

Sentence

NP + VP

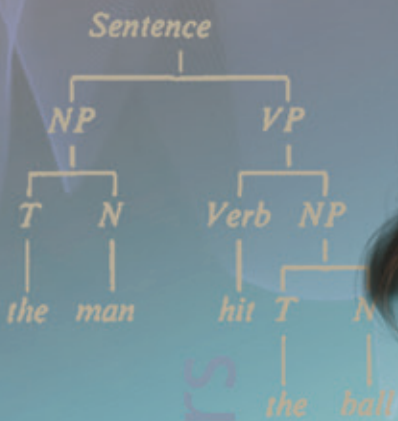
МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

научный журнал

Syntactic Structures



Systems of Syntactic Analysis

Certain Formal

s of Grammars

transformation T_{Adj} :

of S_1 : $T - N - is - A$

of S_2 : same as 24

$X_1 - X_2 - X_3 - X_4; X_5 -$

$X_6 - X_7 - X_8 - X_9 - X_{10}$

$X_{11} - X_{12} - X_{13} - X_{14} - X_{15}$

$X_{16} - X_{17} - X_{18} - X_{19} - X_{20}$

$X_{21} - X_{22} - X_{23} - X_{24} - X_{25}$

$X_{26} - X_{27} - X_{28} - X_{29} - X_{30}$

$X_{31} - X_{32} - X_{33} - X_{34} - X_{35}$

$X_{36} - X_{37} - X_{38} - X_{39} - X_{40}$

$X_{41} - X_{42} - X_{43} - X_{44} - X_{45}$

$X_{46} - X_{47} - X_{48} - X_{49} - X_{50}$

$X_{51} - X_{52} - X_{53} - X_{54} - X_{55}$

$X_{56} - X_{57} - X_{58} - X_{59} - X_{60}$

$X_{61} - X_{62} - X_{63} - X_{64} - X_{65}$

$X_{66} - X_{67} - X_{68} - X_{69} - X_{70}$

$X_{71} - X_{72} - X_{73} - X_{74} - X_{75}$

$X_{76} - X_{77} - X_{78} - X_{79} - X_{80}$

$X_{81} - X_{82} - X_{83} - X_{84} - X_{85}$

$X_{86} - X_{87} - X_{88} - X_{89} - X_{90}$

$X_{91} - X_{92} - X_{93} - X_{94} - X_{95}$

$X_{96} - X_{97} - X_{98} - X_{99} - X_{100}$

Three models for

description of language

In this possibly terminal phase of human existence, democracy and freedom are more than just ideals to be valued - they may be essential to survival.

All over the place, from the popular culture to the propaganda system, there is constant pressure to make people feel that they are helpless, that the only role they can have is to ratify decisions and to consume.

If we don't believe in freedom of expression for people we despise we don't believe in it at all.

Everybody's worried about stopping terrorism. Well, there's a really easy way: stop participating in it.

Education must provide the opportunities for self-fulfillment at best provide a rich and challenging environment for the child to explore, in his own way.

24
2015
Часть V

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 24 (104) / 2015

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

Авдеюк 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

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

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических 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

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

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; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 15.01.2015. Цена свободная.

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

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».

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

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)

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)

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, кандидат 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)

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич

На обложке изображен Аврам Ноам Хомский (род. 1928 г.) — американский лингвист, политический публицист, философ и теоретик, автор классификации формальных языков.

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.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Казарова А. Я., Татевосян Э. А.

Качество услуг жилищно-коммунального хозяйства России 449

Касымов Р. Ш.

Особенности оценки стоимости предприятия в условиях рынка 452

Каюгина С. М.

Молочное скотоводство юга Тюменской области: экономическая эффективность и тенденции развития 455

Кеменов А. В., Чемеркин М. А.

Факторы эффективности сделок слияний и поглощений с участием российских публичных компаний 457

Коваленко С. В., Александрова М. С.,

Чеснокова Е. Г.

Тенденции развития сегмента малого предпринимательства в экономике РФ 463

Коваленко С. В., Идрисова А. И.,

Гильмеева В. М.

Все хотят быть предпринимателями, но не все решаются 464

Коваленко С. В., Сарварова Р. Р., Чибугаева С. Г.

Импортозамещение как фактор роста экономики страны 466

Колесников О. Г.

Маркетинговый анализ рынка образовательных услуг (на примере МБОУ «БСОШ №1») 468

Крячко У. В.

Инвестиционное и накопительное страхование жизни — симбиоз на рынке страховых и инвестиционных услуг 472

Крячко У. В.

Паевые инвестиционные фонды как составная часть фондового рынка. Проблемы развития на российском рынке 474

Кузнецов И. В.

Современные механизмы управления инвестиционной деятельностью на территории муниципального образования 476

Кузнецова О. Н.

Контроль и ревизия деятельности организаций: теория и практика 480

Курочкина М. А.

Оптимизация структуры капитала ОАО «МТС» как фактор роста стоимости компании 483

Кутуханов И. М.

Франчайзинг в Чеченской республике: преимущества и недостатки 487

Лабусов М. В.

Тенденции развития безналичных расчетов в Российской Федерации 489

Макарова А. Д.

Сравнительный анализ банковских систем РФ и КНР 494

Мельникова Н. П., Юрина В. С.

Особенности бухгалтерского учета, анализа и аудита торговой деятельности 496

Мингатина А. М., Сорошкина В. В.,

Коваленко С. В.

Россия на пути к созданию инновационной экономики 499

Мингатина А. М., Сорошкина В. В.,

Юрасова О. И.

Современные подходы к разработке бизнес-стратегий 500

Михалина С. С., Бижанов С. А., Гребенщиков В. С.	Пахомова С. А.
Обзор опыта применения теории оценки совокупной стоимости владения недвижимостью как инструмента управления энергоэффективностью в отечественной и зарубежной экономике 502	Основания для отзыва банковской лицензии в Российской Федерации..... 526
Мишина М. Ю., Алекса М. Г.	Пахомова С. А.
Инновации на рынке ипотеки 505	Факторы финансовой устойчивости коммерческого банка 529
Мишина Н. М.	Factors commercial bank financial stability..... 529
Анализ деятельности региональных коммерческих банков Тюменской области 508	Петракова О. Д.
Нагучев М. М., Плаван Т. К.	Исследование рынка общественного питания Калининградской области 532
Модернизация организационной структуры предприятий малого бизнеса в сфере туризма с использованием средств Aris Express 513	Петроченков К. И.
Новиков А. В.	Модернизация кормовой базы как фактора увеличения устойчивости сельскохозяйственного предприятия на рынке 536
Анализ ситуации на вторичном рынке автомобилей 517	Праведникова Е. Ю., Шорохов С. В.
Ошерович И. Л.	Проблемы и перспективы развития молочно- продуктового подкомплекса на современном этапе 538
Проблема актуальности деятельности ведущих международных рейтинговых агентств Standard&Poor's, Moody's, Fitch 519	Приймак А. В., Симавонова В. О.
Панова В. А.	Характерные черты ВЭД и результаты ее осуществления в РФ 541
Лесопромышленный комплекс РФ и его конкурентоспособность на мировом рынке.... 523	Романюк А. В.
	Влияние внутренних факторов на управление доходами гостиничных предприятий..... 543
	Романюк А. В.
	Анализ рынка гостиничных предприятий Москвы за три квартала 2015 г. 545

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Качество услуг жилищно-коммунального хозяйства России

Казарова Ангелина Яковлевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель;
Татевосян Эмма Арменовна, студент
Ставропольский государственный аграрный университет

В работе детально рассмотрена классификация жилищно-коммунальных услуг, оказываемых населению; выявлены требования к качеству работ и услуг обслуживающей организации.

Ключевые слова: качество услуг, жилищно-коммунальное хозяйство, управление.

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) является важной областью социальной и экономической структур общества. Качество ее работы на основе существования в этой сфере всех форм собственности дает возможность организовать поле качества экономических отношений собственников услуг ЖКХ. Жилищно-коммунальная услуга как экономическая категория представляет отношение между людьми относительно производства, распределения и потребления особенных (в форме услуг) благ, которые относятся к области индивидуального и общего использования. На сегодняшний день, формирование жилищно-коммунального хозяйства прошло несколько этапов от экстенсивного до интенсивного прогресса [2, с. 76].

Услуги рассматриваемой отрасли можно разделить на жилищные и коммунальные. Рассмотрим более детально классификацию жилищно-коммунальных услуг, оказываемых населению, представленную на рисунках 1 и 2 [7, с. 3].

Большое количество проблем ЖКХ в России определены неэффективной системой управления. Управление производительностью жилищно-коммунальных услуг заключается во взаимодействии, согласовании, достижении оптимальности между показателями производителя и показателями потребителя [3, с. 174].

На протяжении нескольких десятков лет в сфере классификация жилищно-коммунальных услуг доминировали не экономические подходы и средства хозяйствования,

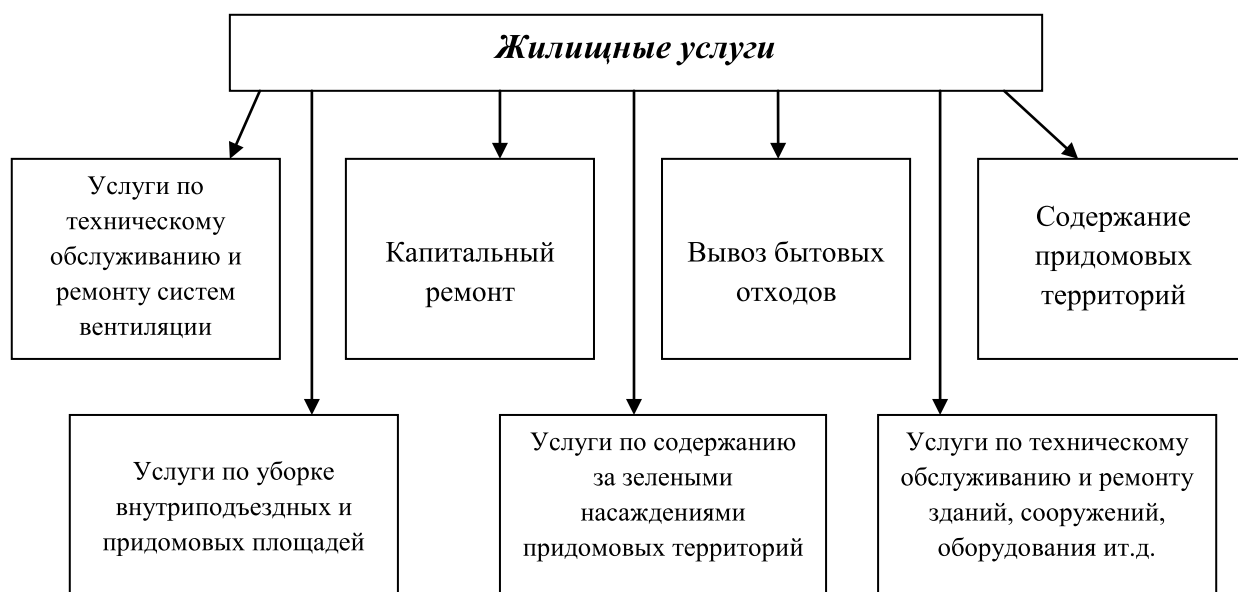


Рис. 1. Классификация жилищных услуг



Рис. 2. Классификация коммунальных услуг

а административный аппарат управления хозяйственной деятельности [4, с. 491].

В новых экономических условиях жилищно-коммунальная сфера находится в критичном состоянии в связи с:

- уменьшением бюджетных накоплений, которые направляются в эту сферу;
- увеличением тарифов на жилищно-коммунальную услугу;
- ухудшением качества обслуживания;
- падением объемов капитального и текущего ремонтов жилищного фонда;
- неэффективной организационной системой управления [6, с. 1].

На сегодняшний день качество является основной причиной социального устройства, деятельности людей. Если

разнообразие всех проблем, которые рассматривает человечество разделить на глобальные и локальные, то проблеме качества важно отнести к категории глобальных [5, с. 12].

В настоящее время в экономике практически всех регионов России и других стран резко возросло значение сектора услуг. Особенно это заметно при рассмотрении структуры занятости населения в сфере услуг, которая существенно компенсировала снижение занятости в промышленности.

Качество является одной из основополагающих категорий, определяющих образ жизни, социальную и экономическую основу для успешного развития, как человека, так и всего общества. Качество жилищно-коммунальных услуг — совокупность свойств и характеристик деятельности по обслуживанию жилых домов и территорий до-

мовладений, обеспечивающая удовлетворение требований потребителей к условиям проживания.

Требования к качеству жилищно-коммунальных услуг:

— иметь в управляющей организации и организации по обслуживанию жилищного фонда открытой и доступной системы оценок их деятельности, выставляемых потребителями в той или иной форме;

— возможность потребителям контролировать объем и качество работ и услуг с помощью устанавливаемого порядка учета услуг ненадлежащего качества и форм их регистрации;

— возможность корректировки размера оплаты услуг в сторону ее снижения при ненадлежащем их качестве [6, с. 2].

Таким образом, требования к качеству работ и услуг обслуживающей организации базируются на принципах наиболее полного учета потребностей нанимателей и собственников жилья в многоквартирных жилых домах, а также конструктивных и планировочных особенностей жилых домов, форм организации управления и обслуживания жилищного фонда. При этом инструментарий определения критериев (показателей) качества жилищных услуг должен учитывать такие факторы, как многоаспектность качества, территориальные и прочие особенности предоставления услуг, экономические ограничения, дифференциация потребителей услуг и др.

На наш взгляд, повышение качества жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ) является одной из главных проблем Российской Федерации. Для этого является важным обеспечение выполнения ряда мероприятий, которые направлены на улучшение объектов инфраструктуры, эффективность государственных программ и др. Главными задачами этой программы являются повышение удовлетворенности граждан РФ уровнем жилищно-коммунального обслуживания.

Мы считаем, что решение данной проблемы состоит в использовании новейших технологий в коммунальной структуре. Необходимо вводить в работу тепловые насосы, а также внедрять оперативно-диспетчерские системы управления водоснабжением.

Для того, чтобы осуществить качество и эффективность работы объектов коммунальной инженерной инфраструктуры нужно повысить уровень образования кадров ЖКХ. На сегодняшний день в России функционирует немалое количество учебных заведений, где проводятся учебные курсы повышения квалификации.

Особое место в рамках реформы ЖКХ отводится персональной ответственности лиц, ответственных за качественное оказание услуг в сфере ЖКХ. В первую очередь

это осуществляется путем введения понятия «квалификационный аттестат». Ст. 204 Жилищного Кодекса РФ гласит: «Лица, осуществляющие функции единоличного исполнительного органа лицензиата, а также лицо (лица), на которых уставом или иными документами лицензиата возложена ответственность за соблюдение требований к обеспечению надлежащего содержания общего имущества в многоквартирном доме, обязаны иметь квалификационный аттестат. Получение квалификационного аттестата ЖКХ осуществляется посредством сдачи экзамена. Круг вопросов, знание которых необходимо для положительной сдачи квалификационного экзамена и сам порядок проведения квалификационного экзамена определяется федеральным органом исполнительной власти. Квалификационный аттестат ЖКХ выдается сроком на три года. Сведения о лицах, положительно сдавших квалификационный экзамен, размещаются в реестре квалификационных аттестатов, ведение которого возложено на федеральный орган исполнительной власти [1, с. 3].

По причине нарастания в России противоречий осуществляемых реформ, затрагиваются интересы людей. Это отражается на уровне их материального состояния, уровне потребления, продолжительности, качестве и образе жизни, степени трудовой и социальной активности. Поэтому изучение сегодня проблем эффективности работы сферы услуг не просто актуально, а выходит на первый план. Также необходимо уделять большое внимание экономическим подходам развития сферы услуг, так как надлежащее использование ее ресурсов в экономике является условием социально-экономической стабильности общества.

Эффективно построенная система качества является надежным средством в деле оптимизации издержек и управления качеством. Система качества обязана удовлетворять требования и перспективы потребителя, также защищать интересы исполнителя услуги. На наш взгляд, предоставление услуги должно быть выгодным и содействовать снижению рисков для здоровья и безопасности людей.

Таким образом, уровень удовлетворения жилищным обслуживанием является обобщенным описанием происходящих отклонений. Он включает в себя как успешность работы руководящей организации, так и все множество внешних условий: состояние жилищного фонда, политика квартплаты, изменение запросов жильцов, которые связаны с приватизацией жилья и т. д.

На сегодняшний день ЖКХ необходимо совершенствовать методику предоставления услуг, улучшения их качества и эффективности деятельности для приобретения конкурентного приоритета.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2014 г. № 255-ФЗ «О внесении изменений в Жилищный кодекс Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации»/Российская газета. — 2014. — № 6441.

2. Агаджанян, А. Я. Формирование и развитие предпринимательской деятельности в жилищно-коммунальном комплексе. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Ставропольский государственный аграрный университет. Ставрополь, 2010.
3. Агаджанян, А. Я. Управление жилищно-коммунальными услугами в Ставрополье/Российское предпринимательство. 2009. № 4—2. с. 173—176.
4. Агаджанян, А. Я. Предпринимательство в жилищно-коммунальном секторе экономики: формирование и функционирование/Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2012. № 80. с. 487—496.
5. Производственный менеджмент в АПК. Айдинова А. Т., Банникова Н. В., Белкина Е. Н., Воронин М. А., Германова В. С., Гурнович Т. Г., Ермакова Н. Ю., Казарова А. Я., Криулина Е. Н., Куренная В. В., Кусакина О. Н., Лапина Е. Н., Латышева Л. А., Остапенко Е. А., Сахнюк Т. И., Скляров И. Ю., Склярова Ю. М., Скребцова Т. В., Токарева Г. В., Целовальников И. К. и др. Деловые имитационные игры/Ставрополь, 2013.
6. Сайт «Территориальное управление: государственное, региональное, муниципальное, территориальное общественное самоуправление»: <http://www.vasilieva.narod.ru/>
7. Сайт «Центр муниципальной экономики и права»: <http://www.cnis.ru/>

Особенности оценки стоимости предприятия в условиях рынка

Касымов Расул Шамильевич, кандидат юридических наук, магистрант
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Повышение эффективности деятельности предприятия (компания) как базовой единицы структуры экономических отношений является одной из основных целей исследования в экономической науке.

В связи с поставленной целью необходимо построить всю цепочку экономических взаимоотношений, увязать стимулы и полученные результаты деятельности, а также увязать интересы собственников и персонала фирмы в деле достижения конечной цели. Рассмотрим все составляющие с целью поиска консенсуса.

Исследователи западной экономической науки предложили множество концепций в поисках оптимального результата.

Одной из них, на наш взгляд, заслуживающей актуального внимания, является концепция приоритета экономических интересов собственников. Она была предложена Гербертом Саймоном (Herbert Simon). Он предложил переосмыслить понимание цели фирмы, как нацеленной на максимизацию полезности и прибыли. Согласно его концепции, экономическое поведение фирмы нужно понимать в более широком смысле, нежели простой максимизации прибыли, который заключается в необходимости приоритетного удовлетворения интересов ее собственников.

Концепция была поддержана представителями финансовой науки и в практическом плане сформулирована как максимизация рыночной стоимости фирмы.

Такая постановка вопроса, на наш взгляд:

— увязывает интересы всех сторон производственного процесса, так как рост рыночной стоимости сопровождается повсеместными выгодами для акционеров (рост благосостояния), работников фирмы (рост заработной платы,

других материальных выплат и социальных гарантий), общества (увеличение налоговых выплат и других обязательных платежей);

— увязывает интересы служб и подразделений предприятия, ориентированных на эффективное взаимодействие и повышение эффективности собственной деятельности;

— заставляет расширить понимание факторов, способствующих росту рыночной стоимости, включая такие как рост имиджа предприятия, организационной структурой управления, рост эффективности управления денежными потоками, а также синергетический эффект от перечисленных факторов. Более того, указанные факторы могут значительно наращивать рыночную стоимость предприятия;

— заставляет работать на перспективу, что означает развитие как научной составляющей процесса, так и рациональное использование сырья, что несомненно благоприятно для общества в целом.

Рост стоимости предприятия может проходить в виде разных форм:

а) в виде роста стоимости финансовых ресурсов. Нарастивание значения показателей, отражающих стоимость финансовых ресурсов путем роста масштабов производства, повышения эффективности производства, путем выпуска инновационных товаров. Выбор пути зависит от таких факторов как ресурсная база, уровень персонала, сфера деятельности и др.

б) в виде косвенных форм привлечения стоимости. Такими формами привлечения стоимости могут быть: факторинг, траст, лизинг, клиринг, бартер, франчайзинг и ряд других. Эти формы стоимостных отношений, од-

нако, не относятся к денежным или к форме ценных бумаг. Их основное значение — это привлечение стоимости в систему имеющихся финансовых ресурсов. Таковыми могут быть — от продажи задолженности при клиринге, поступление средств при лизинге или франчайзинге и др.

в) в виде реструктуризации предприятия. Варианты реструктуризации предприятий являются формой перехода стоимости из одной системы в другую. Такими вариантами могут быть:

- дробление предприятий,
- слияние предприятий,
- поглощение одним предприятием другого,
- банкротство предприятия.

Понятие «реструктуризация» предполагает изменения в структуре, нацеленные на наиболее полное использование ресурсов предприятия с целью роста его стоимости в перспективе.

Реструктуризацию можно рассматривать как форму поведения предприятия в целях развития.

Нашей целью является рост стоимости предприятия за счет роста стоимости финансовых ресурсов. Важной функцией в данной концепции роста стоимости предприятия является функция контроля и оценки деятельности предприятия. Оценка уровня рыночной стоимости является важным элементом, позволяющим проверить правильность методов управления данным предприятием.

Оценка позволяет не только оценить место среди аналогичных предприятий на рынке, но и степень перспективности выбранной стратегии компании. От оценки в целом зависит уровень и стоимость привлекаемых инвестиций.

Эволюция показателей оценки эффективности деятельности фирмы имеет давнюю историю. Подход к формированию показателей оценки эффективности деятельности компании постоянно меняется. Постепенно происходил переход от показателей, предложенных в 20-е годы предыдущего века, таких как модель Дюпона и рентабельность инвестиций (ROI), к показателям оценки доходности акции (EPS и P/E), применяемых в 70-е годы, и далее к показателям рентабельности акционерного капитала (ROE) и рентабельности чистых активов (RONA), используемых в 80-е годы прошлого века.

Далее появились коэффициент соотношения рыночной и балансовой стоимости (M/B), денежный поток (Cash Flow).

И, наконец, в 90-е годы были предложены для оценки деятельности фирмы экономическая добавленная стоимость (EVA), прибыль до выплаты процентов, налогов и дивидендов (EBITDA), рыночная добавленная стоимость (MVA), денежная добавленная стоимость (CVA), денежный поток отдачи на инвестированный капитал (CFROI). Происходит эволюция от относительных показателей доходности на акцию к показателям рентабельности капитала, чистых активов. К сожалению, практически все показатели узко оценивают результаты деятельности предприятия, охватывая, как бы его, чисто экономическую сторону деятельности. Не учитывается возможная допол-

нительная оценка рынком деятельности компании. В то же время была проведена попытка сопоставления рыночной и балансовой стоимости акций через коэффициент их соотношения (MB).

Расчет всех указанных показателей строился на основе бухгалтерских данных компании, без учета фактора времени и риска для акционеров. Частично этот пробел восполнил показатель, характеризующий дисконтированный денежный поток (Discounted Cash Flow), с помощью дисконтной ставки учитывающее факторы времени и риска. Но и он не стал универсальным показателем, связующим интересы как акционеров, так и менеджеров компании. Дело в том, что точность расчета дохода, полученного компанией не является полностью определяющей ее стоимость в условиях рынка. Как уже отмечалось ранее, может возникнуть дополнительный синергетический эффект в оценке компании с ростом или снижением ее реальной стоимости.

Для инвесторов, пожалуй, наиболее значимым является оценка стоимости активов и если их балансовая стоимость относительно точно коррелируется с рыночной стоимостью, то бухгалтерский баланс является достаточным и полезным источником информации. Но следует учесть, что балансовая стоимость определяется исторически. Стоимость составляющих ее элементов оценивается с учетом физического износа с учетом правил амортизации. Как правило, это происходит линейно. Рыночная оценка стоимости осуществляется несколько иначе. Это оценка множества сторонних наблюдателей и аналитиков, представляющих как других участников рынка, так и независимые агентства. Рыночная оценка по своей природе носит перспективный характер и не всегда линейную зависимость. Множество мнений и оценок позволяет получить некоторую усредненную, в каком то смысле «справедливую стоимость».

Созвучно этому существует и два понятия прибыли: бухгалтерская и экономическая. И если первая рассчитывается как выручка за минусом явных затрат, то экономическая прибыль понимается более широко и включает в себя стоимость услуг всех факторов производства, даже если они не являются собственностью компании, но формируют внутренние издержки, или покупаются с соответствующими внешними издержками. Это связано с пониманием того, что даже простое обладание финансовым ресурсом может предполагать наличие издержек, связанных с упущенными возможностями, как неиспользования ресурсов, так и нерационального их использования.

Отклонение балансовой стоимости от рыночной может возникнуть также и по другой причине.

В современных условиях развития все большее значение получает, так называемый, интеллектуальный капитал компании, выступающий в виде нематериальных активов, деловой репутации (goodwill), незавершенные перспективные научно-исследовательские разработки. Сложность и порой противоречивость их оценки каждым

участником в условиях рынка, позволяет значительно отклоняться рыночной и балансовой стоимости компании, что и наблюдается в последние два-три десятилетия. В связи с этим появилась необходимость в показателях не только приближающих оценку к рыночной, но и общих для владельцев и менеджеров предприятия. Достаточно универсальным показателем, который можно использовать для финансового анализа, управления и оценки стоимости компании, на наш взгляд, можно считать экономическую добавленную стоимость (EVA). В отличие от других показателей добавленной стоимости (CVA, MVA), показатель EVA относительно легко рассчитывается. По сути, это — показатель прибыльности, который, в отличие от традиционных показателей рентабельности, доходности на акцию таких как ROE, ROI и ряда других, рассчитанных на основе бухгалтерских данных, лишен таких недостатков как:

- искусственное занижение (завышение) размера показываемой прибыли, используя возможности законных бухгалтерских приемов,
- неспособность отражать временную стоимость денег, а также риски инвесторов,
- слабая корреляция со стоимостью акций компании на рынке.

По сравнению с дисконтированным денежным потоком, показатель экономической добавленной стоимости пригоден для оперативного и текущего управления компаниями и может быть использован менеджерами. Показатель экономической добавленной стоимости имеет, тем самым, двойственную природу — его можно использовать в качестве инструмента как финансового анализа, так и оценки компании.

Появление показателя EVA стало тем выходом из положения, при котором:

- 1) появилась тесная связь со стоимостью акции, но устанавливаемая при помощи статистических методов;

Литература:

1. Ampuero, M., Goranson J., Scott J. Solving the Measurement Puzzle: How EVA and the Balanced Scorecard Fit Together // The Cap Gemini Ernst & Young Center for Business Innovation. Issue 2 «Measuring Business Performance». — 1998. — P. 45–52.
2. EVA & Strategy. Stern Stewart & Co. Research, The Americas, 2000.
3. Young, David. Economic value added: A primer for European managers // European Management Journal. Vol. 15. — № 4. — P. 335–344.
4. Боди, З., Мертон Р. Финансы: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.
5. Волков, Д. Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты. — Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. — 320 с.
6. Ивашковская, И. В., Кукина Е. Б., Пенкина И. В. Экономическая добавленная стоимость. Концепции. Подходы. Инструменты // Корпоративные финансы. № 2 (14) 2010. — с. 103–108.
7. Осипов, М. А. Современные механизмы управления предприятием и измерения его деятельности // Финансы: Сборник статей. — М.: Компания Спутник +, 2008. — с. 95–126.
8. Уолш, К. Ключевые показатели менеджмента // Пер. с англ. — М.: Дело, 2003. — 360 с.

- 2) сохранилась возможность, для упрощения расчетов, использовать данные и показатели, рассчитанные по данным бухгалтерского учета;

- 3) при рыночной оценке стоимости для инвесторов компании учитывался фактор риска.

Показатель EVA является инструментом управления предприятия, которое ставит основной целью создание и увеличение своей рыночной стоимости. С применением данного показателя осуществлена попытка преодоления традиционных проблем бухгалтерского учета. EVA позволяет измерить реальную прибыльность компании, измеренную рынком, а также управлять ею с позиции ее собственников;

Показатель экономической добавленной стоимости отражает альтернативный подход к концепции прибыльности (переход от расчета рентабельности инвестированного капитала (ROI), измеряемой в процентном выражении, к расчету экономической добавленной стоимости, измеряемой в денежном выражении;

EVA — это показатель, показывающий руководителям компании, каким образом они могут повлиять на прибыльность, а собственникам уровень ее стоимости;

Данный показатель характеризует изменение прибыльности, в основном за счет, изменения эффективности использования капитала, а не за счет усилий на уменьшение затрат по привлечению капитала. Происходит качественный переход от оценки расчетными текущими показателями к показателям, оценивающим качественное изменение деятельности компании, ее перспективную оценку. Показатель EVA хорошо согласуется с концепцией приоритетного удовлетворения интересов ее собственников, объединяя их интересы с интересами менеджмента.

Таким образом, использование показателя EVA в финансовом менеджменте будет способствовать повышению качества оценки эффективности деятельности российских компаний.

Молочное скотоводство юга Тюменской области: экономическая эффективность и тенденции развития

Каюгина Светлана Михайловна, преподаватель
Государственный аграрный университет Северного Зауралья

В статье рассматриваются показатели эффективности развития молочного скотоводства юга Тюменской области, а также направления государственной поддержки отрасли.

Ключевые слова: молочное скотоводство, эффективность, Тюменская область, господдержка, отраслевая государственная программа

Обеспечение продовольственного рынка высококачественными и доступными по цене продуктами питания является одной из главных задач, как на уровне государства, так и отдельного региона.

Молоко и молочные продукты среди продуктов питания, необходимых для нормальной жизнедеятельности человека, занимают особое место. По мнению диетологов, они должны составлять 1/3 калорийности суточного рациона. По научно обоснованным нормам на человека в год в среднем требуется молока и молочных продуктов 392 кг.

Сырьевые ресурсы молока в регионе формируются за счет сельскохозяйственных организаций, личных хозяйств населения и крестьянских (фермерских) хозяйств.

Молочное скотоводство для сельскохозяйственных организаций является источником круглогодичного получения доходов, а для хозяйств населения — возможностью дополнительного заработка и самообеспечения важным продуктом питания.

Динамика поголовья коров в регионе на протяжении последних пяти лет имеет тенденцию снижения (см. рис.). Несмотря на устойчивую тенденцию роста молочной продуктивности, объем производства молока с 2010 по 2014 годы сократился на 39 тыс. тонн. Регион почти полностью обеспечивает себя молочными продуктами: производство молока в 2014 году составило 375 кг на человека в год, однако это ниже показателя 2010 года на 52 кг [2]. Надо отметить, что фактическое потребление молочных продуктов существенно ниже.

Основными производителями молока в регионе являются с.-х. предприятия (49,1%) и личные подсобные хозяйства населения (47,3%), а на долю крестьянских (фермерских) хозяйств приходится всего 3,6%.

Как показывает мировой опыт, а также итоги проведенной в нашей стране в начале 90-х годов аграрной реформы, рыночный механизм не способен решать проблемы сельского хозяйства без активной роли государства. Поэтому государственная политика страны и региона в от-



Рис. 1. Динамика показателей отрасли молочного скотоводства юга Тюменской области (по всем категориям хозяйств)

ношении агропродовольственного комплекса должна быть адекватной сложившейся ситуации и направленной на решение проблем, имеющих стратегическое значение для повышения конкурентоспособности входящих в состав АПК отраслей [3].

Одним из главных направлений инвестирования в АПК региона является строительство современных молочных комплексов, благодаря которому значительно повысился технический и технологический уровень животноводства. В рамках реализации приоритетного национального проекта «Развитие АПК» с 2006 года в области введено в эксплуатацию 18 современных молочных комплексов на 19,3 тыс. скотомест, в которых используется оборудование нового поколения, автоматизация и компьютеризация производственных процессов. Наряду с крупными объектами построены современные мини-фермы на 25 и более голов в личных подсобных хозяйствах граждан, введены в эксплуатацию 48 ферм с поголовьем 1300 голов. Нарастает генетический потенциал в молочном животноводстве. Вновь вводимые мощности на комплексах укомплектовываются скотом зарубежной селекции. С 2006 года хозяйствами области приобретено 37,1 тысяч голов зарубежного высокопродуктивного племенного скота молочных пород [1]. В результате наметилась тенденция увеличения продуктивности коров в с.-х. организациях (см. табл.).

В 2014 году рентабельность молока (с учетом субсидий из бюджета) составила 38,7%, что на 20,8% ниже уровня 2010 года. Темпы роста закупочных цен на сырое молоко отстают от повышения тарифов на энергоресурсы. К тому же при определении доходности отрасли в расчет берутся только затраты, непосредственно связанные с производством молока, без учета расходов на выращивание молодняка, убытков от реализации мяса КРС по ценам ниже себестоимости. Без государственной поддержки вкладывать средства в развитие молочного животноводства невыгодно, о чем свидетельствует тенденция сокращения поголовья скота в с.-х. организациях области.

Важнейшим звеном в развитии молочного скотоводства остается вопрос воспроизводства дойного стада. Технология производства молока предполагает выбраковки 30–35% животных в год. Но ремонтного молодняка не хватает. В анализируемом периоде в с.-х. организациях региона выход приплода на 100 коров не превышает 73 головы. Для самообеспечения ремонтным молодняком

выход телят должен быть не менее 80. Для формирования новых животноводческих комплексов приходится закупать КРС за рубежом. Но покупка племенного молодняка — удовольствие дорогое, не каждому хозяйству под силу. Осознавая важность мероприятия, правительство области компенсирует 50% стоимости животных за счет средств местного бюджета [5].

Для того чтобы молочное скотоводство юга Тюменской области было конкурентоспособным необходимо принять меры по повышению эффективности отрасли:

- увеличить долю производства молока на промышленных комплексах за счет реализации новых инвестиционных проектов и реконструкции действующих ферм;

- оптимизировать себестоимость производства молока за счёт повышения эффективности кормового поля: увеличения производства белковых кормов, внедрения прогрессивных технологий кормопроизводства;

- повысить показатели воспроизводства маточного стада до 80–85 телят на 100 коров;

- увеличить объемы производства товарного молока в личных подсобных хозяйствах в рамках реализации программы самозанятости населения, в результате строительства семейных мини-ферм.

На решение поставленных перед отраслью молочного скотоводства задач направлена отраслевая государственная программа Тюменской области, которая сформирована в соответствии с Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы [1].

В рамках государственной программы в 2016–2018 годах 13 млрд. рублей направят из бюджета Тюменской области на поддержку агропромышленного комплекса [7]. Без учета средств федерального бюджета в 2016 году на поддержку сельского хозяйства выделят 4 млрд. 739 млн. рублей. Это несколько выше уровня 2015 года. По-прежнему в качестве приоритетного направления господдержки определяется животноводство. За три года на его развитие планируется направить 4 млрд. рублей. Из них 1 млрд. 350 млн. выделят в 2016 году. Сохранятся существующие виды субсидирования, преимущественно субсидии на молоко.

С целью комплектования животноводческих комплексов, построенных при государственной поддержке, 227 млн. рублей планируется направить на субсидиро-

Таблица 1. Экономическая эффективность производства молока в с.-х. организациях юга Тюменской области

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. в % к 2010 г.
Поголовье коров на конец года, тыс. гол.	57,3	57,3	56,2	53,0	51,6	90,1
Производство молока, тыс. тонн	273,6	277,4	274,4	262,7	261,2	95,5
Продуктивность, кг	5640	5639	5572	5576	5902	104,6
Рентабельность (с учетом субсидий из бюджета), %	59,5	48,9	37,7	28,3	38,7	–20,8

вание расходов на приобретение племенных животных. На техническое перевооружение животноводства и развитие материальной базы планируется направить 736 млн. рублей, из них в 2016—245 млн. рублей.

1 млрд. 800 млн. в предстоящем трехлетнем цикле планируется направить на субсидирование процентных ставок по банковским кредитам. Для более активного вовлечения личных подворий в процесс производства с 2016 года планируется вести дополнительные меры поддержки. Предлагается увеличить до 122 млн. руб. ежегодный объем субсидий для возмещения кооперативам затрат на заготовку картофеля и овощей от населения, закуп молока и мяса.

С 2016 года 15,5 млн. рублей будут выделять ежегодно на укрепление материально-технической базы потребительских кооперативов. Для стимулирования граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, предусматриваются

дополнительные меры поддержки тех хозяйств, в которых содержится более пяти голов крупного рогатого скота молочных пород. В течение 2016 года эти меры будут опробованы в пяти пилотных муниципальных районах Тюменской области [7].

Таким образом, государственная поддержка молочного скотоводства — важный фактор повышения эффективности отрасли. Она стимулирует инвестиционную привлекательность региона, ускоряет срок окупаемости инвестиционных проектов, который при сегодняшних ценовых соотношениях на молоко и закупаемые сельскохозяйственными товаропроизводителями материальные ресурсы в среднем превышает 10 лет. Поэтому, если бюджетные ресурсы позволяют, нужно инвестировать и инвестировать в тех людей, которые готовы заниматься молочным животноводством [3].

Литература:

1. Государственная программа Тюменской области «Основные направления развития агропромышленного комплекса» на 2013—2020 годы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://admtumen.ru/ogv_ru/finance/programs/program.htm?id=1152@egTargetGrant (дата обращения 5.11.2015)
2. Животноводство в Тюменской области (2010—2014): Стат. сб./Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области. — Т., 2015. — 300 с.
3. Зверева, Г.П. Государственная поддержка молочного скотоводства в Орловской области [Текст]/Г.П. Зверева, И.И. Захарова // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2015. — с. 31—33.
4. Каюгина, С.М. Государственная поддержка АПК юга Тюменской области [Текст]/С.М. Каюгина // Молодой ученый. — 2015. — № 22. — с. 412—415.
5. Поддубная, Е. Коровы с хорошими генами спасут тюменское животноводство [Текст]/Е. Поддубная // Нивы Зауралья. — 2014. — № 5 (116). — с. 32—33.
6. Статистический ежегодник: Стат. сб. Тюменская область (Т. II)/Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области. — Т., 2015. — 316 с.: ил.
7. Тюменский агропром получит серьезную бюджетную поддержку [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vsluh.ru/news/politics/299765> (дата обращения 13.11.2015)

Факторы эффективности сделок слияний и поглощений с участием российских публичных компаний

Кеменов Алексей Владимирович, доктор экономических наук, доцент;
Чемеркин Максим Андреевич, магистрант
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Актуальность данной работы заключается в том, что в условиях кризиса в российской экономике сделки слияний и поглощений оцениваются рынком как высокорискованные, что делает их неэффективными для компаний-покупателей с точки зрения оценки рынком. В 2014 году впервые за анализируемый период (с 2002 г.) средняя эффективность сделок оказалась негативной.

Ключевые слова: слияния и поглощения, эффективность сделок, факторы эффективности, риски

Существует распространенное мнение о том, что большинство сделок слияний и поглощений не создают стоимость, а разрушают ее, причем такого мнения придержи-

ваются и некоторые передовые консалтинговые компании (напр., см [4]). Однако другие эксперты не согласны с таким мнением и заявляют обратное [5]. Слабость по-

зиций как одного, так и другого лагеря заключается в непрозрачности используемой методологии для расчетов, на которых базируются их выводы.

Критически важным является определение методологии оценки эффективности сделок слияний и поглощений. В сделках слияний и поглощений достаточно трудно определить эффект конкретной сделки на компанию покупателя, т. к. если рассматривать этот эффект в долгосрочном плане (когда он и должен проявиться), то на него оказывает влияние множество других факторов, влияние которых выделить трудно или невозможно, поэтому для определения эффекта сделок был выбран следующий подход:

- эффективность (результативность) сделок оценивается на краткосрочном отрезке времени через изменение котировок компании покупателя относительно рынка, что позволяет максимально нивелировать всевозможные факторы, не связанные с рассматриваемой сделкой;

- анализ проводится на основании большой выборки компаний, чтобы еще больше минимизировать влияние посторонних факторов на общий результат анализа факторов, влияющих на эффективность сделок;

- рассматриваются сделки, в которых компания-покупатель приобретает контрольный пакет акций (контрольную долю) в компании цели, т. е. более 50 %.

Таким образом, будем считать, что эффективность сделок слияний и поглощений — это изменение цены акций компании-покупателя относительно изменения рыночного индекса в период со дня до объявления о сделке до дня, следующего за днём объявления о сделке. Для краткости, примем следующие обозначения: -1 — это рабочий день, предшествующий дню объявления о сделке; 0 — это день объявления о сделке; +1 — это рабочий день, следующий за днем объявления о сделке. То есть если изменение акций компании покупателя в период с -1 до +1 составило +2 %, а изменение базового рыночного

индекса составило +1 %, то общий итог сделки, её эффективность, составляет +1 % (2 %-1 %), то есть это разница между приростом акций компании-покупателя и базового индекса.

Этот подход доказал свою эффективность в работах таких американских ученых как Sara B. Moeller, Frederik P. Schlingemann, Rene M. Stulz [8] и Dong, Ming, Daniel Hirshleifer, Scott Richardson, Siew Hong Teoh [6]. В своей известной статье “Wealth Destruction on a Massive Scale? A Study of Acquiring-Firm Returns in the Recent Merger Wave” [8] Moeller, Schlingemann и Stulz показали, что до 1997 года совокупный эффект от сделок слияний и поглощений для компаний-покупателей был близок к нулю, то есть успешные сделки компенсировались неудачными. Однако начиная с 1997 года сделки начали резко приносить убытки компаниям-покупателям, практически достигнув 150 млрд. долларов в 2000 году. Далее в этой работе мы будут рассмотрены сделки с участием российских публичных компаний в роли покупателя и применена описанная выше методология оценка эффективности сделки.

В качестве информационного источника используется база данных DealWatch содержит данные о сделках из 158 стран мира, с возможностью выбора отрасли сделки, доли, покупаемой в компании, суммы сделки, капитализации участников сделки, способа оплаты, статуса сделки, финансовых мультипликаторов, комментариев и проч.

Для анализа были выбраны сделки слияний и поглощений с участием российских компаний, начиная с 2000 года и заканчивая 2014 годом, в базе содержится 12 789 таких сделок (см. Рисунок 1 ниже).

Снижение в 2014 г. количества сделок на российском рынке M&A было обусловлено в основном двумя событиями: эскалацией ситуации на Украине и введением ряда экономических санкций против России, которое привело к снижению объема иностранных инвестиций в россий-

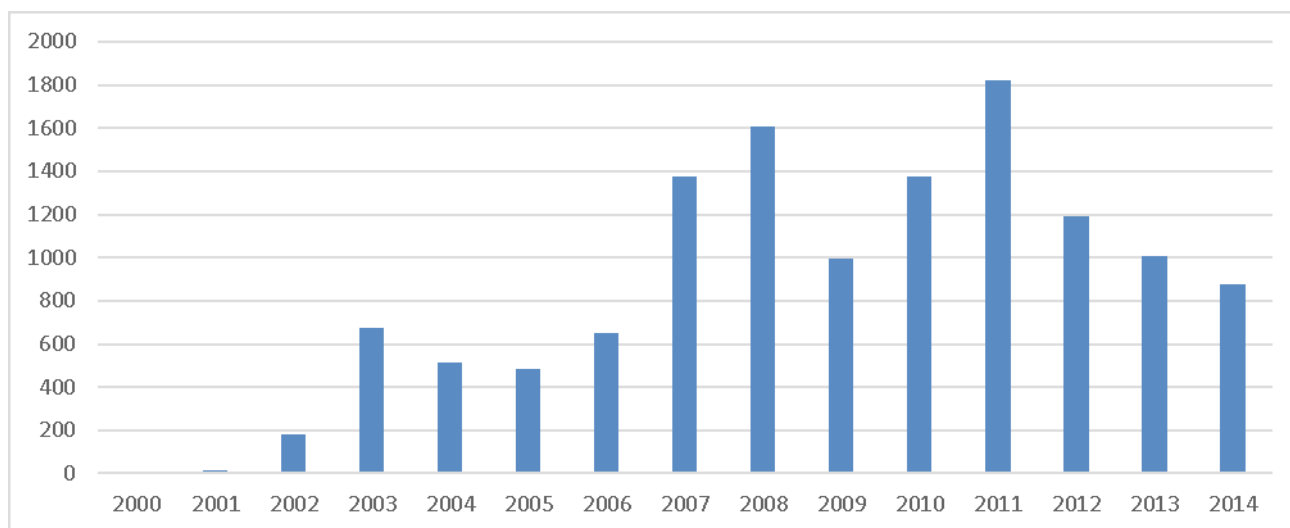


Рис. 1. Количество сделок слияний и поглощений с участием российских компаний в базе DealWatch

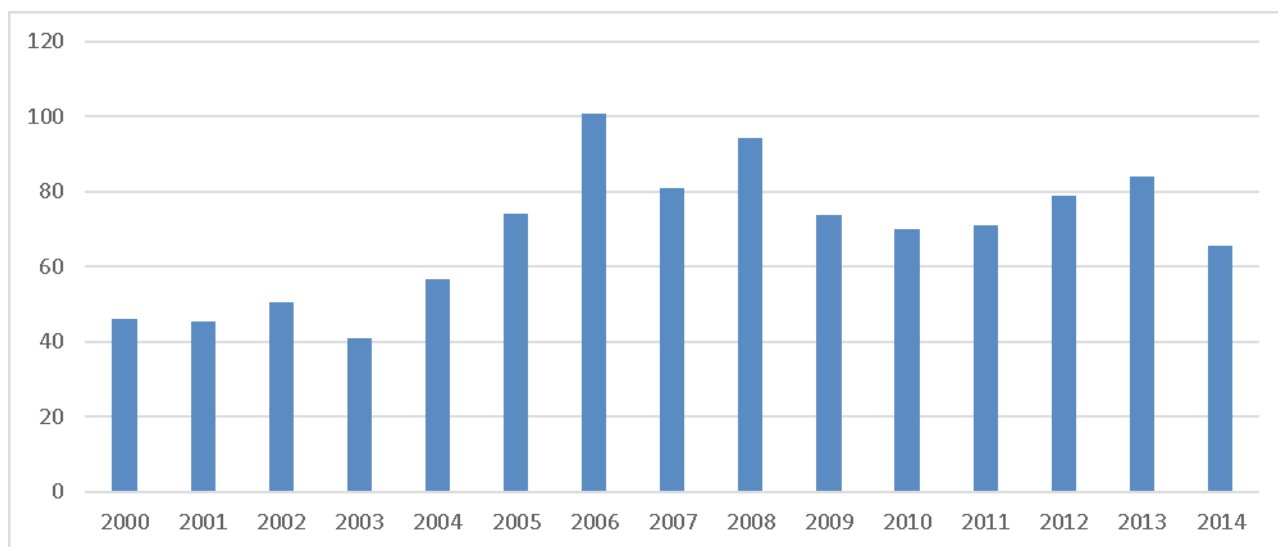


Рис. 2. Средняя сумма сделок слияний и поглощений с участием российских компаний, млн. долл. США

ские активы начиная с марта. Это также дополнилось обрушением сегмента внутренних сделок в IV квартале на фоне падения цен на нефть, ограничения доступа к капиталу вследствие введения санкций и резкого обесценения рубля.

Снижение во втором полугодии 2014 г. уверенности российских компаний относительно перспектив национальной экономики привело к тому, что многие проекты как в части слияний и поглощений, так и в плане органического роста были приостановлены. Учитывая, что цены по многим сделкам устанавливались в иностранной валюте, девальвация рубля усугубила разрыв в ценовых ожида-

ниях покупателей и продавцов, в связи с чем в IV квартале 2014 г. произошло уменьшение количества сделок.

Помимо падения количества сделок произошло также значительное снижение средней величины сделки в долларах США — до уровня 2004 года (см. Рисунок 2 ниже).

В 2014 г. снижение суммы сделок на российском рынке кардинально шло вразрез с тенденциями мирового рынка M&A, где этот показатель вырос на 44 % до рекордных 3,26 трлн долл. США.

Структура сделок на российском рынке слияний и поглощений в разрезе по отраслям отражает тенденции в развитии постиндустриальной экономики — в период с

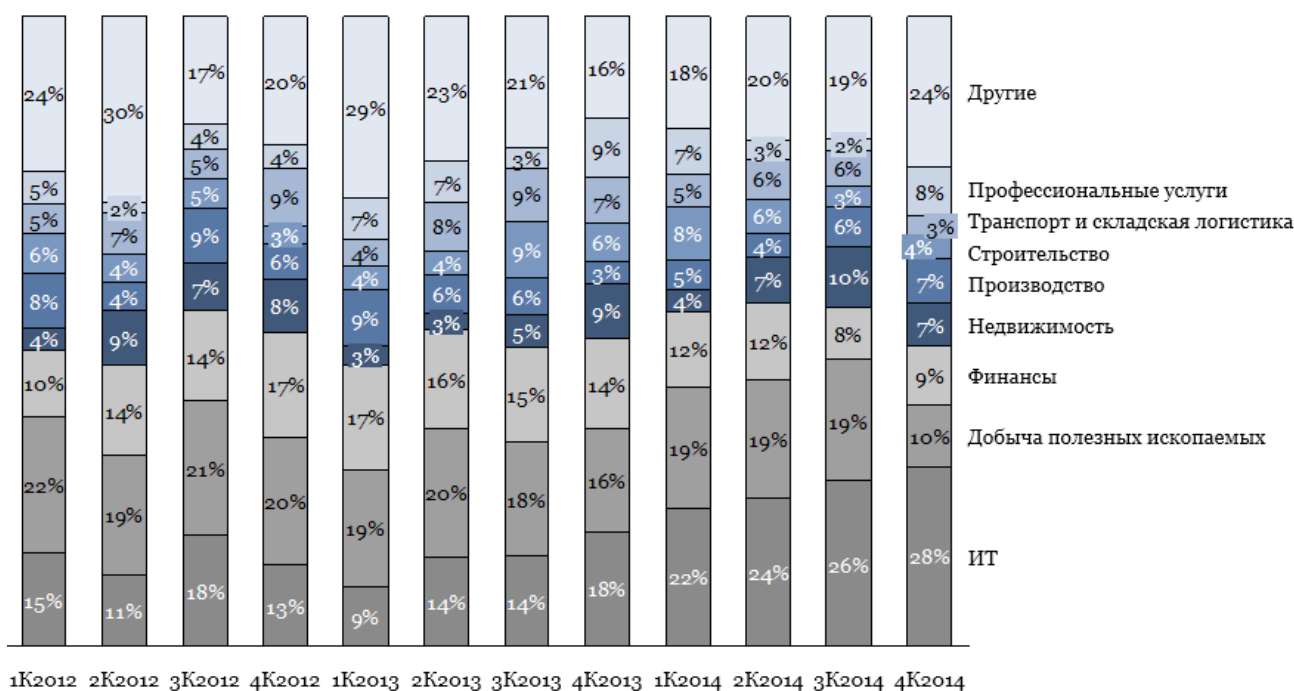


Рис. 3. Динамика структуры сделок слияний и поглощений российских компаний по секторам

2012 по 2014 гг. лидерство по количеству сделок слияний и поглощений захватили ИТ-компании, обойдя добывающие компании. Начиная с третьего квартала 2013 года доля ИТ-компаний в количестве сделок слияний и поглощений неуклонно росла, достигнув 28 % в третьем квартале 2014 года (см. Рисунок 3 ниже).

В базе данных DealWatch из 12 789 сделок только 334 сделки удовлетворяют нашим критериям:

— компания-покупатель, является публичной организацией, то есть компанией, чьи акции котируются на бирже;

— в ходе сделки компания-покупатель приобретает контрольный пакет (долю) в компании-цели.

Базовым рыночным индексом для определения относительного изменения котировок акций, котирующихся на Московской бирже, взят индекс ММВБ, а для акций российских компаний, котирующихся на других биржах, за базовый индекс взят основной индекс данной биржи, FTSE100 для LSE, NASDAQ Composite для NASDAQ и т. д.

Средневзвешенная эффективность для 334 сделок, участвующих в анализе, составила +0,22 %, что опровергает распространенное мнение о том, что большинство сделок слияний и поглощений приносят убытки для покупателя.

