формирования эффективной системы ресурсов ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод» можно:

- увеличить фондоотдачу путем внедрения более технологичного оборудования;
- сократить расходы на оплату труда в составе себестоимости единицы продукции за счет увеличения выработки одного работника путем сокращения простоев и повышения эффективности использования рабочего времени;

Таблица 1. Анализ эффективности структуры ресурсов ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод», тыс. руб.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютные изменения		Темп роста, %	
				2015 г.— 2013 г.	2015 г.— 2014 г.	2015 г./ 2013 г.	2015 г./ 2014 г.
Внеоборотные активы всего	7244085	7095747	10110022	2865937	3014275	139,56	142,48
В том числе основные средства	7089363	6768201	8192572	1103209	1424371	115,56	121,05
Удельный вес внеоборотных активов, %	20,21	15,71	17,42	-2,80	1,71	-	-
Доля основных средств, %	97,86	95,38	81,03	-16,83	-14,35	-	-
Оборотные активы всего	28593475	38078283	47935035	19341560	9856752	167,64	125,89
В том числе запасы	5660594	7456770	7536967	1876373	80197	133,15	101,08
Дебиторская задолженность	15241613	18467577	19694014	4452401	1226437	129,21	106,64
Денежные средства и финансовые вложения	6985958	10730885	18953838	11967880	8222953	271,31	176,63
Удельный вес оборотных активов, %	79,79	84,29	82,58	2,80	-1,71	-	-
Доля запасов, %	19,80	19,58	15,72	-4,07	-3,86	-	-
Доля дебиторской задолженности, %	53,30	48,50	41,08	-12,22	-7,41	-	-
Доля денежных средств, %	24,43	28,18	39,54	15,11	11,36	-	-
Активы всего	35837560	45174030	58045057	22207497	12871027	161,97	128,49
Соотношение внеоборотных и оборотных активов	0,25	0,19	0,21	-0,04	0,02	-	-
Коэффициент имущества производственного назначения	0,36	0,31	0,27	-0,08	-0,04	-	-

Таблица 2. Показатели эффективности системы ресурсов ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод», тыс. руб.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютные изменения		Темп роста, %	
				2015 г.— 2013 г.	2015 г.— 2014 г.	2015 г./ 2013 г.	2015 г./ 2014 г.
Выручка	42829830	43775017	61904951	19075121	18129934	144,54	141,42
Среднегодовая стоимость основных средств	7296316	6928782	7480387	184071	551604,5	102,52	107,96
Среднегодовая стоимость оборотных активов	25411208	33335879	43006659	17595451,5	9670780	169,24	129,01
Кредиторская задолженность	3772131	6674051	8958141	5186010	2284090	237,48	134,22
Расходы на оплату труда	2358666	2547778	2722152	363486	174374	115,41	106,84
Примененные ресурсы	35066189	42812439	53209198	18143008,5	10396758,5	151,74	124,28
Чистая прибыль	2029931	-1999	-5606192	-7636123	-5604193	-276,18	280449,82
Валовая прибыль	5468866	6620954	6628001	1159135	7047	121,20	100,11
Оптимальная потребность в оборотных средствах	17130076	19250296	18272840	1142764	-977456	106,67	94,92
Фондоотдача	5,87	6,32	8,28	2,41	1,96	140,98	130,99
Рентабельность оборотных средств, %	7,99	-0,01	-13,04	-21,02	-13,03	-	-
Рентабельность продукции, %	4,74	-	-9,06	-13,80	-9,05	-	-
Фондорентабельность	27,82	-0,03	-74,95	-102,77	-74,92	-	-
Ресурсоотдача	1,22	1,02	1,16	-0,06	0,14	95,25	113,78
Ресурсорентабельность	5,79	-	-10,54	-16,32	-10,53	-	-
Эффективность ресурсов	0,06	-	-0,11	-0,17	-0,11	-	-
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,69	1,31	1,44	-0,25	0,13	-	-
Уровень расходов на оплату труда	0,06	0,06	0,04	-0,01	-0,01	-	-
Рентабельность расходов на оплату труда, %	86,06	-0,08	-205,95	-292,01	-205,87	-	-

— расширить рынок сбыта, увеличив объем реализации и производства;

— уменьшить количество остатков запасов на складе, ускорив их обращение.

Литература:

1. Герасимов Б. И. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / Б. И. Герасимов, Т. М. Коновалова, С. П. Спиридонов, Н. И. Саталкина / Учебное пособие — Тамбов: издательство Тамбовского государственного технического университета, 2008. — 160 с.
2. Зотова Н. Н., Зырянова О. Т. Бухгалтерский учет и анализ / Н. Н. Зотова, О. Т. Зырянова / Учебное пособие. — Курган: издательство Курганского государственного университета, 2014. — 225 с.
3. Лобачева Е. Н. Экономическая теория / Е. Н. Лобачева / Учебник для бакалавров — 3-е издание, переработанное и дополненное. — М.: издательство Юрайт, 2012. — 516 с.
4. Романова Л. Е., Давыдова Л. В., Коршунова Г. В. Экономический анализ / Л. Е. Романова, Л. В. Давыдова, Г. В. Коршунова / Учебное пособие. — СПб: Питер, 2011. — 336 с.
5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая / Учебное пособие — 2-е издание, исправленное и дополненное. — Минск: РИГТО, 2012. — 367 с.
6. Бухгалтерская отчетность ОАО «Русал Красноярский алюминиевый завод». Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh/2015/2465000141>.

## Значение налога на доходы физических лиц в формировании бюджетов РФ и государственного бюджета Республики Саха (Якутия)

Чучайцева Айыына Лаврентьевна, студент;  
 Научный руководитель: Ноева Елена Евгеньевна, старший преподаватель  
 Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

В данной статье проводится анализ налога на доходы физических лиц в формировании дохода бюджета РФ и государственного бюджета РС(Я). Рассмотрены динамики поступлений НДФЛ в консолидированный бюджет РФ и государственный бюджет Республики Саха (Якутия).

**Ключевые слова:** налог на доходы физических лиц, консолидированный бюджет РФ, государственный бюджет Республики Саха (Якутия)

**Keywords:** tax on personal income, the consolidated budget of Russia, the state budget of the Republic of Sakha (Yakutia)

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) — основной вид прямых налогов. Исчисляется в процентах от совокупного дохода физических лиц за вычетом документально подтверждённых расходов, в соответствии с действующим законодательством. [2]

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) — неотъемлемая часть функционирования экономики любой страны. Экономическая сущность налога на доходы физических лиц заключается в определении роли и места данного вида налога в налоговой системе страны. Его доля в государственном бюджете прямо зависит от уровня развития экономики, в этом заключается его роль.

Важнейшим определяющим моментом налога на доходы физических лиц является то, что объектом обло-

жения по данному налогу служит именно доход, реально полученный налогоплательщиком.

Преимущество этого налога заключается в том, что его плательщиками является практически все трудоспособное население страны, вследствие чего его поступления могут без перераспределения зачисляться в любой бюджет: от поселкового до федерального. К тому же этот налог — достаточно стабильный и устойчивый доходный источник бюджетов, благодаря чему он в основном зачисляется в бюджеты муниципальных образований, из которых финансируются основные расходы, связанные с жизнеобеспечением населения.

НДФЛ самый перспективный в смысле его продуктивности. При прочих равных условиях он легче других

Таблица 1. Динамика поступлений налога на доходы физических лиц в Республике Саха (Якутия) за 2014–2016 гг.

Годы	НДФЛ, млрд руб.	Удельный вес в бюджете РС(Я), %
2014	17,29	19
2015	29,31	27
2016	20,6	20

Таблица 2. Поступление НДФЛ в консолидированный бюджет РФ и в государственный бюджет РС(Я) за 2014–2016 гг., млрд руб. [3]

Бюджеты	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Абсолютное отклонение (±)		Относительное отклонение (%)	
				2015 г.к 2014 г.	2016 г.к 2015 г.	2015 г.к 2014 г.	2016 г.к 2015 г.
Поступление НДФЛ							
Консолидированный бюджет РФ	2702,6	2807,8	2592,1	+105,2	-215,7	+3,89	-7,68
Государственный бюджет РС(Я)	17,29	29,31	20,6	-12,02	-8,71	+69,52	-29,72
Всего налоговые доходы							
Консолидированный бюджет РФ	19450,6	21153,3	20633	+1702,7	-520,3	+8,75	-2,46
Государственный бюджет РС(Я)	90,47	107,85	102,86	+17,38	-5	+19,21	-4,63
Доля НДФЛ в налоговых доходах, %							
Консолидированный бюджет РФ	13,89	13,27	12,56	-0,62	-0,71	-4,46	-5,35
Государственный бюджет РС(Я)	19,11	27,18	20,03	+8,07	-7,15	+42,23	-26,31

налогов контролируется налоговыми органами, от его уплаты сложнее уклониться недобросовестным налогоплательщикам.