Анализ в разрезе по индустриям показывает, что средняя результативность по большинству отраслей также положительна, исключение составляют лишь производство, а также транспорт и складская логистика (в расчет брались только отрасли с количеством сделок в анализе, превышающем 15), как показано на Рисунке 4.

Наибольшей эффективностью отметились сделки с участием компаний сферы коммунальных услуг, которые в своем большинстве совершались в 2006–2012 годах, когда средняя результативность всех сделок также была достаточно высокой.

В сфере коммунальных услуг наиболее результативными сделками были следующие:

— приобретение Мечелом 51 % в компании Теплофикация Русе (Словения) в 2008 году за 76 млн. долларов (результативность +7,76 %)

— приобретение Мечел-Энерго 93,35 % акций компании Южно-Кузбасская ГРЭС в 2007 г. за 265 млн. долларов (результативность +5,40 %)

— приобретение Новатэком 100 % компании Газпром Межрегионгаз Челябинск в 2011 году за 49,47 млн. долларов (результативность +4,03 %)

Сделки в сфере коммунальных услуг с наибольшей негативной результативностью намного более скромные, чем сделки «в плюсе», что и стало залогом высокой средней результативности всех сделок этой отрасли. Сделки с наибольшим негативным результатом из отрасли коммунальных услуг:

— приобретение Интер РАО ЕЭС 100 % компании Калининградская ТЭЦ-2 в 2011 году за 606 млн. долларов (результативность -2,53 %)

— приобретение ФСК ЕЭС 100 % в Дальневосточной энергетической компании в 2012 году за 417 млн. долларов (результативность -2,50 %)

— приобретение Интер РАО ЕЭС 100 % компаний Храмы ГЭС-1 и Храмы ГЭС-2 (Грузия) в 2011 году за 104 млн. долларов (результативность -1,67 %)

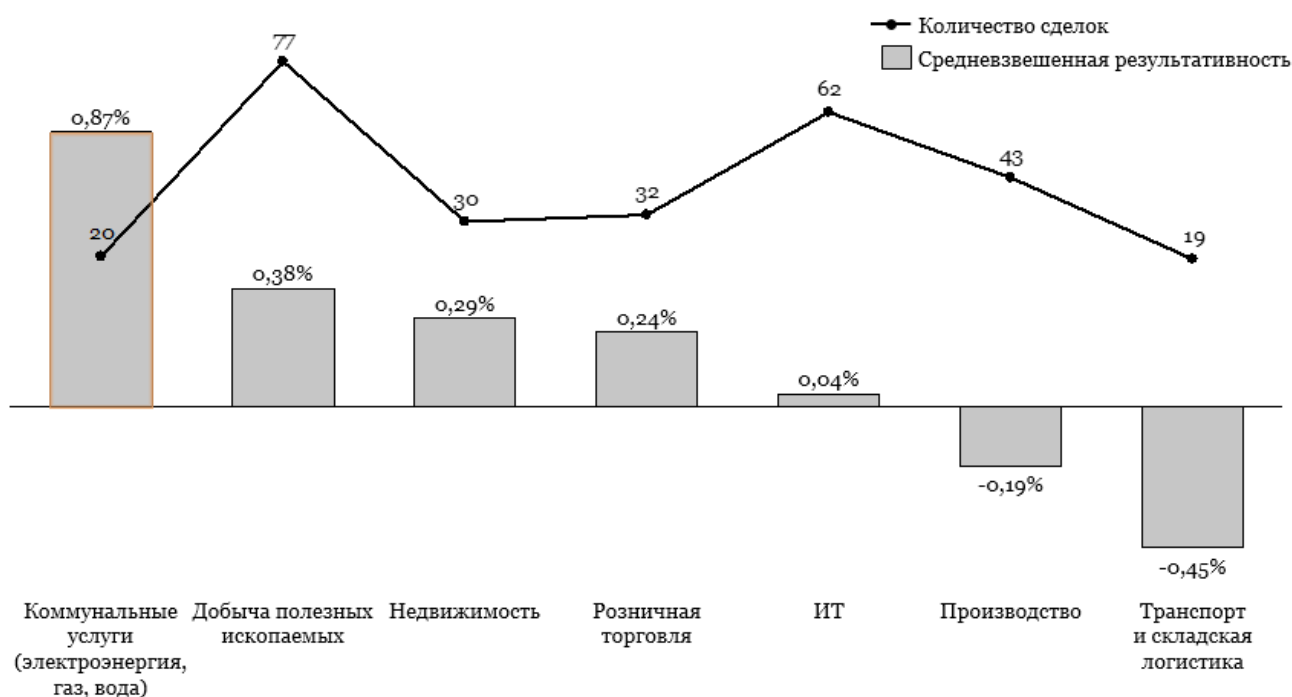


Рис. 4. Эффективность сделок слияний и поглощений в разрезе по отраслям

По упомянутым выше сделкам, можно сделать вывод, что результативность сделки также зависит от момента совершения сделки в долгосрочном плане (положительные сделки были совершены раньше, чем сделки с негативным результатом), а также от суммы сделки (результативные сделки в среднем меньше по сумме сделки, чем сделки с большими суммами). Поэтому далее проверим две гипотезы:

— результативность сделок зависит от состояния экономики и финансовых рынков, поэтому мы увидим изменение результативности в долгосрочном плане с поступательным изменением год от года, без резких скачков;

— рынок оценивает сделки на большие суммы как более рискованные, поэтому результативность таких сделок будет ниже.

Рассмотрим первую гипотезу и обратимся к Рисунку 5 ниже.

Рисунок 5 представляет нам возможность разделить рассматриваемый отрезок времени на три периода: до 2009 года, 2010—2013 гг. и 2014 г.

До 2009 г. российская экономика быстро росла за счет роста нефтяных цен, также быстро рос и рынок слияний и поглощений (см. Рисунок 1), стабильно растущие российские компании заставляли инвесторов верить в их дальнейший рост, а сделки слияний или поглощений рассматривались как источник дальнейшего роста.

В 2010 году ситуация кардинально поменялась, российская экономика медленно восстанавливалась после шока 2009 г., практически скатываясь в стагнацию. Соответственно, это сказалось и на настроениях инвесторов относительно сделок слияния и поглощений, они стали более умеренными, т. к. было непонятно, за счет чего может быть достигнут рост в стагнирующей экономике. Исключением стал 2013 год со средневзвешенной результатив-

ностью на уровне +0,81 %, результатом которой стали три крупные успешные сделки Газпрома по приобретению трех газоконденсатных месторождений у государства (Ледовое, Лудловское и Русановское), исключив влияние которых средневзвешенная результативность 2013 года будет равняться -0,52 %.

С 2014 года риски в российской экономике многократно возросли, причиной чему послужили вооруженный конфликт на Украине, падение цены на нефть и санкции западных государств против РФ. Отток капитала из страны показал, что инвесторы рассматривают риски как чрезмерно высокие, это сказалось и на сделках слияний и поглощений, т. к. инвесторы стали относиться к ним больше как к рискованным мероприятиям, нежели источникам дальнейшего роста и развития.

Проверим гипотезу два (результативность сделок по отношению к сумме сделки, построив график зависимости средневзвешенной результативности сделок от их суммы (для этого разобьем все изучаемые сделки на 5 равных групп, см. Рисунок 6).

Как мы видим из Рисунка 6, существует сильная обратная зависимость между размером сделки и ее эффективностью, наиболее эффективные сделки — это сделки размером до 17 млн. долларов, у сделок от 17 до 40 млн. долларов также наблюдается достаточно сильно выраженная положительная эффективность, в то время как сделки на сумму от 41 до 235 млн. долларов показывают результативность, близкую к нулю. Наибольшие по сумме сделки (более 235 млн. долларов США) также показывают достаточно низкую эффективность, близкую к нулю.

Таким образом, средневзвешенная результативность сделок слияний и поглощений с покупателем российской публичной компанией с 2002 по 2014 годы равняется 0,22 %, что опровергает мнение о том, что большинство

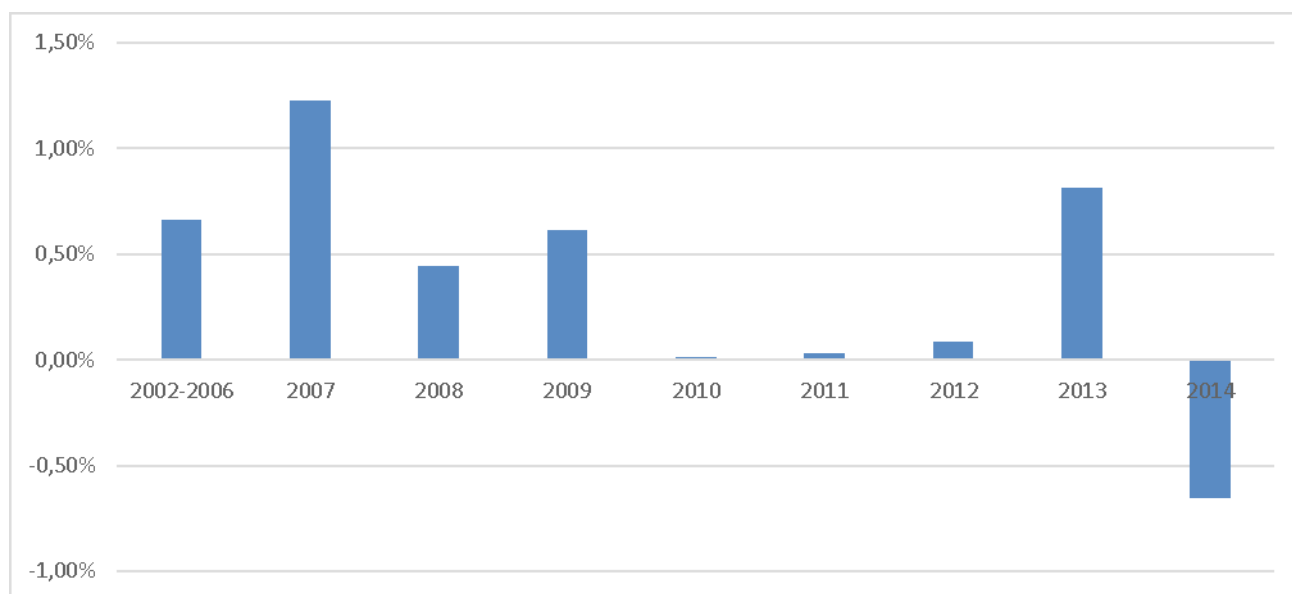


Рис. 5. Средняя эффективность сделок по годам

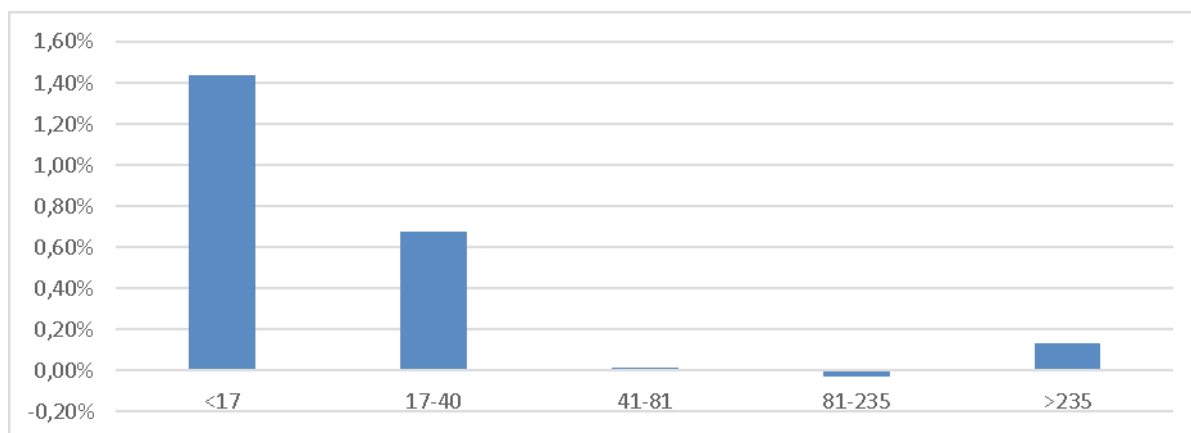


Рис. 6. Зависимость эффективности сделок от суммы сделки в млн. долларов США

сделок слияний и поглощений приводит к убыткам. Однако в некоторых отраслях наблюдается негативное значение эффективности, в частности у компаний производственного сектора, а также транспортно-логистических компаний.

Наиболее важным выводом данной работы является то, что эффективность сделок слияний и поглощений в значительной степени зависит от отношения инвесторов к риску: в период бурного развития экономики инвесторы рассматривают сделки как источник дальнейшего роста, в период стагнации — относятся к ним нейтрально, а в период затяжного кризиса расценивают такие сделки как рискованные шаги. К аналогичному

выводу также приводит анализ зависимости эффективности сделки для покупателя в зависимости от суммы сделки: большие сделки инвесторы оценивают как наиболее рискованные, поэтому их эффективность ниже, чем у сделок с меньшими суммами. Можно сделать вывод о том, что компаниям, участвующим в сделках в качестве покупателя, необходимо в прозрачной форме доносить до инвесторов потенциальные выгоды и риски от конкретной сделки, а также описывать стратегию компании в случае реализации тех или иных рисков. В таком случае, рынок будет оценивать подобные сделки более позитивно, повышая таким образом капитализацию компании-покупателя.

Литература:

1. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент. Учебник. - М.: Национальное образование 2013.
2. Брусов П. Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: Учебное пособие для студ., обуч. по спец. «Финансы и кредит», «Бух. учет, анализ и аудит» / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова — 2-е изд., стер. — М.: Кнорус, 2013.
3. Стэнли Ф. Рид, Александра Р. Лажу, «Искусство слияний и поглощений»; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 957 с.
4. Вестник McKinsey, «Слияния и поглощения. Корпоративное управление».; номер 4, 2003.
5. Томас Дж. Херд, Райан Макманус, «Кто сказал, что слияния и поглощения невыгодны?», Outlook Accenture Россия, 2012.
6. Dong, Ming, Daniel Hirshleifer, Scott Richardson, and Siew Hong Teoh, “Does investor misevaluation drive the takeover market?” Working paper, The Ohio State University, 2003.
7. Joshua Rosenbaum, Joshua Pearl, “Investment banking: Valuation, Leveraged Buyouts, and Mergers & Acquisitions”, Willey finance, 2009.
8. Sara B. Moeller, Frederik P. Schlingemann, Rene M. Stulz, “Wealth Destruction on a Massive Scale? A Study of Acquiring-Firm Returns in the Recent Merger Wave”, The Journal of Finance, Volume 60, Issue 2, 2nd March 2005.
9. William J. Carney, Mergers and Acquisitions: The Essentials, Wolters Kluwer Law & Business, 2009

Тенденции развития сегмента малого предпринимательства в экономике РФ

Коваленко Светлана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;

Александрова Мария Сергеевна, студент;

Чеснокова Екатерина Геннадьевна, студент

Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета

Актуальность темы для исследования объясняется важностью малого бизнеса, как для государства, так и для населения, а также наличием проблем и нерешенных вопросов. Малые предприятия формируют благоприятные условия для оздоровления экономики, поскольку развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, активнее идет структурная перестройка, расширяется потребительский сектор [8, с. 103].

Согласно данным федеральной службы государственной статистики было определено, что «по состоянию на 1 октября 2014 года в России было зарегистрировано 234,5 тыс. малых предприятий, что на 1,5% меньше, чем по состоянию на 1 октября 2013 года.

Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей снизилось на 2,8 ед. и составило 163,6 ед. Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей уменьшилось на 2,8 ед. и составило 163,6 ед. Рост числа малых предприятий, как в абсолютном значении, так и в расчете на 100 тыс. жителей, зафиксирован только в Центральном федеральном округе (на 5,0% или 8,5 малых предприятий на каждые 100 тыс. жителей). Во всех прочих федеральных округах отмечается снижение показателей [7, с. 41].

Для предпринимательства по малым организационно-правовым формам характерна высокая степень зависимости от внешней среды, в том числе и из-за недостаточности собственного капитала и потребности привлечения финансовых ресурсов, а глобализационные процессы в экономике, сопровождаемые проникновением капитала за пределы национальных границ, актуализируют исследования в области динамики изменений внешней среды (макроуровень) в стратегическом анализе [5, с. 17].

Идентификация экономического положения (состояния) отдельного субъекта малого предпринимательства определяется особенностями его бизнеса. Так, для капиталоемких малых предприятий, занятых в таких отраслевых сегментах, как строительство, транспорт, добыча и переработка рыбы и морепродуктов и др., характерно преобладание удельного веса основных средств в общей стоимости совокупных активах. Техническое состояние основных производственных средств находится в прямых и обратных причинно-следственных взаимосвязях и зависимостях с уровнем доходности и экономической устойчивости (положением) малого предприятия. Технологически процесс стратегического анализа позволяет воспользоваться модифицированным методическим подходом, основанным на расчете, измерении и комбинации дополни-

тельных факторов — доля основных производственных фондов в стоимости совокупных активов и степень их физического износа.

Если учесть, что независимо от масштабов деятельности, для коммерческих организаций оптимальным признается соотношение 50/50 между собственным и заемным капиталом, а на долю оборотных средств малых предприятий приходится от 75 до 90% совокупных активов, то собственный капитал, направляемый на финансирование средств в обороте, должен составлять от 37,5% до 45%. Оптимальный уровень коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами у малых предприятий должен составлять 0,50, при этом это предельный уровень оптимальности.

Представляется, что в современных условиях конкурентоспособность малого предпринимательства полностью обеспечивается экстенсивными факторами роста и развития его инновационного потенциала. Переход от использования экстенсивных к преимущественно экстенсивным, а затем к преимущественно интенсивным факторам, обеспечивающим повышение уровня конкурентоспособности малого предпринимательства, региональной и национальной экономики — стратегический вектор, в направлении которого необходимы теоретико-методологические и прикладные изыскания инструментарием стратегического анализа [3, с. 82].

На основании вышеизложенного, видится возможным охарактеризовать современный этап развития российского предпринимательства как приоритет внимания и активных действий со стороны государства к бизнесу, а именно увеличение популярности предпринимательской деятельности, переработка стратегии по государственной поддержке предпринимательства за счет привлечения инвестиций в предпринимательский сектор [8, с. 110].

Развитая непротиворечивая система источников предпринимательского права также формирует существенные условия для выделения совокупности норм, которые регулируют вопросы осуществления малой предпринимательской деятельности, в качестве самостоятельной отрасли права в системе российского законодательства. Нестабильная экономическая ситуация также неблагоприятным образом сказывается на показателях эффективности работы малых предприятий, они являются самыми уязвимыми и зависимыми от роста цен на сырье до логистических издержек и закупки оборудования.

Таким образом, в России в последнее время проводится много программ по поддержке и развитию малого сектора экономики. В настоящее время существуют различные

формы финансирования поддержки малого бизнеса: финансовая, имущественная, поддержка внешнеэкономической деятельности предприятия, информационное обеспечение, подготовкам кадров. Малый бизнес явля-

ется источником развития, от которого Россия не может и не должна отказываться, даже при наличии проблем, которые можно свести к минимуму при разумном подходе к управлению малым предпринимательством.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.// Российская газета. — 1993. — 25 декабря.
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ в ред. от 29.06.2015 // СЗ РФ. — 2007. — № 31. — Ст. 4006.
3. Медведев, А. П. Малый бизнес: с чего начать, как преуспеть/А. П. Медведев. — СПб.: Питер, 2013. — 224 с.
4. Морковина, С. С., Ванятинский Ф. В. Факторы, определяющие развитие малого предпринимательства // Инновационные механизмы экономики и педагогики в современной России. — 2015. — № 3. — с. 109–114.
5. Морковина, С. С., Сибиряткина И. В. Влияние законодательных нововведений на развитие малого бизнеса // Бухгалтер и закон. — 2013. — № 1. — с. 13–17.
6. Остервальдер, А., Пинье, И. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора/А. Остервальдер, И. Пинье; пер. М. Кульнева. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 288 с.
7. Поспелов, И. Модель современной экономики России: методы, технология, результаты/И. Поспелов // Экономические стратегии. — 2014. — № 9. — с. 38–41.
8. Семьянинов, П. В., Кондраков, И. В. Об актуализации некоторых факторов детерминации российской модели управления/П. В. Семьянинов, И. В. Кондраков // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 3 (061). — с. 103–110.
9. Программы поддержки малого и среднего предпринимательства — Режим доступа <http://economy.gov.ru/mine/c/activity/sections/smallBusiness/support/> (дата обращения: 07.12.2015).

Все хотят быть предпринимателями, но не все решаются

Коваленко Светлана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;

Идрисова Альбина Ильдаровна, студент;

Гильмеева Виктория Михайловна, студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Набережночелнинский институт

Многие со школьных лет мечтают о шикарных автомобилях, загородных домах, яхтах и собственном процветающем бизнесе. А вот получается осуществить задуманное далеко не у всех! В чем же дело?

Для начала разберемся в самой сути слова предпринимательство. В широком смысле это самостоятельная деятельность людей, организующих производство или торговлю, то есть имеющих свое дело, которое приносит доход. [1, с. 92] Отсюда вытекает, что предприниматель — человек, который идет на риск, реализуя свои идеи, таланты, открывает новые ниши деятельности, следовательно, способы заработка. Реализовать свое дело — означает в какой-то мере обрести финансовую независимость, заниматься тем, что нравится, ведь как говорил один мыслитель — выберите себе работу по душе, и вам не придется работать ни одного дня в своей жизни. [2] И все же не смотря на радужные перспективы, достаточно большое количество людей в России предпочитают работу по найму, чем открыть свое дело. Стоит предположить, что одна из основных проблем лежит в самом отношении

людей к предпринимательской деятельности и к деньгам вообще. Советское воспитание учило, что быть богатым, значит быть нечестным человеком и все продавцы — это наглые спекулянты. С детства внушалось, что нужно сначала хорошо учиться, чтобы потом устроиться на работу в хорошую организацию. А тем, кто задавался вопросом, не следует ли заняться собственным делом, говорили, что для этого нужно быть миллионером, иметь хорошие связи и т. п. Словом, предпринимателями могут стать лишь избранные, а все остальные должны трудиться на этих избранных, занимаясь нелюбимой работой. С такими установками рождается страх в людях. Конечно, есть еще множество причин — оправданий, для отказа начать свое дело. Любые оправдания, касательно будущих возможных неудач — это вполне нормальная реакция организма, которая заставляет его чувствовать себя более уверенно. Однако на самом же деле, эти страхи загоняют в тупик. Некоторым предпочтительно оставаться «в зоне комфорта», рассуждая о том, что работа по найму дает стабильность, отсутствие чувства тревожности

за свое дело позволяет обрести душевный покой, уверенность в завтрашнем дне и, не смотря на то, что есть мечта или идея заниматься тем, что действительно нравится, лучше оставить всё, как есть, не меняя свою жизнь. Но так ли это на самом деле? Где гарантии того, что работа по найму будет приносить и дальше стабильный заработок, что успешная компания, в которой ты работаешь сегодня, не станет банкротом завтра?

Для того чтобы наглядно понять, как относятся к предпринимательской деятельности люди, работающие по найму и люди, занимающиеся своим делом, был проведен опрос. В нем участвовало 19 предпринимателей города Набережные Челны и Казань, в возрасте от 30 до 55 лет, которые заняты в различных сферах деятельности (торговля, обслуживание, производство). Также в опросе участвовали 19 человек, работающих по найму (специалисты, администраторы, бюджетные работники, юристы, офисные работники), в возрасте от 22 до 55 лет. В опросе отсутствовали шаблонные ответы, каждый человек назвал по одному ответу, который он считает действительно самым важным.

С вопросом «почему ты предприниматель?», мы обратились к тем людям, кто уже имеет свое дело и с противоположным вопросом «почему ты не предприниматель?» опросили людей, работающих по найму. Ответы были следующие:

Ответы предпринимателей:

Почему ты предприниматель?

1. А как мне еще работать?
2. Нет другого варианта в жизни.
3. Не хочу работать на других.
4. С детства мечтала о своем деле.
5. Возможность быть вольным человеком, реализовывать способности.
6. Чтобы не быть бедным.
7. Лидер по жизни.
8. Интерес обмена опытом, независимость, гордость за себя и свое дело.
9. Свобода, личный выбор.
10. Нужны деньги.
11. Хочу работать на себя.
12. Реализация своих идей.
13. Было достаточное количество ресурса, позволяющее открыть дело.
14. Хочу самостоятельно контролировать свою судьбу и будущее.
15. Предложили хорошую идею, я решил развить ее.

Литература:

1. Лапуста, М. Г. Предпринимательство: Учебник. — Москва, Инфра-М, 2005. — 92 с.
2. Китайская философия. — режим доступа: <http://www.confucianism.ru/index.html> (дата обращения 8.12.2015).
3. И. И. Карнаух, В. Танаев — Практическая психология управления. — АСТ-Пресс, 2003.
4. Надлер, Д., Хибино Ш., Фаррелл Д. — Мышление полного спектра. — Попурри, 2008.
5. Д. Карнеги — Как перестать беспокоиться и начать жить, 1948.

16. У меня есть увлечение, которое превратилось в заработок.

17. Я хочу постоянно самосовершенствоваться.

18. Возможность самостоятельно распоряжаться своим временем.

19. Однажды я рискнул и у меня все получилось.

Ответы людей, работающих по найму:

Почему ты не предприниматель?

1. Возраст слишком мал (22 г.).
2. Нет предпринимательской жилки.
3. Нужно родиться в семье бизнесменов.
4. Потому что бездельник (честный человек попался).
5. Боюсь стать несостоятельным и остаться в нищете.
6. Это довольно рискованно.
7. Не знаю, как это делается, нет уверенности.
8. Это трудно, да и времени нет.
9. Для предпринимательства нужны большие деньги, которых у меня нет.
10. Моего образования недостаточно для открытия дела.

11. Я не знаю с чего начать.

12. Для этого необходимы хорошие знакомые.

13. Моя идея никому не нужна.

14. Сейчас не подходящее время.

15. В моей жизни все стабильно, не хочу ничего менять.

16. У меня нет знакомых в органах власти.

17. Боюсь потерять стаж и пенсионные накопления.

18. Меня устраивает организация, в которой я работаю.

19. Боюсь, что бизнес не окупится.

По результатам опроса получается, что первопричиной проблемой является мышление людей, нежелание брать на себя ответственность, неуверенность в себе и своих силах. Именно внутренние проблемы мешают людям добиться успеха. Кто-то страдает низкой самооценкой, кого-то раздражают внутренние противоречия. Все боится поражения на этом поприще. Но если хочешь стать успешным, придется бороться! И прежде всего со своими страхами. Есть множество способов побороть страх, разнообразные тренинги, мастер-классы, огромное количество литературы. Стоит начать работать над собой, и вы заметите, как кардинально изменится ваше мышление. Главное действительно этого захотеть и все получится. Не стоит забывать, что удачлив не тот, кто с первого раза пробился и сделал правильный выбор, а тот, кто после каждой ошибки находил в себе силы все начинать снова и попросту шел вперед, спотыкаясь и поднимаясь вновь и вновь.

Импортозамещение как фактор роста экономики страны

Коваленко Светлана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;

Сарварова Рузиля Ралифовна, студент;

Чибугаева Светлана Григорьевна, студент

Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета

Импортозамещение представляет собой особый тип экономической стратегии и промышленной политики государства, которая направлена на защиту внутреннего производителя и должна обеспечить население страны всеми необходимыми товарами народного потребления, сельскохозяйственным сырьем и продовольственными товарами путем замещения импортируемых товаров товарами национального производства [3].

Введенные экономические санкции против Российской Федерации со стороны западных стран, вынуждают страну ставить по новому вопросы об импортозамещении, а так же необходимости исследования социальных и экономических последствий этих мер, преимущества рисков, возможностей угроз для экономики региона.

Применение санкции в отношении России со стороны многих западных стран это реальный шанс для отечественных аграриев в плане того, что в первую очередь они могут завоевать отечественный рынок. Зарубежная продукция, которая заполняет прилавки российских магазинов, далеко не лучшего качества.

Введение экономических санкций наглядно показало, что Россия, импортировала многие годы продовольствия на сумму, которая равна сумме экспортных поставок газа в Западную Европу, находящийся в сильной зависимости. Половина потребляемого продовольствия в нашей стране было импортным. Российский отечественный уровень продовольственной безопасности в отличие от США

и ЕС находится на очень низком уровне. В 2013 г. объем импорта от общего ВВП сельского хозяйства РФ составил 15%. Из-за этого уменьшились объемы промышленного производства продовольствия. В 90-е гг. таможенные пошлины на импорт продовольственных товаров были снижены до самого низкого уровня, в связи с этим рост импортных поставок резко вырос. Результат можно было увидеть на полках отечественных магазинов — Польские яблоки, Китайский чеснок и груши, баклажаны и сладкий перец из Нидерландов, и этот список можно продолжить. Большую часть продукции, которую ввозят из других стран, отечественные аграрии способны производить самостоятельно. Исключением могут быть экзотические фрукты и ягоды, орехи, некоторые виды морской рыбы. То есть достичь максимального уровня импортозамещения при сложившихся природно-климатических условий наша страна в состоянии.

С учетом последних изменений на мировом рынке приоритетом развития российского сельского хозяйства, становится обеспечение продовольственной безопасности при одновременном активном импортозамещении.

Изменение геополитической обстановки выявило, что следует обеспечить доступность продовольствия за счет внутреннего производства. Ориентация на импортозамещение и связанную с ним модернизацию должна заменить сырьевую направленность экономики РФ.

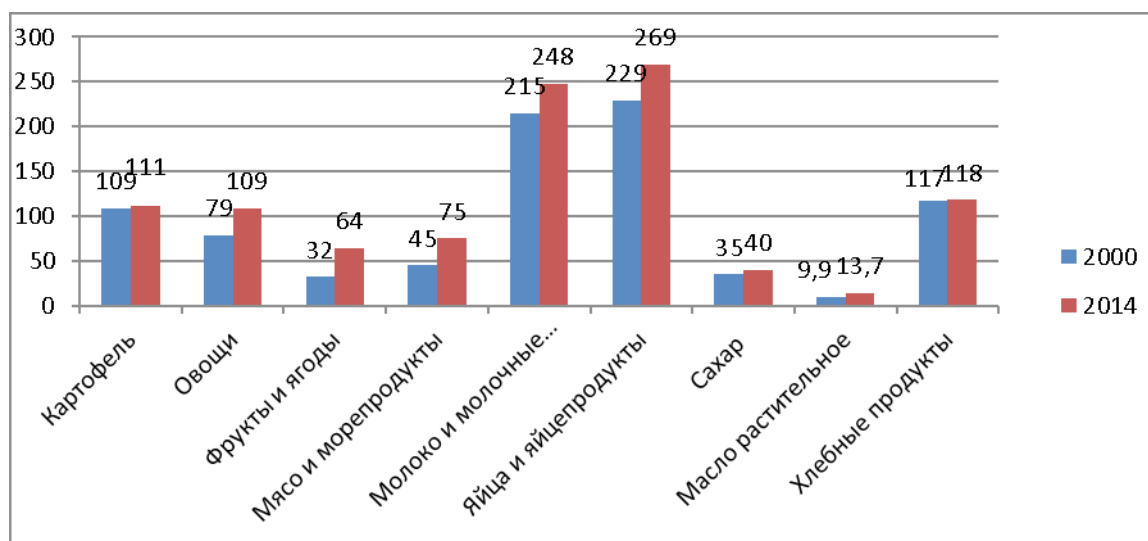


Рис. 1. Сравнительный анализ уровня потребления продуктов питания в РФ в 2000 и в 2014 гг.

Примечание. Рассчитано авторами: [2]

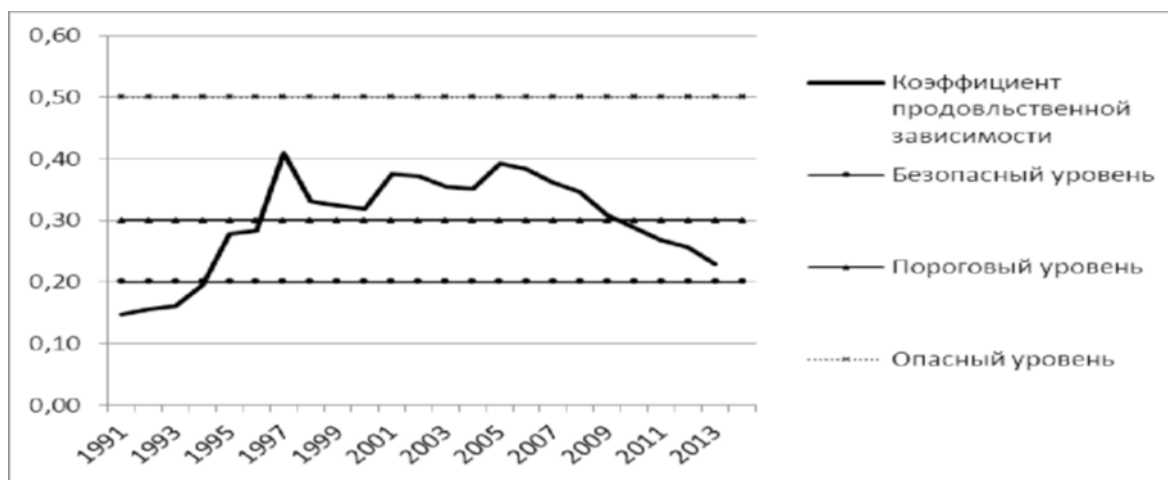


Рис. 2. Коэффициент продовольственной зависимости по мясу.

Примечание. Рассчитано авторами: [2]

Рост импорта сельскохозяйственной и продовольственной продукции после вступления РФ во всемирную товарную организацию (ВТО), привело к тому, что вытеснили с внутреннего рынка аналогичную продукцию отечественных предприятий. Это негативно влияет как на наполнение бюджетной системы регионов и государства, так и на уровень занятости и доходов населения, препятствуя структурным преобразованиям экономики страны и ее регионов [1, с. 90].

Российское аграрное производство, невзирая на туманные перспективы и сохраняющиеся трудности, обладает огромным потенциалом. В ближайшем будущем, вслед за увеличением рождаемости и численности населения, спрос на продовольствие внутри страны будет расти. Потребление продуктов питания, в Российской Федерации начиная с 2000 г. увеличилось, а так же произошла переориентация в потреблении продуктов питания (см. рис. 1).

На сегодняшний день Россия почти полностью обеспечивает себя мясом птицы, зерном и картофелем. По производству мяса в 2014 г. Россия вышла на четвертое место в мире, уступив лишь США, Китаю и Бразилии. За последние пять лет импорт подсолнечного масла сократился в шесть раз, а импорт свинины на четверть. По данным видам продукции проблема импортозамещения стоит не так остро или вообще не стоит. Но по мясу КСР картина не столь радужная (см. рис. 2).

Остро стоят проблемы импортозамещения по животноводческой продукции. Отечественное животноводство, к сожалению, не в силах обеспечить потребности и населения, и производителей. По экспертным прогнозам в ближайшей перспективе достичь импортозамещения в отрасли не получится. Связанно это с нехваткой перерабатывающих мощностей. Отечественные мясоперерабатывающие предприятия уже работают и перешли на импортное сырье. Высокие ресурс- и трудозатраты делают производство таких видов продукции, как овощи, фрукты, мясо КСР невыгодными. Например, в 2013 доля блок-ового мяса отечественного производства составила лишь 3%. Главными задачами отрасли на сегодняшний день являются увеличение поголовья скота, строительство и модернизация комплексов по откорму, убою и переработке скота. Необходимо совершенствовать механизм государственной поддержки отечественного производства, и тогда реализация стратегии импортозамещения даст возможность региональным товаропроизводителям адаптироваться к новым условиям функционирования в рамках экономических и политических санкций [3].

Таким образом, импортозамещение выгодно как государству, так и потребителям. Для государства это развитие предпринимательской деятельности и самой экономики в целом, строительство заводов, птицефабрик и других зданий, а так же снижение безработицы в стране, а для потребителей это качественные продукты питания, без каких-либо добавок и вреда здоровью.

Литература:

1. Макаров, А.Н. Импортозамещение как инструмент индустриализации экономики региона: инновационный аспект/А.Н. Макаров // Инновации. — 2013. — № 5 (151). — с. 90
2. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс-режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/economy/
3. Электронный ресурс — режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/importozameschenie-kak-faktor-rosta-regionalnoy-ekonomiki>

Маркетинговый анализ рынка образовательных услуг (на примере МБОУ «БСОШ № 1»)

Колесников Олег Григорьевич, студент

Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева

Социальная ситуация постоянно меняется, школьный рынок образовательных услуг необходимо постоянно обновлять — изменять и расширять их, искать новые подходы к этой работе, учитывать растущие потребности учащихся и их родителей. С этой целью администрация школы совместно с учителями проводят исследования, оценивающие мотивацию, познавательные интересы, нравственные ценности, роль семьи, досуга, представления о человеке и его облике [5, с. 32].

Государство также является субъектом маркетинга образовательных услуг. Оно предоставляет гарантии для долгосрочных инвестиций других субъектов в эту сферу, применяет налоговые льготы или иные формы регулирования рынка. Государство проводит государственную аккредитацию образовательных учреждений, т.е. выступает гарантом качества образовательных услуг, его соответствия образовательным стандартам.

Для организации и мониторинга качества платных образовательных услуг используем различные методы сбора информации.

Маркетинговые исследования образовательных услуг включают в себя следующие направления:

1. Это исследования конъюнктуры рынка образовательных услуг. Очень важно знать положение школы на рынке образовательных услуг, четко определить конкурентов, оценить уровень конкуренции, изучить потребности и спрос потребителей. Отсюда предлагаем спектр образовательных услуг, учащийся и его родители делают выбор, сравнивают стоимость того или иного курса. От того, какими покажутся для родителей цены, зависит объем выбранных ими курсов.

2. Исследования потребителей дают возможность изучить комплекс побудительных факторов, которыми руководствуются потребители при выборе курсов образовательных услуг: уровень доходов, приемлемую стоимость обучения, социальное положение, базовое образование. Предметом исследования является мотивация потребительского поведения: дать ребенку качественное образование при небольших материальных и временных затратах.

3. Исследования конкурентов дают возможность выявить конкурентов на рынке образовательных услуг. Для привлечения большего количества потребителей образовательных услуг и решения проблемы конкурентоспособности школа ищет партнеров в лице сотрудников других учебных заведений.

4. Исследования цены направлены на определение такого уровня и соотношения цен, который позволял бы получать наибольшую прибыль при наименьших затратах. Стоимость курсов платных образовательных услуг сегодня

достаточно привлекательна для родителей, т.к. не является обременительной для семейного бюджета. Именно поэтому многие родители готовы оплатить несколько курсов своего ребёнка. Организуемые в школе подготовительные курсы помогают определить уровень подготовки ребенка к обучению в начальной школе, пройти адаптационный период менее проблемно. Данный курс рассчитан на 30 учебных часов в группах численностью равной классу 25 человек.

5. Исследование каналов продвижения образовательных услуг. В этом случае большую роль играет сайт школы, доступный не только учащимся и их родителям нашего учреждения, но и других школ тоже. Активно используем электронные дневники, журналы, с помощью которых до сведения родителей доводится любая информация. Кроме того, в условиях малого города очень быстро доносится положительная информация о тех или иных событиях учреждений района, т.е. сами жители района, наши родители делают нам рекламу.

6. Исследования методов стимулирования продаж позволяют использовать такое стимулирование, которое бы стало привлекательным для потребителя, например, при обучении детей-близнецов делается скидка для одного из них, скидки делаются и для детей-инвалидов, детей из многодетных семей. Все это работает на положительный имидж школы шко [3, с. 106–107].

Исследования внутренней маркетинговой среды школы позволяет определить реальный уровень конкурентоспособности образовательных учреждений в результате сопоставления фактов внешней и внутренней среды и определить для себя, что нужно сделать, чтобы деятельность школы была полностью адаптирована к динамично развивающейся внешней среде.

Преимущества услуг школы состоят в том, что образовательное учреждение имеет хорошую материально-техническую базу и профессиональный кадровый состав, обладающий высоким уровнем результативности в сфере своей деятельности, лицензировано и аккредитовано обучение по программам углубленного изучения предметов естественнонаучного профиля. Немало важный фактор — удачное расположение школы.

Однако наличие в районе широкого спектра услуг дополнительного образования на бесплатной основе (специализированная школа олимпийского резерва по лыжным гонкам, «Школа «Самбо и дзюдо»,) снижает спрос на платные образовательные услуги в сфере оздоровительной и досуговой деятельности. Поэтому основная востребованная деятельность в сфере образовательных услуг связана с интеллектуальным направлением, позволяющим повысить уровень качества подготовки к школь-

ному обучению, к углубленному изучению предметов, к итоговой аттестации.

Учитывая, что система платных образовательных услуг в районе пока еще не сформировалась, определить ценовую политику достаточно непросто. Например, в средних массовых образовательных учреждениях невозможно отследить сто-

имость платных услуг имеющихся конкурентов среди муниципальных образовательных учреждений. Среди других структур, предлагающих аналогичные услуги и составляющих серьезную конкуренцию, можно назвать подготовительные курсы для поступления в различные ВУЗы и репетиторство.

Таблица 1. Потребности, определяющие поведение потребителей на рынке образовательных услуг

Потребители образовательных услуг	Потребности, определяющие поведение
учащиеся	удовлетворение образовательных потребностей, потребности в общении, самореализации
родители (прямые представители)	обеспечить ребенку обязательное среднее (полное образование), сохранив его жизнь и здоровье
профессиональное образование (начальное, среднее, высшее)	получить абитуриента, обладающего определенным набором знаний, мотивированного на дальнейшее профессиональное обучение и социальную адаптацию
государство	получить законопослушного гражданина — патриота, профессионала своего дела
общество	получить социально зрелую личность, способную к самосовершенствованию и коммуникации, профессионала своего дела и способного к мобильности

Таблица 2. Методы сбора информации

Методы сбора информации (вторичные)	Содержание деятельности
Получение внутренней информации	Сбор данных: определение количества желающих посещать платные образовательные услуги, по каким предметам, по каким программам, у каких педагогов. Подбор кадров, исходя из внутренних ресурсов. Выход на другие учебные с приглашением ведущих специалистов для ведения курсов.
Получение внешней информации	Исследование рынка образовательных услуг внутри района: работа с сайтами образовательных учреждений.
Методы сбора информации (первичные)	Содержание деятельности
Опрос (многоразовый)	Опрос родителей и учащихся, педагогов: степень удовлетворенности платными образовательными услугами, выявление интереса к тому или иному курсу, формирование заказа на следующий учебный год. Изучение потребительского рынка.
Глубинное интервью	Интервью с родителями и учащимися с целью выяснения их мотивов, убеждений, чувств и отношения к организации платных образовательных услуг.
Фокус-группа (групповое глубинное интервью)	Интервью у группы учащихся, приглашенных на данное мероприятие из разных групп, обучающихся по разным программам. Интересно мнение каждого ребенка с целью дальнейшей организации платных образовательных услуг.
Анкета (самый распространенный способ сбора информации)	Анкета для родителей «Психологическая комфортность, здоровьесберегающие условия для детей при организации платных образовательных услуг» и т. д. Анкета для учащихся «Степень удовлетворенности учащегося организацией платных образовательных услуг» Анкета для педагогов «Степень удовлетворенности педагога организацией платных образовательных услуг».

Анализ деятельности основных конкурентов показывает, что платные образовательные услуги востребованы, т.к. они доступны по цене, носят системный характер и имеют особую гибкость в организационных моментах и направлены на реализацию индивидуального подхода в обучении, восполняют отсутствующие в учебном плане образовательные услуги.

Педагогический опыт показывает, что краткосрочная подготовка к выпускным экзаменам в старших классах не дает высоких результатов, поэтому мы предлагаем развивающие курсы, способствующие качественной подготовке к ЕГЭ, начиная со второй ступени. Учитывая, что самыми востребованными предметами являются сейчас обязательные предметы ЕГЭ, а именно математика и русский язык, эти предметы будут пользоваться самым большим спросом. При желании можно воспользоваться платными образовательными услугами и по другим предметам. В зависимости от наполняемости группы и количества часов курса стоимость обучения будет различной. В век интенсивно развивающихся информационных технологий потребность в изучении информационных технологий и развитии алгоритмического мышления велика. По федеральному компоненту ГОС информатика и ИКТ начинает изучаться с 8 класса, в 5–7 классах в вариативной части учебного плана школы предусмотрены факультативные курсы по информатике, а в начальной школе в связи с пятидневной учебной неделей информатика отсутствует. Этим объясняется спрос на платные образовательные услуги по информатике в начальной школе. В 5–7 классах также предлагаются курсы, углубляющие знания в этой области.

К основным целям продвижения платных образовательных услуг в школе отнесем:

- информирование родителей и их детей о предоставлении учреждением платных образовательных услуг;
- формирование имиджа лица у населения школы;
- увеличение объёма прибыли.

В научной литературе комплекс продвижения платных образовательных услуг называется комплексом маркетинговых коммуникаций (это комплекс действий, предпринимаемых учреждением для доведения информации об услугах до целевых потребителей убеждения их приобрести эти услуги). [4, с. 183–184].

Приоритеты методов продвижения на потребительском рынке образовательных услуг расставляются следующим образом:

- реклама
- личная продажа
- связи с общественностью
- стимулирование продаж

Реклама — это платная форма односторонней массовой коммуникации, служащая в качестве прямой или косвенной поддержки действий образовательного учреждения. Это средство коммуникации, позволяющее организации передать сообщение потенциальным покупателям образовательных продуктов и услуг, прямой контакт с которыми не установлен. Рассмотрим особенности

рекламной политики в отношении образовательных услуг: разработка управленческого решения начинается с выбора, определения её целей: увещевание, информирование и напоминание (в т.ч. поддержание спроса) [1, с. 183–184.] Мы начинаем с **увещательной рекламы**, убеждающей потенциальных потребителей в серьезности своих намерений и потенциала, а также в качестве предлагаемых услуг. При этом возможны такие аргументы, как размеры материально-технической базы, уже заключенные договоры, полученные и исполненные соглашения. Увещательная реклама формирует расположение к нашей школе, к его продукции (спектру образовательных услуг), убеждает немедленно обратиться за дополнительной информацией или просто совершить покупку, т.е. заключить договор на приобретение той или иной образовательной услуги. Очень редко мы пользуемся сравнительной рекламой, когда, утверждая свои преимущества, сопоставляем предлагаемые цены с ценами на образовательные услуги в других школах.

В случаях, когда школа вводит новый образовательный курс, мы прибегаем к информационной рекламе: информируем о содержании программы этого курса, методиках, стоимости. Кроме этого, при помощи информативной рекламы мы устраняем различные опасения потребителей, неоправданные негативные слухи, что неизбежно в условиях района.

Напоминающая реклама используется нами после увещательной и информационной, когда мы напоминаем потребителю, что предлагаемые им образовательные услуги будут реализовываться в самое ближайшее время.

Поддерживающая реклама используется с целью убедить обучающихся в правильности сделанного выбора, в открывшихся перед ними перспективах, чтобы прекратить возможный отток потребителей, хотя практика показывает, что единичные случаи имеют место быть. В качестве средств поддерживающей рекламы используется демонстрация довольных, преуспевающих выпускников, а также рекламные щиты, информационные материалы, фотографии и отчеты.

Основные виды рекламных каналов:

- справочная информация на информационных стендах
- сайт школы
- печатная продукция

Реклама имеет положительные стороны: привлекает возможно большое количество потенциальных потребителей, доносит информацию до потребителей. Прокладывает дорогу для новых курсов образовательных услуг, может многократно повторяться для одной аудитории, потребители образовательных услуг школы имеют возможность сравнить её с рекламой других образовательных учреждений, дает броское и эффективное представление о школе и его услугах, может видоизменяться с течением времени [2, с. 82.] Хотя нельзя не сказать и об отрицательных сторонах рекламы: невозможность диалога с аудиторией, не дает возможности подхода к каждому

Таблица 3. Анализ деятельности основных конкурентов.

Основные конкуренты	Преимущества	Недостатки
Подготовительные курсы в ВУЗы	<ul style="list-style-type: none"> — интенсивная подготовка к ЕГЭ — умеренная плата — возможность повысить уровень знаний 	<ul style="list-style-type: none"> — вечернее время, большая нагрузка на выпускника — отсутствие непрерывности образовательного процесса, «оторванность» от школьных программ — нет индивидуального подхода к каждому учащемуся — узкая предметная направленность, связанная с поступлением в конкретный ВУЗ.
репетиторы	<ul style="list-style-type: none"> — индивидуальный поход (индивидуальная программа занятий с учетом уровня знаний ученика, учет индивидуальных особенностей ученика) — гибкое расписание, согласованное с учащимся 	<ul style="list-style-type: none"> — высокая стоимость услуг — ограниченное количество человек, обучающихся у одного учителя. Поэтому к учителям — профессионалам высокого уровня — попасть на занятия достаточно сложно.
Другие муниципальные общеобразовательные учреждения	<ul style="list-style-type: none"> — традиции образовательных учреждений — обновляющаяся материальная база — углубленное изучение предметов — стабильный, профессиональный кадровый состав 	<ul style="list-style-type: none"> — несформированная система платных образовательных услуг: сложность ценообразования
Учреждения дополнительного образования	<ul style="list-style-type: none"> — бесплатная основа обучения — большое разнообразие услуг 	<ul style="list-style-type: none"> — сложность в интеграции основного и дополнительного образования — отсутствие некоторых востребованных секций (например, волейбол, баскетбол)

потребителю, так как обращения стандартизированы, не позволяет работать без бесполезной аудитории, т. е., кому она не предназначена, требует больших расходов.

Стимулирование продаж представляет собой кратковременное побуждение, поощряющее покупку образовательной услуги. В то время как реклама приводит доводы в пользу покупки услуги, стимулирование продаж объясняется. Почему это надо сделать немедленно.

Стимулирование продаж имеет следующие преимущества:

- приводит к кратковременному росту продаж и дополняет рекламу и личные продажи;
- привлекает внимание и содержит информацию, способную вывести потребителя на товар;
- содержит явное побуждение покупки, предлагая какую-либо уступку, льготу, представляющую ценность для потребителя;
- содержит четкое предложение незамедлительно совершить покупку.

Литература:

1. Банслова, В.Б. Особенности образовательных услуг как процесса и анализ мотивации потребителей на рынке образовательных услуг. — СПб.: ИПК СПбГИЭА, 2009. — с. 8.

Стимулирование имеет и отрицательные стороны: может использоваться только как дополнительный вид продвижения, часто смещает акцент с факторов качества на второстепенные факторы.

Связи с общественностью поставляют информацию об образовательном учреждении в целях благожелательного отношения к нему и понимания его деятельности: это PR-кампания, корпоративная реклама, паблисити в рамках встреч с родительской общественностью.

Выводы.

В современной, быстро меняющейся экономической ситуации практически невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий на рынке образовательных услуг. Спланировать экономическую деятельность школы в соответствии с потребностями рынка образовательных услуг возможно с помощью программы финансово-экономической деятельности (бизнес-плана).

2. Вифлиемский, А. Б. Внебюджетная деятельность школы/А. Б. Вифлиемский //Директор школы. — 2002. — № 7. — с. 82–87
3. Компаниец, В. Б. Эскиз бизнес-плана школы/В. Б. Компаниец. //Завуч школы. — 1999. — № 7. — с. 106–107
4. Молоканова, А. Бизнес-план сельской школы./А. Молоканова. //Народное образование. — 2009. — № 10. — с. 183–184
5. Мусарский, М. Внебюджетные доходы в общеобразовательных учреждениях./М. Мусарский, Е. Рачевский. // Народное образование. — 2010. — № 10. — с. 32

Инвестиционное и накопительное страхование жизни — симбиоз на рынке страховых и инвестиционных услуг

Крячко Ульяна Васильевна, магистр экономики
Орловский государственный аграрный университет

Ключевые слова: инвестирование, инвестиционное страхование жизни, накопительное страхование жизни, доход, страхование, накопления, финансовая защита, выгодоприобретатель.

По какому сценарию будет развиваться мировая экономика? Аналитики не могут сойтись во мнении, точки зрения диаметрально. Отсутствие убедительных прогнозов ставит процесс инвестирования в шаткое положение.

Специалисты уверены: депозитные вклады на сегодняшний день недостаточно эффективны. При нынешнем уровне инфляции ставки по вкладам не обеспечивают требуемого уровня дохода. Более высокий потенциал по доходности предлагает ПИФ, но при этом данная форма вложений не предлагает гарантий их сохранения. Коммерческие банки предлагают инвесторам обратить внимание на продукты со встроенным контролем риска и высоким потенциалом дохода (мультипликатором) или так называемые структурные продукты [2]. В большинстве развитых стран мира самыми популярными финансовыми инструментами, которые отвечают данным условиям, являются накопительное и инвестиционное страхование жизни.

Инвестиционное страхование жизни — это страхование жизни и здоровья с возможностью получения инвестиционного дохода, размер которого не ограничен.

Инвестиционное страхование — это способ заработать на фондовом рынке при 100% сохранности вложенных средств по окончании действия программы. Инвестиционный доход по этому продукту напрямую привязан к динамике фондового рынка [1]. Размер дохода не ограничен. Однако, данный продукт менее рискованный, чем ПИФ, так как вложенные денежные средства распределяются между различными видами активов — с высокой и низкой потенциальной доходностью. Распределение осуществляется таким образом, чтоб обеспечить 100%-ную гарантию сохранности капитала клиента по окончании действия программ и получение дополнительного дохода. Если ситуация на финансовых рынках ухудшится за период страхования, то по завершению договора страхования клиент получит вложенные денежные средства в полном объеме

без каких-либо потерь. Таким образом, с помощью ИСЖ клиент получает дополнительную финансовую защиту себя и своих близких на случай непредвиденных ситуаций в будущем.

Немало важно, что в данную программу включено страхование жизни. И при наступлении какого-либо страхового случая страховая компания выплачивает определенную сумму клиенту или его выгодоприобретателю, которого он укажет при оформлении договора. Таким образом, можно решить проблемы, связанные с наследованием или адресной заботой о человеке в сложной семейной ситуации, например, создать накопления для ребенка от первого брака или для внука (внучки), а также позаботиться о наиболее уязвимом члене семьи.

Как работает ИСЖ и почему это выгодно: как правило, срок инвестирования составляет от 5 до 8 лет в зависимости от условий страховой компании — партнера, которую выбирает клиент. Для того, чтобы гарантировать 100%-ный возврат вложенных средств, страховая компания большую часть инвестиций клиента выкладывает в так называемые консервативные активы с высокой надежностью и стабильной доходностью. Например, в облигации.

Меньшая часть клиента инвестируется в активы с более высокой потенциальной доходностью, такие как акции российских компаний, торгующих на фондовой бирже, золото, нефть, сырьевая корзина и др. Именно эта часть инвестиций обеспечивает получение повышенного дохода. Страховая компания на протяжении всего срока действия договора управляет данными видами активов, применяя стратегию, которая позволяет максимизировать прибыль при росте акций и обеспечить отсутствие потерь при их снижении.

Кроме того, ИСЖ обладает дополнительными преимуществами:

— по данной программе действуют значительные налоговые льготы:

— налогооблагаемая база при выплате по окончании действия программы снижается на ставку рефинансирования ЦБ РФ;

— выплаты по страховым рискам не подлежат налогообложению.

— программа страхования не делится при разводе, не подлежит конфискации, нет необходимости ожидать 6 месяцев для получения наследства.

При оформлении ИСЖ выплаты по договору происходят в трех основных случаях:

1) Когда клиент благополучно заканчивает программу, страховая компания выплачивает денежные средства в размере 100 % от взноса клиента и дополнительный инвестиционный доход за период страхования;

2) В случае если клиент инициирует досрочное расторжения договора страхования, страховая компания выплачивает выкупную сумму, установленную на год страхования, в течение которого расторгнут договор, и текущий инвестиционный доход. Выкупная сумма может быть меньше, чем сумма взноса клиента, поскольку расторжение договора осуществляется раньше срока.

3) При наступлении страхового случая по рискам «Смерть по любой причине», «Полная утрата трудоспособности» и др. Набор дополнительных рисков зависит от условий страховой компании-партнера банка и приобретается дополнительно по желанию клиента. Страховая компания выплачивает денежные средства в размере 100 % от взноса клиента и начисленный инвестиционный доход.

Накопительное страхование жизни — это страхование жизни и здоровья с возможностью накопления определенной суммы денежных средств и получения дополнительного дохода по окончании программы.

Таким образом, при выборе накопительного страхования жизни клиент не только обеспечит финансовую защиту для себя и своих близких, но и получит дополнительный инвестиционный доход. Накопительное страхование жизни подойдет клиенту, если он проявит желание, например, создать капитал для ребенка или сохранить свой капитал. Суть работы накопительного страхования: клиент регулярно либо единовременно вносит удобную для него сумму, а страховая компания — партнер банка инвестирует вложения клиента для получения дохода. Важно, что если при наступлении страхового случая клиент не сможет вносить регулярный взнос, страховая компания сделает это для него. К концу программы клиент гарантированно получит страховую сумму и инвестиционный доход, который для него заработает страховая компания. Длительность программ страхования зависит от вида страхового взноса (регулярный/единовременный) и условий страховой компании-партнера банка.

Оформление программы накопительного страхования жизни в пользу ребенка, создает для него финансовую

защиту в будущем. Даже если с родителем что-то произойдет, денежные средства получит только ребенок и никто другой. С помощью ИСЖ клиент может накопить денежные средства, например, на оплату обучения ребенка в ВУЗе, покупку квартиры. И, одновременно, обеспечит полноценное страхование жизни и здоровья ребенка. Программа ИСЖ также будет полезна для сохранения капитала и создания особого резерва в будущем. Средства по программе принадлежат только клиенту и не могут быть разделены при разводе и конфискованы по решению суда. Если произойдет непредвиденный страховой случай, то страховая компания выплатит значительную сумму денег согласно условиям программы для решения проблем. Кроме того, ИСЖ является эффективным инструментом формирования наследства. Страховая выплата не подлежит автоматической передаче по наследству, поэтому при наступлении страхового случая страховую выплату получит только тот человек, которого определил застрахованный. Помимо страхования в пользу ребенка и для сохранения собственного капитала клиент может оформить программу накопительного страхования жизни для того, чтобы гарантировать сохранение финансового благополучия семьи в случае потери кормильца.

При оформлении ИСЖ выплаты по договору происходят в трех основных случаях:

1) Когда клиент благополучно заканчивает программу, страховая компания выплачивает денежные средства в размере 100 % страховой суммы и процентный доход за период срока действия договора страхования;

2) В случае если клиент инициирует досрочное расторжения договора страхования, страховая компания выплачивает выкупную сумму, установленную на год страхования, в течение которого расторгнут договор, и текущий инвестиционный доход. Выкупная сумма может быть меньше, чем сумма взноса клиента, поскольку расторжение договора осуществляется раньше срока.

3) При наступлении страхового случая по рискам «Смерть по любой причине», «Полная утрата трудоспособности» страховая компания выплачивает денежные средства в размере 100 % от страховой суммы и накопленный процентный доход.

Страхование жизни — сфера организованной финансовой деятельности, которая очень строго контролируется государством. Права клиентов защищают:

— Банк России (Центральный банк Российской Федерации, cbr.ru);

— Роспотребнадзор (Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, rosпотребнадзор.ru);

— ФАС России (Федеральная антимонопольная служба, fas.gov.ru);

— Роскомнадзор — в части защиты персональных данных (Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, rosotrancult.ru) [3].

Литература:

1. Требунских, М. Инвестировать нужно всегда // Сберегательная газета Северного Банка Сбербанка России. 2012. № 1. с. 5 (Газета).
2. <http://www.insur-info.ru> — информационный ресурс о российском страховом рынке
3. www.cbr.ru — официальный сайт ЦБ РФ

Паевые инвестиционные фонды как составная часть фондового рынка. Проблемы развития на российском рынке

Крячко Ульяна Васильевна, магистр
Орловский государственный аграрный университет

Ключевые слова: паевые инвестиционные фонды, инвестиции, акции, облигации, фондовый рынок, Управляющая компания, финансовая грамотность, депозиты.

Вложения в акции — самый распространенный способ инвестиций. Большинство крупных компаний — это акционерные общества, чьи акции торгуются на фондовом рынке. Владельцами компаний являются инвесторы, купившие акции этих компаний. Если у компании дела идут хорошо, то ее рыночная стоимость увеличивается, а значит увеличивается стоимость акций. Стоимость акций на фондовом рынке сильно зависит от экономики и многих других факторов (таблица 1).

В связи с этим динамику движения фондового рынка крайне сложно прогнозировать. Часто бывают периоды, когда котировки падают, заставляя инвесторов нервничать. Чтобы снизить риски, разумно не класть все яйца в одну корзину. Лучше распределять средства путем вложений в акции разных компаний из разных отраслей.

У большинства людей нет времени следить за экономикой и развитием тех или иных компаний, чтобы самостоятельно принимать решения о покупке-продаже акций. Поэтому многие клиенты выбирают паевые инвестици-

онные фонды, которые позволяют абсолютно не разбираясь в происходящем на фондовом рынке получать прибыль от роста акций.

Паевой инвестиционный фонд (ПИФ) — объединенные средства инвесторов, переданные в доверительное управление. Основной целью создания паевых инвестиционных фондов является осуществление эффективного использования сбережений граждан путем привлечения их к инвестиционной деятельности. Иными словами, задача паевых инвестиционных фондов сводится к объединению средств пайщиков для последующих инвестиций. Этот вид деятельности в России может осуществляться путем приобретения физическими и юридическими лицами инвестиционных паев [1. с. 245]. ПИФы подразделяются на открытые (операции с паями производится в любой рабочий день), интервальные (операции с паями проводятся в строго определенные дни) и закрытые (имеют строго определенное количество пайщиков, операция с паями не могут быть произведены в любой рабочий день). Также

Таблица 1. Факторы, влияющие на поведение российского рынка акций

Внешние	Внутренние
<p>Анализ мировой экономики:</p> <ul style="list-style-type: none"> — рассмотрение политик мировых Центробанков (% ставки США, ЕС) — выявление преобладающих направлений спекулятивных и среднесрочных денежных потоков; — темпы роста мирового ВВП 	<p>Макроэкономические факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> — ВВП; — инфляция; — денежные агрегаты; — торговый баланс; — валютный курс; — золотовалютные ресурсы; — процентная ставка (рефинансирование); — уровень безработицы
<p>Анализ мировой политики:</p> <ul style="list-style-type: none"> — политические события: — войны, приход к власти президентов, политические скандалы, террористические акты, изменение политики государства; — способы государственного регулирования: фискальная и денежная политика, регулирование внешнеэкономической деятельности, антимонопольное законодательство и т. д. 	

ПИФы подразделяются по уровню риска и ожидаемому доходу. Чем более рискованной является категория, тем потенциально более доходным является фонд. Уровень риска фонда зависит количества акций в нем: наименее рискованные — фонды облигаций; фонды со средним уровнем риска — фонды смешанных инвестиций, наиболее рискованные — фонды акций. В связи с этим для каждого инвестора является необходимым выбрать точку комфортного инвестирования:

1. Отношение к доходности;
2. Отношение к риску;
3. Горизонт инвестирования;
4. Цели инвестирования.

Доходность вложений в ПИФ сильно зависит от динамика рынка. Ежедневно, на основании рыночной стоимости ценных бумаг, которыми владеет ПИФ, рассчитывается стоимость пая. Данная стоимость пая является единой для всех клиентов без исключения. Все пайщики вне зависимости от объемов вложений обладают равными правами. Доход пайщика формируется как разница между стоимостью пая при покупке и стоимостью пая при продаже. При этом налог в размере 13% (для резидентов) автоматически удерживается Управляющей компаний.

Эксперты не рекомендуют инвестировать все свободные средства в ПИФы. Стоимость инвестиционных паев может не только увеличиваться, но и уменьшаться. Важно помнить, что результаты в прошлом не определяют доходы в будущем; государство не гарантирует доходность вложений в паевые фонды. Инвестиционные продукты являются долгосрочным инструментом.

ПИФом управляют профессионалы, которые в интересах большого количества клиентов, объединенных в один фонд, покупают и продают акции. Непосредственное управление ПИФом осуществляет Управляющая компания, имеющая специальную лицензию на этот вид деятельности.

Крупнейшие управляющие компании открытых и интервальных паевых фондов в России по данным портала Investfunds.ru на 30 ноября 2015 года представлены в таблице 2.

Из таблицы 1 видно, что лидирующую позицию в доле рынка доверительных услуг занимает «Сбербанк Управление Активами». Компания основана 6 ноября 2012 года путем покупки 100% доли акционерного капитала Тройки Диалог (основана в 1996 году). УК Тройка Диалог была переименована в Сбербанк Управление Активами. Пионер российской индустрии управления активами. Запуск одного из первых паевых фондов в России: ОПИФ Сбербанк — фонд облигаций «Илья Муромец» запущен в марте 1997 года, ОПИФ Сбербанк — фонд акций «Добрыня Никитич» запущен в июне 1997 года.

Стоит отметить, что отношение к инвестициям в России значительно отличается от отношения к инвестициям в США. В целях повышения качества жизни — представители среднего класса в развитых странах инвестируют в недвижимость, депозиты, драгоценные металлы, ценные бумаги (акции и облигации, паевые фонды, стратегии ДУ). Более 80% населения США инвестируют на фондовом рынке, объем вложений в инвестиционные фонды в 2 раза превышает объем депозитов. В России в фондовый рынок инвестирует не более 1%.

Основными причинами непопулярности данного вида инвестиций:

1. Боязнь потерять деньги. Вследствие этого имеющиеся накопления как правило вкладываются неэффективно и впоследствии обесцениваются;
2. Более 90% населения вообще не имеют представления о возможностях финансовых инструментов;
3. Находятся под влиянием негативной информации «извне»: СМИ, негативный опыт друзей, родственников, коллег.

Финансовая грамотность населения в целом находится на низком уровне для того, чтобы самостоятельно прини-

Таблица 2. Рейтинг управляющих компаний по стоимости чистых активов

№	УК	Город	СЧА фондов управляющей компании, млн. руб.	Доля по СЧА в управлении, %	Количество фондов
1	Сбербанк Управление Активами	Москва	27220,84 *	24,16	19
2	Райффайзен Капитал	Москва	17721,71	15,73	18
3	Альфа-Капитал	Москва	11542,18	10,24	24
4	Система Капитал	Москва	10121,40	8,98	3
5	УРАЛСИБ	Москва	8249,92	7,32	19
6	Газпромбанк — Управление активами	Москва	5363,94 *	4,76	11
7	Русский Стандарт	Москва	4679,70	4,15	5
8	ВТБ Капитал Управление Активами	Москва	4533,67	4,02	19
9	КапиталЪ	Москва	3835,75	3,4	11
10	Ингосстрах — Инвестиции	Москва	3653,60	3,24	10

* — Без учета фондов для квалифицированных инвесторов

мать инвестиционные решения. Отсутствует навык инвестирования на протяжении поколений, в отличие от населения Европы и США. Россияне предпочитают сохранять свои сбережения в депозитах и валюте, а более крупные суммы вкладывать в недвижимость. У людей сложилось устойчивое мнение, что вложения в рынок недвижимости, более рентабелен: купленная недвижимость никуда не денется, ее можно сдавать, на случай, если все будет плохо. К тому же, события конца 2014 года привели к тому, что у россиян значительно сократилось количество лишних денежных средств, чтоб рассматривать вариант инвестирования в ПИФ. В настоящее время на фондовом рынке больше иностранных инвесторов, нежели россиян. Еще одним фактором, влияющим на выбор в пользу де-

позитов, фискальная политика. При размещении средства в банковские депозиты граждане не платят подоходный налог, если ставка по депозиту не превышает определенный показатель. Доход от операций на фондовом рынке облагается в полном объеме. Ко всему, вложения сбережений в депозиты застрахованы Агентством по страхованию вкладов, возврат гарантируется не только первоначальных вложений, но и причисленных процентов.

Ослабление национальной валюты в 2014 году и риск введения валютного контроля привели к большому оттоку российских инвесторов, вернуть которых — непростая задача, над которой должны трудиться Управляющие компании, при поддержке государства.

Литература:

1. Макаrchук, З.В. Инвестиционные фонды в России и США: Анализ законодательства и практики правового регулирования. М.: Экон-информ, 2008. 153 с.
2. <http://investfunds.ru/> — информационный ресурс об инструментах на фондовом рынке

Современные механизмы управления инвестиционной деятельностью на территории муниципального образования

Кузнецов Иван Валерьевич, магистрант

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Проводимые в стране преобразования и реформы привели к повышению роли муниципальных образований во всех сферах жизни общества. На уровне местных сообществ имеются разнообразные потенциальные возможности для экономического роста и социального развития. Однако их использование невозможно без создания эффективной системы муниципального управления, способной формировать и реализовывать динамичную экономическую политику на местах в условиях перехода к рынку. В силу ограниченности ресурсов на местном уровне среди основных видов экономической политики приоритетное место занимает инвестиционная политика. Под инвестиционной политикой муниципального образования понимается целенаправленная деятельность органов местного самоуправления по активизации и стимулированию инвестиционного процесса на территории местного сообщества, привлечению и эффективному использованию инвестиционных ресурсов для решения проблем комплексного социально-экономического развития муниципального образования и, как следствие, на повышение уровня жизни населения [4].

Методологически в основу формирования современной инвестиционной политики должен быть положен системный подход, позволяющий успешно решать стратегические задачи развития муниципальных образований

и использовать рыночные регуляторы. Системный подход к формированию инвестиционной политики предполагает: [1].

— разработку концепции социально-экономического развития территории с выделением приоритетов стратегического и тактического уровня значимости;

— детальную проработку и обоснование организационно-экономического механизма и инструментов активизации и стимулирования инвестиционной деятельности для реализации этих приоритетов.

Инвестиционная политика муниципального образования требует разработки как системы прямых мер и механизмов поиска инвестиций на реализацию приоритетов местной социально-экономической политики, так и совокупности косвенных мер, ориентированных на решение общих задач по активизации инвестиционной деятельности. Это требует координации и взаимодействия усилий государственных и муниципальных органов власти, других хозяйствующих субъектов.

Разработка инвестиционной политики, формирование механизмов управления ее реализацией и освоение конкретных методов и инструментов управления специалистами органов местного самоуправления — ключевые направления, которые повышают инвестиционную при-

влекательность и активизируют инвестиционную деятельность в конкретном муниципальном образовании.

Качество разрабатываемой инвестиционной политики в значительной мере зависит от соблюдения следующих условий и требований:

- социальная ориентация инвестиций, что предполагает приоритет социально значимых проблем при выборе направлений и объектов инвестирования бюджетных средств, главенство социальных и экологических факторов при оценке инвестиционных проектов и включения их в инвестиционную программу;

- ориентация инвестиций на максимальное соблюдение интересов местного сообщества при принятии решений в области инвестиционной деятельности;

- комплексное обеспечение поддержки инвестиционной деятельности на территории местного сообщества, в частности путем предоставления налоговых и других льгот инвесторам, реализующим высокоэффективные и социально значимые проекты;

- оптимальное использование заемных ресурсов при формировании инвестиционных программ;

- более широкое использование практики совместного (долевого) финансирования инвестиционных проектов;

- обеспечение инвесторам равных прав;

- формирование профессиональной и мотивированной команды, способной осуществить разработку эффективной инвестиционной политики и обеспечить ее реализацию и управление;

- обеспечение высокой степени достоверности информации, используемой для непосредственного формирования инвестиционной политики и проведения инвестиционных исследований;

- достаточная обеспеченность природными, демографическими, производственными, финансовыми ресурсами, необходимыми для осуществления инвестиционной политики.

Успешная реализация приоритетов социально-экономического развития муниципального образования требует создания эффективного механизма управления инвестиционной деятельностью на его территории. Под механизмом управления инвестиционной деятельностью понимается совокупность методов, форм, инструментов и приемов формирования и регулирования отношений, которые складываются в системе инвестиционной деятельности с целью согласования интересов субъектов инвестиционного процесса и реализации приоритетов инвестиционной политики местного сообщества [5].

Содержательно такой механизм состоит из следующих структурных блоков:

- ресурсное обеспечение инвестиционной деятельности;

- нормативно-правовой блок;

- методическое обеспечение;

- информационный комплекс;

- организационное обеспечение управления инвестиционным процессом.

Отметим ещё раз, что сегодня одним из условий динамичного социально-экономического развития территории муниципальных образований является активизация инвестиционной деятельности. Инвестиционное развитие территории становится одной из основных задач органов власти при решении проблем повышения уровня и качества жизни населения. Они обладают реальными возможностями влиять на инвестиционный климат территории, прежде всего, путём создания современной инвестиционной инфраструктуры и улучшения имиджа территории, совершенствования механизмов разработки и реализации инвестиционной политики.

Сложность оценки приоритетности механизмов формирования и реализации инвестиционной политики по улучшению инвестиционного климата состоит, с одной стороны, в большом и разнообразном наборе таких механизмов, а с другой — в необходимости учёта их влияния на систему критериев и целевых показателей. В этих условиях с целью повышения достоверности экспертных оценок рекомендуется использовать метод расстановки приоритетов [3]. Сущность метода заключается в определении комплексного показателя приоритетности каждого из рассматриваемых механизмов. В проведённом нами исследовании рассматривались:

- 1) укрепление финансовой экономической базы муниципального образования;

- 2) создание благоприятной для инвестиций административной среды;

- 3) совершенствование механизмов взаимодействия государственных и муниципальных органов власти с бизнес-структурами;

- 4) формирование и совершенствование финансовых механизмов привлечения и поддержки инвестиций;

- 5) создание благоприятных для инвесторов инфраструктуры и тарифных условий;

- 6) налоговое стимулирование инвестиций;

- 7) кадровое обеспечение инвестиций;

- 8) стимулирование спроса на продукцию создаваемых инвесторами производств;

- 9) обеспечение поставщиками создаваемых инвесторами производств;

- 10) повышение качества организационно-методического обеспечения управления инвестиционной деятельностью.

Критериями определения приоритетности механизмов были приняты: 1) экономические цели; 2) социальные цели; 3) инновационно-технические цели.

Обобщённые результаты экспертной оценки приоритетности механизмов формирования и реализации инвестиционной политики показали, что самые высокие показатели приоритетности имеют следующие механизмы: создание привлекательной для инвесторов инфраструктуры и благоприятных тарифных условий (0,1216); создание благоприятной для инвестиций административной среды (0,1195); кадровое обеспечение инвестиций (0,1102); совершенствование механизмов взаимодей-

ствия государственных и муниципальных органов власти с бизнес-структурами (0,1150); повышение качества организационно-методического обеспечения управления инвестиционной деятельностью (0,1082). Следует отметить, что с позиций экономических целей высокий приоритет имеет также укрепление финансово-экономической базы муниципального образования.

Практика показывает, что эффективным инструментом решения задач является инвестиционный паспорт, который представляет собой комплексный информационный бюллетень, содержащий данные об инвестиционном климате на территории муниципального образования. Он предназначен для широкого распространения среди потенциальных инвесторов и разрабатывается с целью создания благоприятного инвестиционного климата и развития территории за счёт обеспечения необходимых условий для инвестирования, а также минимизации инвестиционных рисков.

Паспорт должен обеспечивать баланс интересов всех участников инвестиционной деятельности. Из этого вытекает требование объективности комплексной оценки эффективности использования привлекаемых инвестиций. Объёмы привлекаемых инвестиций и их рост должны рассматриваться с учетом последствий для социально-экономической, экологической и научно-технической перспективы развития хозяйственной системы.

Ключевое место в организационном обеспечении управления инвестиционным процессом занимает система методов стимулирования инвестиционной деятельности. Метод рассматривается как совокупность приемов и способов воздействия органов муниципальной власти на инвестиционный процесс для достижения целей его комплексного социально-экономического развития. Важным требованием отбора методов является их адекватность современному состоянию системы местного самоуправления в конкретном муниципальном образовании. Это требует их систематизации и упорядочения. В специальной литературе по управлению инвестиционной деятельностью предлагается большой набор признаков, которые могут быть положены в основу классификации методов. Среди них, по нашему мнению, наиболее значимыми являются: 1) характер управленческих воздействий; 2) виды регулирующих инструментов воздействия.

С позиций регулирующих инструментов различают следующие группы методов:

1. Административные методы — это совокупность приемов и способов прямого воздействия на функционирование хозяйствующих субъектов, участвующих в инвестиционном процессе. Их отличает четкая адресность управленческих воздействий, обязательность выполнения. Невыполнение рассматривается как прямое нарушение условий осуществления инвестиционной деятельности и влечет за собой конкретные последствия. Административные методы требуют дополнительных материальных стимулов для их реализации, в значительной мере ограни-

чивают свободу экономического выбора субъектов инвестиционной деятельности или вовсе исключают ее.

2. Экономические методы представляют собой управленческое воздействие через экономические интересы субъектов инвестиционной деятельности, выступающих в роли владельцев, распорядителей или пользователей инвестиционных ресурсов. Они дают свободу выбора при принятии решений хозяйствующим субъектам и позволяют создавать благоприятные условия для согласования частных интересов с интересами местного сообщества. По своему содержанию экономические методы могут быть методами прямого и косвенного воздействия.

3. Институциональные методы заключаются в создании и развитии институтов, необходимых для инвестиционной деятельности и обеспечения соблюдения баланса интересов всех её участников. В качестве примера можно назвать: создание структур в администрации муниципального образования, осуществляющих мониторинг социально-экономического развития территории, разработку концепции инвестиционной политики; формирование инфраструктуры инвестиционного рынка на уровне муниципального образования; создание центров, способствующих распространению информации о социально-экономическом развитии и привлечению инвестиций на территорию муниципального образования.

4. Методы социального партнерства построены на использовании стимулирующих факторов и имеют целью обеспечить согласование интересов всех субъектов инвестиционной деятельности. Их умелое использование позволяет существенно повысить отдачу от вложенных инвестиций.

В целях повышения эффективности работы органов местного самоуправления по привлечению инвестиций и создания необходимых условий рекомендуется разработка стандартов деятельности органов местного самоуправления по формированию благоприятного инвестиционного климата в муниципальном образовании. Его внедрение позволит сформировать систему поддержки инвесторов и развития предпринимательства, а также регламентировать порядок взаимодействия органов местного самоуправления, органов государственной власти субъекта Российской Федерации, федеральных органов власти и инвесторов в вопросах привлечения инвестиций.

Совершенствование механизмов формирования и реализации инвестиционной политики рассматривались нами на материалах муниципального образования «Город Волгодонск». Для разработки рекомендаций и мероприятий повышения инвестиционной привлекательности были выбраны следующие механизмы:

1. Создание привлекательной для инвесторов инфраструктуры и благоприятных тарифных условий. Работа по этому направлению должна включать:

— создание подготовленных «промышленных площадок», проведение комплексных землеустроительных работ, регистрацию прав на земельный участок, подведение к земельному участку энергетической, инженерной, транспортной и телекоммуникационной инфраструктуры;

- создание индустриальных и технологических парков, обеспечивающих благоприятные административные, инфраструктурные и иные условия ведения бизнеса резидентами парков, привлечение в качестве их разработчиков и организаторов организаций с успешным опытом в этой сфере;

- разработка моделей финансирования инфраструктуры индустриальных и технологических парков, привлекательных для инвесторов и эффективных для экономики и бюджета муниципального образования;

- стимулирование операторов индустриальных и технологических парков;

- создание офисной, транспортной и социальной инфраструктуры инвестиционной деятельности;

- упрощение процедур присоединения к сетям ресурсоснабжающих организаций, включая субсидирование затрат на их присоединение.

2. Создание благоприятной для инвестиций административной среды. Это может быть реализовано через следующие мероприятия:

- проведение аудита административных процедур и функций органов муниципальной власти с целью улучшения их структуры, разработка «Стандарта деятельности органов местного самоуправления по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в муниципальном образовании «Город Волгодонск». Стандарт должен обеспечить формирование системы предоставления муниципальных услуг в этой сфере, информатизацию процедур предоставления этих услуг и контроля их качества, ответственность за несоблюдение стандартов качества предоставления муниципальных услуг;

- обеспечение оперативной связи и эффективного взаимодействия с руководством муниципального образования по решению проблем и вопросов, возникающих в процессе инвестиционной деятельности;

- разработка нормативных правовых актов, устанавливающих гарантии безопасности инвестиций и механизмы защиты прав инвесторов по ключевым актуальным рискам и др.

3. Повышение качества организационно-методического обеспечения управления инвестиционной деятельностью. Наряду с обязательными для исполнения законодательными актами и нормами, должен формироваться комплекс методических указаний и материалов по вопросам организации инвестиционной деятельности. Эти материалы должны носить рекомендательный характер, их целью является установление единых понятий, принципов оценки, техники расчётов и методических подходов к определению эффективности проектов, адаптации их к действующим технологическим, экономическим, градостроительным и другим стандартам.

Рассматривая инвестиции как ресурс, важно отметить, что как всякий производственный ресурс, они ограничены. Такая ограниченность порождает конкуренцию, и муниципальному образованию необходимы определённые конкурентные преимущества. Результативность работы в этом направлении определяет, в конечном счёте, инвестици-

онную привлекательность территории. В формировании такого привлекательного образа и разработке механизмов оценки инвестиционных проектов важная роль принадлежит инвестиционному маркетингу. Создание специальной маркетинговой службы в структуре местной администрации является неременным условием повышения эффективности данного вида деятельности. Основой функционирования такой структуры должна стать тщательно проработанная система привлечения инвестиций.

Современный этап становления экономики муниципальных образований характеризуется необходимостью активизации предпринимательской деятельности как одного из важнейших условий повышения темпов социально-экономического развития. Бизнес обеспечивает наполнение бюджета, создаёт рабочие места, разрабатывает и внедряет новые технологии, максимально учитывает местные условия, проникает в невыгодные для крупного предприятия сферы, даёт значительную часть регионального и местного валового продукта. Это требует разработки научно-обоснованных инструментов, использование которых позволит найти резервы увеличения потенциала предпринимательства прежде всего за счёт интенсификации инвестиционных процессов, стимулирования направленности бизнеса на социально-экономическое развитие территории.

Для поддержания нормального функционирования такого сложного механизма как муниципальное хозяйство и для обеспечения его динамичного развития кроме инвестиций требуются современные технологии управления и общественная инициатива. Практика показывает, что надёжным инструментом обеспечения долгосрочного и поступательного развития инвестиционного потенциала является применение программно-целевых методов. Они позволяют органически соединить функцию планирования с рыночным саморегулированием экономики. Методический аппарат разработки инвестиционных программ включает методы системного анализа, исследование операций, экономического анализа и прогнозирования, экономико-математические и экономико-статистические методы, экспертные оценки, процедуры экономического обоснования и принятия решений. Обязательным при разработке всех программ является учёт уровня неопределённости и существующей возможности применения вариантных подходов, творческой инициативы со стороны разработчиков.

Механизм отбор проблем для программной разработки должен определяться следующими факторами: значимость проблемы; необходимость поддержки муниципальных структур в силу невозможности комплексно решить проблему в приемлемые сроки за счёт использования рыночного механизма; принципиальная новизна и высокая эффективность научно-технических, организационных и иных мероприятий, необходимых для широкомасштабного распространения прогрессивных научно-технических достижений и повышения на этой основе эффективности общественного производства; необходимость координации межотраслевых связей технологически сопряженных отраслей и производств.

Литература:

1. Инвестиционная политика на территории муниципального образования/Под общ. ред. В. И. Шейна. — М., 2010. с. 118.
2. Муниципальное управление и социальное планирование в муниципальном хозяйстве/А. Г. Кобилев, А. Д. Кирнев, В. В. Рудой. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — Ростов н/Д, 2013.
3. Попов, В. М., Кузнецова И. М. Системный анализ в исследовании и управлении социально-экономическими процессами. Монография. — Ростов н/Д. Изд-во ЮРИФ РАНХиГС, 2013. с. 325.
4. Саак, А. Э., Колгина О. А. Инвестиционная политика муниципального образования. — СПб., 2010. с. 150.
5. Саак, А. Э., Колгина О. А. Разработка инвестиционной политики муниципального образования // Региональная экономика: теория и практика. 2008. № 4.

Контроль и ревизия деятельности организаций: теория и практика

Кузнецова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

Контрольно-ревизионные мероприятия в организации являются залогом принятия эффективных управленческих решений. В настоящее время существуют различные варианты формирования системы внутреннего контроля (СВК) на предприятии. Поэтому чрезвычайно важно подобрать для конкретного хозяйствующего субъекта оптимальный вариант организации средства контроля и ревизии.

Ключевые слова: контроль, ревизия, управленческий учет, финансовый анализ.

Система управления включает совокупность взаимосвязанных функций. К их числу относятся: планирование, учет, контроль, анализ и формирование обоснованных управленческих решений. Важное место при этом занимает функция контроля.

Контроль в переводе с французского «controler» значит «список, ведущийся в двух экземплярах», «пересмотр», «проверка чего-либо» [1, с. 12]. В широком смысле, контроль представляет собой проверку финансово-хозяйственных операций с целью выявления их юридической значимости (законности), достоверности и экономической разумности. Следовательно, он способствует достижению намеченных целей в рамках рационального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов. В результате, контроль становится полезным и для общества в целом: он способствует легальности и прозрачности бизнеса, что ведет к усилению социальной ответственности предприятий.

Основным методом финансового контроля традиционно является ревизия, которая в переводе с позднелатинского «revisio», значит «пересмотр» [2 с. 32]. В настоящее время ревизия рассматривается как проверка финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов или должностных лиц за определенный период.

Реализация контрольно-ревизионных процедур в организации возможна при наличии СВК, представляющей собой совокупность организационной структуры, методик и процедур, утвержденных руководством хозяйствующего субъекта в качестве средств для упорядоченного и эффективного ведения коммерческой деятельности [3 с. 53].

Грамотно организованная система внутреннего контроля предприятия включает ряд элементов. Согласно концепции внутреннего контроля, разработанной Кабашкиным В. А. и Мышовым В. А. [4 с. 5], к их числу относятся:

- внутренняя контрольная среда (совокупность корпоративных ценностей, сформированная административно-управленческим аппаратом экономического субъекта);
- процедура оценки рисков (выявление внутренних и внешних рисков, их анализ и управление в контуре финансовой стратегии организации);
- система информационного обеспечения (ее ядром является система бухгалтерского учета, предоставляющая финансовую отчетность) — повседневное формирование учетной и внеучетной информации для принятия обоснованных управленческих решений; ключевую роль, естественно, играет финансово-экономический блок информации;
- контрольные мероприятия (совокупность конкретных мероприятий в области контроля различных сфер финансово-хозяйственной деятельности предприятия: инвентаризации, ревизии, внутренний аудит и пр.);
- оценка средств контроля (проверка самой СВК, с целью установления ее эффективности).

В таблице 1 представлена краткая характеристика указанных элементов системы внутреннего контроля, типичной для большинства отечественных предприятий.

Так, в отечественных организациях обычно все элементы СВК присутствуют. Однако некоторые из них:

- имеют некоторые недостатки (например, в рамках контрольной среды отсутствует система бухгалтер-

Таблица 1. Характеристика элементов типичной системы внутреннего контроля российских организаций

Элемент СВК	Характеристика элемента СВК
1. Внутренняя контрольная среда	Формируется Общим собранием акционеров/учредителей, Советом директоров (для акционерных обществ), Генеральным директором/директором. Реализуется в процессе кадровой политики с учетом линейной организационно-управленческой структуры предприятия. При этом система управленческого учета отсутствует.
2. Процедура оценки рисков	Частично реализуется в процессе работы Ревизионной комиссии предприятия. На небольших (непубличных) предприятиях (где количество учредителей менее 15) — вместо Ревизионных комиссий работают только инвентаризационные комиссии.
3. Система информационного обеспечения, в том числе учетная система	Учетная система включает: финансовый и налоговый учет в рамках использования программного средства «1С: Бухгалтерия».
4. Контрольные мероприятия	Реализуются в процессе работы Ревизионной комиссии предприятия (ревизии, инвентаризации) и бухгалтерской службы (инвентаризации).
5. Оценка средств контроля	Осуществляется Общим собранием акционеров/учредителей, Советом директоров (для акционерных обществ), Генеральным директором/директором, главным бухгалтером.

ского управленческого учета; если предприятие является средним или крупным, имеет структурные подразделения, то указанный факт является пробелом в системе внутреннего контроля);

— слабо выражены (процедура оценки рисков, оценка средств контроля; данные элементы часто существуют номинально, т.е. отсутствует систематический подход в их реализации).

Важной причиной недостаточной развитости СВК отечественных организаций является то, что в течение длительного периода времени в России отсутствовали соответствующие нормативно-правовые документы, обязывающие формировать такую систему. Так, до 2013 г. вопрос формирования службы внутреннего контроля считался правом экономического субъекта (за исключением кредитных учреждений).

С 01.01.2013 г. ситуация изменилась в связи со вступлением в силу Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.11 г. В соответствии с его статьей 19 «Внутренний контроль»:

1. Экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни.

2. Экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя) [1].

Однако конкретные способы организация СВК на предприятии в Федеральном законе № 402-ФЗ от 06.12.11 г. не указаны. Никаких других нормативных актов по данному вопросу не утверждалось (хотя Министерство финансов России планировало после принятия нового Фе-

дерального закона «О бухгалтерском учете» разработать соответствующие рекомендации).

Следовательно, формы и способы организации внутреннего контроля каждый экономический субъект выбирает самостоятельно. В настоящее время обозначилось три главных подхода к решению вопроса об организации внутреннего контроля на предприятии:

— формирование собственной службы внутреннего контроля, если финансовые возможности хозяйствующего субъекта позволяют это сделать;

— аутсорсинг — внутренний контроль осуществляется сторонней специализированной организацией (заключается соответствующий договор на обслуживание);

— косорсинг — служба внутреннего контроля формируется в рамках самого экономического субъекта, но к выполнению контрольных процедур одновременно привлекаются сторонние специалисты (эксперты, консультанты), т.е. в рамках косорсинга сочетаются первый и второй подходы.

На практике могут встречаться разнообразные сочетания данных подходов. В таблице 2 произведена их сравнительная характеристика.

На практике служба внутреннего контроля, как правило, формируется крупными и средними предприятиями если:

— экономический субъект имеет сложную, разветвленную структуру управления (присутствуют филиалы, представительства, дочерние фирмы);

— экономический субъект функционирует в нескольких сферах деятельности (особенно, если присутствуют разноплановые отрасли);

— собственники и высшее руководство стремятся собрать достоверные сведения и получить оценку деятельности менеджеров всех уровней управления.

Аутсорсинг и косорсинг в большей степени подходят для субъектов малого бизнеса, ведь они обычно не обла-

Таблица 2. Сравнительный анализ различных подходов к организации внутреннего контроля на предприятии

Преимущества	Недостатки
Служба внутреннего контроля	
1. Работники предприятия хорошо знакомы с корпоративной культурой и особенностями хозяйственной деятельности. 2. Результаты деятельности службы внутреннего контроля остаются, в целом, конфиденциальными для внешних участников рынка. 3. Знания и опыт собственных специалистов остаются внутри организации.	Высокий уровень затрат по созданию постоянно действующей службы (по штатным работникам начисляются вознаграждения и обязательные страховые взносы от фонда оплаты труда).
Аутсорсинг, косорсинг	
1. Возможность получать более качественные и разнообразные услуги экспертов (работники специализированных компаний, как правило, обладают более высоким уровнем квалификации и опытом). 2. Финансовая экономия при оплате стоимости функций внутреннего контроля (услуги фирм-аутсорсеров обычно дешевле, чем содержание штатных специалистов, отсутствие необходимости платить обязательные страховые взносы во внебюджетные фонды).	1. Сторонние специалисты могут не уловить специфических (внутренних) особенностей проверяемого экономического субъекта. 2. Знания и опыт сторонних специалистов не остаются внутри проверяемой организации.

дают достаточными финансовыми ресурсами, необходимыми для формирования собственной службы внутреннего контроля.

При организации собственной службы внутреннего контроля на предприятии важно обратить внимание на следующие аспекты:

- локальное нормативно-правовое обеспечение СВК;
- численность сотрудников службы внутреннего контроля.

Локальные нормативные документы могут, например, включать:

- положение о службе внутреннего контроля;
- внутренние стандарты (положения), регулирующие порядок проведения отдельных контрольных процедур;
- должностные инструкции контролирующих работников.

Численность сотрудников службы внутреннего контроля будет определяться размерами экономического субъекта, его организационно-управленческой структурой, спецификой отдельных бизнес-процессов, уровнем квалификации контролирующих работников.

Поскольку на практике службой внутреннего контроля часто выступает Ревизионная комиссия, то в качестве локального нормативного документа на отечественных предприятиях разрабатывается положение о Ревизионной комиссии. При этом численность такой комиссии насчитывает 3–6 человек.

Исследование показывает, что действующие на современных предприятиях службы внутреннего контроля, как правило, обнаруживают следующие виды нарушений:

- недостачи и/или излишки по результатам инвентаризации имущества;
- несоответствие величины дебиторской задолженности при взаимных сверках расчетов;

- несоответствие величины кредиторской задолженности при взаимных сверках расчетов;

- нарушение платежной дисциплины дебиторов;
- нарушение платежной дисциплины перед кредиторами;

- отсутствие необходимой внутренней документации;
- отсутствие некоторых реквизитов в первичной документации;

- арифметические ошибки в бухгалтерских документах;

- несоответствие данных остатков по счетам синтетического учета, данным форм финансовой отчетности.

Причем наиболее значительные отклонения обычно выявляются по двум проверяемым позициям:

- нарушение платежной дисциплины дебиторов;
- нарушение платежной дисциплины перед кредиторами.

Следует отметить, что для повышения эффективности контрольно-ревизионных мероприятий предприятиям целесообразно внедрять систему бухгалтерского управленческого учета. Причем это будет полезным и для субъектов малого бизнеса. Просто их система управленческого учета должна на первых порах базироваться на данных налогового учета. Ведь налоговый анализ и планирование являются для малых предприятий наиболее актуальным направлением оптимизации финансово-хозяйственной деятельности [5, с. 433]. Впоследствии аналитические процедуры следует расширять до рамок финансового анализа.

Финансовый анализ в системе управленческого учета организации имеет исключительное значение. Он призван изучать основных показатели и параметры, которые дают объективное представление о финансовом положении, финансовых результатах и денежных потоках хозяйствующей

шего субъекта. Поэтому его инструментарий необходимо активно использовать в системе внутреннего контроля предприятия.

Соответственно, службы внутреннего контроля боль-

шинства российских предприятий могут быть усовершенствованы с целью повышения эффективности принятия обоснованных управленческих решений в условиях конкурентной среды.

Литература:

1. Федеральный закон. Обухгалтерскомучетеот06.12.2011№402-ФЗ//https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/(дата обращения: 02.12.2015).
2. Алибеков, Ш. И. Ревизия и контроль./Алибеков Ш. И. СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2012. — 51 с.
3. Башкатова, Т. А. Сущность и функции финансового контроля./Учебник Финансы, под ред. Л. А. Дробозиной, 2011.
4. Кабашкин, В. А., Мышов В. А. Концепция внутреннего контроля // Финансы и кредит. 2014. № 1 с. 5–8.
5. Кузнецова, О. Н. Организация управленческого учета на малых предприятиях. Молодой ученый. 2015. № 3 (83). с. 433–436.

Оптимизация структуры капитала ОАО «МТС» как фактор роста стоимости компании

Курочкина Марина Алексеевна, студент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В данной статье говорится о том, что основным оператором на рынке сотовой связи России является российская телекоммуникационная компания ОАО «МТС». Финансово-экономическая деятельность компании характеризуется хорошими показателями, что объясняется рациональной структурой капитала. Вместе с этим кризисная ситуация в нашей стране, обусловленная негативными тенденциями на геополитической арене, снижением цены на нефть, инфляционными процессами вызывает необходимость построения такой системы управления финансами, которая направлена на повышение стоимости компании и дальнейшую оптимизацию структуры капитала.

Ключевые слова: структура капитала, стоимость компании, заемный капитал, собственный капитал, акции, котировка, рынок сотовой связи

Optimization of the capital structure of OJSC «MTS» as a factor of growth of the companys value

Kurochkina M. A.
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

This article states that the main operator in the cellular market of Russia is the Russian telecommunications company JSC «MTS». Financial and economic activity of the company is characterized by a good performance, which is explained by rational capital structure. Along with this crisis in our country due to negative trends in the geopolitical arena, lower oil prices and inflation makes it necessary to construct such a system of financial management, which aims to increase the company's value and further optimization of the capital structure.

Keywords: capital structure, the company's value, loan capital, equity, stocks, quote, cellular market

ОАО «Мобильные ТелеСистемы» является ведущим телекоммуникационным оператором на рынке сотовой связи в государствах СНГ и России (рис. 1). Консолидированная выручка компании в 2014 г. по сравнению

с предыдущим годом увеличилась на 3,1% (410,8 млрд. руб.), данное увеличение можно объяснить ростом доходов от data- и голосовых сервисов, а также увеличения числа абонентов в России на один миллион, за 2014 г. их количе-

ство достигло 105,1 миллионов человек. ОАО «МТС» ведет деятельность на территории России, Армении, Украины, Белоруссии, Узбекистана.

Показатель OIBDA в целом по компании «МТС» увеличился в 2014 г. до 175,5 млрд. руб. на 0,3% в сравнении с аналогичным показателем предыдущего года, вместе с этим по итогам 2014 г. скорректированная маржа OIBDA снизилась на 1,2% до 42,7%, консолидированная

чистая прибыль уменьшилась до 51,8 млрд. руб. на 35,1%. Следует отметить также снижение котировок акций и облигаций (рис. 2 и 3).

Вместе с этим отмечается существенный рост собственного и заемного капитала компании (табл. 1).

Таким образом, можно отметить, что несмотря на увеличение величины капитала компании, показатели деятельности и оценочные коэффициенты стоимости снижаются,

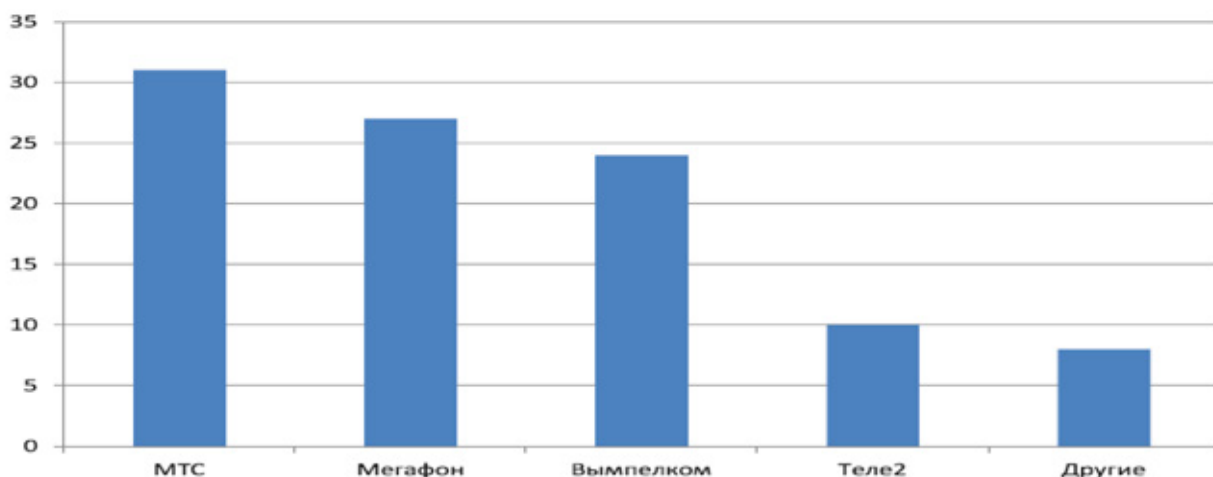


Рис. 1. Структура рынка сотовой связи в России в 2014 г., % [5]

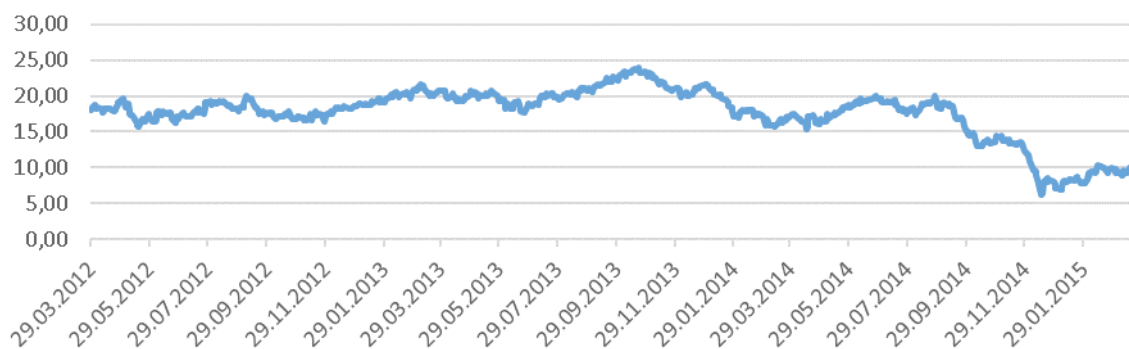


Рис. 2. Котировка акций ОАО «МТС» [5]

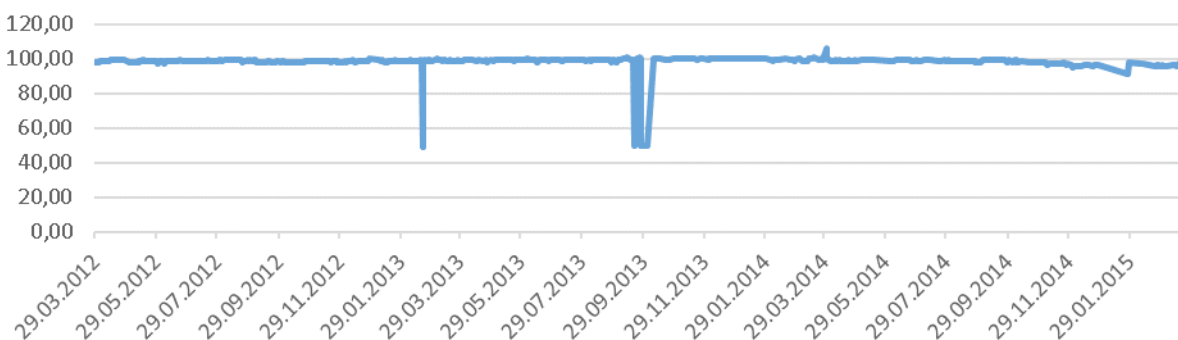


Рис. 3. Котировка облигаций ОАО «МТС» [5]

Таблица 1. Изменение величины собственного и заемного капитала ОАО «МТС» [5]

Показатель	2013	2014	Темп роста
Текущие обязательства	101862	137439	134,9
Долгосрочные обязательства	224677	292371	130,1
Итого обязательства	326539	429810	131,6
Удельный вес неконтролирующих акционеров	2932	3192	108,9
Собственный капитал	156053	175925	112,7
Итого собственный капитал и обязательства	485524	608927	125,4

в результате представляется целесообразным проанализировать факторы, определяющие рост доходности компании. Так, по мнению Eugene F. Fama, Kenneth R. French определение оптимальной структуры капитала направлено на установление такой пропорции заемных и собственных источников капитала компании, которая обеспечивает в полной мере рост доходности с учетом приемлемого уровня рисков [2]. Многие ученые придерживаются концепции управления структурой капитала (Value-Based Management, VBM), которая должна в долгосрочной перспективе обеспечивать устойчивое увеличение акционерной стоимости, а оптимизация структуры капитала должна базироваться на факторах создания стоимости [1, 3]. При этом имеется множество факторов формирования структуры капитала, при которой достигается максимально эффективное его использование в конкретной компании. Анализ различных точек зрения позволил сделать вывод о том, что формирование структуры капитала компании должно осуществляться с учетом двух аспектов:

1. привлечения в компанию различных видов и необходимых объемов капитала;
2. определения для конкретной компании оптимальных пропорций использования заемного и собственного капитала.

Анализ показателей ОАО «МТС» демонстрирует увеличение заемного капитала 71,1% в 2014 г. (67,9% — в 2013 г.) и снижение собственного — 28,9% в 2014 г. (32,1% — в 2013 г.), то есть первый аспект был учтен, проблем по привлечению заемного капитала у ОАО «МТС» не наблюдается, вместе с этим, мы видим, данное

решение не привело к росту прибыли и стоимости компании.