В бюджеты субъектов Российской Федерации подлежат зачислению налога на доходы физических лиц — по нормативу 85 процентов.

В бюджеты городских поселений зачисляется налога на доходы физических лиц — по нормативу 10 процентов. [1]

Таким образом, налог на доходы физических лиц, являясь федеральным налогом, полностью поступает в местные и региональные бюджеты.

По итогам 2016 года в государственный бюджет Республики Саха (Якутия) поступило доходов 164,33 млрд рублей (–2,01% к 2015 году), из них налоговые доходы — 102,86 млрд рублей (–4,63%), неналоговые — 10,47 млрд рублей (–17,56%) и безвозмездные поступления — 50,99 млрд рублей (–22,66%). По сравнению с 2015 годом наблюдается снижение поступлений по всем основным видам налогов.

За анализируемый период удельный вес налога на доходы физических лиц в 2015 году показывает больший результат.

Из таблицы 2 видно, что в 2015 г., по сравнению с 2014 г., поступление НДФЛ в консолидированный бюджет РФ выросло на 3,89%, в государственный бюджет РС(Я) — на 69,52%, а в 2016 г. снизилось на 7,68 в консолидированный бюджет РФ и на 29,72% в бюджет РС(Я). Доля

НДФЛ в общем объеме доходов бюджетов РФ от налогов в 2015 г. составила в консолидированном бюджете 13,27%, что на 0,62% меньше, чем в 2014 г., а в 2016 г. — 12,56%, что на 0,71% меньше, чем в 2015 г. Доля доходов от НДФЛ в общем доходе от налогов в бюджет РС(Я) в 2015 г. составила 27,18%, что на 8,07% больше, чем в 2014 г., а в 2016 г. — 20,03%, что на 7,15% меньше чем в 2015 г. Поступление от НДФЛ в консолидированный бюджет РФ и государственный бюджет РС(Я) увеличилось в 2015 г. по сравнению с 2014 г., а также в 2016 г. Наблюдался рост поступлений от налога на доходы физических лиц в соответствующие бюджеты Российской Федерации в 2015 г.

Таким образом, на сегодняшний день, НДФЛ в большей степени выполняет фискальную функцию. Однако, надеемся, что через определенное время прогрессивное налогообложение все-таки будет введено. Во-первых, об этом свидетельствует социально-экономическая направленность политики России. Во-вторых, признание эффективности прогрессивного обложения НДФЛ в большинстве экономически развитых стран. В-третьих, Правительство будет вынуждено ввести прогрессивную ставку подоходного налога физических лиц в связи со стремительным увеличением разницы между доходами бедных и богатых слоев населения. И если не предпринимать действенных мер, то через некоторое время это приведет к дестабилизации общественно-политической ситуации в стране.

#### Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ.
2. Налоги и налогообложение: учебник / под ред. Майбуrows И. А. — М.: 2011. — 558 с.
3. Официальный сайт — Единый портал бюджетной системы Российской Федерации — <http://budget.gov.ru/>.

## Дискуссионные проблемы введения стандартов Базель III в условиях российской экономики

Шария Георгий Ревазович, студент

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева (г. Саранск)

*В статье рассматривается проблематика введения стандартов Базеля III в России. Перечислены основные требования данного соглашения. Проанализированы положительные и отрицательные стороны Базеля III.*

**Ключевые слова:** Базель III, банк, банковская система, российская экономика

С 2014 года российское банковское регулирование приводится в соответствии с базельскими стандартами (так называемый Базель III), который был утвержден Базельским комитетом банковского надзора. И сегодня в экономическом сообществе вспыхивают дискуссии о целесообразности таких новшеств.

Базельский комитет по банковскому надзору является комитетом органов банковского надзора, созданным

управляющими центральными банками стран группы G-10 в 1975 году.

В 2010 году Базельский комитет опубликовал третье Базельское соглашение (Базель III). Основные требования Базеля III направлены на повышение устойчивости банковских систем по отношению к финансовым и экономическим кризисам, улучшение качества управления рисками и их оценки, повышение прозрачности и стан-

дартов раскрытия информации финансовыми институтами.

Основные направления предложений Базель III состоят в следующем:

- ужесточаются требования к капиталу банков
- вводятся в обращение два новых стандарта ликвидности — краткосрочной (LCR) и долгосрочной (NSFR)
- предлагается применения показателя «леверидж»

Особую важность приобретает введение более жестких требований к нормативам достаточности капитала с целью обеспечения наличия высококачественного капитала в объеме, необходимом для покрытия убытков.

Более того, новые стандарты вводят более жесткое определение источников собственных средств, принимаемых в расчет основного капитала, а также резервов капитала (буфер консервации и контрциклический буфер). Буфер консервации представляет собой резервный запас капитала, формируемый в благоприятные времена и призванный служить для покрытия убытков во время кризиса. Требование о формировании контрциклического буфера может вводиться национальным регулятором в период чрезмерного роста объемов кредитования.

Базель III для оценки стабильности банков вводит два норматива ликвидности: показатель краткосрочной ликвидности (Liquidity coverage ratio, LCR) и показатель чистого стабильного фондирования (Net Stable Funding Ratio, NSFR), которые должны стать внешними индикаторами устойчивости банков на случай возникновения кризисных проблем с ликвидностью. Показатель краткосрочной ликвидности (или ликвидного покрытия) LCR, позволяющий оценить, располагает ли банк возможностями продолжать свою деятельность в течение ближайших 30 дней, представляет собой отношение ликвидных активов к чистому денежному оттоку. Этот показатель должен быть выше 100%. Показатель чистого стабильного фондирования NSFR позволяет оценить ликвидность банка с временным горизонтом в 1 год. NSFR определяется как отношение имеющихся в наличии стабильных источников финансирования к необходимому объему стабильного финансирования. Этот показатель также должен быть выше 100%.

Кроме того, Базель III вводит такое понятие, как показатель «леверидж». Это дополнительный инструмент оценки капитала, который позволяет контролировать соотношение собственных и заемных средств в банковском секторе. Он необходим для того, чтобы не допустить чрезмерно высокого уровня долговой нагрузки как по балансовым, так и по забалансовым позициям.

Базель III также уделяет много внимания управлению данными внутри банковской структуры. Форма аудита требует, чтобы банк имел очень четкое представление о том, как выстроена его работа. Особенно это касается крупных банков с разветвленной сетью филиалов. Внедрение достаточно большого объема документов без должного периода адаптации первое время будет вызывать трудности.

Мы можем выделить ряд характерных особенностей интеграция Базельских стандартов в российскую норма-

тивно-правовую среду. Прежде всего, необходимо отметить, что, в отличие от Базеля I, принципы внедрения Базеля II и Базеля III в российской надзорной практике пока еще не сформулированы окончательно. Перед российскими финансовыми учреждениями стоит непростая задача одновременного внедрения 2 нормативных документов, составляющих Базельское соглашение (Базель II, и Базель III), в то время как европейские страны вот уже более 10 лет ведут последовательную работу по внедрению этих стандартов.

На сегодняшний день действуют требуемые нормативы достаточности капитала, введен показатель краткосрочной ликвидности. Показатель долгосрочной ликвидности, как и резервные буферы, будут введены с января 2018.

Зачем в нынешних непростых условиях Центробанк России навязывает компоненты Базельского регулирования?

Во-первых, главная причина внедрения Базеля — повышение в банках качества управления рисками, которая позволит банкам обеспечивать устойчивость банковской системы, а также даст реальную защиту прав клиентов. Что немаловажно в наше кризисное время.