В процессе оценки влияния на показатели прибыльности структуры капитала компании предлагаем использовать показатели рентабельности собственного капитала и активов, а также эффекта финансового рычага.

$$\Delta_{\Phi P} = (1 - p) \cdot (R_A - WACC) \cdot \frac{K_z}{K_c} \quad (1)$$

где $\Delta_{\Phi P}$ — эффект финансового рычага;

R_A — рентабельность активов;

p — ставка налога на прибыль;

WACC — средневзвешенная цена капитала;

K_c — собственный капитал;

K_z — заемный капитал.

$$R_A = \frac{\Pi}{A} \cdot 100\% \quad (2)$$

где Π — прибыль до налогообложения;

A — средняя величина активов.

$$R_{K_c} = \frac{\text{ЧП}}{K_c} \cdot 100\% \quad (3)$$

где ЧП — прибыль после налогообложения;

R_{K_c} — рентабельность собственного капитала.

Расчет данных по ОАО «МТС» показывает снижение R_A, R_{K_c} за период с 2013 по 2014 гг. Таким образом, наиболее значимым вопросом представляется вопрос по распределению долей собственного и заемного капи-

Таблица 2. Расчет показателей деятельности ОАО «МТС» по данным [5]

Показатель	Значение	
	2013 г.	2014 г.
Π	96688	68740
ЧП	79839	51822
A	485524	608927
K_z	326539	429810
K_c	156053	175925
R_A	19,9	11,3
R_{K_c}	51,2	29,5

Таблица 3. Достоинства и преимущества использования собственного капитала [1,2,3,4,6]

Недостатки	Достоинства
1. Стоимость привлечения собственного капитала более высока по сравнению с различными источниками заемного капитала 2. Ограничение привлечения, обусловленное дефицитом собственных ресурсов 3. Снижается возможность роста рентабельности посредством привлечения заемного капитала	1. Удобство привлечения 2. Повышенная возможность генерирования прибыли, что связано с отсутствием уплаты платежей по кредитам 3. Высокий уровень собственных средств обеспечивает компании финансовую устойчивость, рост платежеспособности, снижение риска банкротства в долгосрочном периоде

Таблица 4. Достоинства и преимущества использования заемного капитала [1,2,3,4,6]

Недостатки	Достоинства
1. Снижение прибыли в результате необходимости уплаты ссудного процента 2. Стоимость заемного капитала существенно зависит от конъюнктуры финансового рынка 3. Повышается риск банкротства в случае неуплаты задолженности по обязательствам 4. Сложность привлечения в сравнении с собственным капиталом, так как перспектива получения кредитов (ссуд) зависит от решений инвесторов, банков, других хозяйствующих субъектов 5. В результате увеличения удельного заемных финансовых ресурсов в структуре капитала увеличивается вероятность потери платежеспособности компании, снижения ее финансовой устойчивости	1. Рост финансового потенциала компании в результате расширения и диверсификации источников заемных финансовых ресурсов (активов компании), расширение масштабов финансово-хозяйственной деятельности 2. Возможность генерировать повышение рентабельности собственного капитала посредством эффекта финансового рычага 3. Низкая стоимость заемного капитала по сравнению с собственным, что обусловлено возможностью получения льготных условий налогообложения в результате вычета из налогооблагаемой базы расходов по обслуживанию источника заемных средств при уплате налога на прибыль 4. Возможность увеличивать объемы привлечения, если компания характеризуется высоким кредитным рейтингом, наличием гарантии поручителя либо залога

талов. Сравнение достоинств и недостатков использования заемного и собственного капитала компании представлены в таблицах 3 и 4.

Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что структура источников финансовых ресурсов компании зависит от многих факторов, при этом в условиях постоянно изменяющихся условий внутренней и внешней среды функционирования возрастает вероятность возникновения рисков и неопределенностей различных видов. В нашей стране данные обстоятельства усугубляются сложной геополитической обстановкой, связанной с эскалацией конфликта

на Украине, санкциями со стороны развитых государств, падением цены на нефть, снижением темпов экономического роста и доходов населения. Поэтому основными условиями сохранения и расширения позиций на рынке сотовой связи для ОАО «МТС» является способность создавать большие объемы прибыли, обеспечивать приток денежных средств, увеличивать стоимость компании. Ключевой задачей при этом можно назвать оптимизацию структуры капитала, что подразумевает под собой анализ рациональности пропорций источников финансовых ресурсов в составе заемного и собственного капитала компании.

Литература:

1. Dang, V. A., Kim M., Shin Y. (2012), Asymmetric Capital Structure Adjustments: New Evidence from Dynamic Panel Threshold Models. *Journal of Empirical Finance*, 4 (19). (2012) 465–482.
2. Eugene, F. Fama, Kenneth R. French. A five-factor asset pricing model. *Journal of Financial Economics*. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304405X14002323>
3. Sigitas Karpvicius. The cost of capital and optimal financing policy in a dynamic setting. *Journal of Banking & Finance* 48 (2014) 42–56. URL: http://ac.els-cdn.com/S0378426614002568/1-s2.0-S0378426614002568-main.pdf?_tid=33828fbc-d5f6-11e4-acd3-00000aab0f6b&acdnat=1427621593_04809fdd7a32aa30d1695e5848b46b60
4. Y.-K. Chang et al. Corporate governance and the dynamics of capital structure: New evidence. *Journal of Banking & Finance*. № 48 (2014). p. 374–385. URL: <http://ac.els-cdn.com/S0378426614001526/1-s2.0-S037842661400>

1526-main.pdf?_tid=59cd689a-d623-11e4-bce5-0000aacb360&acdnat=1427640984_b0b7528ac3d3e879bf51cddad25ff96a

5. Отчетность ОАО «МТС». Электронный ресурс, режим доступа: <http://www.company.mts.ru/comp/ir/report/>
6. Ушаева, С. Н. К вопросу об оптимизации структуры капитала фирмы. Вестник ЧГУ. 2012. № 10 (264). с. 102–107.

Франчайзинг в Чеченской республике: преимущества и недостатки

Кутуханов Ильяс Мусаевич, студент
Чеченский государственный университет

В предоставленной статье рассматриваются главные достоинства и недочеты организации бизнеса по системе франчайзинга в Чеченской Республике на образце разных компаний. Также эффективность ведения данной формы бизнеса и её последующие перспективы развития.

Ключевые слова: Франчайзинг, франчайзи, бизнес, франшиза.

Существует множество способов открытия собственного бизнеса. В настоящее время в России и частности в Чеченской Республике франчайзинг набирает популярность и приобретает распространение.

Перед тем как начать франчайзинговый бизнес, следует узнать, что представляет собой франчайзинг, его индивидуальности для РФ и нашего региона в отдельности, а также все достоинства и недочеты данной деятельности.

Данная тема на сегодня, актуальна, так как сейчас четко выслеживается желание развития малого и среднего бизнеса по всей РФ. В Чеченской республике насчитывается наиболее 392 разных компаний и малых предприятий. Рост компаний занимающихся предпринимательством и малым бизнесом вызван потому, что все большее количество людей желают приобрести финансовую самостоятельность, и стоят на путь предпринимательства.

Сама сущность франчайзинга заключается в приобретении, аренде готового бизнеса, удачно работающего и испытанного на практике. Франшиза — это объект договора франчайзинга (в России — коммерческой концессии), который удостоверяет право использования бренда принадлежащего головной компании (франчайзер), сторонними партнерами (франчайзи). Договор также предполагает использование бизнес-модели франшизы и других технологий.

В франчайзинге одна сторона предоставляет преимущество применять свое имя, фирменный стиль, познания, опыт, технологии, ноу-хау в деятельности этой фирмы. Иная сторона вносит инвестиции и получает преимущество использования технологией ведения бизнеса.

При исследовании франчайзинга, оказалось, что этот метод ведения бизнеса имеет не только лишь свои плюсы, однако и минусы, которые должны учитываться при формировании и подписании этого вида договорных отношений.

Открывая бизнес по технологии франчайзинга, предприниматель может избежать множество рисков с открытием нового бизнеса. Во-первых, чтобы создать предприятие по технологии франчайзинга будет нужно меньше

вложений по сравнению с теми вложениями, которые потребовались бы на открытие самостоятельного бизнеса, так как франчайзи, применяет предшествующий опыт, он приобретает вероятность избежать лишних затрат и возможность использовать имя и репутацию, уже получивших признание у покупателя. Покупатели не замечают особой разницы между покупками в корпоративном либо франшизированном фирменном магазине сети. Например, при приобретению обуви в фирменных салонах «Zenden» в различных городах, невозможно понять и различить, какой магазин принадлежит конкретно франчайзеру, а какой-франчайзи.

Также, франчайзер может помочь получить дополнительные кредитные ресурсы для собственного клиента в коммерческом банке. Предприятия франчайзи являются наиболее привлекательными для банков, потому, что их кредитование характеризуется невысоким уровнем риска, по сравнению с работой с малыми предприятиями не работающем по франшизной технологии. Несмотря на это, коммерческие банки РФ неохотно сотрудничают с малыми предприятиями.

На сегодняшний день кредит под франчайзинговый проект «бизнес старт» в Чеченской Республике получить довольно сложно. Предпринимателям, которые приходят в офис Сбербанка в г. Грозный, их отправляют во Владикавказ — там они должны оставлять заявку — которую передают в Ставрополь и оттуда уже приходит ответ. На сегодня ни один предприниматель из Чечни не смог получить данный кредит. Будем надеяться, что в 2016 году эти проблемы будут решены и в республике начнут открываться новые известные компании, несущие современный уровень сервиса и качества товаров и услуг и создающие новые рабочие места.

Ещё одним плюсом франчайзинга заключается в том, что франчайзи — хозяин собственного предприятия, имеет возможность воспользоваться информационными услугами и консультациями центрального офиса. Отсутствие специальных знаний у предпринимателя решается

с помощью программы обучения, которая проводится франчайзером, также франчайзи сразу же приобретает возможность выяснить почти все тонкости ведения бизнеса, что существенно усиливает его конкурентоспособность.

К преимуществам франчайзинга относят еще то, что для франчайзи затраты на рекламу значительно уменьшаются потому, что являясь частью сети, он приобретает возможность применять итоги широкомасштабных маркетинговых мероприятий, проводимых франчайзером.

Например, «Zendep» франчайзи фирменного салона обуви, которых в Чеченской Республике насчитывается 6, получают сильную маркетинговую помощь от общей рекламы сети розничных салонов «Zendep» и реклам торговых эксклюзивных марок обуви. Также Франчайзинг содействует формированию особых фондов, к примеру, специального рекламного фонда, так, франчайзи кофейни «Шоколадница» обязаны зачислять не менее 7% от объема закупок на рекламу. Франчайзинг как бизнес-концепция постоянно дает немало преимуществ как для франчайзи, так и для франчайзера. Однако имеется и недочеты. Конкретно поэтому при обращении предпринимателей к франчайзингу нужно рассмотреть не только лишь плюсы, но и особенно уделять интерес на минусы такой деятельности. Одним из самых главных и основных недочетов ведения бизнеса по технологии франчайзинга относят зависимость франчайзи от франчайзера, от его планов по развитию и ведению бизнеса. Франчайзи обязан следовать требованиям, установленные франчайзером и предусмотренные контрактом между ними. Франчайзи обязан, соблюдать принципам, применяемым во франшизной технологии, в том числе следовать порядку формирования набора, держатся за единственную логистическую и маркетинговую политики. [3]

Иногда приобретенная бизнес-технология от франчайзера требует больших затрат и усилий на формирование предприятия для франчайзи и адаптацию, для которого как никогда принципиально уменьшать свои затраты. К примеру, расходы на ремонт помещения при приобретении франшизы спортивного магазина «Спортмастер» составляют примерно от 30000 руб. за 1 кв/м.

Одним из важных недочетов еще является то, что контракт франчайзинга, заключенный на длительный период времени, делает неосуществимым для франчайзи быстрый выход из бизнеса, это означает, что молодой предприниматель не имеет возможность испытать, идет ли ему этот вид бизнеса либо нет. Вступая в систему франчайзи обязан уделить внимание на финансовую состоятельность

своего будущего франчайзера. Деятельность франчайзи считается успешным, если успешна деятельность франчайзера и стабильны его финансы. В случае если франчайзер объявит о собственном банкротстве, контракт аннулируется. Франчайзи больше не сможет действовать под избранной маркой, так как упадет имидж выбранной торговой сети. Последним из недостатков для франчайзи, можно отметить, это возможное отсутствие помощи со стороны франчайзера. Помощь франчайзера является важным нюансом в бизнесе по технологии франчайзинга. Будущий франчайзи должен определить уровень помощи по менеджменту предприятия или ведению работ до того, как начнет функционировать соглашение, так как недочет этой помощи со стороны франчайзера подрывает всю основу франчайзинговой системы. Выводом данной статьи является, что из перечисленных выше преимуществ и недочетов франчайзинга, достоинства для франчайзи иногда становятся недочетами для франчайзера и наоборот. Этого можно избежать, если запросы франчайзера будут являться только необходимыми требованиями для удачного существования и развития системы. Невзирая на все трудности, франчайзинг приобретает все большее распространение как в Чеченской Республике, так и в целом на территории России.

Наглядным примером того, как в Чеченской Республике реализуется схема франчайзинга, является то что все больше и больше новых франшиз открываются в Грозном. Вот и осенью этого года открылся первый в республике фирменный спортивный магазин «Reebok».

Также в республике находятся такие известные брэнды как «Adidas», «Л'Этуаль», «Paolo Conte», «Benetton», «Mexx», «L'Occitane», «Yves Rocher», Parion, другие арендаторы и зона кафе. «Эльдорадо», «Спортмастер», «O'STIN», «INCITY», «lady & gentleman CITY», «Kari» и «Kari kids», «MEUCCHI», «KANZLER», «SALVATINI», «TWEEN DA MAT» Cood Zone», магазины детских товаров «Z-generation», «Acoola», «GULLIVER», «CHOUPETTE», «Бегемотик» и другие.

Подводя итоги можно сделать следующие выводы. Бизнес по системе франчайзинг активно расширяется и становится все более популярным. В Чеченской республике желающие открыть бизнес по системе франчайзинг становится все больше. В доказательства своих слов приведу пример: состоявшаяся в технопарке города Грозный выставка-конференция «Франчайзинг — новые возможности бизнеса» собрала более 200 человек, собравшиеся по беседовали с франчайзерами заинтересовавшихся проектами, и обсудили все условия партнерских отношений.

Литература:

1. Панюкова, В. В. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для российских предприятий/Маркетинг в России и за рубежом. 2006 № 6. -стр. 88—96
2. Российская Ассоциация Франчайзинга
3. <http://www.beboss.ru/franchise>
4. <https://rusfranch.ru>

Тенденции развития безналичных расчетов в Российской Федерации

Лабусов Максим Владимирович, студент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Статья посвящена анализу современного состояния безналичных расчетов в экономике Российской Федерации. В работе приведены разновидности безналичных денег, проведено сравнение наличных и безналичных денежных средств по ряду критериев, описаны основные направления современного использования безналичных платежей в России. На основе полученных результатов сделаны выводы о перспективах развития безналичных расчетов в экономике России в будущем.

Ключевые слова: безналичные расчеты, наличные деньги, депозитные деньги, электронные деньги, электронные кошельки, кредитные/дебетовые карты, платежный оборот.

The tendencies of development of non-monetary settlements in the Russian Federation

The article is devoted to the analysis of the current state of non-cash settlements in the economy of the Russian Federation. The types of non-cash money are shown in the research paper; the comparison of cash and non-cash monetary means on a number of criteria is conducted; the main directions of modern use of non-monetary payments in Russia are described. The conclusions about the prospects of development of non-monetary settlements in Russian economy in future are made.

Keywords: non-cash (non-monetary) settlements, cash, deposit money, electronic money, electronic wallets, credit/debit cards, payment turnover.

Классические товарно-денежные отношения, существовавшие в экономике на протяжении многих веков, основывались на преимущественном использовании наличных денежных средств как всеобщего эквивалента меры стоимости. Однако уже в Средневековье появились первые формы безналичных расчетов, осуществлявшиеся с помощью векселей и чеков. В новейшее время (XX и XXI века) с распространением современных технологий новые виды безналичных платежей стали стремительно развиваться и вытеснять наличные деньги из многих сфер экономических отношений. Такая тенденция существует в странах, которые активно внедряют достижения научно-технического прогресса в различных сферах жизни общества, и в этом аспекте Россия не является исключением. Наряду с объективным развитием безналичных расчетов среди экономистов существует множество субъективных точек зрения касательно масштабов их расширения. Некоторые исследователи считают, что уже через несколько десятков лет безналичные платежи полностью вытеснят наличные деньги из сферы обращения. Другие предполагают, что безналичные деньги будут использоваться только в отдельных областях экономических отношений и не смогут посягнуть на гегемонию банкнот и монет. С учётом указанной полярности суждений, в рамках данной работы автор поставил перед собой цель изучить характер и сферы использования безналичных расчетов в экономике современной России и на основе полученных результатов сделать вывод о по-

тенциальных направлениях развития этой формы расчетов в обозримом будущем.

Понятие «безналичные деньги» является комплексным. Оно включает в себя 2 основных элемента:

1) *депозитные деньги* — различные механизмы доступа к банковскому счету с помощью банковских карт (дебетовых и кредитовых), безналичных банковских переводов и интернет-банкинга (способа управления собственным счетом в банке через мобильный телефон или веб-сайт на основе специальных программных приложений и договоров, заключенных между банком и его клиентом);

2) *электронные деньги* — электронно-денежная стоимость, хранящаяся на виртуальных носителях данных, выпускаемая эмитентом для совершения платежей и принимаемая учреждениями, отличными от эмитента, в качестве средства платежа. Современными разновидностями электронных денег являются интернет-кошельки (перезагружаемые многоцелевые средства хранения стоимости), сетевые деньги (предоплаченный продукт, позволяющий совершать платежи в определенных системах) и мобильные деньги (предоплаченный продукт, позволяющий осуществлять платежи на основе установления волновой связи между мобильным телефоном и терминалом оплаты).

Безусловно, наряду с научно-техническим прогрессом одним из ключевых факторов распространения безналичных денежных средств стало наличие отдельных харак-

теристик, более удобных для пользователя по сравнению с наличностью. Для более четкого определения преимуществ одного вида денег над другим необходимо провести сравнение по специальным критериям. К их числу относятся:

1. Простота использования. На первый взгляд, безусловный приоритет в практике использования остается за наличными деньгами. Они крайне просты в обращении. Для их использования не требуется каких-либо специфических знаний или специальной подготовки. Это одинаково применимо к различным возрастным группам населения. Тем не менее, сегодня молодое население успешно использует в своих повседневных экономических операциях безналичные деньги: расплачивается за обед в столовой банковской картой или оплачивает услуги ЖКХ с помощью специального приложения, установленного на смартфоне. Для того чтобы освоить использование таких средств платежа, им, как правило, не требуется много времени. Говоря об организациях, необходимо заметить, что на сегодняшний день практически все существенные в стоимостном выражении платежи осуществляются путем безналичного банковского перевода.

2. Универсальность. В данном аспекте наличность имеет неоспоримое преимущество над безналичными деньгами. По законодательству РФ только наличные деньги являются общепризнанным средством платежа. Безналичные деньги не являются обязательными к приему на территории нашей страны. Более того, несмотря на быстрое распространение, зачастую сфера их использования очень ограничена (так, в отдельных регионах России до сих пор нет специального оборудования, способного считывать информацию и осуществлять платежи с помощью банковских карт, а сетевые деньги могут быть использованы только в масштабах определенных интернет-систем или сайтов).

3. Устойчивость к мошенничеству. Большинство исследователей в этом вопросе отдает приоритет безналичным деньгам. Фальшивомонетничество и кража неразрывно связаны со всей историей существования наличных денег. Случаи подделки безналичных денег встречаются достаточно редко, и в основном они совершаются с использованием высокоточных электронных систем, разработка которых является достаточно сложной, долгой и затратной.

4. Автономность. Под этим критерием подразумевается доступ к деньгам при закрытии каналов связи. Наличные деньги в большинстве случаев являются полностью автономными, т.к. способность их использования в большинстве случаев зависит лишь от наличия их у пользователя. Безналичные деньги не могут быть использованы, если та система, в которой они обращаются, по каким-то причинам теряет на время контакт с её участниками.

5. Время использования. Срок действия наличных денег существенно дольше, чем у безналичных аналогов,

и ограничен лишь свойствами самих носителей (износостойкостью и долговечностью банкнот и монет) или законодательными актами эмитента денежных средств. Исключением может стать лишь необходимость сдать ветхие, более непригодные для обращения купюры или монеты в банк и получить взамен новые деньги. Банковские карты могут иметь определенный срок действия, а электронные деньги могут попросту «сгореть» на счете, если владелец не осуществляет транзакции дольше того периода, который установлен самой системой или предусмотрен договором с эмитентом.

6. Ликвидность. Под этим критерием понимается способность быть обращенным в наличные деньги. Наличность — самый ликвидный инструмент среди всех активов в экономике. Безналичные деньги таким свойством похвастать не могут. Их пользователь может не только испытывать затруднения в процессе конвертации в наличность, но и вообще быть лишенным такой возможности (часто это случается ввиду особенностей эмитента или системы обращения таких денег, а также электронного мошенничества).

7. Верифицируемость плательщика. Сторонники использования безналичных денег часто рассматривают это свойство как достоинство безналичных денег. Действительно, при осуществлении безналичного платежа обязательно запрашивается информация о владельце данного актива. Это может быть PIN-код кредитной карты, электронная подпись на безналичной купюре, порядковый номер владельца платежного средства в реестре системы и т.д. При расчете наличностью отследить личность плательщика крайне сложно, часто невозможно. Это повышает риск мошенничества с денежными средствами. Бесспорно, в экономиках развитых стран ведется активная борьба с подобными финансовыми нарушениями, однако в большинстве случаев эффективность таких мер недостаточно высока. При выполнении безналичных расчетов уровень экономической безопасности значительно выше как для всей системы платежей, так и для отдельных её участников.

8. Удобство расчетов в сети Интернет. В связи с развитием оплаты товаров, работ, услуг посредством Интернета, значимость этого фактора возрастает. В виртуальном расчете преимущество находится на стороне безналичных денег. Наличность, даже внесенная через терминал, не обеспечивает того уровня удобства, который достигается при использовании безналичных денежных средств.

Таким образом, представив характеристики использования наличных и безналичных денег в форме единой таблицы, получим следующее:

Как мы видим, по результатам сравнения перевес оказался на стороне наличных денег — 6 баллов против 4,5 баллов у безналичных денег. Такой итог свидетельствует о том, что на данном этапе наличные денежные средства являются более приоритетным средством платежа для граждан, чем безналичные.

Таблица 1. Сравнительная характеристика использования наличных и безналичных денег

Критерий	Наличные деньги	Безналичные деньги
Простота использования	+	+/-
Универсальность	+	-
Устойчивость к мошенничеству	+/-	+
Автономность	+	-
Время использования	+	+/-
Ликвидность	+	+/-
Верифицируемость плательщика	-	+
Удобство расчетов в сети Интернет	+/-	+

Примечание. «+» — 1 балл, «+/-» — 0,5 балла, «-» — 0 баллов.

Составлено автором с использованием материалов [4]

В тоже время статистические данные показывают, что объём безналичных средств в экономике России существенно превышает объём имеющейся наличности. Темпы роста объёмов у безналичных денег также выше (в среднем 30,72% в год против 24,56% — расчеты автора). В чем же тогда заключается парадокс того, что граждане по-прежнему отдают приоритет наличным деньгам при осуществлении расчетов?

Ответ на этот вопрос заключается в том, что пользователи (имеются в виду граждане) в основном участвуют в повседневных расчетах за товары, услуги, работы (в магазинах, на рынках, в общественном транспорте и т.д.), а в повседневных расчетах объем расчетов наличностью существенно превышает объём расчетов безналичными средствами (по данным независимых источников 80% против 20% у безналичных денег). Основную массу безналичных денег в экономике РФ составляют депозитные деньги (деньги на счетах в банках, на кредитных/дебетовых картах, в меньшей степени электронные деньги), используемые при расчетах между банками, компаниями, государства, а также при крупных и особо крупных расчетах между физическими лицами. Этот объем существенно превышает ту массу наличных денег, которая имеется в экономике на сегодняшний день.

Вышеуказанные факты свидетельствуют о том, что на данный момент в экономике России безналичные расчёты всё-таки остаются распространены лишь в определенных сферах экономики, хотя по своему объёму они превышают аналогичную сумму наличных денег. Стоит подробнее описать основные области применения безналичных расчетов.

Как уже было сказано, дематериализованные платежи преобладают в среде банковских расчетов. В России двумя наиболее известными системами, обеспечивающими такие расчёты, являются RTGS (real time gross settlement system) и DNS (deferred net settlement system).

Как уже было сказано, дематериализованные платежи преобладают в среде банковских расчетов. В России двумя наиболее известными системами, обеспечивающими такие расчёты, являются RTGS (real time gross settlement system) и DNS (deferred net settlement system).

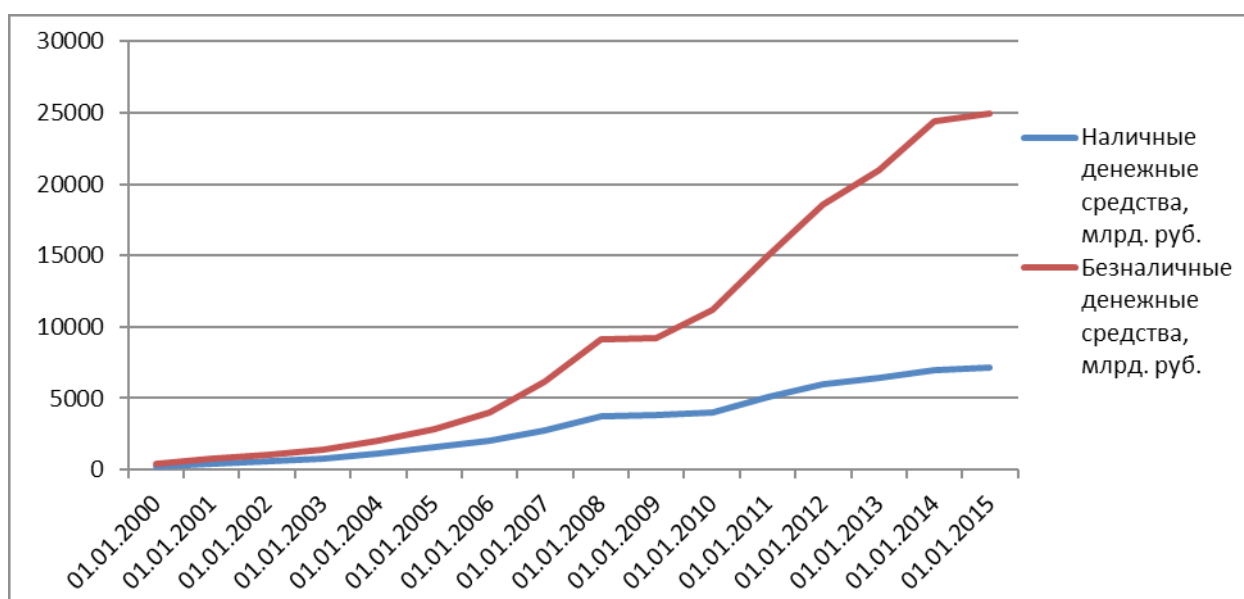


Рис. 1. Динамика масштабов использования наличных и безналичных средств в экономике России в период с 2000 по 2015 г. Составлено автором по данным сайта www.cbr.ru

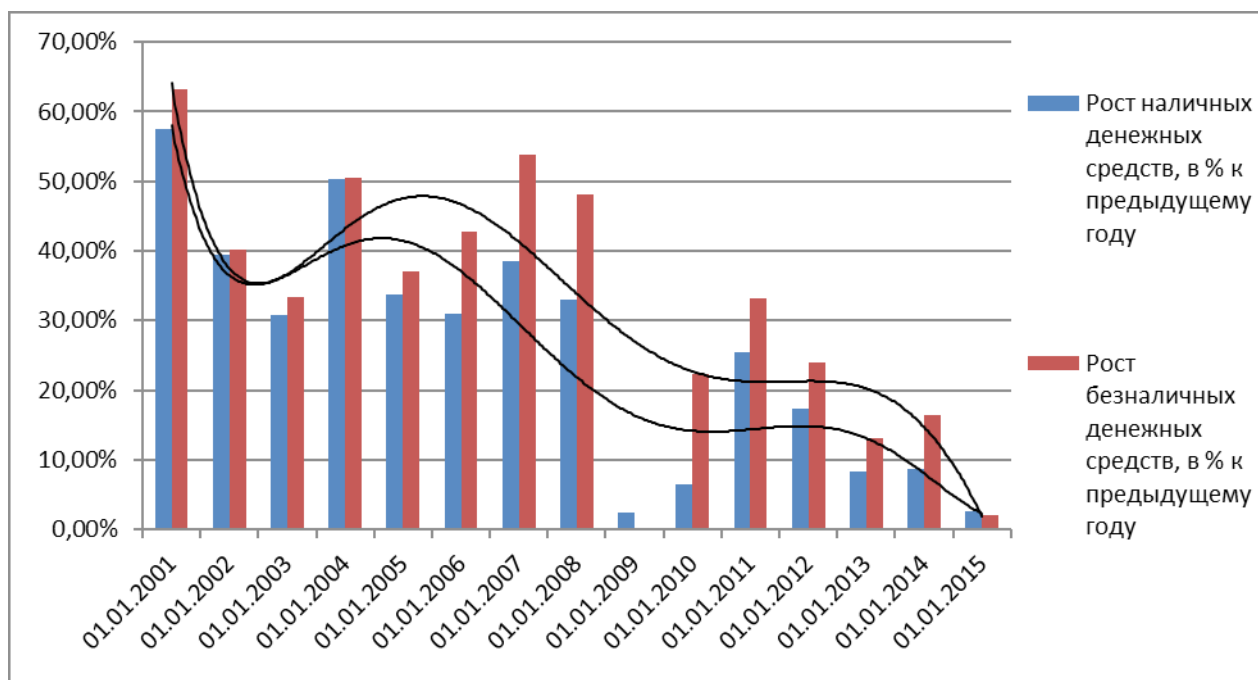


Рис. 2. Темпы роста наличных и безналичных денежных средств в экономике России в период с 2000 по 2015 г. Составлено автором по данным сайта www.cbr.ru

Использование системы RTGS предполагает наличие большого объема свободных денежных средств у банков-участников, т.к. в рамках RTGS расчёты осуществляются в режиме реального времени. Система DNS не требует такого большого объема ликвидности, как система RGTS. Это связано с тем, что в DNS используется схема проведения взаимозачетов с последующим расчетом в конце операционного цикла. Использование такого механизма расчетов позволяет банкам держать меньший объем необходимой наличности и предоставляет большую свободу в использовании денежных средств.

Широкое распространение в России сегодня имеют кредитные и дебетовые карты. В 2012 г. впервые доля операций по расчётам с помощью кредитных карт превысила долю операций по снятию наличности с карт — 52% против 48%. [8] По данным специалистов, в ближайшее время масштабы безналичных платежей с помощью кредитных карт в России будут увеличиваться.

С появлением более высокотехнологичных и многофункциональных средств связи, таких как смартфоны, на-

чала развиваться мобильная коммерция — способ осуществления платежей в электронном формате путём SMS-рассылки. К наиболее распространённым направлениям использования услуг мобильной коммерции относятся:

Мобильная коммерция тесно связана с деньгами, находящимися на счёте плательщика в банке, т.к. при оплате происходит списание средств именно с банковского счета клиента. Механизм осуществления такого расчёта состоит в следующем: посетитель, зашедший на веб-страницу со своего смартфона, отправляет на определенный номер SMS с необходимым текстом (номер получателя и требуемый текст указывает компания, предоставляющая услугу или реализующая товар через данный сайт). Компания, получив сообщение, переадресует его банку клиента с целью проверить достаточность средств на счете клиента для осуществления данной операции. Если необходимый объем средств имеется, то со счета клиента списывается необходимая сумма, а сам он получает тот или иной товар или услугу. Удобство использования этой системы заклю-

Таблица 2. Основные сферы использования мобильной коммерции [6]

Сфера применения мобильной коммерции	% безналичных платежей (от общего объема платежей)
Коммунальные и государственные услуги	85
Туризм и отдых	84
Реклама и Интернет-торговля	83
Web-контент	72
Многопользовательские игры	71
Викторины	64
Лотереи	63

Объем рынка мобильной коммерции в России, трлн рублей

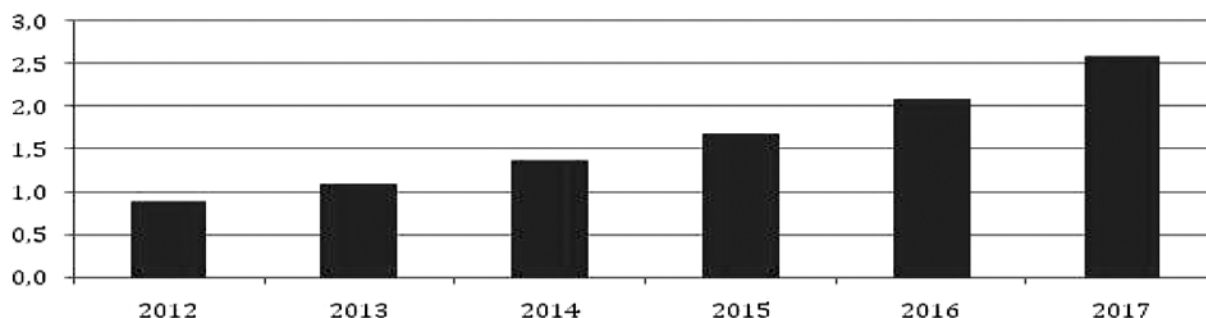


Рис. 3. Объем рынка мобильной коммерции в России в 2012–2015 г. и прогноз на 2016–2017 г. [6]

чается в простоте и скорости осуществления платежей, а также в возможности совершения достаточно крупных платежей (до 15000 рублей).

Всё чаще и чаще в Интернет-пространстве расчеты за товары, работы или услуги проводятся с помощью электронных денег. В России наиболее популярными системами, проводящими такие платежи, являются системы электронных кошельков «WebMoney» и «Яндекс. Деньги».

Во время работы с системой «WebMoney» пользователь использует специальные программы для компьютера (в т. ч. планшетного компьютера) или смартфона. Все операции хранятся в специальной базе данных. За ввод и вывод средств из системы взимается комиссия. Удобство системы «WebMoney» для пользователя заключается также в том, что для каждой электронной валюты существует свой отдельный кошелек.

Система «Яндекс. Деньги» очень схожа с системой «WebMoney». «Яндекс. Деньги» используется для расчетов за товары и услуги, приобретенные в сети Интернет, как и для оплаты счетов или штрафов. При внесении на счет денежных средств пользователь получает взамен обезличенные обязательства системы, подтвержденные электронной подписью. Деньги, которые получает пользователь, обеспечены реальными банковскими счетами

в таких банках, как «Альфа-Банк», «ВТБ 24», банк «Открытие», «Сбербанк России».

Таким образом, в современной российской экономике граждане по-прежнему отдают предпочтение наличным деньгам при совершении повседневных транзакций, несмотря на то, что по объему в экономике наличные деньги уступают безналичным. Наряду с этим безналичные деньги, не взирая на стремительные темпы распространения, всё ещё остаются нишевым средством обмена, используемым лишь определенными группами населения. Развитие безналичных платежей тесно связано с развитием технологий, что позволяет сделать предположение о том, что в будущем масштабы осуществления безналичных расчетов среди граждан увеличатся, но абсолютное лидерство останется за наличными платежами. При осуществлении крупных и особо крупных платежей между юридическими и физическими лицами безналичные расчеты будут преобладать. По мнению исследователей А. В. Трачука и Д. Ю. Голембовского, к 2025 г. доля безналичных расчетов в розничной торговле вырастет до 27% при том, что количество наличности в экономике, вероятно, также возрастет. Это свидетельствует о том, что безналичные платежи будут распространены лишь в отдельных сферах экономических отношений.

Литература:

1. Криворучко, С. В., Лопатин В. А. Деньги: дематериализация или материальная трансформация // М., Банковское дело, 2014, № 2, с. 41–44.
2. Парасоцкая, Н. Н., Архипова М. А. Электронные деньги: проблемы и перспективы // М., Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях, 2014, № 14, с. 38–42.
3. Трачук, А. В., Голембовский Д. Ю. Перспективы распространения безналичных розничных платежей // М., Деньги и кредит, 2012, № 7, с. 24–32.
4. Трачук, А. В., Корнилов Г. В. Анализ факторов, влияющих на распространение безналичных платежей на розничном рынке // М., Вестник Финансового Университета, 2013, № 4, с. 6–20.
5. Ушанов, П. В. Платежные системы как специфические сети // М., Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учёт, 2013, № 11, с. 12–18.
6. Шакер, И. Е., Шакер Н. С. Перспективы совершенствования безналичных расчетов населения при помощи мобильных систем // М., Финансы, деньги, инвестиции, 2014, № 2.

7. Эристаев, А. А. Краткосрочная ликвидность в платежных системах центральных банков: риски и регулирование // М., Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2015, 388 С.
8. Расчет банковскими картами в России впервые превысили снятие наличных // сайт www.forbes.ru от 26.03.2013.
9. Сайт Центрального банка России www.cbr.ru
10. Сайт Министерства финансов России www.minfin.ru.

Сравнительный анализ банковских систем РФ и КНР

Макарова Алина Дмитриевна, студент

Северо-Восточный федеральный университет им. М. К. Аммосова

В данной статье автором проводится сравнительный анализ банковских систем Российской Федерации и Китайской Народной Республики. Рассматриваются элементы банковских систем, их значение и функции. В ходе сравнения автором подчеркиваются основные различия, а также предлагаются возможные пути усовершенствования банковской системы РФ посредством заимствования некоторых эффективных аспектов банковской системы КНР.

Ключевые слова: банковская система РФ, банковская система КНР, сравнительный анализ.

Банковская система — это совокупность различных видов национальных банков и кредитных учреждений, действующих в рамках общего денежно-кредитного механизма. Национальный банк проводит государственную эмиссионную и валютную политику, является ядром резервной системы. Коммерческие банки осуществляют все виды банковских операций. Банковская система играет важную роль в экономике, управляет системой платежей и расчетов в государстве, способствует ускорению оборота денег путем аккумуляции временно свободных денежных средств и их передачи из сфер накопления в сферы использования [1].

30 ноября Международный валютный фонд (МВФ) принял решение о включении китайского юаня (женьминьби) в корзину резервных валют SDR (специальных прав заимствования) [2]. Уже 1 октября 2016 года юань станет пятой валютой в корзине, тем самым доказывая, что экономика Китая является одной из наиболее устойчивых и развитых экономик мира. Исходя из этого, для России можно считать актуальным развитие банковской системы опираясь на опыт Китая.

В России, как и в большинстве стран мира действует двухуровневая банковская система. Центральный банк Российской Федерации образует ее первый уровень, а кредитные организации составляют второй. Центральный банк подотчетен Государственной Думе Российской Федерации, которая назначает его Председателя, по представлению Президента России, и независим от исполнительных и распорядительных органов государственной власти. Основными функциями ЦБ РФ являются: проведение единой государственной денежно-кредитной политики; разработка и проведение политики развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка РФ; монопольное осуществление эмиссии наличных денег; контроль и органи-

зация наличного денежного обращения; осуществление эффективного управления золотовалютными резервами Банка России; надзор за банковской деятельностью в стране; организация и осуществление валютного контроля; анализ и прогнозирование состояния экономики Российской Федерации, публикация статистических данных [3].

Кредитные организации подразделяются на банки, небанковские кредитные организации и филиалы и представительства иностранных банков. Основной формой кредитных организаций в РФ являются коммерческие банки. Они делятся на частные банки, банки с государственным участием и банки с участием иностранного капитала. Коммерческие банки в России действуют как универсальные кредитные учреждения. Они совершают широкий круг операций на финансовом рынке: предоставление различных по видам и срокам кредитов; привлечение средств во вклады; покупка, продажа и хранение иностранной валюты и ценных бумаг; посреднические и доверительные операции; осуществление расчетов; выдача гарантий, поручительств и других обязательств и т. д. Банкам запрещается осуществлять деятельность в сфере материального производства, торговли материальными ценностями, всех видов страхования.

Банки в России могут создаваться на основе любой формы собственности: частной, коллективной, акционерной, смешанной, государственной. В целях оперативного кредитно-расчетного обслуживания клиентов, территориально удаленных от места расположения коммерческого банка, он может организовывать филиалы и представительства. Небанковские кредитные организации делятся на небанковские кредитно-депозитные организации, расчетные небанковские кредитные организации и небанковские кредитные организации инкассации. Небанковские кредитные организации имеют право осу-

шествовать отдельные банковские операции, предусмотренные в законодательстве.

В отличие от РФ, банковская система КНР состоит из трех уровней. Первый уровень — Народный банк КНР (НБК), который выполняет все функции центрального банка. Однако, в Китае первый уровень банковской системы также включает в себя подконтрольные государству крупнейшие банки, такие как специализированные банки развития: Государственный банк развития, Экспортно-импортный банк, Банк развития сельского хозяйства Китая; и «большая четверка» коммерческих банков с государственным участием: Банк Китая, Торгово-промышленный банк Китая, Сельскохозяйственный банк Китая, Народный строительный банк Китая. На «большую четверку» банков Китая приходится около 50% всех выданных кредитов по стране, а также данные банки имеют наибольшее количество филиалов в иностранных государствах. Торгово-промышленный банк Китая, Народный строительный банк Китая, Сельскохозяйственный банк Китая и Банк Китая соответственно занимают первые четыре места в рейтинге лучших банков мира по общей сумме активов на 2015 год. В совокупности общая сумма активов «большой четверки» превышает 11 триллионов долларов [4]. Через банки развития правительство Китая выделяет средства на стимулирование и развитие отдельных отраслей. Государственный банк развития ответственен за поддержку основных отраслей промышленности, строительство инфраструктуры и поддержку развития отдельных территорий. Экспортно-импортный банк в основном обслуживает кредиты на осуществление экспорта крупногабаритного оборудования и электроники и кредиты иностранным правительствам. Банк развития сельского хозяйства Китая выдает государственные кредиты в поддержку развития сельского хозяйства [5].

Основными функциями НБК являются: формирование и осуществление денежной политики в соответствии с законом и обеспечение стабильности стоимости юаня; выпуск юаня и контроль за его обращением; регулирование финансового сектора; осуществление надзора и контроля за финансовым рынком; хранение и осуществление управления государственными золотовалютными резервами, государственной казной; обеспечение нормальной деятельности системы платежей; осуществление надзора за статистикой банковской отрасли, производство прогнозов; участие в международных финансовых мероприятиях в качестве центрального банка [6]. Для осуществления регулирования и надзора за финансовыми институтами, принимающими вклады, выдающими кредиты, проводящими расчеты по счетам и осуществляющими другую банковскую деятельность в КНР функционирует комиссия по регулированию банковской деятельности.

Наиболее разнообразным по составу кредитных учреждений является второй уровень банковской системы КНР. В него входят крупные акционерные коммерческие банки; городские коммерческие и кооперативные банки (минимальный размер уставного капитала — 100 млн юаней);

сельские коммерческие и кооперативные банки; корпорации по управлению активами, трастовые и инвестиционные компании; финансовые и лизинговые компании. Коммерческий банк в Китае вправе заниматься следующими операциями: сбор денежных вкладов с населения; выдача краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных ссуд; выдача гарантий и поручительств; обеспечение внутреннего и международного расчетного обслуживания; осуществление операций и оказание агентских услуг в сделках с иностранной валютой; оказание агентских услуг в денежных сборах и производстве оплаты и т.д. В Китае, в отличие от России коммерческим банкам разрешено оказывать агентские услуги по страхованию денежных средств. Следует также отметить, что, согласно закону КНР «О коммерческих банках», лицо, имеющее в своей биографии один из нижеперечисленных факторов не имеет права претендовать на высшие позиции в банке: 1. Приговоренное к тюремному заключению или лишенное политических прав по статьям о даче или получении взяток, нелегального завладения имуществом или хищении народной собственности; 2. Служившее в качестве директора в совете директоров, являвшееся директором или менеджером компании, которая затем обанкротилась из-за плохого управления, и несущее личную ответственность за это банкротство. 3. Бывшее юридическим представителем компании, чья лицензия на осуществление деловых операций была отозвана из-за нарушений закона, и несущее личную ответственность за эти нарушения. 4. Не сумевшее выплатить крупный долг [7]. Автор считает, что данное ограничение целесообразно было бы ввести и в Российской Федерации с целью профилактики хищения средств, коррупции, а также банкротства банков, и для повышения уровня доверия населения к банковскому сектору страны.

Третий уровень системы представлен почтовыми отделениями связи и деятельностью многочисленных сельскохозяйственных и городских кредитных кооперативов. Существование данного уровня определяется тем, что правительство Китая стремится обеспечить доступность к финансовым услугам для всех граждан страны. Кредитные кооперативы являются ключевыми организациями в кредитовании малых предпринимателей и сельских жителей. Для России было бы целесообразным изучить вышеописанный опыт Китая по созданию кредитных организаций в городах и населенных пунктах. Данные кредитные организации функционировали бы за счет капитала местного правительства, местных физических и юридических лиц и, возможно, даже зарубежных инвесторов. Такое нововведение могло бы не только сделать кредиты для малых и средних предприятий более доступными, но и оказать позитивное влияние на инфраструктуру слаборазвитых регионов страны.

Таким образом, российская и китайская банковские системы имеют не только сходства, но и различия. На современном этапе развития, в Китае действует хорошо скоординированная, устойчивая и конкурентоспособная

банковская система. Для Российской Федерации перенимание опыта Китая в развитии и управлении банковской системой безусловно является одним из путей ее совершенствования. Конечно же, необходимо учитывать тот факт, что не все элементы из банковской системы КНР можно интегрировать в российскую, в связи с существенными различиями между рассматриваемыми государствами. Однако, некоторые аспекты китайской банков-

ской системы, при правильном подходе, можно успешно использовать в России. Сотрудничество российских и китайских банков также является немаловажным условием развития банковской системы Российской Федерации. Правительству необходимо способствовать созданию благоприятных условий для межбанковского сотрудничества с КНР и для привлечения китайских инвестиций в банковскую систему России.

Литература:

1. Центр управления финансами — [Электронный ресурс] — <http://center-yf.ru/>
2. Ежедневное интернет-издание «ЭКД!» — [Электронный ресурс] — <http://ekd.me/2015/12/yuan-falling/>
3. Федеральный закон РФ от 10 июля 2002 года № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»
4. Banks around the world — [Электронный ресурс] — <http://www.relbanks.com/worlds-top-banks/assets>
5. Официальный сайт финансовой компании «Интерфин трейд» — [Электронный ресурс] — <http://www.iftr.ru/main/china/business/banks>
6. Официальный сайт НБК — [Электронный ресурс] -<http://www.pbc.gov.cn/english/130712/index.html>
7. Официальный сайт «UGL Corporation» — [Электронный ресурс] -<http://law.uglc.ru/capital.htm/4>

Особенности бухгалтерского учета, анализа и аудита торговой деятельности

Мельникова Наталья Петровна, студент;

Юрина Владлена Сергеевна, кандидат экономических наук, научный руководитель
Поволжский государственный институт сервиса (г. Тольятти, Самарская обл.)

Важнейшей отраслью народного хозяйства является торговля. Она играет огромную роль в деятельности всего мирового хозяйства и направлена на осуществление купли-продажи и обмена товаров, обслуживание покупателей, доставки, хранению и подготовки товаров к реализации. Существуют несколько видов торговли: оптовая и розничная. Научная значимость статьи заключается в постановке и решении научной проблемы на основе теоретико-методологического подхода влияния маркетинга на потребительское поведение, совершенствования методов исследования.

Задачи бухгалтерского учета в торговой деятельности состоят в следующем:

- учет имущества организации в количественном и суммовом выражении, что позволяет обеспечить его сохранность;
- учет источников формирования имущества и обязательств предприятия;
- фиксирование всех хозяйственных операций, совершающихся в торговой организации, путем составления бухгалтерских проводок;
- учет количества и качества расходов на оплату труда, которое ведется в часах, днях, месяцах и денежном выражении;
- составление полной и достоверной информации о финансовых результатах хозяйственной деятельности,

предназначенной для оперативного руководства и управления торговой организацией, пользователями являются инвесторы, банки, контролирующие органы, контрагенты и иные уполномоченные лица [7].

Система бухгалтерского учета состоит из элементов: первичного учета; регистров бухгалтерского учета; движения документов; инвентаризации; составление отчетности. Документальное оформление и учет движения товаров в организации ведется на основании первичной документации, составленной и оформленной с учетом правил законодательства. Товары в организации учитывают в стоимостном выражении и поступают на предприятие с сопроводительными документами: счет-фактура, товарная накладная, товарно-транспортная накладная, актов приема — передачи объектов.

Основной задачей экономического анализа торговой деятельности является выявление достоверного состояния предприятия, контролем за выполнением плана продаж, изучения конъюнктуры рынка, данных бухгалтерского учета и отчетности, первичной документации.

С учетом особенностей ведения торговой деятельности возникает необходимость обобщения требований законодательства, документов нормативного контроля бухгалтерского учета. Правовое регулирование отношений, возникающих в торговой деятельности, осуществляется Гражданским кодексом Российской Федерации — За-

коном Российской Федерации № 2300—1 от 7 февраля 1992 года «О защите прав потребителей» (в редакции № ФЗ-233 от 13.07.2015г), и другими федеральными законами и нормативными актами [2]. Ранее сфера регулирования торговой деятельности долгое время оставалась без изменений, но в настоящее время ситуация кардинально изменилась. С развитием рыночных отношений и формированием новых видов хозяйственной деятельности возникла необходимость создания новых рычагов управления торговой деятельностью. С 2010 года регулирование торговой деятельности осуществляется на основании Федерального закона № 381-ФЗ от 28 декабря 2009 года «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (в редакции № 493-ФЗ от 31.12.2014 г. с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 09.01.15г). Сущность и нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета, анализа и аудита торговой деятельности заключается в создании приемлемых условий последовательного, полезного, рационального и успешного выполнения системой бухгалтерского учета, анализа и аудита присущих им функций в конкретной экономической среде.

Бухгалтерский учет торговых отношений построен на основе выражения объекта в двух измерениях, таких как — денежное и натуральное. Данный метод основан, прежде всего, из принципов независимости достоверной информации от динамики цен на материально-производственные запасы. Главной целью обобщения информации служит метод аналитического учета, выражающийся в систематизации первичной информации на синтетических счетах. Подробная информация раскрывается с помощью аналитического учета, построенного на использование натуральных измерений параллельно со стоимостными показателями. Основным видом активов любой торговой организации представляют собой товары, эффективность деятельности организации в большей степени зависит от качественного ведения бухгалтерского учета, данного вида имущества [6].

Бухгалтерский учет товаров ведется как с помощью аналитического учета, так с помощью синтетического учета. Каждый из перечисленных методов учета товаров имеет определенный порядок и последовательность учета движения товаров, использование различных регистров, различную взаимную сверку показателей. Методика бухгалтерского учета, анализа и аудита торговой деятельности является экономической базой для оценки резервов снижения затрат на основании системы прогрессивных технико-экономических норм и нормативов по видам затрат сырья, материалов, топливно-энергетических ресурсов, нормативов использования производственных мощностей, удельных капитальных вложений, норм и нормативов в торговой деятельности. Пользователи финансовой отчетности, принимая решения на основе информации полученной от аудиторов, должны быть уверены в качестве аудита и профессионализме суждений проверяющих о достоверности финансовой отчетности [4].

Проведение анализа деятельности торговой организации и изучение финансовых результатов, разработки путей эффективности работы, проведения внутреннего аудита и оценки результатов аудиторской проверки имеет огромное значение. Результаты финансового анализа позволяют выявить уязвимые места, требующие особого внимания, и разработать мероприятия по их ликвидации. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия представляет собой экономическую науку, изучающую деятельность торговой организации с точки зрения оценки их имущественного и финансового состояния. Главной задачей анализа является выявление неиспользованных резервов в повышении эффективности работы хозяйствующего субъекта [5].

Финансовый результат является завершением цикла товарооборота и от его результатов зависит динамика всего бизнеса. Основными показателями финансового состояния торговой фирмы служат следующие группы показателей: показатели рентабельности; показатели рыночной устойчивости; ликвидности торговой организации; платежеспособности. Экономическая сущность рентабельности заключается как отношение одного показателя к другому.

Помимо основных показателей рентабельности в торговой организации таких как: общая рентабельность активов, рентабельность продаж используются косвенные показатели. Косвенные показатели рентабельности торговой деятельности: балансовая стоимость на единицу оборота; чистая прибыль на единицу оборота; показатель капиталоотдачи; показатель оборачиваемости товарных запасов; показатель оборачиваемости дебиторской задолженности.