Во-вторых, подавляющее большинство банков работают на международном рынке, имеют корреспондентские счета в иностранных кредитных организациях. Поэтому следовать правилам, которые приняты на международном рынке, — единственно верный путь. Поэтому Базель здесь выступает как обычай делового оборота. Если не будет соблюдения требований Базеля, то к банкам будут относиться как к партнерам, которые не соблюдают общепринятые правила, и стоимость заимствований на внешних рынках для российских банков неизбежно повысится. И пусть аргумент о зарубежных заимствованиях в свете санкционной блокады выглядит несколько натянутым, но есть же азиатские и другие фондовые рынки.

Степень влияния новых требований Базельского соглашения на деятельность того или иного банка зависит от целого ряда факторов, таких как бизнес-модель и стратегия деятельности, состав капитала и ликвидных активов, текущие показатели достаточности собственных средств и ликвидности, степень кредитоспособности контрагентов, а также объем забалансовых операций.

С одной стороны, в целом стандарт не страшен крупным российским банкам. Например, требования по достаточности капитала со стороны Банка России были строже, чем в «Базеле III». Это обусловлено ранее принятыми регулятором жесткими требованиями по обеспечению уровня достаточности капиталов. По мнению российских экономистов, при внедрении Базеля III у отечественной банковской системы есть преимущества по сравнению со странами Западной Европы. Во-первых, на балансах банков уже имеется необходимый капитал. Во-вторых, российские банки уже готовят отчетность по международным стандартам [1].

С другой стороны, можно ожидать, что рост стоимости затрат средних и мелких банков, связанных с под-

держанием надлежащего уровня достаточности капитала и ликвидности, а также с обеспечением соблюдения требований регулирующих органов, окажет негативное влияние на рентабельность банковской системы в целом.

Многие эксперты полагают, что время для введения третьего «Базеля» выбрано неудачно: экономика России переживает не лучшие времена, и новый стандарт может стать еще одним бременем для игроков финансового сектора. Возможно, следовало повременить с введением стандарта до следующей фазы экономического роста. Однако с точки зрения системных рисков переход на более жесткие нормы можно оценить и положительно, так как повышение требований к кредитному качеству заемщиков, более строгий контроль за исполнением ими обязательств улучшит качество активов банковской системы. Помимо всего, реализации Базеля требует от банка изменение стратегии, в частности, планировании и управлении банковскими рисками и капиталами [2].

Итак, что касается с ситуацией на макро уровне, то в связи с переходом банков на стандарты Базеля III может происходить замедление темпа роста ВВП. Здесь должны сыграть роль несколько факторов. Для поддержания прежнего уровня активов банки должны иметь больший капитал. Иначе говоря, снижается финансовый рычаг и возрастает стоимость ресурсов, что негативно сказывается на эффективности банковской деятельности. Показатели доходности банков (в первую очередь показатель чистой прибыли на единицу капитала Return on Equity, ROE) падают. Это приводит к сокращению дивидендных выплат и снижению привлекательности банковских акций для инвесторов. Последнее обострит конкурентную борьбу банков за привлеченные средства. Чтобы возместить потери, банкам приходится повышать процентные ставки по кредитам и ограничивать риски с помощью более жестких условий кредитования потенциальных заемщиков. В итоге сокращается приток финансовых ресурсов для реального сектора экономики. Это, в свою очередь, отрицательно сказывается на показателях экономической активности. [3]

Сегодня Банк России всячески подталкивает банки к увеличению капитала. Но, чтобы привлечь этот ка-

питал рыночным путем, они должны быть прибыльными либо уже сегодня (этого, как мы видим, нет), либо завтра. Пытаясь хоть как-то поднять свою рентабельность в условиях нагромождения проблем в экономике и сужающегося конкурентного пространства, банки просто вынуждены идти на высокорисковые кредитные операции.

Основаниями для применения «высшей меры наказания» — лишения лицензии — становятся не нарушения anti-laundry law или недостоверная отчетность, а элементарная утрата ликвидности, в том числе из-за оттока клиентуры, бегущей из частного банковского сектора в государственный, и снижение норматива достаточности капитала (Н1) ниже допустимого уровня, что является актуальным на сегодняшний день.

Таким образом, сегодня перед банками не стоит выбор — принимать и следовать нормативам Базеля III или нет, но выполнение требований поможет рационализировать процесс выполнения регулятивных норм, позволит увидеть целостную картину бизнеса, да и процесс принятия о выдаче кредита гарантирует, что банк не сможет подвергнуться высоким рискам по одному клиенту.

Присоединение России к Базелю III поспособствует повышению эффективности функционирования всей российской банковской системы, позволяет отечественным банкам стать полноправными участниками международных финансовых отношений. Однако, учитывая названные нами отрицательные стороны, введение Базеля происходит не так безболезненно, как хотелось бы.

Тем не менее в текущей экономической ситуации «Базель III» сам по себе не может гарантировать устойчивость банковской системы. Недостаток этого стандарта заключается в том, что он слишком глобализован и потому не учитывает особенности локальных банковских систем. С учетом российской специфики в перечень мер по увеличению стабильности в банковской сфере можно было бы добавить требование по снижению связанных кредитов в портфеле банка, а также уменьшить отраслевую концентрацию банков в высокорискованных областях, таких как кредитование застройщиков.

#### Литература:

1. Смольянинова Е. Н., Духанина Н. А., Дашидондокова А. Ц. Базель III в России: новые подходы к определению капитала//Фундаментальные исследования. 2014. № 12–3. С. 601–605.
2. Воловник А. Д., Зиядуллаев Н. С., Кибардина Ю. С. Базель-III: испытание надёжности банковской системы России в условиях глобальной конкуренции//Экономика мегаполисов и регионов. 2011. № 3 (39). С. 40–49
3. Усоскин В. М. Базель III: влияние на экономический рост (обзор эмпирических исследований)/В. М. Усоскин, В. Ю. Белоусова, М. В. Клишова//Деньги и кредит. — 2013. — № 9. — С. 32–38.
4. РБК «Тяжелый год: как российские банки попали в »капитальный капкан» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rbc.ru/opinions/finances/24/12/2015/567abaef9a7947e7462e8f45> (дата обращения: 10.11.16)

## Характеристика использования программ лояльности в секторе B2C

Шиленко Сергей Михайлович, магистрант;

Парфенова Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, научный руководитель  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

*Статья посвящена использованию новых инструментов по привлечению массового покупателя в торговые сети. Основываясь на концепции интегрированных маркетинговых систем, программы лояльности способствуют посредством вложения инвестиций в формирование базы приверженных клиентов увеличить доходность организации. Таким образом, традиционные подходы, направленные на получение единичных максимально возможных прибылей, не оправдывают себя. Развитие программ лояльности требует изучения и выявления наиболее эффективных методов влияния на потребителей. В статье проведен анализ практики применения программ лояльности в различных сферах бизнеса и предложена их классификация, с учетом положительных и негативных фактов воздействия.*

**Ключевые слова:** программы лояльности, интегрированные маркетинговые коммуникации, потребитель, ритейл

Цифровые и информационные технологии революционно меняют привычный уклад жизнедеятельности экономических субъектов по всем направлениям. Розничная торговля и сетевой ритейл в целях повышения доходности и прибыльности от осуществления основного вида деятельности стремятся применять самые прогрессивные формы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Общеизвестно, что привлечение нового клиента в 5–10 раз дороже, чем удержание существующего, объем покупок у постоянных клиентов на 67 выше, чем у новых.

В настоящее время методы и приемы маркетинга, направленные на получение максимально возможных прибылей, но от случая к случаю или единоразово не оправдывают себя.

Опыт сетевого ритейла, интернет-магазинов и прочих бизнес структур, занимающихся розничной торговлей доказывает, что капиталовложения в формирование базы приверженных клиентов, за счет эффективного применения программ лояльности, способны значительно увеличить выручку от продажи товаров и маржинальный доход.

Использование инструментов психологии массового потребителя, которые используются в программах лояльности клиентов, опираются на дополнительную мотивацию или побудительный мотив сделать покупку или посетить магазин, поэтому данные программы являются действенным механизмом по стимулированию и увеличению объемов продаж.

Вопросы использования инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций, функциональных особенностей применения программ лояльности клиентов неоднократно рассматривались в трудах ученых экономистов Белгородского региона, таких как Авилова Н.А. [3], Шиленко В.В. [4], Кузьмина Ю.В. [5], Колесникова Е.В. [9], Макринова Е.И. [3, 4], Мешечкина Р.П. [2], Тхориков Б.А. [7], Роздольская И.В. [5, 6], Шиленко С.И. [9, 10].

Программа лояльности представляет собой комплекс маркетинговых инструментов или мероприятий, основанный технологиях психологии массового потребителя, позволяющих задействовать дополнительную мотивацию

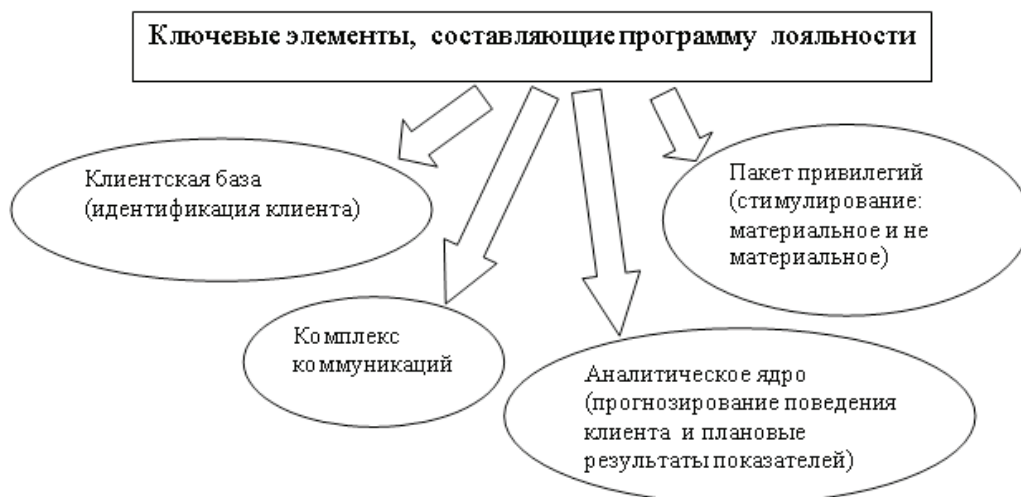


Рис. 1. Взаимодействие основных элементов, составляющих программу лояльности



или побудительные мотивы для совершения повторных покупок или получения дополнительных услуг клиентом, которые хотя бы единожды воспользовался услугами компании.

Выделяют следующие основные виды программ лояльности: дисконтные программы, бонусные программы, кобрендинговые, коалиционные.

Все программы лояльности также можно разделить по виду предоставляемых привилегий на программы, предлагающие преимущественно материальные выгоды, программы с нематериальными привилегиями и программы, предполагающие материальные и нематериальные при-

вилегии. Материальные привилегии осязаемы, они ощущаются клиентом мгновенно и связаны с экономией средств. Нематериальные льготы ориентированы на обслуживание и включают множество возможностей.

Процесс создания программы лояльности требует получения информации и изучения интересов потенциального клиента, и может характеризоваться следующими этапами:

1. Собрать оперативную информацию о клиенте, по возможности заполнить поля предложенной анкеты.
2. Сформировать базу данных клиентов с учетом их возраста, гендерной принадлежности, места жительства, сферы профессиональных интересов.

Таблица 1. Характеристика видов программ лояльности

Название программы лояльности	Основное содержание программы лояльности	Сильные и слабые стороны программы лояльности	Практика применения программ лояльности
Накопительная программа лояльности	Наиболее распространенная модель с очень простой механикой — постоянные покупатели накапливают баллы для последующего обмена их на материальные выгоды (дисконт, бесплатный товар, специальное предложение и т.д.)	В практическом применении многие компании усложняют систему накоплений, что создают неудобства для клиента и сами путаются	Данную модель можно интегрировать практически в любой B2C бизнес, но лучше всего ее использовать там, где есть высокая частота покупок.
Программа лояльности «Voloco Card».	Согласно этой программе, участники на каждые потраченные 50 долларов получают 1 товар бесплатно.	говорит со своими клиентами на понятной им языке, измеряя баллы в долларах, а доллары в товарах.	
Многоярусная программа лояльности	Награждая небольшими призами по мере движения клиента по лестнице лояльности к более существенным наградам — вы удерживаете его внимание и поддерживаете интерес к участию в программе.	Главное преимущество состоит в том, что клиент привлекает из нее как краткосрочные, так и долгосрочные выгоды.	Широко распространена данная система в бизнесе с большой приверженностью, например, авиалиниях, hospitality и страховых компаниях.
Платная программа лояльности	Цель программы лояльности — укрепить взаимоотношения между бизнесом и клиентом	Платное членство в программе стимулирует повторные продажи и удерживать клиента от переключений на предложение конкурентов.	Данная модель хорошо подходит бизнесу с высокой частотой повторных покупок.
Программы лояльности с элементами геймификации	Самый простой способ задействовать игровые элементы — проводить конкурсы. Качественно подготовленные программы могут внести элемент шоу в рутинный процесс покупок.	Здесь важно избегать банальных приемов в конкурсах, иначе когда клиенты станут такую компанию не воспринимать всерьез.	Промахи в информированности менеджеров и саппортов компании о новом игровом элементе может вызвать раздражение у клиентов и негатив к бренду в дальнейшем
Естественные программы лояльности	Креативным ходом в наше время можно, пожалуй, считать полный отказ от внедрения мотивационной модели.	Такой минималистичный подход хорошо работает для компаний, который производят уникальный продукт или услугу. В таком случае программа лояльности вовсе необязательна — вы поощряете своих клиентов хорошим продуктом или сервисом.	Никто из покупателей продукции компании Apple не получает скидки и призы. Бренд сосредоточен в первую очередь на продукте и услуге, которые полностью отвечают требованиям их целевой аудитории.

3. Опираясь на полученные данные сформировать уникальное торговое предложение, интересное смоделированному портрету потребителя.

4. Проанализировать реакцию потребителя на предложенное предложение и на основании полученных выводов провести корректировки в базе данных клиентов.

Грамотно разработанная программа лояльности представляет собой эффективный инструмент для завоевания и поддержания лояльности потребителей, возможность предложить им настоящие ценности, индивидуально общаться с ними и создавать действительно прочные долгосрочные отношения между компанией и ее клиентами, которые приводят к повышению доходности и эффективности бизнеса (рис. 1).

Наиболее популярными в России и за рубежом являются коалиционные программы лояльности. Популярность накопительных коалиционных программ лояльности в России выросла на волне нового тренда: снижение популярности и эффективности карт скидок как элемента привлечения покупателей и роста актуальности бонусов, позволяющих варьировать размер скидки или вознаграждения покупателю в зависимости от его лояльности к конкретной компании.

В современной торговле удержание и повторные продажи — основной драйвер роста. Большинство компаний для достижения этих целей интегрируют программы лояльности, но многие из них не задумываются о том, что действительно важно для клиентов.

Согласно исследованию Colloquy Customer Loyalty Census, 13 из 30 программ лояльности перестают работать уже спустя год после запуска. Компании теряют время и деньги, а клиенты не видят ценности в предложении «накопить баллы и обменять их на купку» [11].

Учитывая широкое распространение программ лояльности на рынке сегодня, найти уникальную идею становится все сложнее. Многие компании становятся заложниками своих программ лояльности, даже когда она перестает приносить результат — ее боятся отменить. Маркетологам стоит взглянуть на запутанные системы поощрения и мотивации и понять, что представляет реальную ценность для клиентов.

Однако истинная лояльность к конкретной марке может уменьшаться независимо от роста популярности того или иного бренда. Во-первых, из-за появления в ус-

ловиях насыщенного продвинутого рынка, большого числа если и не идентичных, то практически аналогичных товаров [8, 693].

Однако, как показывает практика, возросшая конкуренция, изменение ожиданий клиентов в области качества предоставляемых им услуг, потребности компаний в эффективном управлении информацией привели к появлению новой тенденции в маркетинге — персонализации, предполагающей отказ от теряющих эффективность технологий массового воздействия на потребителя в пользу осуществления индивидуального подхода к нему. Поэтому подарки и скидки для массового потребителя уже становятся неинтересны и теряют свою привлекательность поскольку они для всех [8, 694].