Наиболее важным показателем эффективности торговой деятельности является рентабельность. Являясь комплексным показателем, он позволяет оценить не только деятельность за период, но и позволяет выявлять перспективные резервы для повышения эффективности. По своей сути рентабельность — это величина, рассчитываемая как отношение полученного финансового результата к источнику средств, эффективность использования которых нужно определить, выражаемое в процентном соотношении. Это обобщенное определение рентабельности, но позволяет составить представление о применении показателей рентабельности для анализа эффективности деятельности предприятия. Финансовый результат торговой деятельности выражается различными показателями: выручки от реализации продукции; валовой прибыли — рассчитанной как разница между выручкой от реализации и переменных расходов; прибыли от продаж — рассчитанной как разница между валовой прибылью и коммерческими и управленческими расходами; прибыли до налогообложения — рассчитанной как сумма прибыли от продаж и доходов, не связанных с основным видом деятельности за минусом прочих расходов, чистой прибыли и прочих показателей. Источники достижения финансовых результатов могут быть разными, такими как активы предприятия, основной капитал.

В торговой деятельности показатели рассчитываются по каждой группе товаров. Источником для расчета показателей рентабельности являются формы бухгалтерской отчетности и данные управленческого и бухгалтерского учета торговой организации [3].

Еще одним важным показателем рентабельности торговой деятельности является, соответственно, рентабельность продаж. Рентабельность продаж отражает результативность деятельности предприятия в отчетном периоде. Для среднего и долгосрочного планирования данный показатель не подходит. Все данные, необходимые для расчета данного показателя, берутся из отчета о прибылях и убытках [9].

Коэффициент рентабельности продаж — это отношение чистой прибыли компании к выручке всех видов продаж. Этот коэффициент отражает доход компании на каждый заработанный рубль и может быть полезен как для правильной интерпретации данных об обороте, так и для экономических прогнозов в условиях ограниченного объема рынка, сдерживающего рост продаж. Также, рентабельность продаж является важным показателем для сравнения эффективности организации бизнеса в компаниях, работающих в одной отрасли.

Эффективная деятельность торговой организации невозможна без ее платежеспособности, то есть, финансовой устойчивости и обеспеченности денежными средствами. Ликвидность предприятия может быть обеспечена только построением грамотного управления денежными потоками. В торговых организациях большая часть капитала выражена в денежных средствах, таких как дебиторская и кредиторская задолженность. Коэффициент текущей ликвидности отражает возможность торговой организации погашать свои обязательства только за счет собственных оборотных активов. Анализ показателя коэффициента текущей ликвидности предназначен для оценки потенциальной способности предприятия расплачиваться по текущим обязательствам за счет имеющихся оборотных активов.

Важным показателем деловой активности торговой организации является коэффициент оборачиваемости товарных запасов. Данный коэффициент показывает интенсивность, скорость оборота использования товарных запасов организации. Иными словами, коэффициент показывает сколько раз за рассматриваемый период, торговая организация закупает и продает товар [10].

В современных условиях трансформационной экономики торговые организации часто сталкиваются с финансовыми трудностями. В данной ситуации диагностика финансовых затруднений и пути их обхода, имеет большое значения для руководства любой коммерческой организации. Ввиду этого, следует обратить внимание на то, что помимо финансовых затруднений у торговой организации есть необходимость в инвестициях с целью расширения торговых зон.

С целью устранения финансовых затруднений и повышению финансовой привлекательности необходимо разработать эффективную систему управления. Система управления должна основываться на достоверной информации. В основе данной информации служат результаты общего анализа и прогнозирования финансового состояния торговой организации [11].

Бухгалтерский учет и аудит должен быть основан на непрерывной системе наблюдения за хозяйственной деятельностью организации, позволяющий разрабатывать новые методики по ведению бухгалтерского учета, в интересах внутренних и внешних пользователей. Бухгалтерский учет и аудит представляет собой формирование документированной информации об объектах.

Рентабельность использования активов характеризует отдачу всех имеющихся активов, способность предприятия приносить прибыль. Падение рентабельности связано со снижением следующих показателей: чистой прибыли предприятия, роста средней стоимости закупаемых товаров, услуг, энергоносителей и горюче-смазочных материалов, оборачиваемости активов [1].

Аудит является неотъемлемой частью системы управления, на основании которой, управляющее звено получает реальную информацию о действительном состоянии организации. Аудит обеспечивает проверку выполнения управленческих решений, соблюдение разработанных норм и правил. Аудиторский контроль — независимая проверка отчетности и подтверждающих источников информации хозяйствующего субъекта [1]. Осуществляется аудиторскими организациями и частными аудиторами на основании заключенных договоров. Задача аудиторской проверки заключается в предоставлении объективной информации о результатах финансово-хозяйственной деятельности торговой деятельности, ее законности и правильности отражения в бухгалтерском и управленческом учете.

Литература:

1. Российская Федерация. Законы. Об аудиторской деятельности [Текст]: Федеральный закон № 307-ФЗ: принят ГД ФС РФ 30 декабря 2008 г. (в редакции от 01.12.2014 г. с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.08.2015 г.)
2. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Федеральный закон № 2300–1: принят ГД ФС РФ 07 февраля 1992г (в редакции от 13.07.2015 г., дата обращения 20.10.2015 г.)
3. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учету. «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 [Текст]: № 44н: принят Минфином РФ 09 июня 2001 г. (в редакции от 25.10.2010 г. № 132н, дата обращения 30.10.2015 г.)

4. Арсенова, Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели: Справочное пособие [Текст]: пособие/Е.В. Арсенова, О.Г. Крючкова. — «ИНФРА-М», 2014. — 248 с.
5. Васильчук, О. И., Гуськова Т.Н., Насакина Л.А., Юрина В.С. и др. Учебное пособие «Бухгалтерский учет и анализ» [Текст]: учебное пособие с грифом УМО № 14–08/1–153 от 06.10.2011г/под. ред. О.И. Васильчук, Т.Н. Гуськова, Л.А. Насакина., В.С. Юрина, — М.: Форум, 2011.
6. Касьянов, И.Б. Бухгалтерский учет в торговле [Текст]: пособие/И.Б. Касьянов, Е.В. Вайзман. — «Best Buishop», 2015. — 700 с.
7. Максютков, А.А. Экономический анализ [Электронный ресурс]: учебник для вузов/А.А. Максютков. — «Юнити-Дана», 2012. — 543 с.
8. Рогоуленко, Т.М. Основы аудита [Текст]: учебник для вузов/Т.М. Рогоуленко, С.В. Помомарева. — «ФЛИНТА», 2011. — 508 с.
9. Юрина, В.С. Проблемы организации управленческого учета и анализа на предприятии сферы услуг [Текст]/В.С. Юрина // Наука — промышленности и сервису. 2012. № 7—223–226 с.
10. Юрина, В.С. Управленческий учет и анализ управленческих проблем [Текст]/В.С. Юрина, Данилова С.В. // Наука — промышленности и сервису. 2011. № 6—1. — 189–193 с.
11. Юрина, В.С. Особенности применения традиционного подхода в финансовом анализе сферы услуг [Текст]/В.С. Юрина // Наука — промышленности и сервису. 2010. № 1. — 446–452 с.

Россия на пути к созданию инновационной экономики

Мингатина Алия Минсагитовна, студент;

Сорошкина Виктория Валерьевна, студент;

Коваленко Светлана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета

И нновации играют огромную роль во всех сферах жизни, особенно в экономике. От того, какое место в экономике занимают инновации, зависит общий уровень развитости экономики государства. Многие передовые страны (Япония, США, Германия и т.д.) обязаны своему лидирующему положению именно инновациям. Это позволяет говорить о таком понятии как инновационная экономика. [1, с. 56]

Инновационная экономика основана на широком применении знаний, инноваций, техники и технологии, а также использованию на практике в разных областях активности человека.

В последнее время понятие «инновационная экономика» стали применять и по отношению к России. Но можно ли считать экономику РФ инновационной?

Экономику страны принято считать инновационной, если она удовлетворяет следующим критериям:

- 1) хороший показатель экономической свободы;
- 2) высокий уровень образования;
- 3) высокий уровень науки;
- 4) высокий уровень жизни;
- 5) высококачественный человеческий капитал;
- 6) конкурентоспособность национальной экономики;
- 7) значительный процент инновационных фирм;
- 8) замещение капиталов;
- 9) высокий спрос на инновации;
- 10) Инициация новых рынков;
- 11) Разнообразие рынков;

12) Высокий экспорт знаний. [3, с. 67]

Определим на основе данных критериев, является ли экономика России инновационной.

Показатель экономической свободы. Значение индекса говорит о степени свободы бизнеса, инвестиций, трудовых отношений, о степени финансовых свобод, об уровне коррупции, налогового бремени, об эффективности защиты частной собственности, степень правительственного вмешательства.

Россия занимает 143 место в мире, уступая даже таким странам, как Бангладеш, Кения, Гондурас. Индекс для России равен 52,1, что относит Россию к числу стран с преимущественно несвободной экономикой. [1, с. 34]

Высокий уровень образования. В России индекс уровня образования равен 0,78. Высоким же признается индекс выше 0,8.

Высокий уровень науки. Сложно дать формальную оценку этому критерию. С одной стороны, Россия богата учеными, инновационными идеями и разработками. Но, исходя из того, что 1) российская наука, по версии Thomson Reuters, не вошла в список лидеров по 100 наиболее перспективным областям исследований, 2) количество научных работников сокращается, 3) сокращается финансирование науки, нельзя в полной мере считать уровень науки высоким. [1, с. 15]

Высокий уровень жизни. Россия занимает 61 место в рейтинге стран по уровню жизни. Следовательно, и этот критерий нельзя засчитать.

Высококачественный человеческий капитал. Высшая школа экономики оценивает стоимость российского человеческого капитала в 600 трлн. руб., что является достаточно внушительным числом. И эта цифра растет с каждым годом. Человеческий капитал становится важнее и значимее, чем физический. Но все равно и по этому критерию Россия отстает от других передовых стран. То есть этому критерию российская экономика удовлетворяет лишь частично.

Конкурентоспособность национальной экономики. Рейтинг на основе индекса глобальной конкурентоспособности поставил Россию на 53 место, оценив образованность людей и широкое использование высоких технологий. Тянут вниз Россию следующие факторы: санкции, недоверие к судебной власти, институциональная сфера, сектор малого и среднего бизнеса.

Значительный процент инновационных фирм. Доля в России — около 10%, это очень низкий показатель. Для сравнения аналогичная доля для США — 70%.

Замещение капиталов (физического человеческого). Критерий очень тесно пересекается с 5-ым критерием, можно считать удовлетворительным лишь частично.

Высокий спрос на инновации. По данным Российской Бизнес газеты спрос на инновации в России, в сто раз ниже спроса на сырье.

Инициация новых рынков. Современная экономика должна строиться на образовании новых рынков.

В России этот процесс тормозят: слабая защита интеллектуальной собственности, слабое развитие таких форм поддержки стартапов, как технопарки или бизнес-инкубаторы. [3, с. 45]

Разнообразие рынков. В России рынки интеллектуальных продуктов, инвестиций в интеллектуальную собственность, интеллектуальных услуг, развиты достаточно слабо или не развиты совсем.

Высокий экспорт знаний. Несмотря на огромный потенциал (особенно в сфере физики, химии и высоких технологий) Россия не может сказать на данном этапе, что разработки, труды, идеи русских ученых пользуются широкой популярностью и распространенностью за рубежом.

В качестве итога можно сказать, что, к большому сожалению, на сегодняшний день Российская экономика удовлетворяет только двум критериям из двенадцати, поэтому считаться инновационной не может. Экономика России нуждается во всеохватывающих преобразованиях, большого внимания требует социальная политика государства, необходимы реформы образования и науки, нужно заметить, что определенные шаги уже делаются в этих направлениях. [2, с. 18]

Россия обладает большим потенциалом и при продолжении преобразовательной политики экономика России станет современной, инновационной и конкурентоспособной.

Литература:

1. Якобсон, А. Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/А. Я. Якобсон. — М.: Омега-Л, 2014. — 176 с.
2. Аньшин, В. М., Дагаев А. А. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. Учеб. пособие/Под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева. — 3-е изд., перераб., доп. — М.: Дело, 2007. — 584 с.
3. Вертакова, Ю. В., Симоненко Е. С. Управление инновациями: теория и практика: учеб. Пособи/Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. — М.: Эксмо, 2008. — 432 с.

Современные подходы к разработке бизнес-стратегий

Мингатина Алия Минсагитовна, студент;

Сорошкина Виктория Валерьевна, студент;

Юрасова Ольга Игоревна, кандидат экономических наук, доцент

Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета

Значение современных подходов к разработке бизнес-стратегий заключается в том, чтобы сфокусироваться на главном, т. е. действовать в тех областях, которые дают конечную выгоду, и избегать затрат времени, которые остаются неперспективными. Отсюда и вопрос: Какие товары необходимо производить, предлагать, и на каких рынках, чтобы получить наилучшие результаты?

Чтобы найти верный ответ, необходимо прояснить три момента.

Насколько значимы для продажи товаров на уже существующих рынках? Где искать наилучшие возможности, связанные с товарами и рынками?

Где необходимо поставить наш «стратегический акцент»? Что будет стимулом — рынок или ресурсы?

В данной связи следует выделить два возможных подхода: рыночно-ориентированный и ресурсно-ориентированный. С рыночных позиций бизнес заинтересован в наилучших возможностях, которые существуют на рынке.

Вначале предприниматели ищут возможности, а затем начинают развивать способности бизнеса реализовать их, и лучше всего, опираться на основу, которая уже имеется, чем начинать от стартовой черты. Такую стратегию принято называть рыночно-ориентированной. Однако есть и те компании, которые уверены, что их конкурентное преимущество непосредственно связано с их уникальными ресурсами (производственными мощностями, например, или международным отделом продаж). У таких компаний свой взгляд: «Как наиболее эффективно использовать все то, что мы имеем?» Иногда такую политику компаний называют ресурсно-ориентированным взглядом или концепцией. Эти два подхода могут служить хорошим ответом на многие возникающие в данном контексте вопросы. Нужно держать оба этих подхода в уме, когда нужно будет обдумывать, какими должны быть товары и охват рынков [2, с. 15].

Всегда нужно искать компромисс между ростом и риском, потому что чем значительнее желаемый рост, тем сильнее и вероятный риск. Если планы показывают, что необходимо сделать «большой скачок» — т. е. велика разница между тем, что достигнуто сегодня, и тем, что намечено как результат на завтра, — степень риска, которую надо учесть, выходя на новые рынки или разрабатывая продукцию, достаточно велика [3, с. 15].

Специалисты предложили так называемую матрицу развития 2x2 — матрицу определения основного вектора развития. Одна ось показывает существующие товары, модифицированные (т. е. улучшенные, заменяющие прежние, продолжающие известные линии) товары и новые товары. Другая ось отображает рынки — уже существующие, расширяющиеся (с притоком новых потребителей на действующие рынки) и новые. В целом матрица показывает пять потенциально возможных ва-

риантов роста с соответствующими уровнями (степенями) риска. В самом общем виде:

Business as usual — бизнес, идущий обычным порядком: основное внимание уделяется известной продукции, продаваемой на существующих рынках, чтобы добиться увеличения рыночной доли.

New product development — разработка новой продукции: изменение существующих товаров или разработка новых для предложения на существующих рынках.

New market development — работа на новых и развивающихся рынках: продажа существующих товаров на расширяющихся рынках или предложение этих товаров на новых рынках.

New business development — развитие бизнеса: предложение модифицированных товаров на расширяющихся или новых рынках либо продажа модифицированных или новых товаров на расширяющихся рынках [2, с. 90].

Диверсификация — предложение и продажа новых товаров на новых рынках. Это — сама основа стратегического мышления. Будет немало вариантов, требующих осмысления, и придется привлечь все свои творческие способности и интеллект, чтобы определить и оценить различные возможности. [1, с. 35]

Если обычный бизнес идет как надо, вероятно, не будет необходимости изменять положение дел. Однако, если конкурентные преимущества бизнеса недостаточно сильны, а на рынке существуют явные угрозы, то нужно оценить перспективу. Необходимо внимательно рассмотреть каждую из возможностей, поскольку некоторые могут существенно влиять на успех деятельности и требуемые для бизнеса ресурсы. Подобный анализ поможет определить «направление главного удара» в стратегии, который должен соответствовать целям и задачам высокого порядка.

Литература:

1. Аистова М. Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. — М.: Альпина Паблишер, 2002.
2. Антикризисное управление: учебник/под ред. Э. М. Короткова — М.: Инфра-М, 2002. — 432 с.
3. Антикризисное управление/под ред. Грязновой А. Г. — М., ТАНДЕМ, Виханский О. С. Стратегическое управление/О. С. Виханский, — М., 2000.

Обзор опыта применения теории оценки совокупной стоимости владения недвижимостью как инструмента управления энергоэффективностью в отечественной и зарубежной экономике

Михалина Светлана Сергеевна, магистр;

Бижанов Султан Алиханович, аспирант;

Гребенщиков Владимир Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент

Московский государственный строительный университет — национальный исследовательский университет

В статье представлены результаты обзорного анализа по научно-практическим и исследовательским работам в области опыта применения теории оценки совокупной стоимости владения недвижимостью как инструменте управления энергоэффективностью в отечественной и зарубежной экономике. Уделено внимание тематике использования в зарубежной экономике концепции «Total Cost of Ownership» применительно к жилищному строительству. Дан обзор опыта использования методики определения совокупная стоимость владения жилищной недвижимостью и стоимости контрактов на жизненный цикл строительства зданий. Показана проблемность и перспективность научно-практического направления по оценке совокупной стоимости владения зданий как жизненных циклов строительства и владения, как инструментов управления энергоэффективностью.

Ключевые слова: совокупная стоимость владение недвижимостью, Total Cost of Ownership, контракты жизненного цикла зданий, энергоэффективность.

В современной теории и практики управления недвижимостью важнейшее место занимает теория жизненных циклов и связанная с этим концепция оценки совокупной стоим. Выполненные исследования показали многообразие существующих концептуальных подходов к данному вопросу. Рассмотрим далее результаты выполненного обзора в области научно-практических подходов в данной области исследований. Анализ исследуемого вопроса показал наличие таких важных работ в области моделирования контрактов на жизненные циклы строительства. Так например, особенности регулирования стоимости комплексного жилищного строительства в контрактах жизненных циклов недвижимости рассмотрены в работах проф. Баронина С. А. и др. авторов в следующих статьях [1,2,3,6,8,9].

Следует отметить, что одной из последних современных научно практических трендов является применение теории оценки стоимости жизненных циклов воспроизводства недвижимости в области управления энергоэффективностью. В этой связи, заслуживают внимания исследования, связанные с оценкой стоимости жизненного цикла зданий с разным уровнем затрат на энергоэффективность. При этом стоимость жизненного цикла зданий может также трактоваться как стоимость владения недвижимостью. Данные инновационной тематики посвящена одна из последних монографий, выпущенная под эгидой ООН, Глобального экологического фонда и правительства Казахстана в рамках проведения 4 ноября 2015 года международной конференции «Продвижение проектирования и строительства энергоэффективного жилья в Республике Казахстан» [5]. В данной монографии впервые на международном уровне выполнен обзор исследований по перспективному направлению в области управления энер-

гоэффективностью в жилищном строительстве на основе использования показателей совокупной стоимости владения объектами жилой недвижимости в жизненных циклах строительства и эксплуатации зданий. Показан успешный опыт энергоэффективного проектирования, строительства и реконструкции жилых домов на основе сотрудничества при реализации программ развития ООН в Казахстане. На примере строительства энергоэффективного жилого дома в г. Караганде продемонстрированы выгоды от его владения по сравнению с базовым домом. Представлена методика оценки стоимости владения жилой недвижимостью и её апробации на примере жилых объектов в России и Казахстане.

Важно также отметить, что по этой тематике в рамках данной международной конференции дополнительно вышла брошюра для руководителей в области строительства, ЖКХ, студентов, бакалавров, магистров по оценке стоимости владения жилой недвижимостью в жизненных циклах зданий, как инструмент управления энергоэффективностью [3]. В качестве важных рекомендации данной конференции следует отметить важность реализации в Казахстане стратегической задачи формирования нового типа экономического мышления и культуры энергоэффективного строительства и владения жилой недвижимостью. Для этих целей рекомендуется перейти в условиях турбулентной мировой экономики от близорукого понимания экономии, как единовременного сокращения стоимости строительства, к экономии совокупной стоимости владения жизненными циклами зданий с преимущественными затратами владельцев жилья на стадии эксплуатации. Следует признать весьма обоснованным программно-целевой подход развития жилищного строительства на основе формирования специализированного

спроса и предложения с критериями минимизации в виде показателей совокупной стоимости владения жилищной недвижимостью.

Проведенные исследования показывают, что современные эффективные стратегии менеджмента и маркетинговые подходы к продажам товаров и услуг в мировой бизнес-среде довольно часто используются устоявшееся понятие «Total Cost of Ownership», которое означает — «совокупная стоимость владения», применительно к жизненному циклу каких-либо товаров, изделий или систем. В наиболее общем виде это общая величина целевых затрат, которую должен внести владелец с момента начала реализации вступления в состояние владения до момента выхода из состояния владения. Универсальной методики расчета стоимости владения не существует, поскольку это зависит от объекта владения, структуры затрат владения, которые могут быть весьма различны [3,7].

Данный методический подход отражает традиционную проблематику развития глобального мирового экономического тренда стоимостного управления товарами и услугами во всех сферах народного хозяйства на основе их жизненных циклов. В отдельных отраслях экономики России уже активно применяется экономический инструментарий владения товарами и услугами по всему их жизненному циклу. Так например, стало хорошей нормой при покупке автомобиля считать стоимость его владения как сумму совокупных затрат.

Основа таких экономических трансформаций делает восприятие категорий стоимости на объекты недвижимости не только как локальной цены ее приобретения, а как и стоимости ее владения в виде стоимостного эквивалента абсолютно всех совокупных затрат по всему жизненному циклу строительства и владения, вплоть до ликвидации объекта [5,7].

Проведенный обзор показал, что исследования, связанные с применением контрактов на жизненные циклы в строительстве, весьма интересны [1]. Можно подтвердить, что современный этап развития строительной жилищной отрасли можно определить как этап нового правового регулирования энергоэффективности жилых домов с использованием весьма перспективных экономических, правовых и организационно-управленческих подходов на основе управления стоимостью затрат в контрактах жизненных циклах (КЖЦ). Обзорный анализ показал, что процедура заключения таких контрактов в различных сферах экономики России и исследование зарубежного опыта стран с развитой рыночной экономикой по практическому применению КЖЦ находится не на самом высоком уровне. Авторами рассмотрены [1] и решены ряд задач по актуализации вопроса о необходимости уточнения термина КЖЦ, проведен обзор по терминологии понятия КЖЦ в странах Европы, проанализирован зарубежный опыт в странах Великобритании и Финляндии; проанализированы основные аспекты внедрения КЖЦ на территории РФ.

Следует отметить, что существует ряд исследовательских работ в области управления совокупной стоимостью владения в контрактах жизненных циклов недвижимости как перспективный инструмент развития энергоэффективности в жилищной отрасли [6]. В статье отмечаются современные условия развития энергоэффективности на индикаторов как стоимости владения недвижимостью, так и стоимости контрактов на жизненные циклы недвижимости.

Важно так же учесть вопросы применения стоимости владения применительно к комплексной жилой застройке, а также к стоимости контрактов на жизненные циклы данных инвестиционных проектов. Эта тематика затронута определенным образом в статье проф. Баронина С. А. и его аспиранта Янкова А. Г. [7].

Проведенный анализ показывает, что в практику отечественной и зарубежной оценочной деятельности, в том числе в деятельность стандартов при массовой оценке недвижимости [9], важно включить показатели оценки совокупной стоимости владения недвижимостью, а также и стоимость контрактов на жизненные циклы недвижимости.

Оценка стоимости контрактов на жизненные циклы жилой недвижимости в России к сожалению не применяются и такой вид оценки существует при строительстве линейно-протяженных объектов в виде железных и автомобильных дорог, а также и при выполнении оборонных заказов [1,11].

Актуально использовать проблематику применения совокупной стоимости владения при оценке и прогнозировании рынка жилья в России [10]. Так же, перспективно использование этого инструмента при моделировании стоимостного управления ипотечно-инвестиционными программами [12] и в ходе методологического структурирования формирования и развития эффективных территориальных рынков доступного жилья [13].

В заключении стоит отметить важность применения существующего опыта оценки совокупной стоимости владения жилой недвижимостью по жизненным циклам строительства и эксплуатации в учебной литературе. Весьма актуальным будет расширить существующие курсы менеджмента [14], а также зачетные модули в высшей школе по управлению развитием недвижимостью [11].

Таким образом, выполненный общий обзор опыта применения управления энергоэффективностью в строительстве на основе совокупной стоимости владения жилищной недвижимостью показал важность и перспективность применения этой научно-практической концепции как для покупателей жилья, девелоперов, так и для государственных органов управления строительством и ЖКХ. Это позволит перейти к новому виду рыночной оценки и регулирования жилищного рынка на основе управления стоимостью владения недвижимостью в жизненных циклах строительства и эксплуатации зданий.

Литература:

1. Контракты жизненного цикла: понятийный анализ, зарубежный опыт и перспективы развития в России/С. А. Баронин, А. Г. Янков // Современные проблемы науки и образования. — 2013. — № 6. с. 125–150.
2. Особенности регулирования стоимости комплексного жилищного строительства в контрактах жизненных циклов недвижимости/С.А. Баронин, А.Г. Янков // Вестник государственного университета управления. — 2013. — № 23
3. Оценка стоимости владения жилой недвижимостью в жизненных циклах зданий, как инструмент управления энергоэффективностью/С. А Баронин [и др.]; под общ. ред. А. В. Белого и С. А. Баронина-Астана: ПРООН, 2015.
4. Управление строительством жилья эконом-класса на основе совокупной стоимостью затрат в контрактах жизненного цикла Баронин С. А., Бенуж А. А., Казейкин В. С., Кулаков К. Ю., Манухина Л. А., Янков А. Г., Луняков М. А., Мороз А. М., Подшиваленко Д. В. Пенза, 2014.
5. Стоимость владения жилой недвижимостью по совокупным затратам в жизненных циклах воспроизводства как основа управления энергоэффективностью/С. А. Баронин [и др.]; под общ. ред. В. С. Казейкина и С. А. Баронина. -Астана: ПРООН, 2015.
6. Управление совокупной стоимостью владения в контрактах жизненных циклов недвижимости как перспективный инструмент развития энергоэффективности в жилищной отрасли/Баронин С. А., Янков А. Г., [и др.] // Известия Юго-Западного государственного университета. — 2014. — № 2. с. 72–82.
7. Особенности регулирования стоимости комплексного жилищного строительства в контрактах жизненных циклов недвижимости Баронин С. А., Янков А. Г. Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 23. с. 93–97.
8. Управление строительством жилья эконом-класса на основе приведенной стоимостью затрат в контрактах жизненного цикла: моногр./Баронин С. А., Бенуж А. А., Казейкин В. С., Кулаков К. Ю., Манухина Л. А., Янков А. Г., [и др.] — Пенза: ПГУАС, 2014.
9. Научно-практические аспекты теории массовой оценки недвижимости. Баронин С. А., Люлькина Н. М. Известия Юго-Западного государственного университета. 2011. № 5–2 (38).с. 316–322.
10. Оценка и прогнозирование рынка жилья в России Баронин С. А., Ступин В. А. Имущественные отношения в Российской Федерации. 2005. № 4. с. 30–38.
11. Управление в развитии недвижимости Баронин С. А., Попельнюхов С. Н., Попова И. В., Тарханова Е. В. Учебное пособие/Пенза, 2012.
12. Развитие стоимостного управления при планировании ипотечно-инвестиционных программ жилищного строительства Баронин С. А. Экономика строительства. 2004. № 7. с. 6.
13. Методологические аспекты формирования и развития эффективных территориальных рынков доступного жилья Баронин С. А. Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Беллинского. 2006. № 6. с. 21–24.
14. Основы менеджмента, планирования и контроллинга в недвижимости. Сергей Александрович Баронин. Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 270115 — «Экспертиза и управление недвижимостью», направления 270100 «Строительство»/С. А. Баронин. Москва, 2012. Сер. Высшее образование — бакалавриат.
15. Assessing the cost of real estate lifecycle contracts in Russia's present-day economy and the characteristics of the European experience/S. A. Baronin, A. G. Yankov, S. A. Bizhanov//Life Science Journal. — 2014. T11. № 8s. С. 249–253.

Инновации на рынке ипотеки

Мишина Мария Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Алекса Мария Геннадьевна, магистр
Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

Ипотечное кредитование является востребованным, но по-прежнему малодоступным банковским продуктом. Для решения обозначенной проблемы необходимо внедрять инновационные технологии, позволяющие минимизировать годовую процентную ставку по ипотечным кредитам до 7–8%. Налоговая оптимизация также должна способствовать снижению цены на ипотечные кредиты.

Ключевые слова: инновации, ипотека, налоговая оптимизация.

В современных условиях целью развития ипотечного кредитования является улучшение жилищных условий населения, а также стимулирование спроса на рынке недвижимости. При этом возникает проблема обеспеченности жильём, для решения которой необходимо: наличие у населения сбережений и возможность получения ипотечного кредита. Условием его получения являются достаточные совокупные доходы заёмщика.

Классическая экономическая теория исходит из того, что население при прочих равных условиях будет потреблять, а не сберегать. Отсюда делается вывод, что население будет получать ставку процента в качестве платы за бережливость. Уровень потребления не в полной мере зависит от уровня дохода. Положительный эффект достигается при равенстве сбережений и инвестиций. Сбережения должны аккумулироваться финансовыми институтами и направляться в инвестиции. Сбережения зависят от дохода и от предельной склонности к сбережениям.

Важнейшей составляющей денежных ресурсов населения, направляемых на финансирование приобретения жилья, является ипотечный кредит. Он способствует росту платёжеспособного спроса населения на рынке жилья и других товарных рынках. Доступность ипотечного кредита определяется двумя основными факторами: наличием первоначального взноса в результате сберегательных процессов и стоимостью кредита.

Основными факторами ипотечного жилищного кредитования являются:

- соотношение собственных и заёмных средств в финансировании приобретения жилья;
- соотношение суммы платежей по кредиту и совокупного дохода заёмщика;
- развитие сферы жилищного строительства;
- устойчивость экономических процессов.

Можно выделить следующие группы населения с позиции возможности его участия в ипотечных программах:

- население с доходами, не позволяющими получить ипотечный кредит;
- население с доходами, недостаточными для получения кредита;
- население, имеющее доходы для получения кредита;
- население, имеющее возможность приобрести жильё одновременно без использования кредита.

Исходя из представленной выше группировки населения по возможности получения кредита, можно сделать вывод, что жилищная политика должна сочетать принципы бюджетного финансирования и рыночного самофинансирования.

Государство в системе ипотечного жилищного кредитования выполняет три основных роли:

- создает условия для надежного и эффективного функционирования системы;
- регулирует и осуществляет надзор за деятельностью ипотечных кредиторов с целью защиты инвесторов — вкладчиков этих банков;
- содействует некоторым группам семей в приобретении жилья.

Деятельность всех субъектов ипотечного рынка регулируется различными законодательными актами, стандартами, требованиями.

В условиях рыночной экономики государственное регулирование жилищных инвестиций на рынке жилья осуществляется прямыми методами, экономическими (косвенными), административно-правовыми.

Прямые методы включают: дотации, субсидии, субвенции, бесплатные жилищные услуги и бесплатное жильё. Экономические методы обусловлены вмешательством государства в экономику посредством реализации деятельности как императивного участника субъекта рынка. Административно-правовые методы связаны с законодательной деятельностью государства в области жилищной политики.

Функциями ипотечного кредитования, вытекающими из его экономического содержания, являются: распределительная, формирование рынка жилья, инвестиционная (рис. 1).

Как видно из рисунка 1, все функции ипотечного жилищного кредитования тесно взаимосвязаны между собой.

Ипотечное кредитование является востребованным, но одновременно — малодоступным банковским продуктом. Несмотря на сниженные (по сравнению с другими банковскими кредитами) процентные ставки, ипотечные кредиты выдаются ограниченно из-за низкого уровня платёжеспособности потенциальных заемщиков.



Рис. 1. Функции ипотечного жилищного кредитования в порядке их приоритета

В таблице 1 представлена информация о базовых условиях ипотечного кредитования отдельных банковских учреждений г. Брянска.

Анализ представленных данных показывает, что:

— услуги по ипотечному кредитованию предоставляет ограниченное количество банковских учреждений (5 из 19 банков, осуществляющих свою коммерческую деятельность на территории г. Брянска);

— средняя годовая процентная ставка по ипотечным кредитам составляет 14,05% ($(13,45 + 13,00 + 14,00 + 13,85 + 14,00 + 16,00)/6$);

— среднемесячный доход семьи, претендующей на получение ипотечного кредита должен составлять от 30000 до 60000 руб. (эта сумма определяется размером кредита, но в среднем, для получения минимального размера ипотеки данный показатель должен достигать 49216,2 руб.).

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций Брянской области за сентябрь 2015 года составила 21317,2 рубля [4]. Если рассматривать семью из двух человек, то ее среднемесячный доход по состоянию на сентябрь 2015 года составит 42634,4 руб. ($21317,2 \text{ руб.} \times 2 \text{ чел.}$). Следовательно, среднестатистическому гражданину, работающему на территории Брянской области, ипотечное кредитование может быть недоступно (42634,4 руб. меньше чем 49216,2 руб.).

Выходом из сложившейся ситуации должно стать внедрение инновационных технологий при предоставлении ипотечных кредитов банковскими учреждениями, позволяющими снизить процентную ставку до 7–8%. Указанное снижение уменьшит и зарплатный барьер, препятствующий получению ипотечных кредитов.

Стратегия ипотечного жилищного кредитования представляет собой одну из конкурентных стратегий, в совокупности формирующих портфельную стратегию бизнеса коммерческого банка. Элементы вектора роста, которые определяются в рамках стратегии ипотечного жилищного кредитования, необходимо базировать на четком позиционировании предлагаемых ипотечных продуктов, осознании их конкурентных преимуществ, учете возможных синергетических взаимосвязей — положительных и отрицательных — между собой и с другими банковскими продуктами и возможной взаимозаменяемостью как по ресурсам, так и по результатам.

Основой стратегического выбора банковского учреждения методов конкуренции и кооперации на рынке ипотечного кредитования должны стать:

— достигнутая позиция, которая будет оцениваться по объемам кредитования и по клиентской базе;

— результаты факторного анализа динамики рыночных долей банковского учреждения;

Таблица 1. Доступность ипотечного кредитования в г. Брянске

Наименование банка	Минимальная сумма ипотечного кредита, руб.	Годовая процентная ставка, %	Среднемесячный доход семьи, руб.
Сбербанк России	300000 (кредит на готовое жилье)	13,45	40000
	300000 (кредит на строящееся жилье)	13,00	40000
ВТБ 24	450000	14,00	58031
Промсвязьбанк	500000	13,85	60000
СКБ-БАНК	350000	14,00	48050
Восточный Экспресс-банк	300000	16,00	30000

— наличие/отсутствие сильных и слабых сторон с позиций развития деятельности в сфере ипотечного кредитования (в рамках SWOP-анализа);

— общая направленность стратегического развития банка и его базовые стратегические установки.

Современная экономика характеризуется динамичностью и нестабильностью процессов, происходящих в рыночных условиях. Необходимым условием роста экономики страны и конкурентоспособности ее на мировом рынке является создание инновационной экономики.

Внедрение инноваций в современном мире — это решающий фактор прогресса. В современных условиях Президент и Правительство России рассматривают инновационный путь как магистральное направление развития экономики страны. Инновационная деятельность является одной из перспективных сфер экономики и видов предпринимательской деятельности, поскольку она связана с высокими технологиями, способными давать значительный экономический эффект.

В развитии российского бизнеса все большее значение приобретают инновации, реализуемые на уровне предприятий и организаций. При этом для наиболее успешных из них характерен охват инновационными преобразованиями всех сфер деятельности — от технико-технологической до организации управления человеческими ресурсами.

Развитию инновационной деятельности банковских учреждений в части ипотечного кредитования может способствовать создание соответствующей системы управленческого учета. При этом, по мнению Кузнецовой О.Н. [1, с. 65], управленческий учет затрат в области инновационной деятельности банка следует организовывать в рамках метода Директ-костинг. А модель управленческого учета инновационной деятельности организации должна предусматривать:

1) детальную классификацию специфических учетных объектов (по предложенной автором классификации) в рамках применения метода Директ-костинг;

2) массированный анализ показателей эффективности инновационных проектов (с акцентом в первое время на нефинансовых показателях).

Литература:

1. Кузнецова, О.Н. Модель управленческого учета инновационной деятельности предприятия // Дискуссия. 2013. № 1 (31). с. 63–66.
2. Кузнецова, О.Н. Налоговая нагрузка на предприятие и способы ее оптимизации // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3. с. 34–37.
3. Kuznetsova, O.N. The new model of accounting of employee benefits of the entity//In the World of Scientific Discoveries, Series A. 2013. T. 1. № 1. с. 46–53.
4. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Брянской области: http://bryansk.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/bryansk/ru/news/rss/944fec0041a81466af10ef2d59c15b71 (дата обращения: 25.11.2015).

Кроме того, для мобилизации финансовых ресурсов банковских учреждений, с нашей точки зрения, необходимо осуществлять налоговую оптимизацию. Это позволит банкам в большей степени снижать годовую процентную ставку по ипотечным кредитам. В частности, по мнению Кузнецовой О.Н. [2, с. 36], можно применять следующие ее способы:

1) прописывать в учетной политике в целях налогообложения использование амортизационной премии, нелинейного способа начисления амортизации, создание резервов (на ремонт основных средств, по сомнительным долгам);

2) производить замену договоров купли-продажи основных средств на договоры лизинга.

Увеличить собственные финансовые ресурсы с целью активизации инновационной деятельности и снижения процентных ставок в области ипотечного кредитования также поможет грамотное формирование различных резервов в финансовом учете. Резервы увеличивают совокупные расходы, уменьшая налогооблагаемую прибыль и соответственно — налог на прибыль. В результате, банки могут получить большее значение чистой прибыли.

Помимо традиционных резервов (привычных для банковской деятельности) следует, например, создавать резервы на оплату отпускных (банки обязаны их рассчитывать, так как применяют международные стандарты финансовой отчетности — МСФО).

При этом, следует придерживаться логического подхода: ежемесячная сумма резерва на отпуск отдельного работника должна равняться произведению его среднедневного заработка на коэффициент соотношения длительности отпуска (в календарных днях) к общему количеству месяцев в году (12 месяцев). Например, если отпуск работника составляет 28 календарных дней, то указанный коэффициент будет равен 2,33 дня (28 дней/12 месяцев) [3, с. 51].

Следовательно, рынок ипотечного кредитования необходимо развивать за счет внедрения различных инновационных стратегий, а также активно применяя элементы налоговой оптимизации.

Анализ деятельности региональных коммерческих банков Тюменской области

Мишина Наталья Михайловна, магистрант
Тюменский государственный университет

Банковский сектор Тюменской области достаточно представительный, он равномерно рассредоточен по всей территории огромной области, и каждый субъект РФ, входящий в состав Тюменской области, наделен плотной сеткой банковских учреждений. Экономический потенциал региона обуславливает привлекательность Тюменской области для развития банковского бизнеса. [5]

Банковский сектор Тюменской области, развивается в условиях конкуренции и равного доступа к рынку финансовых услуг региона. Открытие подразделений кредитных организаций поддерживается органами власти всех уровней. Основной тренд развития банковского сектора региона — уход с рынка нежизнеспособных участников, укрупнение банков с расширением границ их бизнеса, увеличение в регионе доли банков, зарегистрированных за пределами Тюменской области.

Сегодня банковский сектор региона представлен подразделениями практически всех значимых банков страны, крупными региональными банками, работающими на федеральном уровне, местными локальными банками. Банковский сектор Тюменской области (включая Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа) по состоянию на 1 января 2015 года представлен 12 региональными кредитными организациями с 13 филиалами

на территории области и 16 — за ее пределами; 40 филиалами кредитных организаций, головные офисы которых расположены на территориях других регионов, из которых 7 филиалов ОАО «Сбербанк России». Кроме того, на территории области работают 1225 внутренних структурных подразделений региональных и инорегиональных банков.

Развитие банковского сектора в 2014 году происходило в условиях нестабильности на финансовых рынках, снижения темпов экономического роста и ослабления национальной валюты. Банк России планомерно и последовательно реализовывал мероприятия по оздоровлению и укреплению банковского сектора, в рамках которых предпринимались усилия по отзыву лицензий у финансово неустойчивых организаций, не способных обеспечить сохранность средств вкладчиков, а также банков, вовлеченных в проведение сомнительных операций. В 2014 году количество региональных банков сократилось в связи с отзывом лицензий на осуществление банковских операций у ОАО Банк «Пурпе» и ЗАО «Тюменьагропромбанк». Кроме того, ОАО «Ханты-Мансийский банк» изменил местонахождение на Москву. [4]

В течение 2010–2014 г. наблюдается тенденция по закрытию кредитными организациями своих филиалов с целью сокращения издержек на содержание персонала

Таблица 1. Количество и структура кредитных организаций Тюменского региона

Показатель	01.01.2011 г.	01.01.2012 г.	01.01.2013 г.	01.01.2014 г.	01.01.2015 г.
Количество действующих региональных кредитных организаций	18	18	16	15	12
Количество действующих филиалов региональных кредитных организаций	61	51	38	32	13
Количество действующих филиалов инорегиональных КО (без Сбербанка)	73	73	60	51	33
Количество филиалов Сбербанка	17	17	14	10	7
Внутренние структурные подразделения	1057	1105	1189	1252	1225
Итого банковских структур	1226	1264	1317	1360	1290
Количество микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных кооперативов	163	195	232	247	283
Общее количество оборудования, предназначенного для оплаты товаров, работ, услуг	20124	27106	34920	49161	64986
Общее количество оборудования для выдачи наличных, в т. ч. банкоматы	3840	4608	4925	5680	11943

Таблица 2. Рейтинг банков Тюменской области по объему собственного капитала на 01.01.2015 года

№ п/п	Название банка	Уставной капитал, млрд. руб	Собственный капитал, млрд. руб	Активы, млрд. руб	Рейтинг по нетто активам
1	ОАО АКБ «Югра»	6,170	10,612	153,024	50
2	ОАО «Запсибкомбанк»	1,207	12,023	101,068	71
3	ЗАО «СНГБ»	2,927	7,840	74,864	83
4	ООО КБ «Стройлесбанк»	1,021	1,257	4,744	404
5	Банк СБРР (ООО)	0,300	0,410	4,606	406
6	ЗАО НГАБ «Ермак»	0,020	0,759	2,790	424
7	ОАО «Сибнефтебанк»	0,960	2,927	4,186	434
8	ПАО «БИНБАНК Сургут»	0,300	0,474	2,062	532
9	ЗАО АКБ «Приобье»	0,033	0,234	1,439	599
10	ООО КБ «Дружба»	0,081	0,318	0,460	754
11	ЗАО «Приполяркомбанк»	0,182	0,236	0,430	772
12	ООО КБ «Сургутский Центральный»	0,127	0,225	0,331	815

и функционирование подразделения. При этом банки сохраняли свое присутствие в регионе путем открытия внутренних структурных подразделений.

Объем предоставляемых банковских услуг увеличивается, это видно из роста количества оборудования, предназначенного для оплаты товаров, работ, услуг, а так же количества оборудования для выдачи наличных и банкоматов.

Три из двенадцати региональных банков Тюменской области в рейтинг по величине активов вошли в сотню по Российской Федерации.

За 1 полугодие 2015 года количество региональных банков в Тюменской области сократилось с 12 до 9 кредитных организаций. Это произошло в результате проведения институциональных изменений в регионе, присущих в целом российскому банковскому сектору — это ликвидация нежизнеспособных либо проблемных участников рынка.

Одним из факторов происходящих изменений стало ужесточение с 01.01.2015 требований к минимальному размеру собственных средств (капитала) для банков до 300 млн. рублей, что привело к уходу с рынка в феврале 2015 года регионального банка ООО КБ «Сургутский Центральный» и изменению статуса ЗАО АКБ «Приполярный» на статус небанковской расчетной кредитной организации. С 01.06.2015 отозвана лицензия на осуществление банковских операций у ОАО «СИБНЕФТЕБАНК» в связи с неисполнением банком федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, а также нормативных актов Банка России, снижением размера собственных средств (капитала) ниже минимального значения уставного капитала, установленного на дату государственной регистрации кредитной организации, значением всех нормативов достаточности собственных средств (капитала) ниже 2 процентов. [2]

Несмотря на влияние макроэкономических факторов, в отчетном году наблюдалась положительная динамика показателей кредитной активности и привле-

ченных средств в банковских структурах Тюменского региона. За анализируемые пять лет величина привлеченных средств имеет устойчивую тенденцию к росту, региональные банки до 2014 года также наращивали объем привлеченных средств, но в условиях кризиса произошло падение данного показателя на 63,4%. Банки других областей, имеющие филиалы на территории области и банки других областей, не имеющие филиалов на территории области работая в тех же условиях продолжают увеличивать привлечение средств клиентов.

Средства клиентов на счетах в кредитных организациях возросли за 2014 год на 9% и превысили 892 млрд. рублей. Вклады населения увеличились на 10% и достигли 537 млрд. рублей. Основную долю вкладов и депозитов физических лиц на территории Тюменской области составляют у банков других областей, имеющие филиалы на территории области.

Общая задолженность по кредитам, предоставленным заемщикам Тюменской области за анализируемый период имеет устойчивую тенденцию к росту, объем и доля региональных банков на кредитном рынке в 2014 году резко сократились.

Задолженность по кредитам юридических лиц возросла на 33%, до 788 млрд. рублей, физических лиц — на 12%, до 573 млрд. рублей. За отчетный год выдано 672 млрд. рублей кредитов юридическим лицам (включая индивидуальных предпринимателей) и 377 млрд. рублей — физическим лицам.

Удельный вес кредитов, предоставленных юридическим лицам преобладает в общей сумме задолженности по кредитам. В регионе явно прослеживается смещение фокуса кредитования с физических лиц на лиц юридических, что в свою очередь дает преимущества для развития производства, выполнения работ и оказания услуг.

Жителям Тюменской области, Ханты-Мансийского автономного округа — Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа предоставлено около 44 тыс. жилищных и ипотечных кредитов на сумму более 94 млрд. рублей,

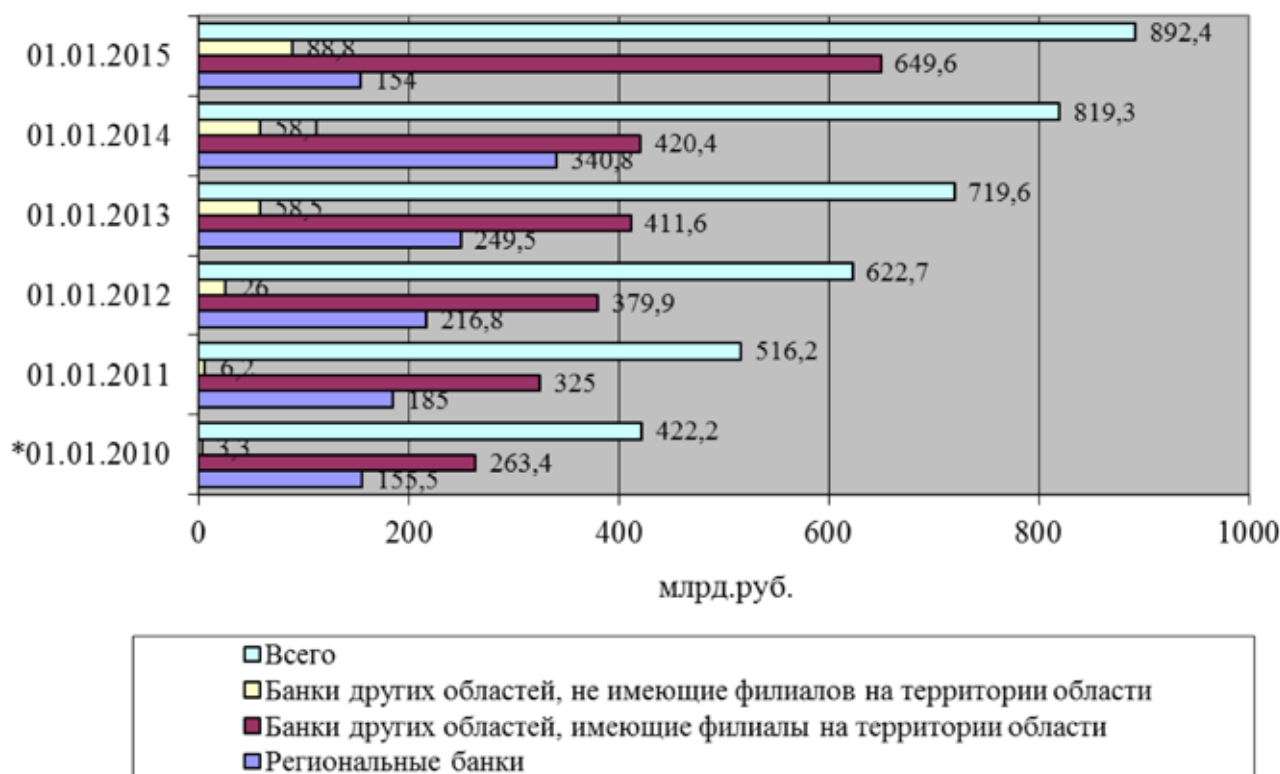


Рис. 1. Динамика привлеченных средств клиентов на территории Тюменской области

это на 9% больше, чем за 2013 год. По объему задолженности по жилищным и ипотечным кредитам (250 млрд. рублей на 1 января 2015 года) Тюменская область (с учетом ХМАО и ЯНАО) занимает 3 место в России после г. Москвы и Московской области. В жилищных кредитах преобладают ипотечные жилищные кредиты (составляют более 90 процентов). [6]

На рисунке 2 представлена структура кредитных вложений региональных банков Тюменской области по видам деятельности. Кредитный портфель региональных банков Тюменской области по видам деятель-

ности заемщиков является диверсифицированным. Наиболее кредитруемыми видами деятельности являются строительство, торговля, ремонт автотранспорта, бытовых изделий. Данная структура кредитных вложений носит оправданный характер при учете того, что в регионе строительная отрасль в предкризисный период — это одна из самых динамично развивающихся, и вложения в нее расцениваются с точки зрения доходных при наличии приемлемого уровня риска.

Вложения в торговлю позволяют банкам обеспечить ликвидность кредитного портфеля, так как данная отрасль

Таблица 3. Динамика и структура вкладов и депозитов физических лиц на территории Тюменской области

Показатель	Динамика, млрд руб.					Структура, %				
	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
Региональные банки	93,0	102,1	116,4	136,3	81,9	31,7	28,9	27,7	27,8	15,3
Банки других областей, имеющие филиалы на территории области	195,5	232,7	268,4	311,8	398,4	66,5	65,8	63,9	63,6	74,2
Банки других областей, не имеющие филиалов на территории области	5,3	18,8	35,2	41,9	56,6	1,8	5,3	8,4	8,6	10,5
Всего	293,8	353,6	420	490	536,9	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 4. Динамика и структура задолженности по кредитам, предоставленным заемщикам Тюменской области

Показатель	Динамика, млрд руб.					Структура, %				
	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
Региональные банки	109,3	141,3	180,2	212,6	109,5	23,8	23,5	22,5	19,2	8,0
Банки других областей, имеющие филиалы на территории области	276,3	341,9	414,9	605,3	855,7	60,4	56,8	51,9	54,9	62,9
Банки других областей, не имеющие филиалов на территории области	72,1	118,9	204,6	285,6	396,2	15,8	19,7	25,6	25,9	29,1
Всего	457,7	602,1	799,7	1103,5	1361,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 5. Динамика и структура задолженности по кредитам, предоставленным заемщикам Тюменской области

Показатель	Динамика, млрд руб.					Структура, %				
	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
Юридическим лицам	256,7	319,3	399,4	592,5	788,1	56,1	53,0	49,9	53,7	57,9
Физическим лицам	201,0	282,8	400,3	511,0	573,3	43,9	47,0	50,1	46,3	42,1
Всего	457,7	602,1	799,7	1103,5	1361,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Жилищные кредиты	95,7	126,2	163,6	206,8	250,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ипотечные жилищные кредиты	89,2	119,3	154,2	198	233,3	93,2	94,5	94,3	95,7	93,2

с коротким производственным циклом и кредиты предприятиям торговли, как правило, носят краткосрочный характер.