При внедрении программы лояльности, основанной на персонализированных дисконтных картах, компания получает все необходимые сведения о своих клиентах, об объемах продаж в те или иные периоды, реакцию на выпуск рекламных материалов. На основании полученных данных компания может разработать маркетинговую политику в отношении своих клиентов, а также привлечь и удержать новых клиентов; увеличить расходы (покупки) существующих клиентов; уменьшить уровень оттока клиентов; сместить выбор покупателей в сторону более дорогой продукции.

— внедрение новейших методологических подходов по исследованию целевой аудитории с использованием специализированного программного обеспечения;

— совершенствование работы с партнерами коалиции путем совместного решения возникающих при сотрудничестве проблем.

В настоящее время почти в каждом секторе индустрии компании стремятся иметь программы лояльности для всех или некоторых своих клиентов. Причина этого довольно проста — интенсивная конкуренция. Выбор вида программы лояльности зависит от специфики деятельности компании и ее возможностей. Однако программы лояльности не могут стать для компании спасением от всех неприятностей. Они являются лишь одним из маркетинговых инструментов. Необходимо разрабатывать не программы лояльности ради самих программ лояльности, а внедрять на предприятиях маркетинг взаимоотношений с потребителями, где такие программы станут закономерной частью этих взаимоотношений.

#### Литература:

1. Заватски Р. Р., Шиленко С. И., Шиленко С. М. Сравнительный анализ предпринимательской активности малого и среднего бизнеса в России и Германии на примере Белгородской области и Гамбурга // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 3. — С. 422.
2. Мешечкина Р. П., Шиленко С. И. Использование информационно-коммуникационных возможностей CRM-систем сетевого ритейла как инновационного инструмента формирования программ лояльности // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2016. — № 1 (57). — С. 16–24.
3. Макринова Е. И., Авилова Н. А., Лысенко В. В. Повышение лояльности персонала организаций, предоставляющих туристские услуги, на основе применения инсентив-программ // Фундаментальные исследования. 2016. № 1–1. С. 176–181.

4. Макринова Е. И., Лысенко В. В. Формирование лояльности клиентов организаций сферы услуг: теория, методы, инструменты и технологии маркетинга. Белгород, 2015.
5. Роздольская И. В., Кузьминова Ю. В. Динамичность и инновационность маркетинговых исследований: современные тренды и методы. // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права — 2015. — № 2 (54). — С. 29–36.
6. Роздольская И. В. Целевая направленность креатив-маркетинга как инновационной технологии современного менеджмента в условиях становления новой социальной реальности. // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2015. — № 3 (55). — С. 29–35.
7. Тхориков Б. А. Дополненная реальность как инструмент маркетинга: место в концепции маркетинг-микса и перспективы использования // Маркетинг в России и за рубежом. 2016. № 5. С. 46–54.
8. Шиленко С. И., Шиленко С. М., Трунова С. Е. Усиление роли коммуникационных функций маркетинга в условиях динамичного развития интернет-торговли // Фундаментальные исследования. 2016. № 4–3. С. 690–694.
9. Шиленко С. И., Колесникова Е. В., Шиленко С. М. Использование инструментов продвижения как неотъемлемый фактор формирования бренда // Молодой ученый. — 2015. — № 2(104) — с. 614–618.
10. Шиленко С. И. Направления повышения эффективности воздействия программ лояльности на целевую аудиторию / Образование, наука и современное общество: актуальные вопросы экономики и кооперации: Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов: в 5-ти частях. — Белгород: Издательство БУКЭП, 2013. — С. 6–13.
11. Программы лояльности: виды и примеры//<http://darksiteofmarketing.com/stati/programmy-lojalnosti-vidy-i-primery.html>

## Выбор инструментов и стратегий бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде

Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук, профессор;

Эшонов Руслан Рустамович, студент;

Хаданович Никита Валерьевич, студент

Брянский государственный университет им. академика И. Г. Петровского

*В статье проанализированы основные подходы ученых к выявлению и использованию бенчмаркинга для повышения конкурентоспособности предприятия. Выделяются отличительные черты, инструменты и стратегии бенчмаркинга для борьбы предприятия в конкурентной среде.*

**Ключевые слова:** бенчмаркинг, маркетинг, конкурентная среда

Бенчмаркинг — это техника, созданная в США, нацеленная на улучшения бизнеса или товара. Смысл бенчмаркинга в том, что рассматривается процесс, который устроен намного лучше, чем в вашей фирме, выполняется его анализ, потом производится сравнение, после которого усовершенствования, оптимальные для вашего бизнеса, вводятся в него [5].

Главная задача бенчмаркинга — непрерывное улучшение маркетинга, экономической структуры прибыли компании, технической обеспеченности товара, формирование совершенного менеджмента компании. Он взаимосвязан с поиском и изучением лучших методов и способов улучшения, чтобы собственный бизнес следовал новейшим путям совершенствования.

Приведем определения бенчмаркинга разных авторов (таблица 1).

Термин «бенчмаркинг» непосредственно связано с разработкой бизнес-стратегий и маркетинговым исследованиям. Данное понятие предполагает процесс обнаружения, осознания и приспособления ранее существующих

стандартов эффективного менеджмента компании. Все это делается для того, чтобы деятельность собственной компании была более продуктивной. Главные приемы бенчмаркинга — это анализ и сравнение, или сопоставление [4]. Данные приемы описаны в работах Гераскиной И. Н., Тюваковой О. И., Мукожева А. М. и других ученых.

В современной теории маркетинга одно из главных мест занимает понятие конкурентной среды, представляющей собой комплекс рыночных сил и условий, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в процессе конкуренции. Конкурентная среда компании обусловлена видом конкуренции, институциональной структурой рынка, способом его регулирования.

Конкурентная среда — это интерактивный процесс, осуществляемый на рыночном пространстве. Конкурентную среду невозможно рассматривать абстрактно, в отсутствие экономического пространства и территориальных границ функционирования компании, по этой причине в методологическом плане необходимо выявить

Таблица 1. Определения бенчмаркинга различными авторами [5]

Определение бенчмаркинга	Автор определения
Бенчмаркинг — это процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования компании с целью улучшения собственной работы	Материал из Википедии
Бенчмаркинг — это искусство обнаружения того, что другие делают лучше нас	Лифанова С. А.
Бенчмаркинг — метод, используемый при разработке стратегии, основанной на лучшем опыте конкурентов на отраслевом рынке	Четыркина Н. Ю.
Бенчмаркинг — сравнение своей компании с эталонными на рынке, в отрасли с последующей реализацией изменений для достижения конкурентоспособности [4].	Мирошниченко М. А.
Бенчмаркинг — это процесс сравнения своей деятельности с лучшими компаниями на рынке и в отрасли с последующей реализацией изменений для достижения и сохранения конкурентоспособности	Анастасова А. С., Никушина А. Н., Павлова А. С., Сарафанов А. Д.

Таблица 2. Виды бенчмаркинга

Название	Пояснение
Конкурентный бенчмаркинг	сравнение своей компании с конкурентами в определенной сфере деятельности.
Совместный бенчмаркинг	сравнение своей компании с бизнесом сторонних отраслей и рынков.
Внутренний бенчмаркинг	это анализ собственного предприятия, его отдельных филиалов и отделений для выявления наиболее эффективных рычагов ведения бизнес-процессов.
Функциональный бенчмаркинг	сравнение бизнеса с отраслевыми лидерами с целью выявления основных рычагов и достижения наиболее высоких результатов.
Общий бенчмаркинг	анализ высокоэффективных компаний в разных сферах деятельности, часто совершенно противоположных.

не только общие основы формирования конкурентной среды компании, но и характерные черты формирования рынков, тенденции их развития, их пространственной организации.

По оценкам Ф. Котлера, существуют четыре роли в конкурентной борьбе, определяемые долей фирмы на рынке: [6]

- лидер (40% рынка);
- претендент на лидерство (30% рынка);
- последователи (до 20% рынка);
- окопавшиеся в рыночных нишах (до 10% рынка).

Конкурентная среда создается из множества воздействующих на компанию снаружи субъектов и факторов, которые оказывают влияние на формирование и поддержание нужных условий для нормальной деятельности компании. Конкурентная среда включает в себя как возможности, так и угрозы для функционирования компании, которые называются движущими и сдерживающими силами, воздействующими на организацию. [5]

Можно отметить три главных подхода (стратегии) бенчмаркинга в конкурентной среде:

— Повышение качества работы. Определяются слабые места: большие затраты, низкая эффективность системы продаж, проблемы с логистикой и т.д.

— Учет успеха лучших компаний, оставаясь собой, очень важно, в противном случае вы станете копией чужой компании.

— Смена правил поведения на рынке. Это стоит совершать в случае форс-мажоров, когда у вас отсутствует реальная возможность повлиять на изменения другим способом. В данном случае необходимы кардинальные изменения, формирование новых услуг или товаров, направленность на новый ценовой сегмент, изменение целевой группы пользователей услуги либо потребителей.

Опыт компаний, которые используют бенчмаркинг на практике, не часто стимулирует применять данную методику. Возникают сомнения, что гиганты бизнеса и представители небольших компаний далеки друг от друга. Бенчмаркинг процессов — это нечто масштабное и далекое от реалий. По данному обстоятельству руководители предприятий среднего бизнеса не очень жалуют консультантов, которые советуют использовать чужой опыт для решения текущих проблем. Опытные маркетологи, которые знают методику бенчмаркинга, что это такое и как использовать ее на практике, выбирают работу на большие компании, а не на маленьких предприятиях. Помимо этого, данный метод подразумевает двусторонний обмен информацией и опытом. Другими словами, чтобы получить, нужно отдать. Но, несмотря на это, использовать опыт конкурентов или иностранных партнеров можно и даже нужно [5].

Например, компания Hewlett-Packard проводила функциональный бенчмаркинг с целью ликвидации отставания от своих японских конкурентов. Изучаемым показателем

приняли срок окупаемости проекта. В следствие проведенного исследования была разработана стратегия дальнейшего развития продукта. О результатах ее можно судить по изобилию оргтехники с логотипом НР в каждом офисе.

Главная трудность, характеризующая бенчмаркинг, — это то, что конкуренты не предрасположены делиться секретами своего успеха. Коммерческая информация скрыта, а попытки ее получить классифицируются как промышленный шпионаж. Поэтому в результатах есть некая доля погрешности. С определенным допущением можно найти общие черты с международными стандартами ISO-9000. Цели бенчмаркинга и ISO-9000 состоит в том, чтобы закрепить на высоком уровне стандарт не только на окончательный товар, но и на все стадии технологического процесса. Показателен пример концерна «Форд». К 1986 году в работе компании настал значительный спад. Менеджеры промышленного гиганта выполнили бенчмаркинговое исследование, результатом которого стал выпуск Ford Taurus — первой переднеприводной модели концерна. Решение об оснащении автомобиля передним приводом было итогом анализа деятельности успешных конкурентов — Chrysler и General Motors. Помимо полного привода, при производстве автомобиля были учтены другие факторы отставания компании от ближайших конкурентов. В итоге Taurus стал автомобилем года, а по итогам продаж за все время он был признан одним из пяти автомобилей-бестселлеров от Ford. [1]

Необходимо учитывать, что бенчмаркинг — это инструмент непрерывного воздействия на технологические процессы. В случае разового использования успех будет временным, как получилось с тем же Taurus: в последующие несколько лет анализ не проводился, недостатки в автомобиле вызвали нарекания у автовладельцев. Это быстро уменьшило объем продаж данной марки.

Методика выполнения бенчмаркинга — это технология, составленная с учетом особенности отечественных предприятий. Она содержит действия, исполняя которые можно преодолеть их недоступность.

Реализуя бенчмаркетинговые технологии, необходимо опираться, по мнению О. Ю. Малининой, «на легитимные этически-признанные деловые нормы поиска надлежащей информации, что даст возможность сохранить дружественные контакты и партнерские отношения в цивилизованной конкурентной среде» [8].

Бенчмаркинг может быть использован разнопланово. Если 40 лет назад он был составляющей конкурентного анализа, то в нынешней реальности бенчмаркетинг может помочь благополучно оценить стратегии и цели работы компании, сравнить ее деятельность с деятельностью лидеров отрасли. Это совершается с целью обеспечения долгого существования компании на рынке. Для того чтобы добиться этой цели с помощью исследования положительного опыта других компаний, его оценки и применения результатов в собственной деятельности, бенчмаркетинг предполагает применение целой системы различных средств. Проблемой, которая чаще всего ус-

ложняет применение на практике методов бенчмаркетинга, считается психологическая закомплексованность руководителей и специалистов. Это может иметь следующие проявления: отсутствие нацеленности на лучший результат, довольство тем, что достигнуто; неоправданная экономия, когда руководитель не желает вкладывать средства в рискованное, по его мнению, мероприятие, в том числе и на оплату консультантов и специалистов по бенчмаркетингу; боязнь потерять деньги и другие средства в желании сделать что-то лучше, чем это делается у конкурентов, страх, что сделать лучше конкурентов очень сложно, невозможно и затратно.

Е. В. Верлуп считает, что «существует несколько десятков моделей бенчмаркинга, значительная доля которых создана консалтинговыми агентствами, либо научными институтами» [3]. В частности, в его исследовании указывается на наличие 69 разных моделей бенчмаркинга. Главное отличие моделей в основном заключается в количестве этапов осуществления бенчмаркинга и в сфере ее использования. Выполненный анализ моделей демонстрирует общность и сходство в структуре и процедурах процесса бенчмаркинга. В исследовании Е. В. Верлуп показано 5 общих этапов бенчмаркинга, встречающихся, как правило, во всех моделях:

1. планирование: определение целей проведения бенчмаркинга, разработка плана;
2. анализ и сбор информации;
3. сравнение параметров собственного объекта исследования с лучшими объектами в данном классе и получение результатов сравнения;
4. адаптация опыта и реализация планов по улучшению объекта;
5. верификация и достижение совершенства.

Выбор нужной модели бенчмаркинга зависит от целей и решаемых задач, особенностей объекта исследования. В частности, для анализа программ развития регионов можно применить универсальные модели, такие как «Колесо бенчмаркинга» или цикл Деминга-Шухарта.

Инструментарии бенчмаркинга, согласно Е. В. Верлуп, — это «специально разработанная совокупность форм сбора данных об исследуемом объекте (региональных программах), которая используется с целью выполнения сравнительного анализа и отбора проектов развития региона, мониторинга осуществления программ, а также оценки их эффективности и формирования успешного опыта реализации региональных проектов» [3]. Это могут быть всевозможные оценочные листы, анкеты, матрицы и пр.

Ниже показан краткий обзор моделей, технологий и инструментария бенчмаркинга, которые можно приспособить под конкретные цели и задачи бенчмаркингового исследования.

Бенчмаркетинг применяется одновременно с маркетинговыми исследованиями и конкурентной разведкой. Бенчмаркетинг считается сравнительной оценкой эталона и тестовой системы, по сути, представляет собой более

Таблица 3. Методологическое обеспечение бенчмаркинга [7]

Элементы методологии	Примеры
Модели бенчмаркинга	Модели из частного сектора: «Колесо бенчмаркинга», цикл Деминга-Шухарта, «20 ключей» Кабоаяси, модель Роберта Кэмп (Хегох), пятифазная модель компании IBM, 33-ступенчатая модель компании Weyerhaeuser и пр. Модели из государственного сектора: общая схема оценки (CAF), модель EFQM для государственных учреждений, российская система ЭПУС (аналог CAF)
Технологии бенчмаркинга	По типу организации: самостоятельные, коллективные (сети, круги сравнения, группы обмена опытом). Статистические методы: ранжирование показателей, корреляционный и кластерный анализ. Управленческие методы: фокус-группы, опросы, экспертное интервью/панели, круглые столы, краудсорсинг, геймификация и пр.
Инструментарий бенчмаркинга	Оценочные листы Анкеты Матрицы

развитым методом аналогий. Цель бенчмаркетинга — детальное изучение внутренней организации и отличительных черт функционирования предприятия, которое может дать что-то полезное для повышения эффективности своей собственной работы. Концепция бенчмаркетинга подразумевает структурирование всякого бизнеса, что помогает в определении его успешности, а также в планировании нововведений.

Основные варианты организационных форм бенчмаркинга иллюстрируются следующим образом (рисунок 1, таблица 4).