В условиях ограничения доступа кредитных организаций к внешним финансовым рынкам из-за санкций Банк России предпринял ряд мер, направленных на расширение доступа кредитных организаций к системе рефинансирования Банка России. Для поддержания достаточного уровня ликвидности в 2014 году кредитным организациям Тюменского региона предоставлено обеспеченных кредитов на сумму 565,6 млрд. рублей (в 1,7 раза больше, чем в 2013 году).

В то же время, значительный объем средств кредитные организации аккумулируют на корреспондентских и депозитных счетах Банка России. За год региональные банки разместили в депозиты Банка России более 813 млрд. рублей.

Максимальная величина прибыли региональными банками Тюменской области была получена в 2012 году.

В 2013–2014 году прибыль региональных банков сокращается в 2013 году она составляет лишь 83% от показателя за 2012 год и в 2014 году — 61,5%. Однако в целом следует отметить, что данный показатель более, чем в два раза превосходит уровень посткризисных данных по прибыли региональных банков Тюменской области.

В общем объеме привлеченных средств и кредитования клиентов Тюменской области наименьшую долю занимают региональные банки, что свидетельствует о том, что региональные банки не могут в полной мере конкурировать с филиалами банков других регионов. Для поддержания достаточного уровня ликвидности и обеспечения бесперебойного осуществления платежей клиентов Центральный банк продолжает работу по рефинансированию кредитных организаций Тюменской области. В регионе строительная отрасль, торговля, ремонт автотранспорта, бытовых изделий являются наиболее кредитруемыми банками, что обеспечивает им достаточную прибыль и ликвидность.



Рис. 2. Структура кредитных вложений региональных банков Тюменской области по видам деятельности

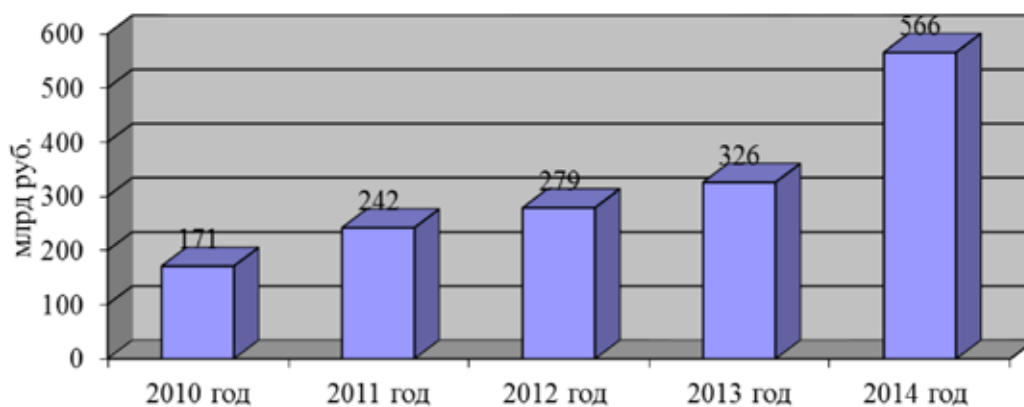


Рис. 3. Динамика выдачи кредитов Банка России кредитным организациям (филиалам) Тюменского региона

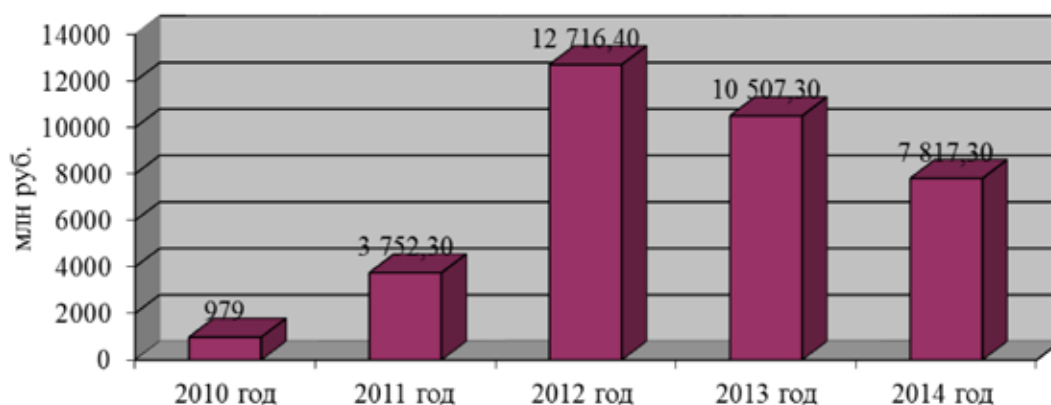


Рис. 4. Динамика прибыли (до налогообложения) региональных банков

Литература:

1. Мазикова, Е. В. Анализ состояния регионального банковского сектора Тюменской области [Текст]/Е. В. Мазикова, К. Ф. Исхакова // Молодой ученый. — 2014. — № 18. — с. 398–403.
2. «О состоянии банковского сектора Тюменской области на 1 июля 2015 года», Ассоциация кредитных организаций Тюменской области [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.akoto.ru/index.php/2009-04-15-23-34-46>
3. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cbr.ru>
4. Повышение эффективности бизнеса малых и средних банков и укрепление их роли в социально-экономическом развитии регионов. Материалы межрегиональной конференции, 26 февраля 2015 года. — Тюмень: Тюменская областная Дума, 2015. — 76 с.
5. Саргсян, С. М. Оценка современного состояния региональных банков Тюменской области [Текст]/С. М. Саргсян // Молодой ученый. — 2013. — № 12. — с. 344–347.
6. Тарханова, Е. А., Костромина А. М. Региональные коммерческие банки: состояние и проблемы развития // Экономика и предпринимательство. — 2015. № 6–2 (59–2) — с. 219–222
7. Тарханова, Е. А. Устойчивость коммерческих банков. Монография/. арханова Е. А. — Тюмень: Издательство «Вектор Бук», 2003. — 191 с.

Модернизация организационной структуры предприятий малого бизнеса в сфере туризма с использованием средств Aris Express

Нагучев Мадин Махмудович, магистрант;
Плаван Татьяна Константиновна, магистрант
Кубанский государственный университет

Когда речь заходит об IT технологиях в бизнесе, как правило, подразумевается автоматизация документооборота или компьютеризация производственных процессов. Гораздо реже упоминаются технологии, полезные на всех этапах непосредственно управления предприятием. [2] Именно программные и аппаратные средства позволяющие отобразить, изучить и усовершенствовать архитектуру того или иного предприятия, модернизировать или реформировать имеющуюся модель функционирования организации. [4, с. 19]

Особенно плачевна ситуация в малом и среднем бизнесе: предприятия либо функционируют по универсальной иерархической модели или не имеют строгой структуризации как таковой, заметнее всего это проявляется на начальных этапах. Подобная расточительность часто ведет к чрезмерным тратам на персонал, наличию отделов, дублирующих функции друг друга или же попросту избыточных подразделений, существующих в исходной модели, но абсолютно ненужных конкретно взятому предприятию. Для выявления подобных проблем и их устранения прекрасно подходят специализированные программные продукты: Aris, BPWIN, MS Visio.

Воспользовавшись одним из подобных продуктов, а именно Aris Express, авторы данной статьи провели некоторое исследование предприятия из сферы услуг, речь идет о 9-этажной прибрежной гостинице «Mirabella» на 90 номеров, расположенной на черноморском побережье,

в г. Геленджик. Руководство гостиницы, будучи заинтересованным в подобном исследовании, пошло авторам на встречу и предоставило некоторый доступ к документации, оказывало содействие на всех этапах.

Первым этапом было решено отобразить общую организационную структуру предприятия, для дальнейшего изучения и возможности наглядно показать все имеющиеся отделы и подразделения. Полученная схема (рис. 1), показала наличие нескольких отделов со схожими функциями, на которых и сосредоточилось дальнейшее исследование. В частности были более детально изучены бар, ресторан, служба приема и размещения, служба регистрации, служба бронирования, служба консьержа. Основной упор был сделан на штатное расписание, загруженность сотрудников соответствующих подразделений и их общая эффективность.

В первую очередь подробнее были изучены бар и ресторан, как показало исследование, круглосуточно работающий бар уже продолжительное время балансировал на грани безубыточности, уходя то в одну, то в другую сторону, не будучи при этом даже на треть загруженным клиентами большую часть времени (рис. 2)

В то же время, расположенный на этом же этаже ресторан пользовался большой популярностью, как у постояльцев, так и у населения города, что привело к большой загруженности его персонала, нехватке столиков и неудобствам для клиентов. Авторами было разработано конструктивное предложение по поглощению бара рестораном,

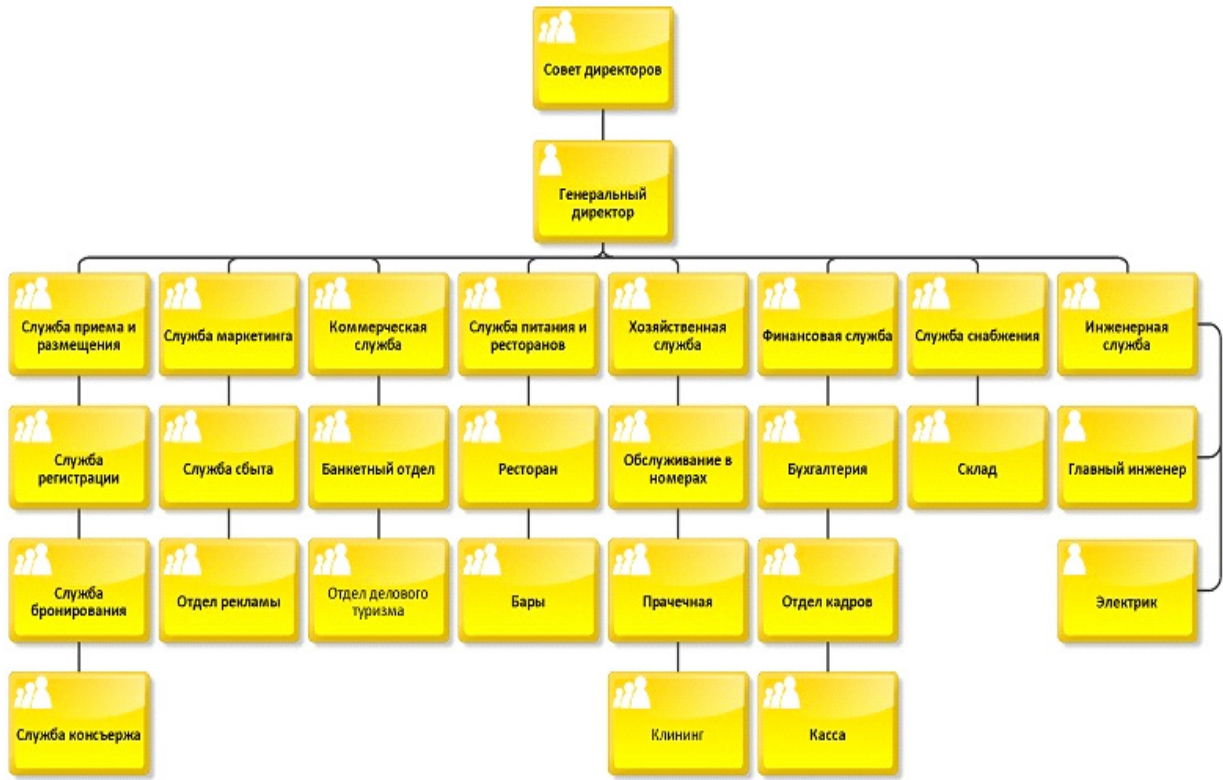


Рис. 1. Организационная структура гостиницы «Mirabella»

созданию общей структурной единицы с увеличенной площадью и оптимизированным штатом сотрудников (рис. 3). Данные действия позволят сократить расходы на персонал и вывести ресторан на качественно новый уровень, повысить доходы, обслуживать большее количество клиентов.

Далее были подробно изучены служба приема и размещения, служба регистрации, служба бронирования, служба консьержа. Еще на этапе общего отображения организационной структуры у авторов возник вопрос к руководству предприятия касательно отдельной службы

для консьержа. Ответ был достаточно понятен, гостиница организовывалась по лекалам похожего предприятия на лазурном берегу Франции, где консьержи постоянно проходили самые различные тренинги, интенсивно повышали свою квалификацию и соответствовали множеству требований для европейских гостиниц высшего класса. В нашей же стране с подобными требованиями немного иная ситуация, поэтому авторы предложили реформировать этот отдел. Также было предложено улучшить систему активного букинга через интернет, чтобы сократить

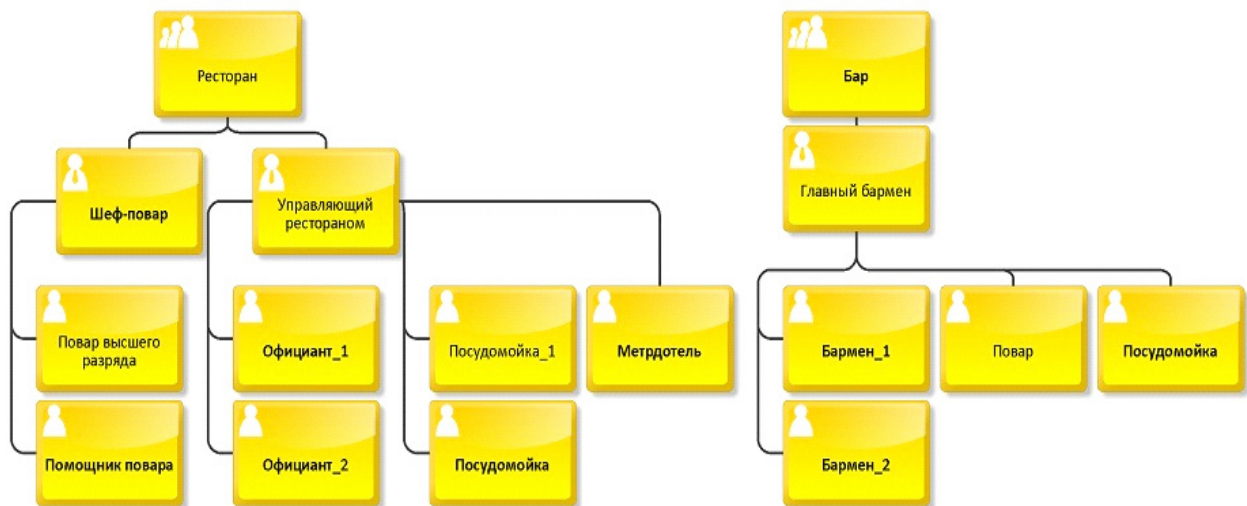


Рис. 2. Исходные организационные структуры бара и ресторана

количество телефонных операторов, увеличить общий уровень автоматизации. Изучив вышеуказанные отделы, а также ознакомившись с их штатным расписанием, авторы показали организационную структуру на рис. 4.

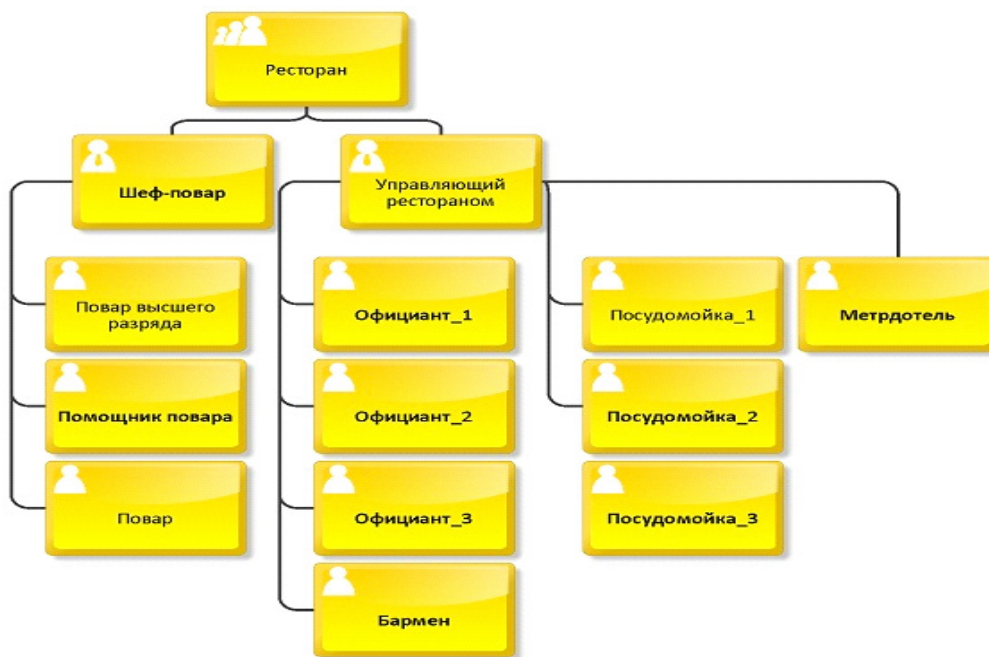


Рис. 3. Предложенная оптимизированная структура ресторана

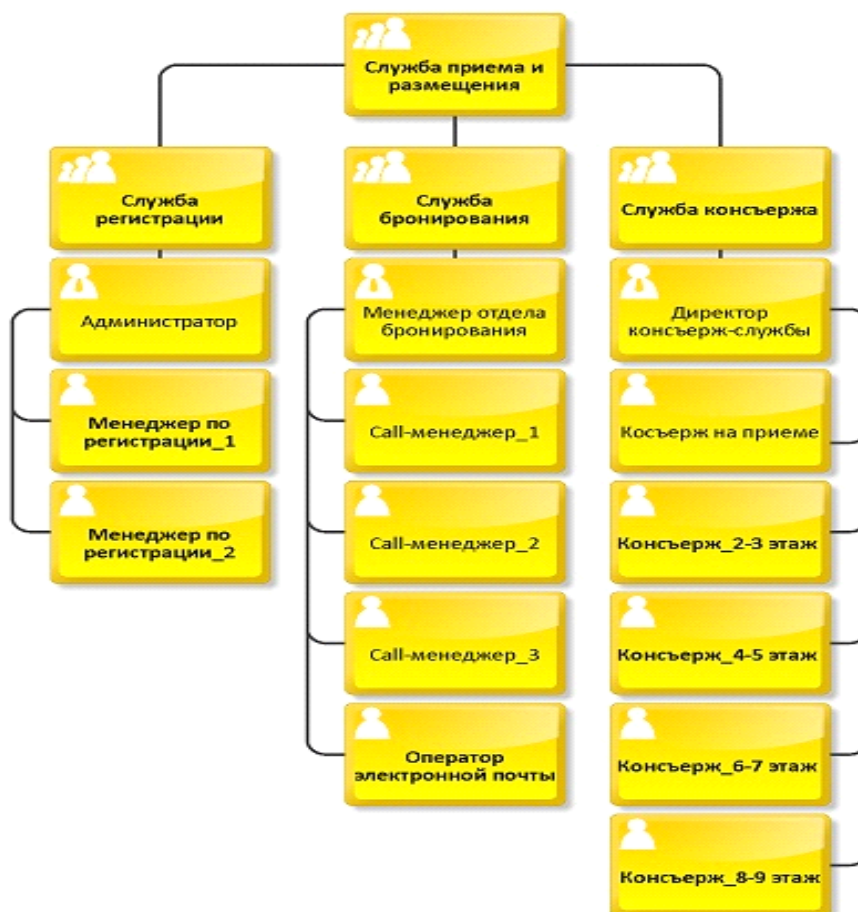


Рис. 4. Имеющаяся организационная структура службы приема и размещения

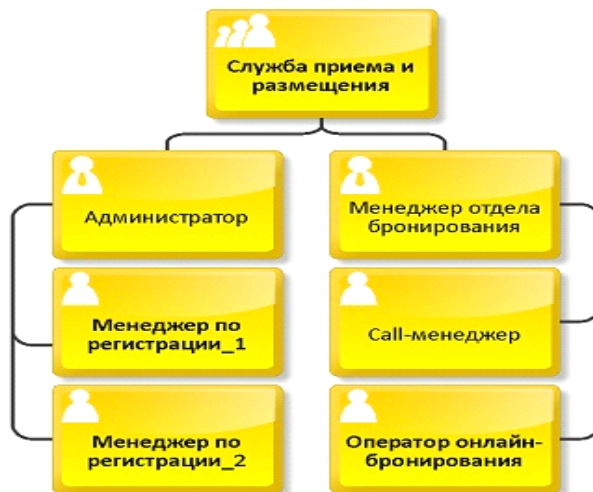


Рис. 5. Предложенная оптимизированная структура службы приёма и размещения

Из рисунка 4 видно, что многие функции сотрудников, в рамках этих отделов, дублируются, в результате чего была предложена соответствующая оптимизация, как организационная, так и штатная, отображенная на рис. 5.

В результате проведенного исследования, руководству гостиницы «Mirabella» был предложен целый ряд оптимизационных мер и предложений по реформированию организационной структуры предприятия, [3] а исходя из таблицы штатных единиц, подлежащих сокращению, одни лишь затраты на персонал будут сокращены на десятки тысяч рублей. Применение программного продукта Aris Express позволило провести исследование в кратчайшие сроки. [5] Наглядно и эффективно выявить проблемные структурные единицы, подготовить набор предложений по оптимизации и также наглядно их отобразить.

Как показала практика, применение специализированных программных продуктов для анализа и оптимизации архитектуры предприятий в России развито достаточно слабо [1], для предприятий малого и среднего бизнеса. У крупных организаций ситуация куда лучше, для успешного функционирования они обязаны быть на гребне технологической волны, реагировать на все изменения, иначе, по заветам Джека Траута, всегда найдется кто-то более расположенный к изменениям и займет их место. Предприятия малого и среднего бизнеса в нашей стране еще не достигли подобного уровня адаптивности, но программные продукты вроде Aris Express уже сейчас доступны и способны дать большое конкурентное преимущество в силу конъюнктуры российского рынка.

Литература:

1. Калайдин, Е. Н., Калайдина Г.В. Природа неустойчивости рыночных механизмов // В сборнике: Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней III Международная научно-практическая конференция. 2015. с. 198–201.
2. Калайдин, Е. Н., Литвинский К.О. Методология построения моделей управления субъектами природопользования // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 25. с. 40–47.
3. Спирина, С.Г. Влияние автоматизации технологии применения формирования WEB-документов продукции организаций на их финансовую устойчивость // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. № 3–1. с. 86–90.
4. Спирина, С.Г. Финансовая устойчивость региона в призме мировых финансовых кризисов // Вестник Института дружбы народов Кавказа Теория экономики и управления народным хозяйством. 2014. № 1 (29). с. 19.
5. Спирина, С. Г., Калайдин Е.Н. Проблемы финансовой устойчивости в туристическом бизнесе // В сборнике: Актуальные проблемы экономической теории и практики. Кубанский государственный университет; Под ред. В. А. Сидорова. Краснодар, 2014. с. 174–181.

Анализ ситуации на вторичном рынке автомобилей

Новиков Андрей Викторович, студент

Научный руководитель: Давлетгареев Наиль Рынадович, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

На фоне падения продаж на рынке новых автомобилей рынок подержанных автомобилей выглядит еще более привлекательным сегментом. Многие покупатели не имеют достаточно средств для покупки нового автомобиля, поэтому наилучший вариант для них — это покупка подержанных автомобилей. Это связано с общим снижением покупательской способности населения. Согласно данным «Автостата» в настоящее время $\frac{3}{4}$ всех продаж на рынке автомобилей России приходится на подержанные автомобили. Даже если новый автомобиль был куплен полгода назад в дилерском центре его цена будет существенно отличаться от нового автомобиля, не смотря на то, что он был в использовании короткий срок.

Дилеры заинтересованы в освоении данного рынка, так как он имеет солидные возможности по получению прибыли. Основными факторами, влияющими на продажи подержанных автомобилей, являются состояние экономики России и размер налогообложения. Также к числу негативных факторов, влияющих на покупку автомобилей, можно отнести ужесточение кредитования со стороны банков и увеличение стоимости страхования автомобилей. На данный момент в России не существует стимулирующих программ для рынка подержанных автомобилей. В тоже время рынок подержанных автомобилей остается высоко рискованным, так как покупателям сложно определить истинное состояние автомобиля, был ли он поврежден и имеет ли серьезные неполадки, так как с первого взгляда сложно определить и неисправности могут проявиться только через месяц использования. Покупая автомобиль у частного лица у покупателя не остается никаких гарантий на него.

На рынке подержанных автомобилей России основным ориентиром при формировании цены выступает известный портал Drom.ru. Через данный портал можно узнать нижний и верхний порог цен на любую модель автомобиля. Формирование цены на подержанный автомобиль зависит как от самого автовладельца, на сколько быстро он хочет продать свой автомобиль, так и от его состояния, пробега, количества собственников за период использования автомобиля и многих других факторов. На территории России в настоящее время 17,9% подержанных автомобилей имели одного — двух владельцев, 58,9% автомобилей сменили трех-четыре владельца, а 23,4% машин более шести владельцев. На каждый двадцатый автомобиль наложено ограничение регистра-

ционных действий, что означает невозможность беспрепятственно поставить купленный автомобиль на учёт. Также на многих подержанных автомобилях продавцы «скручивают пробег». Данная процедура не дорогостоящая, но при этом существенно увеличивает стоимость автомобиля. Такие нюансы сложно определить простому покупателю и для этого многие приглашают независимых экспертов для оценки состояния автомобиля. Учитывая все сложности, связанные с продажей автомобиля, многие владельцы отказались от идеи самостоятельно продавать свой автомобиль и предпочитают использовать компании-посредники. Так как предпродажная подготовка, если автовладелец добросовестный, занимает много времени. Также компания-посредник проводит экспертизу продаваемого автомобиля, сверяет все vin-номера, проводит анализ состояния ЛКП автомобиля, который позволяет выявить факты кузовного ремонта.

Согласно данным аналитического агентства «Автостат» в 2011 году количество проданных автомобилей на вторичном рынке составило 3,7 млн., в 2012 году — 4,6 млн., в 2013 году — 4,02 млн., в 2014 году — 5,4 млн., а в 2015 году — 4,8 млн. автомобилей. Анализ данных представлен на рис. 1.

Проведя анализ данных по объему рынка подержанных автомобилей в России за период с 2011—2015 гг. можно сделать вывод о том, что по сравнению с 2011 годом объем вырос, но основной пик продаж на данном рынке был в 2014 году, в то время как в этом году он идет на убыль. Упадок продаж на вторичном рынке автомобилей обусловлен общей экономической ситуацией в России.

Для анализа рынка подержанных автомобилей в России проведем анализ наиболее востребованных марок в период за январь — октябрь 2013—2015 гг. на основании данных «Автостат» (табл. 1).

По данным таблицы можно сделать вывод о том, что наиболее популярными на вторичном рынке автомобилей являются автомобили марки LADA, что обусловлено низкой ценой, простотой обслуживания и низкой стоимостью автозапчастей. На втором месте автомобили марки TOYOTA. По сравнению с 2013 годом в 2014 году выросли продажи подержанных автомобилей в особенности автомобилей марки CHEVROLET. В 2015 году продажи упали по сравнению с 2014 годом, что связано со снижением покупательской способности населения.

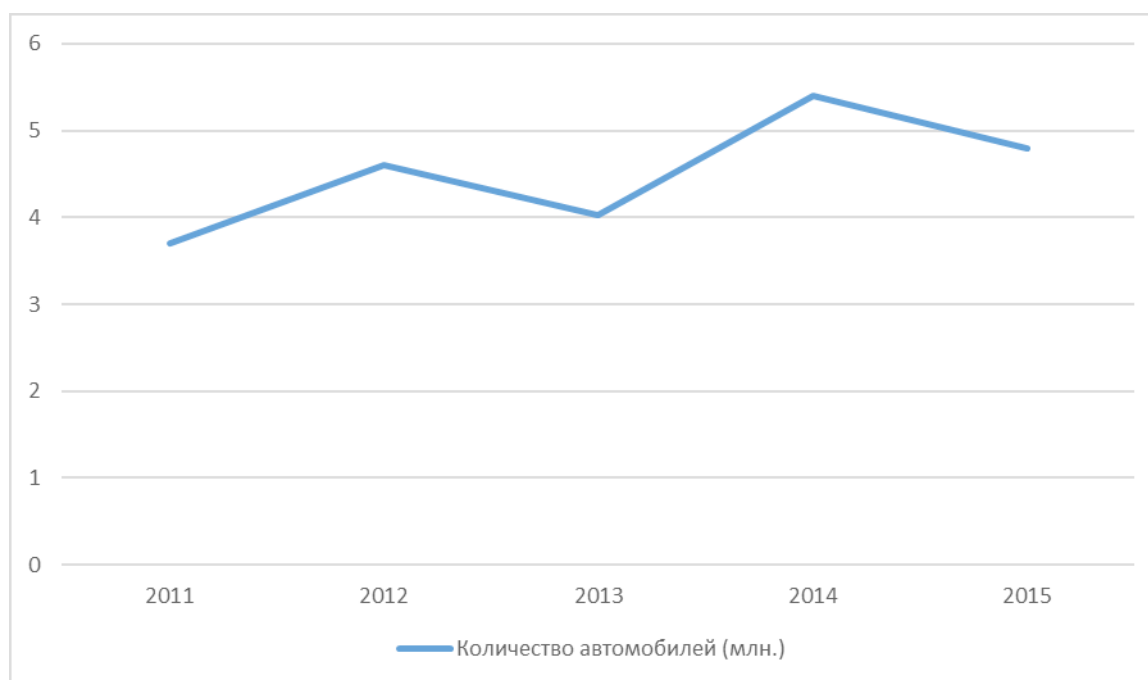


Рис. 1. Количество проданных подержанных автомобилей (млн.)

Таблица 1. Рейтинг марок подержанных легковых автомобилей в России 2013–2015 гг.

№	Марка	Январь — Октябрь 2013 г. (шт.)	Январь — Октябрь 2014 г. (шт.)	Январь — Октябрь 2015 г. (шт.)	Прирост в % (2014 г.)	Прирост в % (2015 г.)
1	LADA	1555136	1582903	1249481	1,79	-21,06
2	TOYOTA	556996	576698	440769	3,54	-23,57
3	NISSAN	228016	256060	205536	12,30	-19,73
4	CHEVROLET	167388	197102	161357	17,75	-18,14
5	FORD	168922	185340	153156	9,72	-17,36
6	HYUNDAI	157843	180121	150091	14,11	-16,67
7	VOLKSWAGEN	148130	160274	135604	8,20	-15,39

Литература:

1. Аналитическое агентство «Автостат». Режим доступа: <http://www.autostat.ru/>
2. Александров, Ю. Л., Терещенко Н. Н., Сулова Ю. Ю. Особенности спроса на рынке легковых автомобилей Маркетинг в России и за рубежом, 2014
3. Фаскиев, Х. А., Крахмалева А. В. Методика оценки качества автомобилей // Маркетинг в России и за рубежом, 2013, № 4
4. Мрочко, А. А., Батожаргалов Б. Б. Экономический анализ рынка подержанных автомобилей, 2014 г.

Проблема актуальности деятельности ведущих международных рейтинговых агентств Standard&Poor's, Moody's, Fitch

Ошерович Инна Львовна, магистрант
Финансовый университет при Правительстве РФ

В современных условиях потенциальные инвесторы при оценке риска вложений во многом ориентируются на мнение международных рейтинговых агентств, наиболее значимыми из которых выступают Standard&Poor's, Moody's и Fitch. Не отрицая важности такого рода исследований и рейтингов, автором поднимается вопрос об объективности рейтинговых систем, ряд суждений и выводов которых получили жесткую оценку от независимых экспертов. В последние годы возросло число судебных исков против этих мировых рейтинговых агентств, участились скандалы в СМИ вокруг них. Частично проблема объясняется тем, что рейтинговые агентства часто спонсируются компаниями, которым они делают исследования. Однако можно предположить и более глубинные причины, которые рассматриваются в статье.

Ключевые слова: рейтинговые агентства, кредитные рейтинги, рынок кредитно-рейтинговых услуг, финансовая информация, недобросовестная конкуренция.

The problem of the relevance of the leading international agencies Standard&Poor's, Moody's, Fitch

Under present conditions, potential investors in assessing investment risk are largely guided by the opinion of the international rating agencies, the most significant of which are the Standard&Poor's, Moody's and Fitch. Without denying the importance of this kind of research and ratings, the author raises the question of the objectivity of rating systems, a number of judgments and conclusions, which got severely criticized by independent experts. In recent years, the number of lawsuits against the international rating agencies increased, frequent scandals take part in the media around them. Part of the problem is due to the fact that rating agencies are often sponsored by companies, they do research. However, the deeper reasons can be assumed and they are discussed in the article.

Key words: rating agencies, credit ratings, the credit ratings market, financial information, unfair competition.

В условиях начинающегося экономического кризиса наибольшие проблемы возникают в банковской системе, которая в период экономического роста была его бенефициаром. Санкционная политика ведущих мировых кредиторов, падение доходов корпораций и бюджета вследствие снижения цен на основные российские экспортные товары, девальвация рубля и резкий рост кредитных ставок на внутреннем финансовом рынке, снижение международных рейтингов РФ, падение реальных доходов домохозяйств приводят к снижению капитала российских банков, росту «плохих кредитов» и сокращению фондирования банков. В таких условиях имеется риск кредитного кризиса.

В современном мире при введении в производство новых мощностей, товаров и услуг потенциальному инвестору необходимо принимать ряд решений, одно из которых связано с оценкой риска, который несёт в себе объект вложения и способностью инвестора принять его на себя.

Так, при оценке риска рассматривают следующие параметры:

- Деловая активность;
- Налоговая политика;
- Экономическая эффективность вложенных инвестиций;

- Уровень экономики;
- Состояние задолженности;
- Платёжеспособность;
- Вероятность возникновения форс-мажорных обстоятельств и т.д.

Для иностранных инвесторов наибольшую значимость представляют три агентства и их рейтинги — S&P, Moody's и Fitch. Эти агентства производят постоянный мониторинг рыночных, экономических и политических факторов, после чего присваивают рейтинг.

Компании, которые проходят оценку кредитного рейтинга, получают более широкий доступ к заёмным средствам. Чем выше оценивается кредитный рейтинг, тем более дешёвые заёмные средства она может привлечь. Для компании, которые привлекают денежные средства под определенные гарантии, кредитный рейтинг может повлиять на стоимость гарантии, возможно снизив ее.

У каждого агентства своя методика определения кредитного рейтинга: оценивается конкурентная среда, стратегия, менеджмент, денежные потоки, прибыль, структура капитала, экономическое и политическое положение.

По результатам разработанной и применяемой методики суверенитетам присваиваются кредитные рейтинги, которые

распространяются публично. Не всегда присвоенные агентствами кредитными рейтингами удовлетворяют интересы эмитентов ввиду чего возникают разногласия и конфликты.

Исследование глубинных процессов развития мирового хозяйства является важным для понимания тенденций и направлений развития национальных экономик, развития их собственной экономической стратегии и формирования адекватной политики. В настоящее время, когда в результате интеграции национальных экономик много важных характеристик экономического развития стран формируются все в большей степени под влиянием внешних факторов, внимание к вопросам внешнеэкономической политики заметно усилилось.

Все эти изменения в стране, ее достижения и регресс отображается в соответствующих рейтингах, состоящих специализированными рейтинговыми агентствами.

Международные рейтинги компаний отражают специфические их страны по отдельными сферами деятельности или по статистическим показателям вообще.

Неотъемлемым атрибутом мирового рынка являются международные кредитные рейтинговые агентства, которые являются своеобразными визитными карточками эмитентов и их ценных бумаг и указывают на качество объекта инвестирования или способность эмитента быстро и эффективно погасить свою задолженность.

Среди огромного многообразия различных рейтингов, которые присваивают пока международные агентства, можно выделить как основные рейтинг эмитента и рейтинг ценных бумаг.

К первой группе относятся: суверенный рейтинг страны, рейтинги органов местного самоуправления/административно — территориальных образований (региональные и муниципальные администрации), рейтинги финансовых институтов (банков) и промышленных корпораций.

Рейтинги означают способность эмитента ценных бумаг возмещать свои долговые обязательства. Чем выше рейтинги, тем больше доверие заемщиков (инвесторов) к эмитенту и, соответственно, тем ниже есть проценты на заимствования (облигации, бонды и т.д.).

Ко второй группе относятся рейтинги конкретных ценных бумаг (краткосрочные и долгосрочные). Выделяют также рейтинги обязательств в национальной и иностранной валюте.

Предметом анализа рейтинга является прежде всего вероятность невыполнения субъектом разного рода обязательств по ценным бумагам. Считается, в частности, что рейтинги отражают вероятность и величину невыплаты по конкретной или по ряду долговых ценных бумаг на протяжении всего периода обращения. Причем под «неплатежом» или «невыплатой» подразумевают как отказ от платежа, так и несвоевременное платеж.

До последнего времени наиболее объективными признаны оценки рейтинговых агентств Standard & Poor's, Moody's и Fitch. Однако скандалы вокруг Standard & Poor's, Fitch и Moody's скоро станут привычным явлением. И этим наиболее влиятельным игрокам на финансовом рынке, ко-

торые не только определяют кредитную способность компаний и стран, но и подкидывают идеи инвесторам, кажется, скоро придется менять стратегию. Ведь со времен экономического кризиса 2008 года количество судебных исков против этих мировых рейтинговых монстров растет. Однако агентства это не сильно огорчает. Они понимают, что конкурентов у них пока на рынке нет, и выходят сухими из воды [1].

Незадолго до того, как лопнул Lehman Brothers, Moody's, S&P и Fitch все еще ставили рейтинги ценным бумагам этой компании-неудачнице как безопасному инвестированию.

Европа тоже неоднократно возмущалась рейтингами ведущих мировых агентств. После того, как в декабре 2011 года S&P угрожало понизить рейтинги 15 стран еврозоны, бывший министр экономики Германии Райнер Брудель дал жесткую оценку рейтинговой тройке, сказав, что создается впечатление, что «некоторые американские рейтинговые агентства работают против еврозоны».

Журналист The Guardian Patrick Kingsley, исследовавший в 2012 году работу тройки, отметил, что «многие бы верили агентствам, если бы они в последнее время не так часто ошибались». И нередко такие ошибки многого стоят.

Достаточно вспомнить, как в 2010 году Moody's понизило рейтинги шести ведущих крупнейших греческих банков на два пункта, после чего аналитики заговорили о ближайшем дефолте этих банков, кредиторами которых были крупные французские и немецкие банки, страховые компании. Ранее агентства снизили суверенный рейтинг Греции на целых три ступени — с Ba1 до B1, что вызвало возмущение греческих властей, которые упрекнули Moody's в невнимании к успешным достижениям правительства в области проводимых реформ. Тут же вслед рейтингу появились слухи о дефолте страны. Но по сей день дефолт Греции откладывается: в конце января 2013 года МВФ опять решил помочь стране кредитом в сумме 3,24 млрд. евро, а Европейский фонд финансовой стабильности (ЕФФС) расщедрился на 9,2 млрд. евро. Выходит, тогда агентства в очередной раз «раздули» дефолт.

Аналитики уже поспешили объяснить причину завышенных рейтингов. На их взгляд, частично проблема объясняется тем, что рейтинговые агентства часто спонсируются компаниями, которым они делают исследования. Если вы хотите получить рейтинг, вы должны заплатить агентству от 1500 долларов до 2,5 млн долларов за привилегии. В этом можно легко убедиться, просмотрев хотя бы рейтинг России, составленный в начале января 2015 года S&P, Moody's и Fitch. Так, у нашей страны рейтинг от S&P — B, негативный, от Moody's — B3 (тоже негативный), а от Fitch — B (стабильный). То есть, чем дальше, тем горячее.

Европа уже пытается усмирить «гиперкреативность» агентств. В июне 2012 года Европарламент ограничил их деятельность относительно суверенных рейтингов. Так, агентства должны будут заранее назначать две-три даты в год для публикации своих оценок. Ранее Еврокомиссия предложила правило чередования агентств — для усиления конкуренции между рейтинговыми организациями. Евросоюз

также намерен запретить концентрацию более 5% акций в двух рейтинговых агентствах у одного инвестора.

Национальные или региональные оценки хороши, если тот, кто принимает решение, уже работает в данном регионе. Но когда вопрос стоит о вхождении в бизнес, и следует остановиться на одной из нескольких стран, разбросанных по всему земному шару, именно кредитные рейтинги международной «тройки» являются отправной точкой.

Таким образом, рейтинговые агентства имеют большое влияние и играют значительную роль в мировых финансах и инвестиционной деятельности, хоть и в последнее время их работа и деятельность в целом подверглись значительной критике по причине принятия ряда ошибочных или заведомо неверных решений, а также весьма субъективным подходом в составлении и публикации некоторых кредитных рейтингов.

В последние несколько лет в регулярных изданиях и лентах новостей появляется информация о кредитных рейтингах стран и компаний. Последняя шумиха по поводу присвоения кредитных рейтингов агентствами произошла в разгар кризиса 2008 года.

Рейтинговые агентства — коммерческие организации, которые занимаются исследованием качества управления активами, оценкой кредитоспособности эмитентов и анализом возможных рисков. Основными источниками финансирования рейтинговых агентств являются сами эмитенты, которые оплачивают факт их включения в рейтинги. Эмитенты ежегодно вносят оплату за получение независимой оценки своих долговых обязательств. Таким образом, в деятельности рейтинговых агентств заинтересованы эмитенты и инвесторы. Так как эмитенты оплачивают определение кредитного рейтинга не исключено, что между рейтинговыми агентствами могут существовать неофициальные контракты.

Особенно востребованными кредитные рейтинги становятся во время кризисов, когда инвесторы выбирают безопасные возможности для вложения денежных средств.

За последние несколько лет появилось много недовольных эмитентов, которые получили пониженные кредитные рейтинги по результатам анализа агентств, что привело к существенному росту расходов по обслуживанию долгов. Несмотря на это, инвесторы прислушиваются к мнению рейтинговых агентств касательно экономического положения той или иной страны. Так, с июля 2014 года в Европе принято решение, ограничивающее деятельность рейтинговых агентств касательно суверенного рейтинга: теперь их можно озвучивать три раза в год, что может уменьшить интерес инвесторов из-за отсутствия оперативности данных.

На фоне обвинений достоверность и адекватность прогнозов рейтинговых агентств легко проверить: нужно сравнить количество дефолтов с теми, которые случились по факту. Основным фактором доверия к рейтинговым агентствам является то, что кредитные рейтинги подтверждали свою силу. Хотелось бы отметить, дефолт может случиться даже при самом высоком рейтинге. Любому инвестору должен понимать, что, вкладывая денежные сред-

ства в эмитентов, имеющих более высокие рейтинги, некая вероятность дефолта всё же существует.

Политики Европы недовольны тем, что весь мир в части кредитных рейтингов находится в зависимости от трёх компаний: Standard&Poor's, Moody's и Fitch Rating. Многие пытаются обнаружить элементы геополитического заговора, так как происхождение данных рейтинговых агентств связано с США. Так, возникла идея создания Европейского Кредитного Рейтингового Агентства, но до реализации не дошло ввиду возникновения конфликтов интересов. Достойный конкурент тройке агентств Universal Credit Rating Group (UCRG) — рейтинговое агентство, которое создают компании из США, России и Китая. Идея создания UCRG состоит в объединении компаний, имеющих локальную экспертизу, хорошо понимающих внутренний рынок, умеющих качественно и непредвзято определять рейтинги согласно национальной шкалы. UCRG сможет вытеснить тройку агентств только через 7–10 лет, так как доверие к такого рода компаниям создаётся не сразу.

Разберём несколько ситуаций: как кредитные рейтинги повлияли на экономику стран.

В 2012 году разгорелся конфликт между правительством Турции и рейтинговым агентством Standard&Poor's после понижения суверенного кредитного рейтинга страны «BBB/B» в иностранной валюте и «BBB-/A-3» в национальной валюте с позитивного до стабильного. Понижение кредитного рейтинга связано с ухудшением внешнего спроса и условий торговли, а также наличие большого внешнего долга. Помимо этого, в стране невысокий уровень дохода на душу населения: 9,8 тыс. долл в 2011 году. При условии проведения реформ в энергетике и социальном секторе правительство Турции в дальнейшем может рассчитывать на повышение кредитного рейтинга. Тем не менее правительство Турции и рейтинговое агентство Standard&Poor's не смогли прийти к единому мнению касательно дальнейшего сотрудничества. С середины февраля 2013 года Standard&Poor's удалило все рейтинги по отдельным пунктам долговых обязательств, оставив только общий рейтинг кредитоспособности. Инвесторы могут использовать данную информацию в прежнем объёме. Турецкая республика не придавала данной новости особого значения, так как основные конкуренты Standard&Poor's — Moody's и Fitch Rating продолжают работу. Конфликт интересов двух сторон привёл к тому, что опубликованный рейтинг сильно повлиял на инвестиционную привлекательность страны и привлечение внешнего заёмного капитала.

В марте 2015 года рейтинговое агентство Fitch Rating в очередной раз подтвердило инвестиционный рейтинг Азербайджана на уровне «BBB-» со «стабильным» прогнозом, тем самым страна продемонстрировала высокий потенциал устойчивости экономики и сохранение высокого доверия мирового сообщества. Несмотря на снижение цен на нефть, правительство Азербайджана предпринимает меры, направленные на снижение рисков на государственные финансы и стратегические валютные резервы, что позволяет Азербайджану сохранить позицию в качестве сильного креди-

тора. Fitch Rating в еженедельных обзорах поддержало действия правительства Азербайджана по удешевлению курса маната: корректировка курса позволит избежать снижения активов Государственного Нефтяного Фонда Азербайджана. Также аналитики Fitch Rating полагают, что меры, предпринимаемые в части диверсификации экономики, сохранения внутренней политической стабильности поддерживают инвестиционную привлекательность Азербайджана.

На фоне геополитической обстановки в мире рейтинговое агентство Standard&Poors огласило мрачный прогноз касательно ВВП Украины: по итогам 2015 года спрогнозировано падение на 15%. По мнению Standard&Poors основными рисками на пути стабильного экономического роста страны являются восстановление финансового сектора и курсовой стабильности. Состояние торгового баланса и конфликты на востоке страны подрывают уверенность в экономике страны. Данный прогноз вызвал недовольство правительства Украины, так как 11.08.15 Минэкономразвития озвучило более скромный прогноз спада украинской экономики на 8,9%. Более того, озвученный прогноз существенно надломил положение страны на мировой арене, тем самым снизив вероятность привлечения внешнего капитала.

Также на фоне геополитической обстановки рейтинговое агентство Moody's ввиду ослабевающего курса рубля предсказывают углубление рецессии. Международные санкции, введённые после присоединения Крыма к России, ограничение доступа к международному капиталу, ограничение импорта продовольствия, отсутствие международных технологий и капитала для изучения месторождения углеводородов по мнению аналитиков Moody's повлияли на понижение рейтинга России. С данным прогнозом согласны и экономисты, опрошенные центром развития ВШЭ. По их мнению, в 2015 году ожидается спад экономики страны на 3,7% и скромное повышение в 2016 году на 0,9%. Каждый третий эксперт ожидает продолжение рецессии в 2016 году: вплоть до 2020 года темпы роста будут ограничены 2%.

По мнению экономистов, России предстоит потерянное десятилетие, в течение которых её отставание от развитых стран будет увеличиваться.

Чем грозит такой рейтинг экономике России? Само по себе понижение рейтинга — немногим. На российскую экономику по-прежнему влияют основные факторы: дешёвая нефть, закредитованность населения и компаний, отношения с другими странами. Таким образом, снижение рейтинга фиксирует существующие проблемы в стране. В условиях сниженного рейтинга сложнее получить кредит за рубежом, усиливают «мусорный» рейтинг наложенные санкции после присоединения Крыма к России. Это же касается и инвестиций со стороны развитых стран: бизнес неохотно идёт в государства с низким рейтингом и высоким риском.

Почему возникает конфликт интересов между рейтинговыми агентствами и эмитентами?

Рассмотрим несколько точек зрения:

«Многолетний опыт международных агентств дает им серьезные преимущества перед национальными агентствами. Но зачастую именно глобальность подхода международных рейтинговых агентств к присвоению рейтингов мешает им в адекватном восприятии ситуации, складывающейся внутри компаний или стран, которым присваиваются рейтинги, — считает начальник информационно-аналитического управления Национальной ассоциации участников фондового рынка (НАУФОР) Виктор Четвериков. — Шаблонность не всегда действует при рейтинговых оценках, они должны быть очень детальными и точными. Если рассмотреть суверенные рейтинги, то не всегда верно присваивать одинаковые рейтинги так называемым странам третьего мира, согласно международным ярлыкам. Существуют четкие различия как в промышленном потенциале этих стран, так и в их экономических показателях макроуровня».

Так, в статье «Международные рейтинговые агентства — функции и роль в мировой экономике», размещённой на сайте Fogex Labog указано, что основным недостатком рейтинговых агентств является медлительность: рейтинговые агентства не успевают отслеживать динамично меняющуюся мировую экономическую обстановку.

Также следует отметить мнение председателя Комиссии по ценным бумагам и биржам Кристофера Кокса, которое было опубликовано в докладе комиссии по итогам 10-месячного расследования деятельности крупнейших рейтинговых агентств: «Мы обнаружили серьезные нарушения у этих компаний, включая неполное раскрытие информации инвесторам, отсутствие необходимых процедур контроля и методологии и наплевательское отношение к возможности возникновения конфликта интересов...». Конфликт интересов подразумевал под собой следующее: «Компании просто не могли присвоить плохой рейтинг по долговым обязательствам того эмитента, которому предоставляли услуги по формированию пулов структурированных инструментов. Так, Moody's с началом кризиса признался, что присваивал долговым обязательствам эмитентов завышенные рейтинги. В результате инвесторы, ориентировавшиеся на эти рейтинги, при покупке ценных бумаг потеряли более 60% вложений».

В связи с возникающими противоречиями между рейтинговыми агентствами и эмитентами возникает закономерный вопрос: почему рейтинги и рейтинговые агентства настолько важны сегодня, если зачастую их прогнозы ненадёжны?

На текущий момент рынок рейтинговых услуг жёстко монополизирован.

В условиях значительного увеличения кредитных и рыночных рисков, а также присутствия политических моментов при оценке суверенного рейтинга, накопленной базе информации ведущей тройке суждено остаться единственным измерителем рисков и эффективным продвижением финансовых услуг.

Мероприятия, которые позволяют урегулировать возникающие конфликты, наиболее чётко отражены в словах

Кудрина А. Л. (Министр финансов РФ с 2000 по 2011 год): «Необходимо разработать новые правила регулирования финансовых рынков, отчётности финансовых организаций и требования к рейтинговым агентствам».

Из вышеуказанных примеров можно сделать вывод, что конфликты между странами и рейтинговыми агентствами возникают из-за расхождения мнений и интересов. Вне зависимости от результатов исследования и возникающих противоречий, эмитенты продолжают использовать мнение рейтинговых в качестве экспертного, особенно крупной тройки Moody's, Fitch Rating и Standard&Poor's.

Таким образом, построение рейтинговых оценок субъ-

ектов рынка ведущими мировыми агентствами является необходимым условием вхождения на международные рынки капитала, поскольку сам факт прохождения рейтинговых процедур для зарубежного инвестора изменяет риск сотрудничества с неопределённого к фиксированному. Однако отсутствие здоровой конкуренции и монопольное положение трех ведущих рейтинговых агентств — Moody's, Standard&Poor's и Fitch Ratings обнаруживает неадекватность рейтинговой оценки банков, в свою очередь оказывает негативное влияние на финансовый сектор не только России, но и других стран мира, которые пользуются услугами «большой тройки».

Литература:

1. <http://pda.bfm.ru/news/2012/02/12/vlast-rejtingovyh-agentstv-ilichetvetyj-ne-lishnij.html>
2. Карминский, А.М. Рейтинги в экономике: методология и практика/А.М. Карминский, А.Б. Пересецкий, А.Е. Пересецкий, А.Е. Петров.-М.: Финансы и статистика, 2005
3. Afonso, A., Rother P. Short and long-run determinants of sovereign debt ratings // Journal of finance and economics. 2011.
4. Karminsky, A., Sosyurko V. (2010). Methodological Opportunities of Rating Models for Banks. Proceedings of the first scientific-practical international conference «Economic and management'2010». Varna: University of Varna.
5. Katz, Jonathan, Emanuel Salinas, and Constantinos Stephanou, 2012, «Credit Rating Agencies: No Easy Regulatory Solutions,» World Bank Crisis response Policy Briefs, Note Number 8 (Washington).
6. The Global Competitiveness Report 2013–2014. — World Economic Forum Geneva, 2014. — 528 с.