Примерами в бенчмаркинге как правило становятся лучшие варианты продукции или услуг и процесс их маркетингового продвижения, который применяют фирмы-конкуренты или компании из смежных областей. Совершается это для того, чтобы определить допустимые способы улучшения собственной продукции или собственных услуг, а также методов работы. Большинство экономистов относят бенчмаркинг к одному из направлений ориентированных стратегически маркетинговых исследований. У этого метода есть явные недостатки. Среди них и трудность получения достаточно объективных данных из-за закрытости большинства компаний, как и собственной. Кроме того, функционирующие схемы налогового и финансового учета далеко не всегда предоставляют возможность получить правдивые данные по разным направлениям деятельности компаний. [9]

Впервые применять бенчмаркинг на практике стала компания Хегох в 1979 году. В то время главные конкуренты компании добились низких цен на продукцию офисной техники, и корпорация Хегох решала задачу, чтобы отыскать способы уменьшения цены на свои товары [4]. Постепенно и другие корпорации, и компании начали использовать бенчмаркинг. Корпорация Ford пользовалась конкурентным бенчмаркингом. До проведения эталонного сравнения корпорация Ford значительно уступала своим конкурентам по конструктивным параметрам и функциональным свой-

ствам производимой продукции, потеряла основную часть рынка сбыта, вернуть которую было возможно лишь за счет создания нового, передового семейства легковых автомобилей. Ставка была сделана на Taugus. Чтобы новый автомобиль был не хуже своих конкурентов и даже превосходил их, во время его разработки провели бенчмаркинговое исследование. Поначалу определили, какие свойства существующих на рынке автомобилей наиболее привлекательны для покупателей. Потом по каждому из этих свойств выявили лучшие в своем классе автомобили, уровень которых Taugus предстояло достичь и превзойти. В результате новый автомобиль Ford был назван автомобилем года и стал абсолютным лидером продаж [2]. Общий бенчмаркинг применяет отечественная компания Ralf Ringer, что позволяет наблюдать за другими компаниями: Sela, Clarks, Meïsto, применять их опыт и методики [2].

В качестве источников данных для выбора «эталона» по бенчмаркингу используют разные источники. Например, публикации по коммерческой деятельности, базы данных консалтинговых и аудиторских компаний по организациям, использующим лучшие практики (например, GMP), списки победителей премий по качеству. Для проведения прямого сопоставления компании со своим аналогом нужен паллиативный инструмент, под названием синтетическая модель (СМ). Идея создания СМ состоит в том, чтобы создать виртуальное подобие компании путем включения в нее аналогичных видов продукции и бизнес-процессов.

С целью оценки своих позиций фирма способна сопоставить их с практикой конкурентов или лидера на конкретном рынке, для чего формируются критерии, применяя для измерения условного уровня эффективности, стратегические, функциональные, внутриотраслевые и конкурентные ориентиры. Исследования «Куперс и Либранд» отмечают, что фирмы, применяющие бенчмаркинг для измерения своей деловой эффективности, повышают производительность на 49% и темпы роста продаж

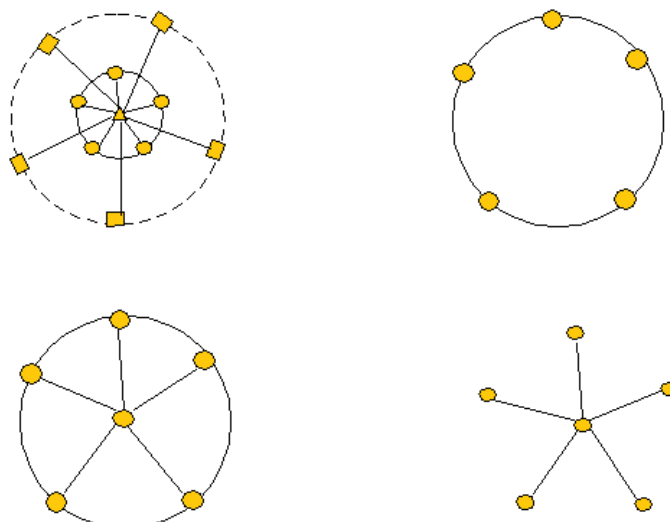


Рис. 1. Основные варианты организационных форм бенчмаркинга [9]

Таблица 4. Основные варианты организационных форм бенчмаркинга [9]

Форма	Описание
Вариант бенчмаркинга — «консорциум»	рекомендуется применять при фокусировании на определенном вопросе и при проведении процессов постоянного улучшения.
Вариант бенчмаркинга — «круг»	характеризуется тем, что: опросный лист разрабатывается и используется при оценивании совместными усилиями; постоянный информационный обмен между партнерами производится постоянно; не подходит для реализации одного проекта, однако, имеет смысл использовать его для постоянных проектов по бенчмаркингу.
Вариант бенчмаркинга — «колесо»	отличается тем, что: опросный лист разрабатывается совместными усилиями; первенство в оценке принадлежит одному предприятию/координатору; осуществляется постоянный обмен информацией между партнерами; рекомендуется для проведения проекта по бенчмаркингу, для начинающих.
Вариант бенчмаркинга — «звезда»	имеет следующие особенности: координатор разрабатывает опросный лист, проводит оценку и предоставляет данные партнерам; нет контактов между отдельными партнерами; используется только в исключительных случаях, например, при проведении «международного» бенчмаркинга

на 69%, в отличие от организаций той же отрасли не применяющих методы бенчмаркинга. [10]

Таким образом, одним из условий эффективного использования бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде считаются доверительные отношения между участниками и доступность информации для сравнения и обмена опытом. Бенчмаркинг положительно влияет на увеличение конкурентоспособности для поддержания высокого

уровня эффективности, а также повышения конкуренции и эффективности бизнес-процессов. Так же, следует отметить, что частные вопросы осуществления процесса бенчмаркинга по определенным сферам деятельности, этапам осуществления остаются изученными не полностью, хотя данный метод крайне распространён в разных сферах деятельности: в маркетинге, управлении персоналом, стратегическом планировании, финансовом менеджменте.

Литература:

1. Бенчмаркинг: поиск примеров эффективной маркетинговой практики инновационных релей-центров // Центр исследований проблем развития науки РАН: редкол.: В. Иванов, С. Клесова, П. Линдхольм, О. Лукша. — М.: ЦИПРАН РАН, 2006. — 264 с.
2. Белов А. Бенчмаркинг: как организовать — инструкция из четырех шагов [Электронный ресурс] / — 2016. — Режим доступа: [www.gd.ru](http://www.gd.ru) (Дата обращения 18.12.2016)
3. Верлуп Е.В. Методологическое обеспечение бенчмаркинга на региональном уровне // Уникальные исследования XXI века. — 2015. — № 7. — С. 60–66.

4. Гераськина И. Н. Механизм реализации бенчмаркинга в системе стратегического менеджмента предприятия для устойчивого развития // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2015. — № 24. — С. 2–15.
5. Касаткина Е. А. Градобоев В. В. Место бенчмаркинга в международной конкурентной среде // Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». — 2012. — № 6–1
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер с англ. / Общ. ред. Е. М. Пеньковой. М.: Прогресс, 1990. — 511 с.
7. Кузьмин А. М. Бенчмаркинг // Методы менеджмента качества. — 2007. — № 2. — С. 67–71
8. Малинина О. Ю. Бенчмаркинг — практический инструмент выявления ключевых факторов успеха // Статистика и экономика. — 2016. — № 2. — С. 48–51.
9. Меркушова Н. И., Старун А. В. Бенчмаркинг: практика использования на российских предприятиях и проблемы применения // Молодой ученый. — 2014. — № 15. — С. 185–187.
10. Мукожев А. М. Бенчмаркинг как инструмент поиска конкурентных преимуществ предприятий общественного питания // Актуальные вопросы экономических наук. — 2015. — № 47. — С. 50.
11. Шмелева Е. И., Губер Н. Б., Богатова О. В. Бенчмаркинг в области качества продукции и услуг // Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». — 2015. — № 3. — С. 256–259.
12. Шуклина З. Н. Усиление стратегического значения инновационного маркетинга в условиях системного кризиса (статья) // Экономика и предпринимательство, 2016, № 1, ч. 2, с. 814–819.

## Российская практика внедрения информационных систем управления производством

Юдина Светлана Владимировна, студент

Кузнецова Марина Александровна, студент

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

В современных условиях, предприятиям необходимо работать в жесткой конкурентной среде. Такие проблемы как повышение конкурентоспособности, повышение производительности труда, управление большим объемом информационных ресурсов, на предприятии, можно решить, с помощью применения передовых технологий, а именно, информатизации предприятия. То есть, формирование эффективной информационной системы, есть основное условие стабильной и эффективной работы предприятия в современной конъюнктуре рынка.

Основной задачей информационной системы управления производством является обеспечение производственного персонала и управленцев необходимыми и качественными информационными ресурсами, которые позволяют быстро принимать правильные управленческие и технологические решения. Так же информационная система выполняет функцию накопления статистической информации, на основе которой, может проводиться анализ, с целью составления стратегических целей предприятия.

Самой эффективной информационной системой управления производством на данный момент, является «ERP-система». Данная система позволяет автоматизировать основные и вспомогательные процессы на предприятии такие как: управление производством, управление затратами, управление финансами, управление запасами, анализ накопленной статистической информации о производственном цикле, производственное планирование, планирование материально-технического обеспечения. То есть ERP-система на предприятии в той или иной сте-

пени охватывают все ключевые бизнес-процессы компании.

Российские ERP-системы в основном, выполняют лишь учет осуществленных производственных операций, а возможность анализа и планирования представлена в малой степени. Несмотря на это, по данным исследовательского центра TAdviser с 2005 по сентябрь 2016 год компании внедрили 8427 ERP-решений, из них 31% на базе «1С», 7,8% — «Галактика ERP», 6,2% — SAP ERP, 6% — MS Dynamics AX, 5,5% — MS Dynamics NAV (рисунок 1).

Основным поставщиком наиболее популярных систем управления производством в России, является фирма «1С». По данным, представленным, TAdviser, на сентябрь 2016 года, на базе разработанных решений реализовано 3038 проектов из 6803, то есть доля компании «1С» на рынке «ERP-систем» достигает 45%, затем следует компания Microsoft с долей 14,5%, которая реализовала 983 ERP-проекта и «Корпорация Галактика» — 794 ERP-проекта, доля рынка 12%.

В таблице 1. По данным TAdviser, представлены Крупнейшие внедрения ERP-систем в России 2012–2015

Итак, по данным TAdviser, в 2016–2017 годах спрос на «ERP-системы» в России будет достаточно стабильным. Позиции поставщиков информационных систем управления производством на российском рынке «ERP-систем» будут только укрепляться, в основном за счет реализации программы импортозамещения. Экспертами прогнозируется увеличение внедрений «ERP-систем» в таких секторах экономики как торговля, транспорт, здравоохранение, образование.



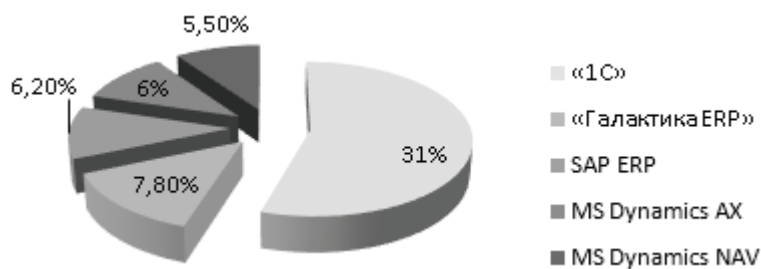


Рис. 1. Рейтинг ERP-систем 2016 года по количеству внедрений в России

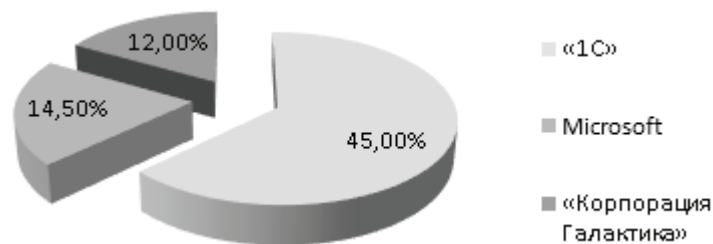


Рис. 2. Рейтинг крупнейших поставщиков ERP-решений 2016 года в России

Таблица 1

Заказчик	Отрасль	Система	Год окончания проекта
Почта России	Телеком и связь	1С: Предприятие	2015
Ростелеком	Телеком и связь	Oracle E-Business Suite	2014
ВымпелКом	Телеком и связь	Oracle E-Business Suite	2014
МТС	Телеком и связь	Oracle E-Business Suite	2013
Почта России	Телеком и связь	Microsoft Dynamics AX	2013
КамАЗ	Машиностроение	1С: Предприятие	2013
Трансмашхолдинг	Машиностроение	1С: Предприятие	2013
Балтика	Пищепром	ERP Монолит	2013
Л Этуаль	Торговля	Microsoft Dynamics AX	2014
СИБУР-ЦОБ	Консалтинг	1С: Предприятие	2014

Литература:

1. Аналитический центр TAdviser (tadviser.ru) — <http://www.tadviser.ru/>
2. Баронов В. «ERP-системы в России» — «Сетевой журнал», 2000, № 5.
3. Емельянова Н. З. «Основы построения автоматизированных информационных систем: учебное пособие» / Н. З. Емельянова, Т. Л. Партыка, И. И. Попов — М.: Форум: Инфра-М, 2005. — 412 с.
4. «Информационные технологии в Управлении предприятием» — Крылович А. В. — <http://www.cfin.ru/itm/kis/>.

# МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 12 (146) / 2017

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:**

Ахметов И. Г.

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова М. Н.  
Иванова Ю. В.  
Каленский А. В.  
Куташов В. А.  
Лактионов К. С.  
Сараева Н. М.  
Абдрасилов Т. К.  
Авдеюк О. А.  
Айдаров О. Т.  
Алиева Т. И.  
Ахметова В. В.  
Брезгин В. С.  
Данилов О. Е.  
Дёмин А. В.  
Дядюн К. В.  
Желнова К. В.  
Жуйкова Т. П.  
Жураев Х. О.  
Игнатова М. А.  
Калдыбай К. К.  
Кенесов А. А.  
Коварда В. В.  
Комогорцев М. Г.  
Котляров А. В.  
Кузьмина В. М.  
Курпаяниди К. И.  
Кучерявенко С. А.  
Лескова Е. В.  
Макеева И. А.  
Матвиенко Е. В.  
Матроскина Т. В.  
Матусевич М. С.  
Мусаева У. А.  
Насимов М. О.  
Паридинова Б. Ж.  
Прончев Г. Б.  
Семахин А. М.  
Сенцов А. Э.  
Сенюшкин Н. С.  
Титова Е. И.  
Ткаченко И. Г.

Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

**Международный редакционный совет:**

Айрян З. Г. (Армения)  
Арошидзе П. Л. (Грузия)  
Атаев З. В. (Россия)  
Ахмеденов К. М. (Казахстан)  
Бидова Б. Б. (Россия)  
Борисов В. В. (Украина)  
Велковска Г. Ц. (Болгария)  
Гайич Т. (Сербия)  
Данатаров А. (Туркменистан)  
Данилов А. М. (Россия)  
Демидов А. А. (Россия)  
Досманбетова З. Р. (Казахстан)  
Ешиев А. М. (Кыргызстан)  
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)  
Игисинов Н. С. (Казахстан)  
Кадыров К. Б. (Узбекистан)  
Кайгородов И. Б. (Бразилия)  
Каленский А. В. (Россия)  
Козырева О. А. (Россия)  
Колпак Е. П. (Россия)  
Курпаяниди К. И. (Узбекистан)  
Куташов В. А. (Россия)  
Лю Цзюань (Китай)  
Малес Л. В. (Украина)  
Нагервадзе М. А. (Грузия)  
Прокопьев Н. Я. (Россия)  
Прокофьева М. А. (Казахстан)  
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)  
Ребезов М. Б. (Россия)  
Сорока Ю. Г. (Украина)  
Узаков Г. Н. (Узбекистан)  
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)  
Хоссейни А. (Иран)  
Шарипов А. К. (Казахстан)

**Руководитель редакционного отдела:** Кайнова Г. А.

**Ответственные редакторы:** Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

**Художник:** Шишков Е. А.

**Верстка:** Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

**почтовый:** 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

**фактический:** 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru); <http://www.moluch.ru/>

**Учредитель и издатель:**

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 5.04.2017. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25