Лесопромышленный комплекс РФ и его конкурентоспособность на мировом рынке

Панова Вероника Андреевна, студент
Дальневосточный федеральный университет

В центре внимания данной работы лежит анализ лесопромышленной отрасли РФ и её конкурентоспособности на мировом рынке. Во все времена использование древесины было неотъемлемым фактором человеческой деятельности. Сегодня лесной сектор экономики является достаточно востребованным и перспективным. При помощи рационального подхода к выявлению и решению проблем лесопромышленного комплекса РФ можно добиться самых оптимальных результатов для нашей страны.

Ключевые слова: экономика, экология, природные ресурсы, пеллеты, инвестиции.

The analysis of the Russian forest industry and its competitiveness in the global market are on the focus of the research. At all times, the use of wood was an essential factor of human activity. Today the forest sector is quite popular and perspective. The use of a rational approach to identify and solve the problems of timber industry complex of the Russian Federation can help to achieve the most optimal results for our country.

Keywords: economics, ecology, natural resources, pellets, investments.

Современное состояние лесной промышленности России

Около 20 лет назад Россия была лидером на мировом лесном рынке, однако сегодня лесная промышленность переживает переломный период, который характеризуется как благоприятными изменениями в законодательстве РФ и модернизацией оборудования предприятий ЛПК, так и недостаточно быстрым внедрением инно-

вационных технологий, нехваткой квалифицированных специалистов, высокими налоговыми пошлинами, слабо развитой дорожно-транспортной структурой и многими другими аспектами, замедляющими темпы развития.

Россия обладает огромным потенциалом в лесопромышленной сфере, ведь на её территории произрастает около 24 % мировых лесных ресурсов. Вместе с тем в мировой торговле лесобумажной продукцией доля России составляет менее 3 %. По подсчетам специалистов можно

производить и перерабатывать до 700 млн м³ древесины в год, но заготавливается намного меньше, использование идёт только на 20%. При этом развитие в данной отрасли является необходимым и перспективным, как с точки зрения количества ресурсов и их возобновляемости, так и с точки зрения прибыльности направления. [3]

Лесная промышленность обладает достаточно обширной структурой. Её отрасли создают макроэкономическую структуру, направленную на оптимальную в конкретных условиях переработку основного исходного сырья — древесины. Наибольшей популярностью пользуется данный тип классификации:

1) Лесозаготовительная отрасль осуществляет заготовку древесины, а также первичную обработку сырья.

2) Деревообрабатывающая отрасль включает в себя обработку и переработку сырья, изготовление пиломатериалов, мебельное производство, плитное производство и так далее.

3) К целлюлозно-бумажной отрасли соответственно относится химическая переработка древесины, в том числе производство бумаги, картона, лесохимической продукции. Главным сырьем данной отрасли является целлюлоза, получаемая либо в результате переработки древесины, либо путем переработки вторичного бумажно-картонного сырья.

4) Лесохимическая отрасль специализируется на переработке сырья и утилизации отходов. На этом этапе идет производство древесного угля, канифоли и древесных спиртов. [6]

На сегодняшний день каждая отрасль имеет свои локальные проблемы, которые необходимо решить для оптимизации производства в целом.

Серьезной проблемой отечественного ЛПК является недостаточный объем инвестиций со стороны иностранных партнеров. Недостатки «лесного» законодательства, отсутствие стратегического планирования и высококвалифицированных специалистов ещё больше усугубляют ситуацию. Однако, для выхода России на новый конкурентный уровень необходимо осуществлять дальнейшую модернизацию производства, что сможет иметь место только при привлечении в отрасль масштабных вложений.

По данным Росстата, инвестиции предприятий лесозаготовки в основной капитал в первом полугодии 2015 г. в годовом исчислении сократились на 2,4% и составили 2654,8 тыс. рублей, при этом у деревообрабатывающих компаний показатели выросли на 2,17%, до 16269,9 тыс. рублей. Основные расходы составили закупка машины, оборудования, транспортных средств, производственного и хозяйственного инвентаря, вложения в них у лесозаго-

товителей и деревообработчиков составили 2052,7 тыс. руб. и 10908,4 тыс. руб. соответственно. Если учитывать, что почти все закупаемое оборудование импортное, а девальвация за год обесценила рубль почти вдвое, фактически закупка оборудования сократилась в два раза. [5]

В настоящее время в деревообрабатывающей промышленности появляется много новинок, позволяющих делать производственный процесс более гибким, при этом сокращая затрачиваемое время. В деревообрабатывающем сегменте основным аспектом успешного и прибыльного производства является его предельная оптимизация. Недостаток высокосортной древесины даёт стимул для создания новейшего оборудования, позволяющего получать необходимый объем качественной продукции даже при обработке некачественного сырья. Для обеспечения предприятий высокотехнологичным оборудованием так же требуются большие вложения, которые можно получить из инвестиций.

К числу проблем ЛПК России следует отнести неправильную расстановку приоритетов российского лесного машиностроения по отношению к задачам лесного сектора. В настоящий момент большое количество заводов лесного машиностроения остановили своё производство. Соответственно резко упали объемы выпуска лесозаготовительной техники и деревообрабатывающего оборудования. Работаящие предприятия лесного машиностроения не могут обеспечить в полной мере весь необходимый технический уровень и качество выпускаемой лесозаготовительной техники. [1]

Нестабильный экономический климат в стране оказывает существенное влияние на новые проекты, строящиеся на займы в евро и долларах, но при этом, получающие доходы в рублях. Именно поэтому многие крупные проекты замораживаются на ранних стадиях развития. При этом девальвация рубля привела к увеличению доходности от экспорта древесины, что в свою очередь стимулировало рост объемов экспорта.

С внедрением в лесную промышленность инноваций стал очевиден факт недостатка высококвалифицированных кадров. В результате мы получаем нехватку знаний в данной области, что лишает возможности добиться нового взгляда на существующие проблемы и найти новые пути решения. Лесной сектор не двинется вперед при урегулировании вопросов только локальных проектов, необходимо также учитывать и общие тенденции изменения глобальных рынков. [4]

Однако, даже при наличии многочисленных проблем в последнее время наблюдаются положительные изменения в области объемов производства необработанной древесины.

Таблица 1. Производство древесины необработанной (тыс. кубич. метров)

Год	2010	2011	2012	2013	2014
Количество древесины	3991	4002	3784	3828	4186

Изучив изменения показателей объёмов с 2010 по 2014 год, можно сделать вывод, что количество производства необработанной древесины увеличивается. И всё же изменения происходят непланово и достаточно медленно, что говорит о недостаточной развитости работы лесного сектора. [8]

Современные тенденции развития лесной промышленности

Сегодня одним из наиболее актуальных направлений в лесной сфере является повышение эффективности использования лесных ресурсов, в частности оптимизация утилизации древесных отходов. Основная часть которых вывозится на свалки и специально предназначенные полигоны, где могут храниться годами. В то же время, древесные отходы являются готовым биотопливом. Ярким примером тому является производство пеллет. Лидерами

по производству этого товара являются США, Бразилия и Европа.

На сегодняшний день перспективы данной отрасли являются многообещающими. К тому же пеллетное производство имеет существенные аргументы в пользу своего существования. Сжигание источников «биоэнергии» может помочь затормозить процессы глобального потепления, а субсидии — это способ представлять древесину как возобновляемый источник энергии. [7]

Пеллеты являются универсальным товаром, который можно использовать в самых различных сферах жизни. Их можно использовать как топливо в производстве, они являются отличным заменителем древесного угля, так же пеллеты находят широкое применение в сфере животноводства благодаря своим адсорбирующим и влагоудерживающим свойствам.

По данным Росстата, почти весь объем производства пеллет в России уходит на экспорт, около 80 %.

Таблица 2. Производство пеллет в России (тыс. тонн)

Год	2010	2011	2012	2013	2014
Объем производства пеллет	325	392	791	684	888

Проанализировав данную таблицу, можно сделать вывод, что в нашей стране индустрия производства пеллет развивается ускоренными темпами: так, с 2010 по 2015 гг. средний годовой темп прироста производства пеллет составляет около 35%. Однако доля России на мировом рынке топливных гранул составляет всего лишь около 3%. [8]

Все же основной проблемой производства альтернативного вида топлива является узкая география экспорта, ведь основным потребителем остается Европа. В основном Швеция и Дания, которые потребляют около 2/3 российского рынка пеллет. В 2014 году Дания — 43%, Швеция — 25%. Однако, сегодня данная отрасль переживает свой апогей. По подсчетам специалистов, мировое потребление пеллет к 2020 г. вырастет примерно до 50 млн. т. в год. Также в ближайшие годы для российского лесного бизнеса важное значение с точки зрения объёмов поставок приобретут рынки Южной Кореи, Китая и Японии. [1]

Развитие лесного комплекса так же должно быть совмещено с разрешением экологических проблем. Однако, их решение требует больших затрат. Правительству России необходимо принять реальную программу поддержки малого и среднего бизнеса. Следует наладить финансовую и законодательную сторону этого вопроса. Так,

для предприятий, использующих экологичное оборудование, должны быть чётко прописаны гарантии в виде льгот, частичного или полного освобождения от налогов. [4]

В Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 года говорится, что к 2020 году совокупная доля возобновляемых источников в производстве электроэнергии без учета крупных ГЭС должна составить 4,5%. На сегодняшний день эта доля составляет всего 0,5%. У биоэнергетики есть большой потенциал для развития, но для его реализации требуется помощь государства. [2]

На сегодняшний день уровень конкурентоспособности ЛПК РФ находится на низком уровне. При этом мы обладаем достаточным количеством ресурсов для продвижения нашей страны на международной арене, в том числе, уникальными древесными породами. Поэтому государству необходимо делать более смелые шаги по налаживанию ситуации в лесном секторе экономики, так как именно лес всегда был основным средством жизнеобеспечения населения России. В частности требуется найти консенсус среди заинтересованных сторон по основным положениям Лесного кодекса, что позволило бы создать благоприятные условия для привлечения инвестиций и дальнейшего развития ЛПК России.

Литература:

1. Бесчастнов, А. Российский ЛПК — 2015 // ЛесПромИнформ — 2015. — № 3 (109).
2. Бударина, Р. Биоэнергетика в России: опыт внедрения Леспроминформ // ЛесПромИнформ — 2012. — № 3 (85).
3. Калитеевский, Р.Е. Лесопиление в XXI веке. Технология, оборудование, менеджмент. — СПб.: ПРОФИ-ИНФОРМ — 2005. — с. 15–16.

4. Колодина, Н. ЛПК России: обновление через инвестиции // ЛесПромИнформ — 2013. — № 8 (98).
5. Проблемы ЛПК РФ // Дерево. ru — 2014. — № 6.
6. Рыкунин, С. Н., Кандалина Л. Н.. Технология деревообработки // М: Академия — 2011. — с. 5–9.
7. Сидорович, В. Мировая энергетическая революция: Как возобновляемые источники энергии изменят наш мир // М.: Альпина Паблишер — 2015. — с. 19–25.
8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru> (Дата обращения 5.12.2015)

Основания для отзыва банковской лицензии в Российской Федерации

Пахомова Светлана Александровна, студент
Саратовский государственный политехнический университет имени Ю. А. Гагарина

Рассмотрены основные причины, по которым ЦБ РФ может отозвать банковскую лицензию. ЦБ отбирает разрешение на деятельность лишь в тех случаях, что связаны с невыполнением нормативных законов. Чаще всего отзыв происходит из-за предоставления неверных данных в отчетах, а также неспособность удовлетворять все требования по финансовым обязательствам.

Ключевые слова: банковская система, причины отзыва лицензии, существенная недостоверность отчетных данных; нарушение банковского законодательства и нормативов ЦБ.

Grounds for revoking the banking license in the Russian Federation

The main reasons for which the Central Bank may revoke the banking license. Central Bank selects a permit to operate only in cases that are related to the failure of the regulatory laws. Most often, a review occurs because of incorrect data in the records, as well as the inability to meet all the requirements for financial obligations.

Keywords: The banking system, the reasons for revocation of a license, a significant misreporting of data; violation of banking laws and regulations of the Central Bank.

Банковская система страны на данный момент времени находится в кризисе. Об этом свидетельствуют не только события на финансовом рынке, которые происходят еженедельно, но и логика действий регулятора в лице Центрального банка. В ней явно прослеживаются меры, которые вполне можно охарактеризовать как антикризисные. Вот только говорить о серьезных сложностях сами банкиры и представители ЦБ опасаются.

Ленты экономических новостей 2014–2015 г. поражают изобилием сообщений об отзыве Центробанком лицензии на осуществление банковских операций. За период конца 2014 и по нынешний день 2015 года, лишились права проведения банковских операций более 140 кредитных организации. Банк России отозвал лицензий больше, чем за четыре предыдущих года вместе взятых. В чем причина массовых лишений? Какими основаниями оперирует ЦБ?

Российским законодательством на Центральный Банк возложены особые функции, в числе которых регулятивная и надзорная. В этой связи он обладает широкими полномочиями по оказанию воздействия на деятельность кредитных организаций от вынесения предписания и предъявления требований, до введения моратория

на проведение операций и отзыва лицензии. Статья 20 федерального закона «О банках и банковской деятельности» содержит исчерпывающий перечень оснований, по которым Центробанк бесспорно обязан отозвать лицензию на осуществление банковских операций и по которым может принять такое решение. [1]

Анализируя официальные данные ЦБ об основных причинах для прекращения действия банковских лицензий, можно сказать, что в последние четыре года, формулируя их в приказах и пресс-релизах, регулятор ссылался на наличие следующих оснований:

- существенная недостоверность отчетных данных;
- задержка сдачи отчетности;
- осуществление непредусмотренных лицензией операций;
- нарушение банковского законодательства и нормативов ЦБ;
- нарушение «антиотмывочного» законодательства (ст. 6 и 7 Федерального закона № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»);
- достижение показателем достаточности капитала отметки ниже 2%;

- достижение размера собственного капитала уровня ниже минимального значения уставного капитала;
- неисполнение в установленный срок требования привести в соответствие величины собственных средств и уставного капитала;
- неспособность удовлетворять требования кредиторов.

Руководствуясь значимостью масштаба и объемом выявленных в результате проверки нарушений действующих норм банковской деятельности, Центробанк, классифицировал данные нарушения и принимал решение по отзыву банковской лицензии по одному или нескольким основаниям.

Неисполнение федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, и нормативных актов Банка России одна из причин для отзыва лицензии. На протяжении всего рассматриваемого периода данная формулировка является самым распространенным основанием лишения кредитной организации лицензии и представляет собой широкую трактовку выявленных ЦБ нарушений. Неисполнение кредитной организацией предписаний регулятора, проведение высокорискованной кредитной политики, инвестиция в низкокачественные активы, создание неадекватных рискам резервов, низкий уровень функционирования системы внутренней безопасности, нарушения правил ведения бухгалтерской отчетности, неприятие мер по предупреждению банкротства кредитной организации и т. п. — все это проявления нарушений банковского законодательства и нормативов Центрального Банка. [2]

Нарушение банковского законодательства в большинстве случаев сочеталось с другими основаниями, в частности нарушениями закона № 115-ФЗ, неспособностью удовлетворять требования кредиторов по денежным обязательствам, снижением достаточности капитала и размера собственных средств. [1] В таблице 1 представ-

лены основания, по которым банк может лишиться лицензии. [3]

Борьба с коррупцией, легализацией преступных доходов, выводом капитала из-под юрисдикции отечественных правовых норм — приоритетное направление финансовой политики государства. Политику Правительства в данном направлении поддержал и Центробанк.

Отзыв лицензии по основанию о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма характеризуется наличием в течение одного года следующих нарушений:

- несоответствие системы внутреннего контроля требованиям Банка России;
- нарушение правил идентификации клиентов, их целей и сфер деятельности;
- нарушение порядка и срока передачи (либо не передача) компетентным органам информации о сделках подлежащих особому контролю;
- вовлечение в проведение сомнительных операций (в т. ч. обналичивание средств, проведение сделок по фиктивным документам);
- неприятие мер по достоверному установлению способа происхождения капитала и законной обоснованности (легальности) сделок.

Установление факта существенной недостоверности отчетности, нарушения срока ее представления является еще одной из причин для отзыва лицензии. Достоверность данных отчетности кредитных организаций является залогом их стабильности, т. к. они используются для расчета различных экономических финансовых показателей (ликвидности, достаточности капитала, нормы резервов и т. п.). Искажение данных отчетов приводит и к невозможности оценить реальное финансовое состояние организации, поэтому установление факта недостоверности — еще одно из оснований отзыва лицензии на осуществление бан-

Таблица 1. Основания отзыва лицензий в 2011–2015 гг.

Основания отзыва лицензии у кредитных организаций	2011	2012	2013	2014	1–3 квартал 2015
1. Существенная недостоверность отчетности.	11	7	7	14	31
2. Задержка представления отчетности.	0	0	1	1	4
3. Осуществление операций, не предусмотренных лицензией.	0	0	1	0	0
4. Нарушение банковского законодательства.	18	21	30	75	77
5. Нарушение требований ст. 6 и 7 Федерального закона № 115-ФЗ	3	1	8	36	42
6. Достаточность капитала ниже 2%	5	7	5	10	7
7. Размер собственных средств ниже минимального значения уставного капитала.	6	6	6	12	14
8. Неисполнение в срок требований Банка России о приведении в соответствие величины уставного капитала и размера собственных средств (капитала).	0	0	1	0	1
9. Неисполнение требований кредиторов.	8	10	2	24	32

ковских операций. Также Центробанк уполномочен лишить кредитную организацию лицензии за многократное или систематическое в течение года нарушение ею сроков сдачи отчетности.

В большинстве случаев искажения в отчетности банков связано с наличием проблемных и низкокачественных активов, которым в учете не дается адекватная оценка, и, как следствие, не создаются соответствующие существующим рискам резервы.

Достаточность капитала банка — расчетный показатель, определяющий минимальные требования к уровню собственного капитала (min величине собственных средств), необходимому для покрытия банковских рисков (кредитного, операционного, рыночного). Он представляет собой отношение величины собственных средств к величине соотнесенных со степенью риска активов банка. Если рассчитанный по кредитной организации показатель оказывается меньше 2%, то Центробанк поднимает вопрос об отзыве лицензии.

Величина собственных средств ниже минимально установленного ЦБ значения уставного капитала на дату их государственной регистрации

Собственные средства банка — это часть пассивов организации, представленных совокупностью оплаченных основных и дополнительных источников собственных и привлеченных средств (уставный и резервный капитал, прибыль, эмиссионный доход, доходы от переоценки, субординированные кредиты и т.д.). Методика расчета величины собственного капитала на основании показателей отчетности определена Центробанком, применением международных стандартов (Базель III). В случае если

рассчитанный показатель окажется ниже установленной минимальной величины уставного капитала, банк должен привести в соответствие размеры уставного и собственного капиталов, иначе отзыв лицензии будет неминуем по прошествии срока отведенного для их приведения в соответствие.

Еще одной причиной для отзыва лицензии может быть неисполнение требований кредиторов. Неисполнение требований кредиторов является основанием отзыва банковской лицензии, если банк, к которому предъявлено данное требование, не исполнил его в двухнедельный срок. Данное основание для отзыва лицензии на осуществление банковских операций также коррелирует с нарушением законодательства и недостоверным отражением отчетных данных.

Кроме того, по официальным данным Центробанка, впоследствии банкротами (уже по суду) признаются и большинство кредитных организаций, в которых основаниями для отзыва лицензии были указаны другие причины.

Анализируя изложенные аргументы, можно констатировать факт: число банков, лишившихся лицензий в текущем году, превышает их количество за предшествующие четыре года вместе взятые. Основными причинами данной динамики являются ужесточение политики Банка России в плане соблюдения законов, нормативов, противодействия легализации преступных доходов и ужесточение самой нормативно-правовой базы, с одной стороны, и наличие проблем с качеством активов и достаточностью капитала кредитных организаций, обострившихся на фоне геополитических проблем и стагнации в экономике — с другой.

Литература:

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 365–1 (ред. 01.01.2014) // Собрание законодательства РФ, 05.02.1996, N 6, ст. 492
2. Доронкин, М., Волков С., Самиев П. Обзор «Банковский сектор в 2014 году: смутное время» // Рейтинговое агентство Эксперт РА. Режим доступа [www.raexpert.ru].
3. Центральный банк Российской Федерации: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru>. (Дата обращения: 10.11.2015).

Факторы финансовой устойчивости коммерческого банка

Пахомова Светлана Александровна, студент
Саратовский государственный политехнический университет имени Ю. А. Гагарина

Рассмотрено определение финансовой устойчивости коммерческого банка. Изучены основные факторы, которые оказывают воздействие на финансовую устойчивость в банковском секторе.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, банковский сектор, организационные факторы, технологические факторы, финансово-экономические факторы.

Factors commercial bank financial stability

Consider the definition of financial stability of commercial banks. Studied the main factors that have an impact on financial stability in the banking sector.

Keywords: Financial stability, banking sector, organizational factors, technological factors, economic-financial factors.

Деятельность коммерческих банков — это комплекс взаимосвязанных процессов, которые зависят от многочисленных факторов. Влияние оказывают как внутренние, так и внешние факторы.

Существует большое количество определений финансовой устойчивости. Необходимо проанализировать, что собой представляет финансовая устойчивость банка. Рассмотрим определения, которые представлены в разных источниках:

— финансовая устойчивость банка — оценка качества активов, достаточности капитала и эффективности деятельности;

— финансовая устойчивость банка — наличие собственных средств; [1]

— финансовая устойчивость банка — наличие устойчивого капитала, ликвидный баланс, платежеспособность; [2]

— финансовая устойчивость банка — способность противостоять деструктивным колебаниям, выполняя при этом операции по привлечению во вклады денежных средств физических и юридических лиц, открытию и ведению банковских счетов, а также размещению привлеченных средств от своего имени и за свой счет на условиях платности, срочности и возвратности.

Так что же такое финансовая устойчивость? Финансовая устойчивость коммерческого банка предоставляет

собой устойчивость финансового положения в долгосрочной перспективе, а если быть точнее, то это состояние финансовых ресурсов, при котором коммерческий банк способен путем эффективного использования денежных средств обеспечить непрерывный процесс осуществления своей экономической деятельности.

Финансовая устойчивость близко связана и с другими типами устойчивости. К ним относятся: экономическая; политическая; моральная; направлений деятельности; операционная; во времени; кадровая; организационная устойчивость. Все виды устойчивости взаимодействуют друг с другом. Финансовая устойчивость играет большую роль, так как финансовое состояние банка оказывает воздействие на другие стороны банковской деятельности. Устойчивость банковской системы в целом зависит от каждого взятого банка.

Нестабильность экономики страны в целом, а также всего ее сектора, является основной проблемой устойчивости. Большое количество факторов оказывают влияние на деятельность отдельных банков. Взаимосвязь факторов может по-разному оказывать влияние на жизнедеятельность банка: одни-положительно, другие-отрицательно, это заставляет отдельно каждому банку менять свои стратегии на финансовых рынках. Если говорить о факторах устойчивости коммерческого банка, можно создать классификацию, которая показана в таблице 1. [1, с. 155]:

Таблица 1. Классификация факторов, влияющие на устойчивость банка, банковской деятельности

Признаки классификации	Факторы
По способу возникновения	Внутренние и внешние
По времени действия	Постоянные и форс-мажорные
По степени важности результата	Второстепенные и основные
По структуре	Сложные и простые
По направлению влияния	Отрицательные и положительные
По содержанию	Политические, организационные экономические, социальные.

Обычно все факторы можно разделить на две категории-это внешние и внутренние.

Внутренние показывают эффективность деятельности банка, а внешние не взаимодействуют с работой коммерческого банка.

Глобальное и большое воздействие на устойчивость российских банков оказывают общеэкономические факторы. К экономическим факторам можно отнести такие факторы как: потенциал реального сектора экономики, обновление и выбытие производственных мощностей, конкурентоспособность товаропроизводителей, сальдо платежного баланса страны (экспорт/импорт), возможности межотраслевого перелива ресурсов, инвестиции, величину ВВП. В стабильности экономической базы страны заключается основа устойчивости банков и банковской системы в целом, является их фундаментом. Если в экономике случаются трудности, то это серьезно сказывается на устойчивости и деятельности банка. [2, с 58].

Большое значение кроме общеэкономических факторов оказывает на устойчивость коммерческих банков также финансовые факторы. В первую очередь состояние и развитие финансового рынка имеет большое значение. С помощью некоторых факторов можно определить состояние финансового рынка. Это такие факторы как: денежная эмиссия, темп инфляции, процент по кредитам, изменения государственного регулирования во внешне-экономической деятельности, золотовалютные резервы страны, размер внешней задолженности страны, состояние и перспективы развития фондового рынка.

Не малое значение на устойчивость банковской системы, а также каждого отдельного банка влияют политические факторы. На Политическую ситуацию в государстве влияет устойчивость существующего правительства, его политика, влияние оппозиций, стабильность или социальная напряженность в регионах Российской Федерации. Стабильность в политике является важнейшим условием позитивного развития рынка банковских услуг. Она дает возможность определить возможность социально-экономического развития страны и укрепления ее позиций на международном рынке [2, с. 58].

Большое влияние оказывают на устойчивость коммерческих банков также правовые факторы. Устойчивое и надежное законодательство дает возможность регулировать возникающие проблемы. Законодательство воздействует на развитие банковской системы определенными правилами регулирования банковских операций или сделок. Основным органом регулирования всех банков является Центральный Банк Российской Федерации. Большое количество операций в банке проходит под строгим контролем ЦБ РФ. Также происходят проверки по предоставлению всей документации и отчетности. На данный момент перед государством стоит основная задача, по устранению банков, которые осуществляют незаконную деятельность, либо предоставляют недостоверную информацию в вышестоящие органы, банки не выполняющие требования по соответствию финансовым нормативам, не исполня-

ющие предписания монетарно-финансовых властей, нарушающие законодательство о противодействии легализации денежных средств, полученных преступным путем. Банки, проводящие высоко рискованную кредитную политику, при этом нарушая интересы своих клиентов, а также предоставляющие Банку России недостоверную отчетность рискуют тем, что в дальнейшем у такой финансовой организации отзовут лицензию и они прекратят свою деятельность.

Существуют такие факторы как форс-мажорные факторы. Данные факторы также оказывают влияние на устойчивость коммерческих банков. Это такие факторы, являющиеся последствием стихийного бедствия или непредсказуемых события, что может привести к сбою в деятельности банка. Если привести пример, то к ним можно отнести, обрыв линий электропередач, разрушение здания или его части, наводнение, землетрясение. Форс-мажорные обстоятельства могут на неопределенный период времени ограничить возможность банков в полном объеме предоставлять услуги [3, с. 122].

Важную роль в устойчивости коммерческих банков играют внутренние факторы при условии стабильного социально-экономического, политического положения и финансового рынка, отсутствии форс-мажорных обстоятельств.

К внутренним факторам необходимо отнести ряд факторов, формирующиеся самими коммерческими банками, а также зависят от их деятельности. Стратегия банка, обеспеченность собственным капиталом, система менеджмента, внутренняя политика банка, уровень квалификации кадров- всё это относят к внутренним факторам.

На работу любого банка оказывает влияние внутренние и внешние факторы, они оказывают воздействие на устойчивость коммерческого банка. Но данные факторы являются индивидуальными и зависят от работы каждого банка и организации. В настоящее время и современных экономических условиях огромное воздействие на устойчивость банков влияют внешние факторы, которые задают определенные параметры [3, с. 124].

Внутренние факторы устойчивости банка можно разделить на три группы. К первой отнесем организационные факторы, ко вторым-технологическим факторам, и третьи одни из самых важных это-финансово-экономические факторы. Рассмотрим наиболее подробно каждый из этих составляющих ниже.

Стратегии банков, квалификация кадров, уровень управления, внутренняя политика банка, внутренняя политика банка все эти факторы можно отнести к организационным. Они влияют на финансовую устойчивость кредитных организаций. Самое большое влияние из этих факторов имеет фактор-стратегия банка, так как это является основой деятельности любого банка. Что же такое стратегия? К стратегии можно отнести систему долгосрочных целей, способы их достижения, характеризующие общие направления развития коммерческого банка. Банки разрабатывают свою стратегию и это заключается

в поиске баланса сил банка вместе с окружающей средой. Данный баланс достигают с помощью подборки различных вариантов. Оценивают обстановку исходя из анализа требований рынков, наличия инфраструктуры, технических возможностей.

Не малое значение оказывает качество управления, оно считается главным организационным фактором, которое оказывает влияние на устойчивость банков. Данному фактору банки обязаны уделять значительное внимание. Было проведено исследование, которое показало, что из-за низкого качества менеджмента, возник кризис в 1998 году. Большое количество стратегических и тактических просчетов кредитных организаций связаны были с неквалифицированным банковским менеджментом. По результатам работы банков можно делать выводы о неэффективном управлении. Также, для того чтобы повысить устойчивость и организацию управления банком необходимо быть многопрофильной и широкоуниверсальной организацией. Для этого банкам необходимо разделять потребности клиентов, необходимо производить налаживание аналитическо-информационного обеспечения по клиентам. Другими словами, банкам нужно сегментировать рынок банковских операций, направлять силы на новые сегменты с целью привлечения их.

На данный момент установлено, что основная модель банковского управления в банковском сообществе может обладать рядом недостатков. Многие банки не обращают внимание на необходимость иметь собственную обоснованную концепцию развития, которая соответствует концепции. Также в некоторых банках не имеется продуманной и полноценной системы информационного обеспечения процессами управления. Бывает, что банки недостаточно уделяют внимание системному анализу, диагностике и прогнозированию своей деятельности. Как правило, между подразделениями в банках должны быть развиты связи, которые на данный момент слабо развиты, что может привести к принятию неэффективных решений, либо эти решения будут несогласованными. Также из-за отсутствия целостного, содержательно согласованного и качественного комплекта внутри банковской документации, которые регламентируют все стороны работы, процедуры подготовки, принятия и реализации управленческих решений, могут возникать сложности в банковской деятельности. Практически все отечественные банки на данный момент ориентируются на два источника. К первому источнику можно отнести опыт управления банками основанный на опыте иностранных банков, а ко второму источнику относят опыт, полученный в советские годы. Но на самом деле если опираться на иностранный опыт, то необходима адаптация к отечественным условиям, и поэтому зачастую просто не подходит в наших условиях. Что же касается опыта управления банками на основе советских банков, то данный метод помог новым банкам унаследовать методы управления, отвечающие другим историческим условиям, но на сегодня является уже неактуальными. Именно поэтому коммерческим

банкам необходимо серьезно уделить внимание на разработку собственных моделей управления. Правильно подобранная модель управления в банке способствует правильному развитию системы в целом. Каждый отдельный банк создает свою модель управления, которая опирается на общеустановленные параметры, но добавляют свою необходимую методику. Это необходимо для того чтобы было соответствие управленческих решений и принимаемых соответствовали обстановке, которая окружает банк. Основное значение для устойчивости банков имеет внутренняя политика, которая осуществляется банками. Внутреннюю политику необходимо направить на предотвращение основных причин банкротства таких как потеря активов за счет просроченных ссуд или падения рыночной стоимости ценных бумаг, либо не ликвидность, убытки от основной деятельности; рост издержек; борьбой с коррупцией. Также внутреннюю политику банка необходимо направлять на привлечение квалифицированных специалистов.

Ко второй группе внутренних факторов, которая влияет на устойчивость банка, относятся технологические факторы. Они включают в себя ориентацию банка на развитие банковских технологий, потребности рынка в новых банковских продуктах и услугах. В век высоких технологий ни один банк не обойдется без мощного программного обеспечения. Перед банками встают такие проблемы, которые можно решить только с применением новейших информационных технологий. Использование компьютеров увеличили значительно скорость обслуживания, а вместе с тем и качество обслуживания. Также ЭВМ предоставляют банкам возможность анализировать, давать прогнозы по различным финансовым и экономическим показателям, предоставляют консультации для клиентов. Многие банковские продукты и услуги такие как пластиковые карточки, банкоматы, терминалы в торговых точках, системы «Клиент-Банк», аутсорсинг, интернет дали возможность модернизировать банковские операции. В связи с тем, что в стране образовалось большое количество банков, для поддержания своей конкурентоспособности банки стараются применять как можно интенсивнее новые технологии, чтобы клиенты не только быстро могли воспользоваться услугами, но также все операции были абсолютно безопасны. Все эти технологии позволяют быстрее адаптироваться банкам к требованиям международного банковского сообщества, что позволяет устойчиво функционировать коммерческим банкам.

Несмотря на всю важность двух факторов — организационного и технологического, оказывающие влияние на устойчивость коммерческих банков, основную роль можно отнести к группе финансово-экономических факторов. К общепризнанными финансово-экономическими факторами устойчивости банка необходимо отнести уровень доходов, объем и структура собственных средств, расход и прибыль, структура, источники поступления средств. Все факторы лишь при согласовании друг с другом будут иметь результат, что означает необходи-

мость рассмотрения данных факторов в комплексе. Все рассмотренные внутренние и внешние факторы способны оказывать воздействие на устойчивость коммерческого банка. Происходит воздействие очень индивидуально и зависит от особенностей организации, содержания работы каждого отдельно взятого банка. Нельзя ни сказать, что в современный период времени наибольшее влияние оказывают именно внешние факторы. Внешние факторы задают определенные параметры, которые не зависят от самих банков. Но также нельзя не учитывать внутрибанковские факторы, которые постоянно повышают качество работы, и тем самым воздействуют на устойчивость коммерческих банков. Ускоренный рост собственного капитала банков, улучшение структуры активов, расширение круга банковских услуг — трастовых, лизинговых, факторинговых все эти показатели улучшаются за счет этих факторов, что благоприятно сказывается на финансовой устойчивости банков.

Можно сделать вывод что устойчивость коммерческого банка — это сложная общеэкономическая категория, ко-

торая работает только при условии, если соблюдаются все ее правила, но которая требует постоянного наблюдения. Существуют внутренние и внешние факторы, которые оказывают положительное влияние, некоторые отрицательное, но как правило все факторы между собой тесно взаимосвязаны. Также воздействие тех или иных факторов показывает на сколько банк готов к каким-либо изменениям чтобы надежно удержаться в банковской сфере. Немалую роль играет государство, которое тщательно отслеживает банки, которые не выполняют требования ЦБ РФ для поддержания своей устойчивости. Неблагоприятное воздействие определенных факторов на устойчивость банка сопровождается риском. Таким образом финансовая устойчивость коммерческого банка предоставляет собой устойчивость финансового положения в долгосрочной перспективе, а если быть точнее, то это состояние финансовых ресурсов, при котором коммерческий банк способен путем эффективного использования денежных средств обеспечить непрерывный процесс осуществления своей экономической деятельности.

Литература:

1. Ларионова, И. В. Управление активами и пассивами коммерческого банка. М.: Консалтбанкир, 2013. с. 148–160.
2. Панова, Г. С. Анализ финансового состояния коммерческого банка. М.: Финансы и статистика, 2011. с. 56–59.
3. Родин, Д. Я. Формирование стратегий устойчивого развития коммерческих банков: проблемы теории и методологии: Монография. Краснодар: КубГАУ, 2010. с. 121–128.

Исследование рынка общественного питания Калининградской области

Петракова Олеся Дмитриевна, студент

Научный руководитель: Щепкова И. В., старший преподаватель
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

В данной статье приводятся результаты исследования рынка общественного питания Калининградской области, выявляются основные тенденции и потребительские предпочтения. На основании результатов исследования делаются прогнозы и рекомендации.

Ключевые слова: показатели динамики, общественное питание, опрос, прогноз.

На сегодняшний день как в целом по России, так и в частности по Калининградской области, существует великое множество всевозможных заведений общественного питания, начиная от столовых и заканчивая шикарными ресторанами. Сфера общественного питания не перестает разрастаться, что не может не вызывать определенного рода опасений. Тяжело переоценить актуальность статистического исследования данной сферы, ведь с помощью него можно выявить определенную динамику ее развития, основные тенденции, а также возникающие проблемы и пути их решения.

В качестве методов исследования были выбраны анализ рядов динамики и анонимный опрос жителей Ка-

лининграда и Калининградской области. Это позволит выявить определенные тенденции данного рынка и сделать некоторые прогнозы.

В рамках практической части статистического исследования сферы общественного питания на примере Калининградской области были проанализированы данные Федеральной службы государственной статистики за последние 10 лет (период с 2005 по 2014 года). Был проведен анализ динамики оборота предприятий общественного питания, выявлены определенные тенденции.

Данные и расчеты представлены в Таблице 1.

По результатам расчетов были сделаны следующие выводы. Объемы реализации по сравнению с базисным

Таблица 1. Показатели динамики оборота предприятий общественного питания Калининградской области

Период	Оборот предприятий общественного питания, млн. руб.	Абсолютный прирост, млн. руб.		Темп роста		Темп прироста	
		Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	Цепной	Базисный
2005	2110	-	0	-	1	-	0
2006	2704	594	594	1,28	1,28	0,28	0,28
2007	3367	663	1257	1,25	1,60	0,25	0,60
2008	3908	541	1798	1,16	1,85	0,16	0,85
2009	3885	-23	1775	0,99	1,84	-0,01	0,84
2010	4206	321	2096	1,08	1,99	0,08	0,99
2011	4587	381	2477	1,09	2,17	0,09	1,17
2012	5139	552	3029	1,12	2,44	0,12	1,44
2013	6136	997	4026	1,19	2,91	0,19	1,91
2014	7108	972	4998	1,16	3,37	0,16	2,37
Средний	4315	555,33	2205	1,30	1,35	0,30	0,35

2005 годом постоянно увеличивались. Причем наибольший прирост наблюдался в 2014 году, он составил практически 5 млрд. руб. (4998 млн. руб.). В соотношении с базисным годом прирост составил 237%. А наименьший прирост был отмечен в 2006 году и составил 594 млн. руб. (28%).

Оборот предприятий в течение 10 лет (2005–2014) в основном имел тенденцию к повышению. Причем максимальный прирост по отношению к предыдущему году наблюдался в 2013 году, он составил 997 млн. руб. или 19%. Так же наблюдался один год с отрицательным приростом. в 2009 году наименьший прирост составил 23 млн. руб. или 1% от оборота предприятий в 2008 году.

Для более наглядного иллюстрирования тенденции развития оборота общественного питания по Калининградской области был построен график и проведено аналитическое выравнивание на основании уравнения прямой. График представлен на рисунке 1.

Таким образом, на основании аналитического выравнивания был сделан вывод, что ежегодный прирост обо-

ротов по реализации предприятий общественного составляет в среднем 486, 21 млн. руб.

На основе выявленных тенденций был сделан прогноз развития данной до 2018 года, который показал, что при сохранении выявленной тенденции и при прочих равных условиях прогнозный оборот предприятий на 2018 год составит приблизительно 8448 млн. руб. Однако при сохранении тенденции и при учете сезонных колебаний общий оборот предприятий может вырасти до 18008 мл. руб.

С помощью анализа рядов динамики удалось выявить основные тенденции развития системы общественного питания в Калининграде и области, а для конкретизации и более детального рассмотрения проблем и их решения был проведен анонимный онлайн-опрос.

Для изучения потребительских предпочтений жителей Калининграда и Калининградской области в сфере общественного питания, а также выявления проблем в данной сфере был проведен интернет-опрос с использованием

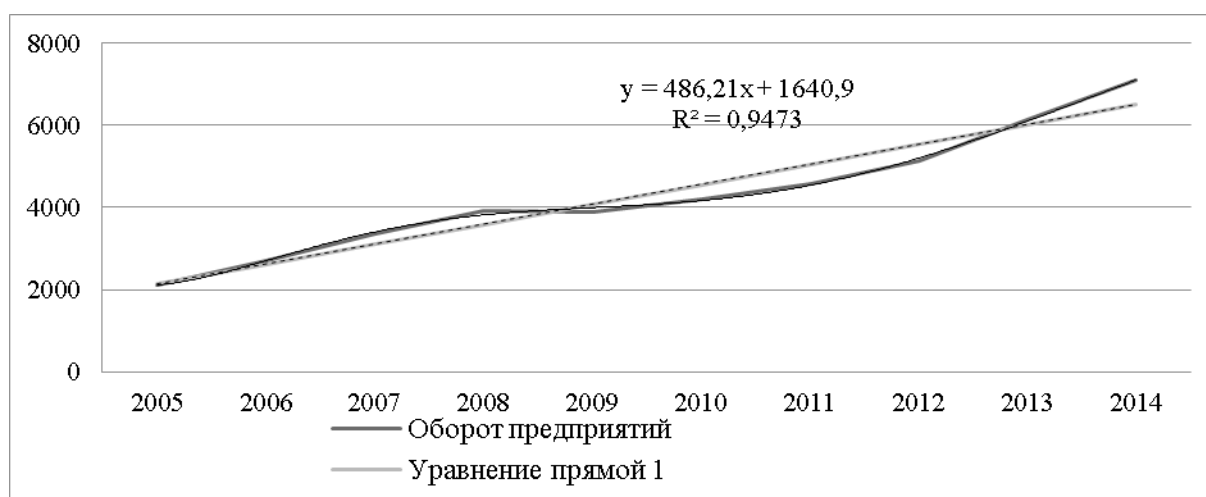


Рис. 1. Тенденция развития оборота общественного питания

онлайн-опросника Google Forms. Всего в опросе приняли участие 142 респондента.

В ходе опроса жителей города Калининграда, проводимого в рамках статистического исследования общественного питания, было выяснено, что большинство респондентов посещают кафе/бары/рестораны города. На вопрос «Пользуетесь ли Вы услугами заведений общественного питания в Калининграде?» положительный ответ дали более 88% опрошенных.

Те респонденты, которые предпочитают готовить и питаться дома, разочарованы ценой в заведениях общественного питания. Так же было выяснено, что приблизительно 40% опрошенных не довольны качеством блюд, и столько же считают питание вне дома просто нецелесообразным занятием.

Результаты опроса так же показали, что более половины опрошенных ходят в кафе/бары/рестораны города пару раз в месяц (52%), лишь менее 2% из опрошенных питаются исключительно в кафе. Из опрошенных респондентов 21% практически не посещают подобные заведения, а 24% заходят 1–2 раза в неделю.

На основе вопросов анкеты «Какой тип заведений для вас наиболее предпочтителен? Почему?» были сделаны следующие выводы:

— В основном жители города Калининграда и Калининградской области предпочитают дневные кафе — этот вариант выбрали 64% респондентов. В большей степени данный ответ люди аргументировали приятной, спокойной атмосферой в заведениях данного типа, умеренными ценами, а также соответствием графику работы или учебы, то есть возможностью перекусить во время трудового дня.

— Вторым по популярности типом заведений общественного питания являются бары, их предпочитают посещать 24% опрошенных. В основном люди оценивают бары по ассортименту алкоголя. Так же была отмечена необходимость звучания хорошей, расслабляющей музыки. По мнению респондентов, это несомненно способствует приятному отдыху.

— Наименьший интерес вызывают у респондентов палатки с фаст-фудом и дорогие рестораны. Их выбрали соответственно 2% и 7% опрошенных.

Наглядно основные результаты опроса представлены на рисунке 2.

На вопрос «Какое Ваше любимое заведение в городе?» было получено множество разнообразных ответов, но все же несомненным лидером среди заведений города является кафе «Табаско». В своих ответах его упомянули 17% респондентов.

Чтобы выявить недостатки сферы общественного питания, респондентам был задан открытый вопрос «Какие, на Ваш взгляд, недостатки в сфере общественного питания в Калининграде?». В основном люди отмечают несоответствие между ценой, которую оглашают заведения города за свои услуги и самим качеством этих услуг. Многие отмечали недовольство вкусовыми качествами предлагаемых блюд во многих заведениях города. Также респонденты отмечали некачественное обслуживание и долгое приготовление блюд. Некоторые отмечали тот факт, что заведений в городе более чем достаточно, но найти что-то, что удовлетворяло бы запросам того или иного респондента порой оказывается очень тяжело. Интересно, что работники сферы общепита в качестве основного недостатка отме-

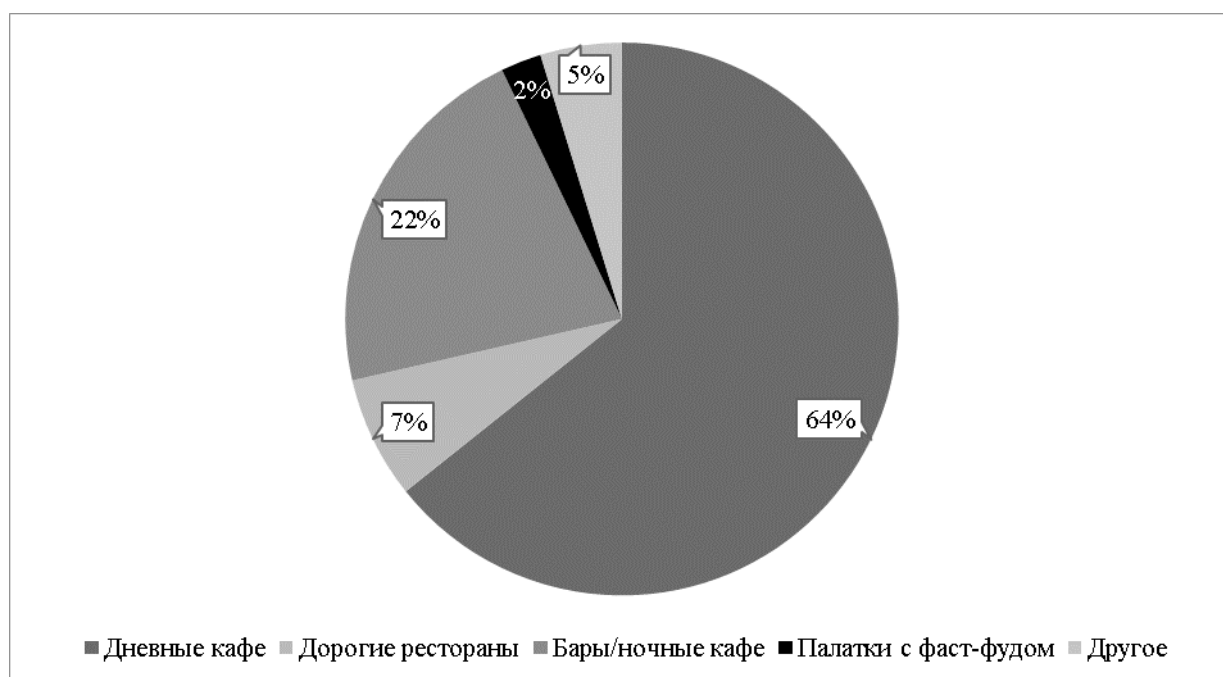


Рис. 2. Какой тип заведений общественного питания для Вас предпочтителен?

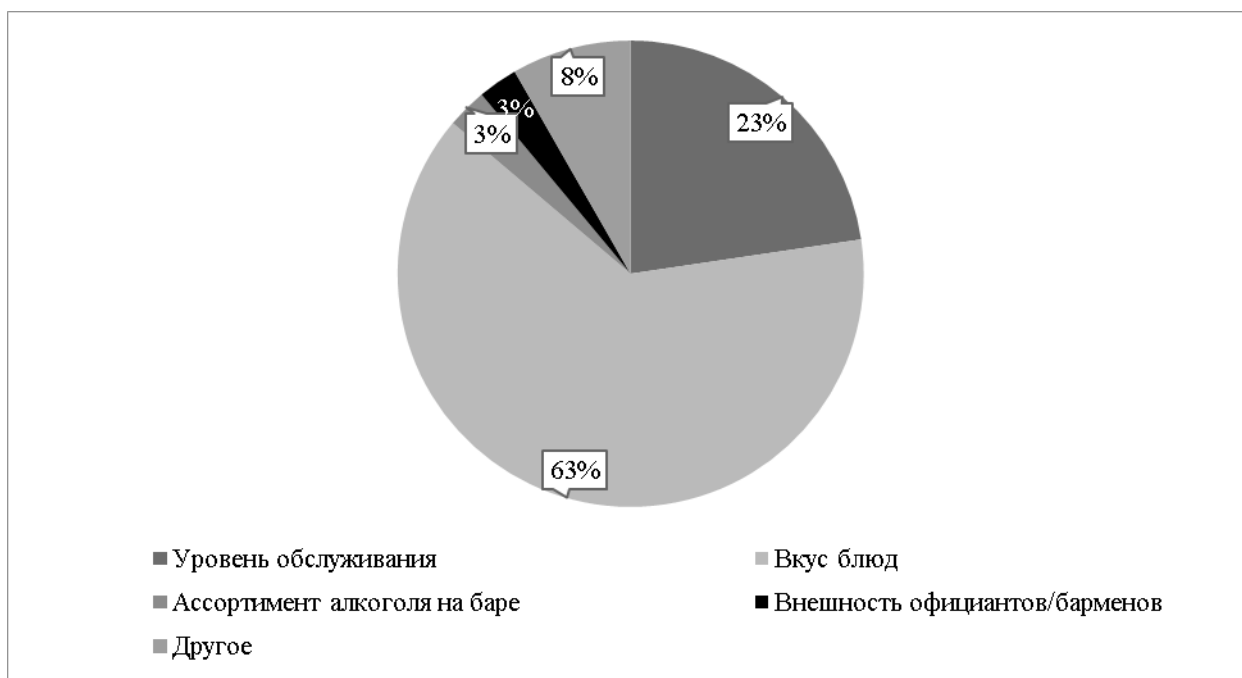


Рис. 3. Что Вы в первую очередь оцениваете в заведении, которое посещаете впервые?

чали антисанитарию на кухне, из-за чего очень часто страдало качество блюд и скорость их подачи.

Для определения наиболее важных критериев при оценке заведения, респондентам был задан вопрос «Что Вы в первую очередь оцениваете в заведении, которое посещаете впервые?». Выяснилось, что большая часть опрошиваемых оценивает качество и вкус блюд (63%), а 23% в первую очередь обращают внимание на уровень обслуживания. (Рис. 3)

Для того, чтобы получить максимально развернутые ответы и узнать, что респонденты действительно ценят в заведениях общепита и чего действительно не хватает в этой сфере жителям города Калининграда и области был задан вопрос «Как бы Вы описали Ваш идеальный бар/кафе/ресторан?». Как показал анализ результатов, наравне с качеством предлагаемой еды и напитков, грамотным обслуживанием и вежливым персоналом, жители города хотели бы видеть в идеальном заведении общественного питания столики, которые располагаются либо совершенно изолированно, например, разделены с помощью перегородки, либо располагаются на достаточном расстоянии друг от друга. Более того, для респондентов оказалось очень важным обилие света в зале и приятный вид из окна, желательно на водоем, будь то озеро или море.

Литература:

1. Национальный стандарт Российской Федерации «Услуги общественного питания, классификация предприятий общественного питания». ГОСТ Р 50762–2007.
2. Сирый, В.К. Ресторанный бизнес: управляем профессионально и эффективно. Полное практическое руководство/В.К. Сирый и др. — М.: Эксмо, 2008. — 352 с.: ил. — (Профессиональные издания для бизнеса).
3. Информационное агентство «РБК. research» [Электронный ресурс]. URL: www.research.rbc.ru.

После анализа возраста и рода занятий респондентов был сделан вывод о том, что основной категорией опрошиваемых являлась категория учащихся высших и средне-специальных учебных заведений (их доля в общей структуре опрошиваемых составила 47,6% возрастом от 18 до 23 лет 73,8%. Совмещают учебу и работу 26,2% опрошенных, только работают 23,8% человек, не работают и не учатся 2,4% респондентов. В возрастную категорию 23–30 лет попадают 14,3% респондентов от общего их числа, а больше 30 лет лишь 11,9% респондентов.

Таким образом, цель исследования, заключающаяся в изучении сферы общественного питания в Калининградской области, была достигнута.

Что касается проблем сферы общественного питания, то здесь были выделены основные и наиболее явные недостатки, такие как:

- несоответствие фактического заявленного уровня заведений включающий в себя уровень обслуживания, качество подаваемых блюд и напитков;
- неоправданно высокие цены в заведениях города.

Для решения проблем подобного характера необходимо провести санацию всей сферы, исключить все заведения, не соответствующие ожиданиям потребителей, а также вести более жесткий контроль над качеством открывающихся заведений.

4. Обзор российского рынка общественного питания Маркетинговое исследование и анализ российского рынка общественного питания <http://www.marketcenter.ru/content/doc-2-12999.html>
5. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области. Электронный ресурс: <http://kaliningrad.gks.ru/>

Модернизация кормовой базы как фактора увеличения устойчивости сельскохозяйственного предприятия на рынке

Петроченков Константин Игоревич, студент;

Научный руководитель: Никулина Ирина Евгеньевна, доктор экономических наук, профессор
Научный исследовательский Томский политехнический университет

Животноводство — одна из важнейших отраслей сельского хозяйства, оказывающая на него значительное влияние. В 2014 году на долю животноводства приходилось более 50% стоимости валовой продукции сельского хозяйства [2]. Животноводство производит важнейшие продукты питания — молоко и мясо, являющиеся основным источником белка животного происхождения; оно производит сырье для различных отраслей перерабатывающей промышленности, поставляя им молоко, мясо, шерсть, овчину, кожу и пр. Актуальность данной темы заключается в том, что в своем развитии животноводство неразрывно связано с растениеводством, так как эффективность работы отрасли во многом определяется состоянием кормовой базы.

Цель: доказать, что внедрение новой кормовой базы увеличит производительность надоев молока. На качество и количество надоев молока большое влияние оказывает кормовая база. Высокоэнергетичными кормами для крупно рогатого скота являются: ячмень, меласса из свеклы, кукуруза, кукурузный силос, сено, овес, зерно, сочные пастбищные травы. Анализ структуры затрат предприятия молочного и мясного скотоводства позволяет заключить, что при нынешнем положении дел в реальном секторе экономике, единственно верным, а, следовательно, единственным рентабельным решением является работа с молочным крупнорогатым скотом. В связи с этим возникает вопрос, какие возможны пути модернизации данной отрасли скотоводства, с целью получения больших экономических выгод.

Для этого необходимо познакомиться со спецификой производства сырого молока. По состоянию на 2014 год на многих сельскохозяйственных предприятиях производится 2690 кг сырого молока в год на одну голову [3]. Для породы коров молочного направления, а именно для черно-пестрой породы, данные показатели являются крайне низкими. Статистика удоев по данной породе свидетельствует, что нормой являются значения, которые колеблются в пределах 3000—4000 кг в год для неплеменных хозяйств, и в пределах 5000—6000 кг в год для племенного хозяйства. По мнению зоотехников, для того, чтобы

увеличились надои, необходимы более сочные корма, которые предприятия заготавливают на зимний период.

Климатические условия России таковы, что обеспечение животноводства кормами в зимний период является более важной задачей, чем летнее кормление.

Существуют два типа заготовки сочных кормов на зиму [5]:

1. Первый способ — это заготовка силоса. Эта технология достаточно примитивна и давно устарела, но до настоящего времени использовалась на предприятиях. Сочные травы сваливаются в так называемую силосную яму, где с помощью тяжелой техники плотно пресуются и закрываются до зимы. Главным минусом данного типа заготовки является, по меньшей мере, 30% выбраковки и аналогичной потери питательных веществ, которые в зимний период выражаются в резком спаде надоев скота.

2. Существует вторая технология заготовки сочных кормов, именуемая сенаж. Данный тип заготовки кормов кардинально отличается от предыдущего и именно к этому виду корма обращено внимание производителей сырого молока во всём мире. Главное отличие данного типа заготовки заключается в том, что после сбора сочной травы ей дают возможность напитаться влагой в помещении, после чего трава рулонится и подвергается обмотке специальной пленкой, создающей вакуум, который сохраняет корм в неизменном сочном состоянии. Эта современная технология заготовки кормов имеет целый ряд преимуществ, которые позволяют стабильно получать корм высокого качества, что может означать [5]:

1. высокое качество корма: сохранение сахара, протеина, высокой питательности при длительном хранении;
2. увеличение продуктивности скота (в т. ч. привесов, надоев молока с высоким содержанием белка) и сохранения его здоровья;
3. полную механизацию процесса от кошения трав до раздачи корма животным;
4. сокращение расхода топлива до 40%;
5. сокращение сроков заготовки первоклассного корма;

6. увеличение степени отдачи от использования земли: при кормосырьевом конвейере и нескольких укосах позволяет заготовить за сезон 5000 тонн сенажа и обеспечить кормами 1500 голов крупно — рогатого скота.

Все вышеперечисленные преимущества доказывают, что необходимо внедрение новой кормовой базы — сенажа — для увеличения качества и количества надоев молока.

Это также положительно скажется на всей экономике России, так как станет стимулом развития производства внутри страны и позволит преодолеть сложившуюся на данный момент на российском рынке неблагоприятную ситуацию на рынке сырого молока. По данным на начало июля 2014 года импорт молока и молочных продуктов продолжает расти, что негативно сказывается на отечественных производителях. Это происходит из-за низких цен на импортную продукцию, в то время как отечественные производители не могут выставить такие цены. Объем импорта за январь — июль 2014 года: импорт молока и сливок вырос на 48,9 процента, молока и сливок сгущенных — на 27,1 процента, масла сливочного — на 26,2 процента [8]. Высокие издержки отечественных переработчиков не дают возможность конкурировать с зарубежной продукцией. Чем больше увеличивается импорт, тем сильнее приходится снижать цены на молочную продукцию отечественным производителям. Снижение цен происходит за счет снижения издержек, что отражается на качестве закупаемых кормов и молока в целом. Необходимость модернизации в данной сфере очевидна,

так как на российский рынок импортируются товары не удовлетворительного качества. Так, например, недобросовестные украинские поставщики сыра в ответ на запреты санитарных служб России организовали широкий канал контрабанды сыров в Россию. Сырные продукты, при производстве которых использовалось пальмовое масло, оформляются на границе как товары, не относящиеся к категории молочных, но при этом внутри страны продаются под видом сыров.

При переходе в условия рыночной экономики Россия не смогла сохранить могучий реальный сектор экономики. На данный момент только в продовольственной сфере 85% рынка занял импорт [7]. В условиях обострения отношений с западом и наложения всевозможного рода санкций, список которых продолжает расширяться, продовольственная безопасность страны переходит в зону повышенного риска. Специфика сельскохозяйственного сектора не позволяет предпринимателям самостоятельно существовать в жестких условиях рыночной экономики и нуждается в мощной поддержке со стороны государства для того, чтобы создать выгодные условия работы для производителей.

С каждым годом людей все больше заботит вопрос о том, что они едят, а как известно, импортные товары содержат множество добавок, позволяющих сохранять срок их годности. Сохранение и развитие своего производителя — это не только вложение, которое обеспечивает продовольственную безопасность страны, но также огромное вложение в сохранение здоровья своих граждан.

Литература:

1. Багов, В. П. Ступаков В. С., Токаренко Г. С. Методика оценки эффективности стратегии корпоративной системы по обобщенным характеристикам/Финансы. — 2012. — № 11. — 253 с.
2. Балыков, В. Система показателей экономической эффективности/Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающей предприятий. — 2013. — № 3. — 19–21 с.
3. Коваленко, Н. Я. Экономика сельского хозяйства. С основами аграрных рынков./М.: Ассоциация авторов и издателей./ТАНДЕМ: Издательство ЭКМОС, 2014. — 251–254 с.
4. Ораевская, Г. А. Анализ хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий./3-е изд., перераб. и доп./М.: Экономика, 2014. — 156 с.
5. Фисин, В. И. Технологические основы производства и переработки продукции животноводства./М.: Колос, 2014. — 154–158 с.
6. Шакиров, Ф. К. Организация сельскохозяйственного производства./М.: Колосс, 2013. — 131 с.
7. Экономика сельского хозяйства России № 12, 2014. — 24–27 с.
8. Сливки сняли за границей//Российская газета RG. RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/07/08/milk.html>

Проблемы и перспективы развития молочно-продуктового подкомплекса на современном этапе

Праведникова Евгения Юрьевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель;
Шорохов Станислав Владимирович, магистрант
Региональный финансово-экономический институт

В статье рассмотрены проблемы молочно-продуктового подкомплекса на современном этапе, проанализировано распределение мясо-молочного производства по природно-экономическим зонам Курской области, оценены перспективы дальнейшего развития и модернизации этого направления.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, молоко, молочное производство, эффективность, рентабельность, надой молока на одну корову, Курская область.

На сегодняшний день Россия является крупнейшим импортером молочной продукции, особенно сыров, сливочного масла, сухого молока, поэтому контрсанкций в виде эмбарго на продовольственную продукцию обеспечение продовольственной безопасности страны, особенно на уровне регионов, именно в этом сегменте видится наиболее проблемным. Обостряется эта проблема еще тем, что производство молочной продукции в высокой мере зависит от естественно-биологических факторов, требуя для развития значительных капиталовложений, поэтому ее восстановление, наметившееся в последние годы, идет относительно медленно без высокой динамики в сравнении со свиноводческим направлением. В результате чего население помимо вероятного дефицита молочной продукции в условиях девальвации рубля и необходимости диверсификации импортеров столкнется и с ростом цен на нее.

В таких условиях молочно-продуктовому подкомплексу необходима комплексная модернизация, предполагающая переход на новый виток технологического развития производства и переработки молока, соответствующего уровню основных мировых экспортеров. Требуется нивелировать влияния естественных монополий в целях обеспечения и поддержания эквивалентного обмена между всеми звеньями подкомплекса при сокращении монополизма, улучшив условия развития бизнес-процессов в этой сфере. Важным направлением в достижении этого является защита отечественного рынка от захвата транснациональными компаниями, традиционно использующих для максимизации прибыли монополизацию рынков молочной продукции и повышения на нее розничных цен. Это приводит к недопотреблению молочных продуктов в незащищенных и малообеспеченных слоях населения [4].

Основой российской молочной индустрии является национальный молочно-продуктовый подкомплекс, в состав которого входят сельскохозяйственные предприятия, домашние хозяйства, предприятия по транспортировке, заготовке и переработке молока, торговля, научные и учебные учреждения. Таким образом, молочно-продуктовый подкомплекс АПК представляет собой сово-

купность субъектов, относящихся к различным отраслям экономики, связанных с производством молока, его переработкой и доведением молока и молочной продукции до потребителя, а также совокупность экономических отношений, возникающих между ними [4, 7].

На текущий момент производство в Курской области крупномасштабных и эффективных проектов крайне мало, чтобы обеспечить высокие темпы импортозамещения мясо-молочной продукции. При этом продолжает сокращаться показатель прироста живой массы КРС — уступая уровню 2000 г. почти 25%. Положительной тенденцией является уровень надоев в расчете на 1 корову, который интенсивно увеличивается с 2006 г., превысив уровень 2000 г. почти в 3 раза. Сохраняется множество диспропорций и нестыковок в цепочке доведения конечного продукта до потребителя, в результате чего более 50% её розничной цены является прибылью торговых сетей, что, несомненно, не только несправедливо, но и неэффективно. Способствовать решению данной проблемы может, по мнению Калеева Н. В. и Кучина Н. Н. [3], формирование оптимальных сырьевых зон, являющихся основой экономической эффективности функционирования молочно-продуктового подкомплекса в целом. Это позволяет обеспечить молокоперерабатывающих организаций сырьём в нужном объёме при низком уровне себестоимости, отвечающем требованиям государственных стандартов к сырью высокого качества, и способствует повсеместному территориальному распространению молочного производства, что создает условия для роста потребления молочных продуктов, снижения затрат на их хранение и транспортировку на большие расстояния, снижения уровня применения консервантов.

Не менее важно ликвидировать региональный дефицит отечественного сырьевого молока, снизить нестабильность его производства по периодам года. На данном этапе в Курской области производство хоть и ведется во всех административных районах Курской области, но весьма дифференцированно. Основной зоной производства молока в области является юго-западная — 59,3% при 54,9% поголовья коров и более высоких показателях эффектив-

ности производственно-хозяйственной деятельности на доях и рентабельности продаж, так как тут обеспечивается наиболее качественная и доступная кормовая база и развитая организационно-производственная инфраструктура. В свою очередь, производители северо-западной и пригородной зон хоть и рентабельны (следует выделить и эффективность новых комплексов, введенных в производство в Железногорском и Коньшевском районах, а также фермерское хозяйство «Сапфир» в Хомутовском), однако их объем производства на данном этапе не позволяет покрыть потребностей молока и молочной продукции, а также в говядине. При этом сельскохозяйственные организации восточной зоны, занимающие четверть объема производства молока в области, остаются и вовсе убыточными (таблица 1).

В такой ситуации одного повышения закупочных цен на молоко для модернизации подкомплекса недостаточно, так как отрасль для инвесторов остается весьма капиталоемкой со значительной продолжительностью сроков окупаемости капитальных вложений. Общая стагнация экономики страны и излишне жесткая, по мнению ряда ученых [6], монетарная политика Банка России, повлекшая труднодоступность кредитных ресурсов для бизнеса, не только сделало инвестиционные перспективы этой отрасли еще более низкими, но и обострило финансовые проблемы производителей, значительно ухудшив их финансово-экономическое положение. При этом их доходность даже с учетом государственной поддержки из бюджетов различных уровней не позволяет предприятиям вести расширенное воспроизводство, не говоря уже об инновационном развитии. Уровень рентабельности сельскохозяйственных предприятий во многих

случаях не превышает уровень текущих процентных ставок по кредитам, а накапливающаяся в последние годы кредиторская задолженность хозяйств может привести к их банкротству. Нехватка собственных денежных средств вынуждает сельскохозяйственных товаропроизводителей экономить на средствах производства, заработной плате, инновациях. В сложившихся условиях не приходится говорить о массовом техническом перевооружении сельского хозяйства, что также сдерживает развитие молочно-продуктового подкомплекса, не способствует решению задачи импортозамещения продукции.

В такой ситуации для развития молочно-продуктового подкомплекса необходимы значительные субсидии государства, которые видятся актуальными именно в молочном скотоводстве, в рамках строительства животноводческих комплексов, упрочение кормовой базы, стимулировании и поощрении использования достижений НТП в производство. Оказывая поддержку коммерческим организациям в институциональной форме или в форме реализации инновационных проектов развития, возможен их переход к саморазвитию, т.е. открываются возможности решения задач развития крупной экономической системы в условиях жестких ресурсных и временных ограничений. Финансовое стимулирование этого направления соответствует новой парадигме государственного регулирования в условиях открытой экономики. В связи с этим предлагается считать основной задачей государственной регуляции инновационного развития на уровне региона детерминирование и поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей, обладающих высоким уровнем инновационной восприимчивостью, стимули-

Таблица 1. Эффективность производства молока в сельскохозяйственных организациях Курской области в 2014 году

Показатели	Природно-экономические зоны			
	Юго-Западная	Северо-Западная	Восточная	Пригородная
Объем производства молока: ц	918180	172427	396514	60826
доля в общем объеме, %	59,3	11,1	25,6	3,9
Поголовье основного стада: голов	20939	4749	10823	1621
доля в общем объеме, %	54,9	12,5	28,4	4,3
Надой молока на одну корову, кг	4385	3631	3664	3752
Выход молока в расчете на 1 га сельскохозяйственных угодий, кг	184	41	98	126
Себестоимость 1 кг, руб.	10,18	12,07	16,27	9,39
Цена реализации 1 кг, руб.	13,61	15,96	15,74	10,96
Выручка от реализации в расчете на 1 га сельскохозяйственных угодий, руб.	2450	499	1375	1025
Рентабельность продажи молока, %	25,2	24,3	-3,4	14,3

Источник: Рассчитано авторами по данным комитета АПК Курской области

рующих внедрение инноваций в производство и реализация прорывных инновационных проектов. Создание молочных комплексов индустриального типа, основанных на новых технологиях и совместных с государством инновациях, способных за счет повышения концентрации, интенсификации и диверсификации производства существенно повысить конкурентоспособность отрасли. Такие крупные, прорывные проекты, выступающие в роли «точек роста», могут дать практическое обоснование окупаемости крупных инвестиций в этом направлении, стимулирующую их приток в отрасль [1, 2].

К направлениям модернизации молочно-продуктового подкомплекса следует отнести расширение ассортимента молочной продукции, утверждение в сознании людей концепции, что молоко является основой здорового питания. К направлениям модернизации российского молочно-продуктового сектора следует отнести и повсеместное территориальное распространение молочного производ-

ства, а отсюда и создание условий для роста потребления молочных продуктов, снижения затрат на их хранение и транспортировку на большие расстояния, снижения уровня применения консервантов. Не менее важно ликвидировать региональный дефицит отечественного сырьевого молока, снизить нестабильность его производства по периодам года [4].

В этих условиях формируя модель развития данной отрасли важно не упрощать её экономику, она остается достаточно сложной, нуждается в солидном научно-технологическом прогрессе, переходе от экстенсивного варианта развития к инвестиционно-инновационному типу, основанному на комплексной механизации, электрификации и автоматизации, улучшении социально-бытовых и инфраструктурных условий труда и жизни рабочих и специалистов животноводства, интеграции производства с наукой и образованием, создании эффективных условий для повышения оплаты труда.

Литература:

1. Зюкин, Д.А. Оценка инновационной восприимчивости сельскохозяйственных организаций/Д.А. Зюкин, Н.А. Пожидаева, С.А. Быканова, С.А. Беляев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2014. № 10. с. 30–34.
2. Зюкин, Д.А. О государственной поддержке сельскохозяйственного производства в регионе: состояние, тенденции, перспективы/Д.А. Зюкин, О.В. Святова, Н.А. Пожидаева, В.А. Левченко // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2015. № 2. с. 9–12.
3. Калеев, Н.В. Формирование интеграционных отношений производителей молока и молокоперерабатывающих организаций на основе моделирования сырьевых зон/Н.В. Калеев, Н.Н. Кучин // Фундаментальные исследования. 2015. № 10–2. с. 372–377.
4. Семькин, В.А. Повышение эффективности и конкурентоспособности молочно-продуктового подкомплекса в открытой экономике/В.А. Семькин, Т.Н. Соловьева, В.В. Сафронов // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 3. с. 9–11.
5. Семькин, В.А. Повышение конкурентоспособности агропромышленного комплекса — ключевой вопрос его эффективного функционирования в условиях присоединения России к ВТО/В.А. Семькин, Т.Н. Соловьева, В.В. Сафронов // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 8. с. 2–4.
6. Соловьева, Т.Н. К вопросу о приоритетах денежно-кредитной политики Банка России и их влиянии на развитие экономики/Т.Н. Соловьева, Н.А. Пожидаева, Д.А. Зюкин, В.В. Жилин // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12–1. с. 149–152.
7. Худякова, Е.В. Организационно-экономический механизм деятельности сельскохозяйственных потребительских кооперативов в молочном подкомплексе и направления его совершенствования // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина. 2015. № 1. с. 47–51.

Характерные черты ВЭД и результаты ее осуществления в РФ

Приймак Анастасия Владимировна, магистрант;
Симавонова Виктория Олеговна, магистрант
Донской государственный технический университет

Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) представляет собой совокупность методов и средств торгово-экономического, научно-технического сотрудничества, валютно-финансовых и кредитных отношений с зарубежными странами. Внешнеэкономическая деятельность реализуется как на уровне государства, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов [2].

Политические события последнего времени оказали серьезное влияние на внешнеэкономическую деятельность Российской Федерации.

Внешняя торговля России в январе — июле 2015 года по-прежнему демонстрирует снижение, с каждым месяцем негативная тенденция все усиливается. По данным Федеральной таможенной службы, внешнеторговый оборот России упал на 34% и составил 311,5 млрд долларов, экспорт снизился на 31% до 209,05 млрд долларов, а импорт на 40% до 102,43 млрд долларов.

При этом снижение наблюдается в течение всех семи месяцев года.



Ключевыми факторами, которые за это время повлияли на такие низкие показатели стали зарубежные санкции, падение цен на нефть, а также низкий курс рубля относительно доллара и евро. Однако это не единственные причины. После 2012 года российская экономика практически перестала расти (большинство экономических показателей, в том числе внешняя торговля, демонстрировали рост или снижение всего на несколько пунктов). Стимулы для развития не появились, а внутренние экономические проблемы в сфере федерального бюджета, поддержки отраслей промышленности, в стимулировании самих предприятий для выхода на внешние рынки и многих других областях так и не были решены. Санкции, нефть и курс

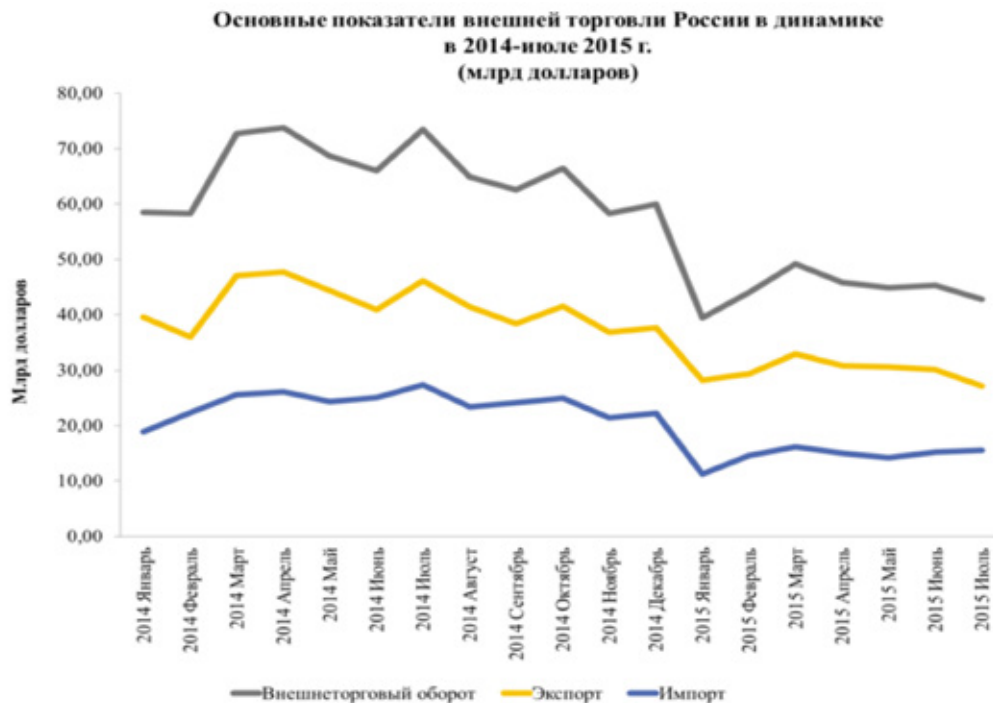
доллара просто ускорили те процессы, которые бы растянулись на несколько лет.

Снижение мировых цен на нефть напрямую повлияло, прежде всего, на спад отечественного экспорта, поскольку на неё приходится более 60% объемов поставок. За январь-июль 2015 года цены на нефть Urals упали по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 46,9% до 56,8 долларов США за баррель на фоне низкого спроса, роста товарных запасов нефти и снятия санкций с Ирана. Кроме того, снижение экспорта напрямую связано и с сокращением объемов производства, в январе-июле производство упало на 3% по сравнению с прошлым годом, и основной спад приходится на обрабатывающие производства [4].

К лету 2015 года заметно упали цены на такие

крупные статьи российского экспорта: природный газ (–28,9%), алюминий (–15,8%), никель (–40,2%), медь (–23,2%). Основными причинами этого стало сокращение спроса со стороны Китая и рост запасов этих товаров на сырьевых биржах.

В результате уже в течение более чем полугода экспорт продолжает снижаться. Санкции играют здесь, скорее, второстепенную роль, нежели ситуация на мировых рынках.



Импорт товаров в Россию в физическом выражении также существенно ниже показателей прошлого года. Это происходит преимущественно из-за низкого курса рубля к доллару и евро. Свою роль сыграли и действующие против России санкции, согласно которым многие страны ограничили поставки ряда товаров. Наиболее сильное снижение наблюдалось в отношении импорта легковых и грузовых автомобилей, а также различного оборудования. Заметно сократились и статьи импорта, связанные с поставками товаров, оказавшихся под действием российского ответного продовольственного эмбарго. Ввоз многих потребительских товаров сократился и в связи с падением реальных доходов населения.

В структуре торговли по группам стран повсеместно наблюдается снижение, внешнеторговый товарооборот со странами дальнего зарубежья сократился на 34%

до 273 млрд долларов, а объем торговли со странами СНГ упал ещё значительно, на 37%, и составил 38 млрд долларов.

Внешняя торговля России в 2015 с каждым месяцем сокращается все сильнее, и уже не сможет выйти на уровень прошлого года. Однако, девальвация рубля сделала российские товары дешевле, что в совокупности с отсутствием покупательской возможности населения страны сделало возможным небольшой рост экспорта несырьевых товаров из России.

Премьер-министр Дмитрий Медведев подчеркнул, что на сегодняшний день реализуемый правительством антикризисный план сработал. Задача была — остановить падение производства. Также перед Россией остро стоит задача импортозамещения во всех отраслях экономики и, особенно, в сфере производства медикаментов.

Литература:

1. Волошина, А. Ю. Межнациональные и трансграничные кластеры как объекты пространства мегаэкономики // Экономика, социология и право в современном мире: проблемы и поиски решений. 15-я Международная научно-практическая конференция, г. Пятигорск 14–15 декабря 2012 г. Пятигорск: Издательство МАФТ, 2012. с. 28–32.
2. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учеб.-практич. пособие. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 2013. — 114 с.
3. Ратушняк, Е. С. Значение создания Евразийской экономической комиссии для развития ЕЭП // Вестник Университета (ГУУ) 2014. № 3.;
4. Статистический портал — <http://meatstat.ru/>
5. Газета Комсомольская правда № 140 от 09.12.2015 г.

Влияние внутренних факторов на управление доходами гостиничных предприятий

Романюк Антон Викторович, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Ключевые слова: *индустрия гостеприимства, hospitality, средства размещения, accommodation facilities, ценообразование, pricing, управление доходами, revenue management, прогнозирование.*

Наряду с внешними факторами можно выделить и внутренние факторы, влияющие на стратегию гостиничных предприятий как результат на эффективность управления доходами гостиничных предприятий [5, с. 650]. К внутренним факторам можно отнести такие: 1) информационные технологии; 2) прогнозирование; 3) распределение мощностей; 4) ценообразование и 5) человеческие ресурсы [3, с. 173].

Гостиничными предприятиями, которые будут пользоваться результатами успешной стратегии управления доходами, будет те, которые первые распознали важность и рассматривают человеческий капитал и информационные технологии как важный элемент системы [1, с. 51]. Гостиничные предприятия, которые сделали значительные инвестиции как в технологии, так и в человеческий капитал для своих программ управления доходами, также должны убедиться, что эти инвестиции защищены и получат в будущем удовлетворительную отдачу.

В настоящее время высокий уровень сложных технологий доступен для текущих систем управления доходами [2, с. 219]. Более того, возможности и качество систем управления доходами улучшаются с течением времени. Таким образом, в настоящее время использование технологий является обязательным условием для оптимизации доходов гостиничного предприятия и возврата инвестиций.

Далее рассмотрим ключевые компоненты внутренних ресурсов для стратегических программ управления доходами предприятия.

Исследователи операционного менеджмента дают общее определение, которое выступает за использование нормативной модели для применения системы управления доходами, формулирования стратегии и принятия решений в гостиничной среде [7, с. 205]. Следовательно, нормативная модель способствует всеобщей экономической условности, при увеличении спроса и издержек цена тоже должна увеличиваться.

Однако, нормативная модель также может выглядеть нелогичной. Это может произойти в экономической среде, когда спрос и издержки увеличатся, но конечная цена продажи подвержена снижению и, в результате, падает. Такой сценарий развития можно наблюдать, когда интенсивность в конкурентной среде остается постоянной с течением времени и бизнес единицы реагируют на понижение продажной цены в попытке сломить конкурентов.

Можно выделить следующие элементы операционного менеджмента системы управления доходами: технологии,

методы и модели прогнозирования, модель распределения мощностей и ценовые модели и стратегии.

Можно предположить, что прогресс в области управления доходами и важность системы управления доходами становятся более и более необходимыми для соответствия специфическим нуждам с течением времени. Технологии являются одним из важных краеугольных камней для возможностей системы управления доходами для возможности действия в различных направлениях.

Очень важно оценить взаимодействие спроса на гостиничные услуги, предпочтения гостей, систему управления взаимоотношениями с клиентами, расчетливое управление запасами, улучшенное прогнозирование, оптимальное распределение мощностей, стратегическое ценообразование. Соответственно, важность технологий в системе управления доходами и успешность системы нельзя не принимать во внимания в текущей конкурентной среде [4, с. 255].

Основной частью любой системы управления доходами можно считать прогнозирование. Сложные алгоритмы, передовые методы прогнозирования и компьютерные модели прогнозирования, используемые в системе управления доходами, имеют неотъемлемое влияние на успех прогнозирования. Прогнозирование в системе управления доходами имеет решающее значение в опережении, предсказывании и проектировании текущих и будущих уровней спроса на гостиничные услуги. Любые выгоды, которые могут быть получены с помощью использования системы управления доходами, будут зависеть от точного, практического и качественного прогноза [6, с. 173].

Можно выделить три основных вида прогнозов, являющихся ключевым элементом системы управления доходами, которые могут быть применены в гостиничном предприятии, а именно, исторические данные, данные бронирования, сочетание исторических данных и данных бронирования. Тем не менее, важно понимать, что существует теория, которая выступает за то, что использование исторических данных для прогнозирования будущего спроса является самым практичным подходом.

Важность качественного прогнозирования не может быть недооценена. Крайне необходимо, чтобы гостиничное предприятие использовало управление доходами, которое использует соответствующие методы и модели.

Если менеджментом предприятия было принято решение не следовать данным рекомендациям, последствием может стать ухудшение финансового положения гостиничного предприятия в контексте системы управ-

ления доходами. Если фактический спрос превышает прогнозируемый спрос, потери доходов составят около 1,2%. Например, когда гостиничное предприятие Марриот получило валовой доход примерно 13 млн. долларов, а их прогнозы недооценили реальный уровень спроса, потенциальный недополученный доход составил 156 тыс. долларов. Таким образом, для того, чтобы максимизировать свой потенциал дохода, менеджмент гостиничного предприятия должен осуществлять качественный прогноз.

Гостиничные предприятия сталкиваются с целым рядом проблем, связанных с управлением запасами и распределением мощностей. Ежедневные трудности, такие как: эффективность распределения запасов, распределения мощностей, продажи гостиничных услуг и умение преодолевать трудности операционной деятельности, отражаются на специфических показателях эффективности для гостиничных предприятий.

К ним можно отнести: коэффициент загрузки, средняя стоимость номера (Average Daily Rate (ADR)), доходы, полученные в расчете на проданный номер (Revenue per available room (RevPAR)).

Эффективность деятельности менеджмента гостиницы будет оцениваться его способностью поддерживать постоянно высокие показатели 1) загрузки, 2) ADR и 3) RevPAR.

Главная цель менеджмента гостиничного предприятия должна быть в достижении максимальной загрузки каждый день. Вторая цель — это убедиться, что номера были проданы по максимально возможной стоимости, то есть эффективность измеряется с помощью показателей ADR или RevPAR. Значение RevPAR всегда будет меньше чем ADR, до тех пор, когда не будет достигнута загрузка в 100%. Таким образом, менеджмент гостиницы хочет получить значение RevPAR как можно ближе к значению ADR на сколько это необходимо. Вероятно, самой большой проблемой для гостиничных предприятий является эффективное распределение номеров на соответствующие ценовые сегменты для обеспечения соответствия цены и желания гостя платить эту цену.

В данном контексте, управление доходами должно выполнять распределение мощностей наиболее прагматично, иначе менеджмент гостиничного предприятия столкнется с большими трудностями в отношении управления запасами и стратегических решений распределения мощности гостиничного предприятия. Менеджменту гостиничного предприятия необходимо оценивать поведение гостей относительно востребованных гостиничных номеров, количество планируемых продаж номеров, класс сегмента и использовать эффективную стратегию распределения запасов.

Еще одна особенность гостиничного предприятия, связанная с распределением мощностей, — это ограниченный спрос в связи со строгой ограниченностью мощности гостиничного предприятия. Конечно, каждое гостиничное предприятие хотело бы иметь неограниченный спрос на свои услуги и возможность удовлетворить этот

спрос, но, учитывая особенности услуг гостиничного предприятия, — это невозможно. Для гостиничного предприятия необходимо использовать распределение мощностей предприятия через разные каналы продаж, с учетом оптимизации прибыли. Исследования в области управления доходами помогли развиваться системам управления доходами, которые стали более интеллектуальными и технически сложными для повышения эффективности модели распределения ресурсов, при условии ограниченности такого вида ресурса, как гостиничные номера.

Существует большое количество систем управления доходами для гостиничных предприятий, которые менеджмент гостиничных предприятий относит к системам управления гостиничным предприятием (PMS — property management system), использующих вариации стандартной модели ожидаемого предельного дохода с одного места (Expected Marginal Seat Revenue (EMSR)). Классическая модель EMSR является подходом, основанным на эвристических решениях, для определения уровня защиты мощностей, а также верхнего уровня бронирования, при наличии нескольких сегментов потребителей.

Более продвинутая версия известна как EMSRa. Данная модель развивалась и дополнялась для адаптации к более сложному варианту решения задач распределения мощностей. Дальнейшим развитием модели EMSRa стала модель, которая получила название «Оптимальные границы бронирования» (Optimal Booking Limits (OPL)). Еще более поздняя модификация модели EMSRa получила название EMSRb модель. Она является в настоящее время самой распространенной и наиболее часто используемой в практике моделью распределения мощностей для гостиничных предприятий. Однако появляются и более сложные модели с возможностью принятия во внимание таких факторов; как поведение потребителей, издержки, динамический спрос, риски и экономические переменные. Такие модели более эффективны для менеджмента гостиничных предприятий и особенно для системы управления доходами.

Существует большое количество методов и инструментов ценообразования, которые используются в системе управления доходами. Из анализа существующих форм ценообразования можно сделать вывод о том, что некоторые из них обеспечивают более практичные и эффективные подходы к достижению справедливой рыночной стоимости несохраняющегося товара, особенно для индустрии гостеприимства и туризма.

Современные требования управлению доходами состоят в том, что модель ценообразования должна быть динамической или, что более важно должна развиваться в сторону гипердинамического ценообразования, то есть методы управления доходами должны основываться на поведении потребителей, а не на оценке исторических данных прошлых лет.

Более сложные модели ценообразования устанавливают уровень цен на номера в зависимости от спроса и предложения, длительности пребывания, типа номера

в зависимости от особенностей сегмента рынка, однако уровень цен на номера также должен постоянно изменяться, точно реагируя на изменение рынка, а также поведения потребителей.

Успешными гостиничными предприятиями будут те, кто реально оценил сегменты рынка и его перспективные требования, пожелания и ожидания. В этом гостиничному предприятию может помочь взаимоотношение с клиентами. Следовательно, взаимоотношение с клиентами должно быть интегрировано в систему управления доходами гостиничного предприятия. Если предприятие не проводит необходимого анализа и планирования, взаимоотношение с клиентами, то может не достичь желаемых результатов.

Реальный потенциал технологий, используемых гостиничными предприятиями в рамках управления доходами, не может быть реализован без соответствующей

поддержки и использования человеческих ресурсов. Навыки и знания человеческих ресурсов должны соответствовать требованиям системы управления доходами. В противном случае, инвестиции в технологии системы управления доходами могут себя не оправдать. С этой целью гостиничные предприятия должны проявлять осмотрительность при наборе, отборе, обучении и развитии кадров.

Гостиничные предприятия, успешно использующие управление доходами, имеют свои собственные учебные программы для своих сотрудников и вовлекают в этот процесс всех сотрудников. Поскольку большинство успешных гостиничных предприятий раскрывают информацию оощрении и стимулировании повышения квалификации сотрудников, то большим преимуществом будет использовать эту возможность для развития трудовых ресурсов в своем гостиничном предприятии.

Литература:

1. Козлов, Д. А., Попов Л. А. Прогнозирование и управление доходами в гостиничном бизнесе Российской Федерации: проблемы и пути совершенствования // Журнал Вестник российского экономического университета им. Г.В. Плеханова — 2013 — № 12. — с. 49–56
2. Милорадов, К. А. Информационное обеспечение качества обслуживания в индустрии гостеприимства // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2015. — № 2. с. 218–221.
3. Никольская, Е. Ю. Ищу человека. Маркетинг персонала — формирование кадрового потенциала предприятия // Журнал Российское предпринимательство. — 2007 — № 5–1. с. 171–176.
4. Романюк, А. В Роль экономического и финансового контроллинга гостиничных предприятий // Журнал «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция» — 2013 — № IV — с. 255–257.
5. Романюк, А. В. Влияние внешних факторов на управление доходами гостиничных предприятий / А. В. Романюк // Молодой ученый. — 2015. — № 23. — с 650–653.
6. Романюк, А. В. Реструктуризация гостиничных предприятий и ее основные этапы // Журнал «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция» — 2013 — № II — с. 171–174.
7. Романюк, А. В. Теоретические основы технологий управления доходами // Молодой ученый. — 2014. — № 15. — с. 203–206.

Анализ рынка гостиничных предприятий Москвы за три квартала 2015 г.

Романюк Антон Викторович, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, *hospitality*, средства размещения, *accommodation facilities*, ценообразование, *pricing*, управление доходами, *revenue management*, прогнозирование, анализ рынка, показатели эффективности, *ADR*, *RevPAR*, загрузка.

В настоящее время гостиничный рынок г. Москвы начинает постепенно возвращать свои позиции, потерянные в 2013 году. В 2014 году гостиничным предприятиям удалось остановить резкое падение показателей, что являлось само по себе уже неплохим результатом. Спрос на гостиничные услуги сместился в сторону гостей из Китая, Японии, Кореи и других стран юго-восточной Азии. Новые сегменты потребителей формируют спрос с более низкой

ценой, тем самым оказывая давление на тарифы гостиничных предприятий. С начала 2014 года собственники гостиничных предприятий пересматривают свои инвестиционные программы, учитывая значительное подорожание импортных материалов и услуг, составляющие значительную долю от всех расходов [6. 7]. Снижение такого показателя как GOP становится причиной того, что EBITDA в рублях не позволяет обслуживать кредиты в валюте [2,

3]. Стоимость заемных средств выросла, инвесторы ставят своей первоочередной задачей завершить все текущие проекты. Также в настоящее время возникают трудности с справедливой стоимостью гостиниц [10].

Отличительной особенностью рынка гостиничных услуг г. Москвы является то, что значимые предприятия проходят в данном регионе постоянно [4, 5].

Анализ загрузки люксового сегмента гостиничных предприятий г. Москвы за 2007–2015 гг. (3 квартал) по данным компании JLL [13], предоставляющей обзор рынка гостиничных предприятий г. Москвы, свидетельствует о разнонаправленной ее динамике (рис. 1). В результате кризиса в 2009 году наблюдается резкое снижение загрузки на 13,4%.

После резкого восстановления уровня загрузки в 2010 году более чем на 15% загрузка стабилизировалась и наметился определенный рост загрузки гостиниц. В 2014 году наблюдалось снижение загрузки на 7,4% с дальнейшим трендом на ухудшение. Но в 2015 году, несмотря даже на выход новых гостиниц Four Seasons и St. Regis, показатель загрузки по итогам трех кварталов оста-

новился на уровне 64%, то есть увеличение показателя составило 5,8%.

Анализ загрузки верхнего предела верхнего сегмента гостиничных предприятий г. Москвы показал, что в 2014 году было зафиксировано падение на 14%, но в 2015 году данное падение было отыграно, увеличение показателя загрузки на 11,6%.

Анализ загрузки верхнего сегмента гостиничных предприятий г. Москвы показал, что 2014 г. (рис. 2) стал самым худшим годом после восстановления рынка в 2010 году с падением загрузки на 5,5%. Но по итогам трех кварталов 2015 года наблюдается рост загрузки на 2,2%.

Гостиничные предприятия верхнего предела среднего сегмента г. Москвы смогли удержать нагрузку на уровне 70% в 2014 году, а в 2015 года наблюдается даже увеличение данного показателя на 11% (рис. 3). Гостиничные предприятия г. Москвы среднего сегмента показывают схожую динамику (рис. 3). Отличительной особенностью данного сегмента является отсутствие сильных колебаний, и как следствие, делает сегмент более стабильным и предсказуемым [12].

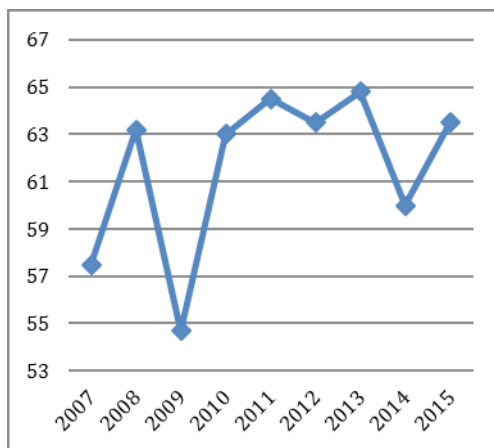


Рис. 1. Загрузка люксового сегмента гостиничных предприятий г. Москвы за 2007–2015 гг. за три квартала



Рис. 2. Загрузка верхнего предела верхнего сегмента и верхнего сегмента гостиничных предприятий г. Москвы за 2007–2015 гг. за три квартала

Анализ доходности гостиничных предприятий предполагает исследование динамики средней стоимости размещения за номер (ADR) и дохода на номер (RevPAR).

Представленные на рис. 4 данные о средней цене номера и дохода на номер в гостиничных предприятиях г. Москвы сегмента люкс свидетельствуют о том, что в 2013 году показатель средней стоимости за номер (ADR) в рублях впервые достиг значения данного показателя 2009 года. В 2015 году также наблюдается рост данного показателя на 12%, а в совокупности с увеличением и загрузки за данный период, и рост показателя дохода на номер (RevPAR) на 17,5%, что является максимальным за весь рассматриваемый срок. Данную динамику можно объяснить увеличением спроса на данный сегмент гостиничных предприятия со стороны гостей, приезжающих с валютой в Россию [9, 11]. Так как, если провести сравнение показателей ADR и RevPAR с курсом доллара за указанные промежутки времени, то картина

кардинально меняется (рис. 4.). Так, в 2013 году рост указанных показателей не только наблюдается, а виден четкий тренд на снижение [8]. А если принять во внимание официальные прогнозы курса доллара на 2016 год, то ситуация сильно не поменяется. В случае же сохранения текущей тенденции на валютном рынке гостиничные предприятия сегмента люкс могут рассчитывать на повышенный спрос со стороны так называемых «валютных туристов».

Анализируя динамику показателей ADR и RevPAR для гостиничных предприятий г. Москвы верхнего предела верхнего сегмента можно выделить небольшое снижение показателя ADR на 6%. Но за счет увеличения загрузки в 2015 году показатель RevPAR увеличился на 7,3%. Такое снижение цены можно объяснить тем, что гостиничным предприятиям пришлось снижать цены с целью удержать падающий спрос и не дать уйти чувствительным к цене гостям в более бюджетные гостиницы.

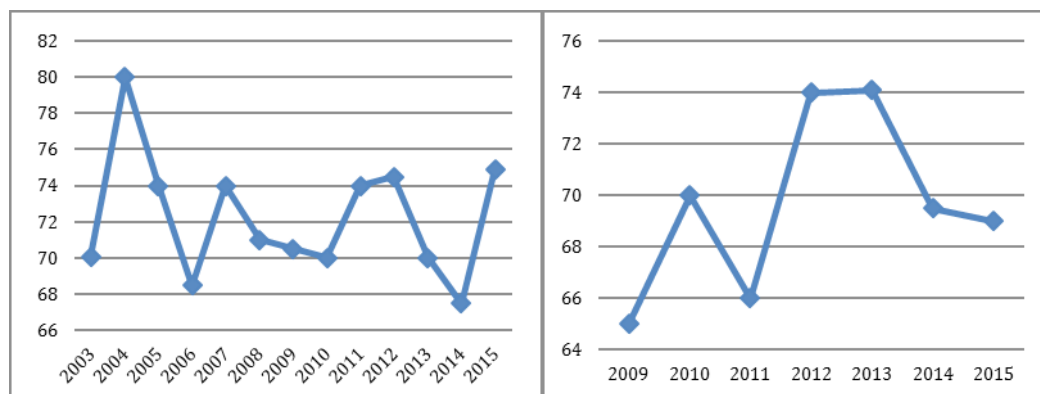


Рис. 3. Загрузка верхнего предела среднего сегмента и среднего сегмента гостиничных предприятий г. Москвы за 2007–2015 гг. за три квартала

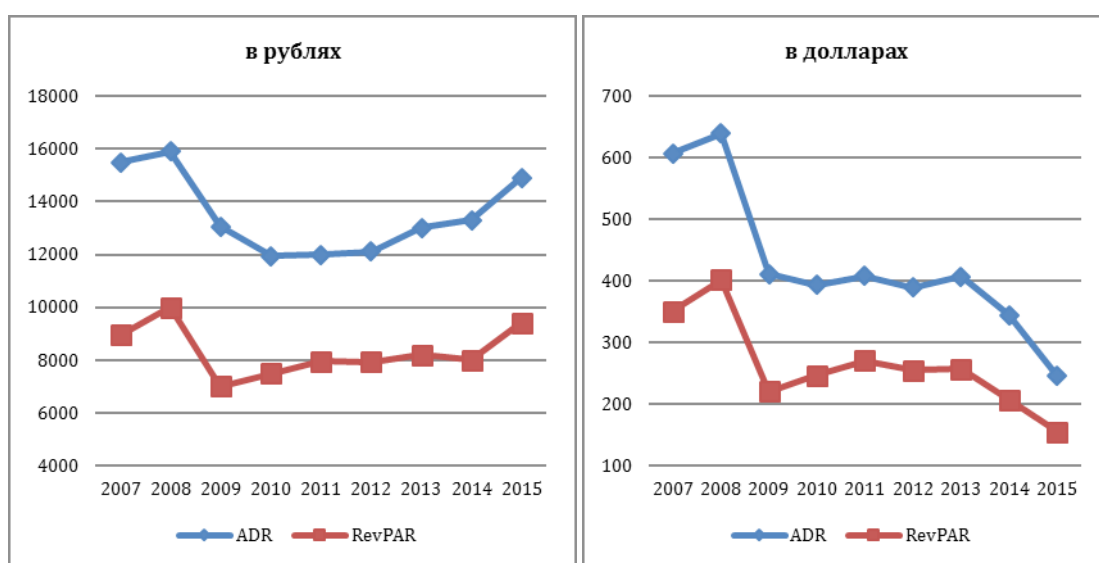


Рис. 4. Средняя цена номера (ADR) и средний доход на номер (RevPAR) в гостиничных предприятиях г. Москвы люксового сегмента в 2007–2015 гг. за три квартала

Анализ динамики показателей ADR и RevPAR в долларах для рассматриваемого сегмента представлен на рис. 5. Из расчета видно, что наблюдается стремительное падение данных показателей на фоне ослабления рубля.

При текущей рыночной ситуации верхний сегмент ощущает серьезное воздействие на свои тарифы (рис. 5). Предприятиям удалось увеличить загрузку на за счет снижения тарифов на 7,4%, что привело в результате к замедлению снижения показателя RevPAR с 10,2% (в 2014 году) до 2,5% в текущем. Проведенный по аналогии с другими сегментами анализ данных показателей в долларах показал, что снижение показателя ADR

в 2015 году составило 41,1% (в 2014 году снижение данного показателя составило 19,3%), а снижение показателя RevPAR в 2015 году — 38% (против 25,8% в 2014 году). То есть картина меняется существенно.

Проведенный анализ гостиничных предприятий г. Москвы верхнего предела среднего сегмента показал, что гостиницы указанного сегмента сосредоточились не только на удержании загрузки, но и на привлечении новых клиентов (рис. 6). Показанное увеличение загрузки было обеспечено за счет снижения цен на гостиничные номера. В результате, гостиничным предприятиям удалось преломить стремительное падение показателя RevPAR

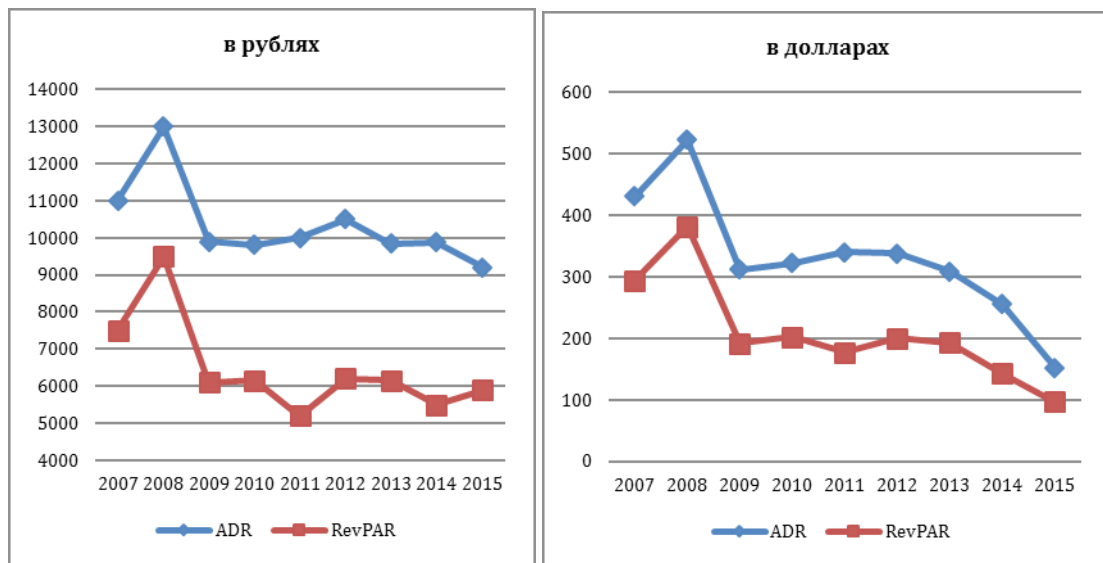


Рис. 5. Средняя цена номера (ADR) и средний доход на номер (RevPAR) в гостиничных предприятиях г. Москвы верхнего предела верхнего сегмента в 2007–2015 гг. за три квартала

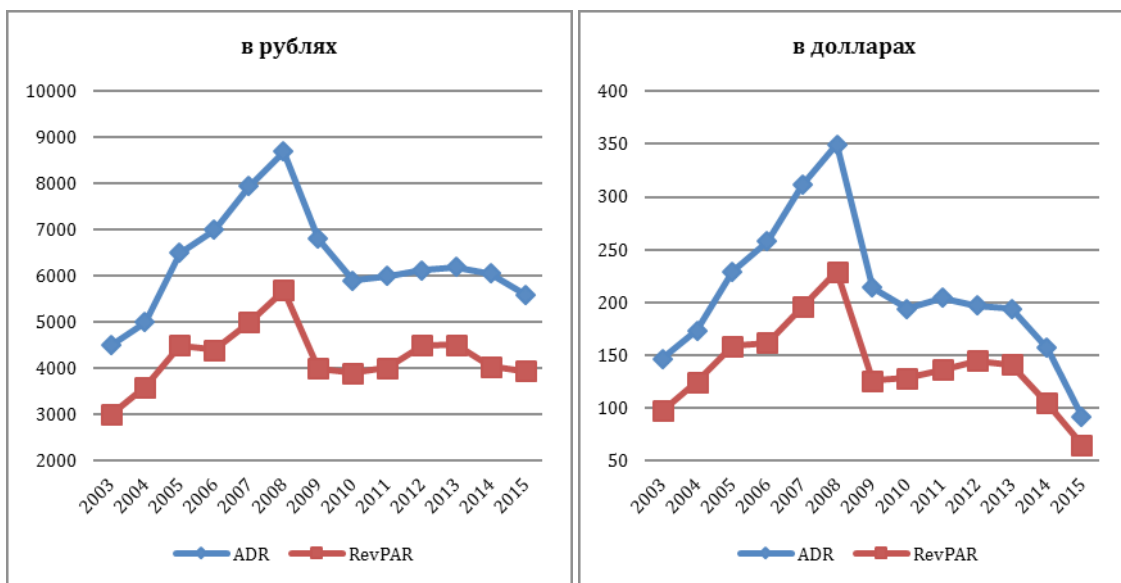


Рис. 5. Средняя цена номера (ADR) и средний доход на номер (RevPAR) в гостиничных предприятиях г. Москвы верхнего сегмента в 2007–2015 гг. за три квартала

в 2014 году (снижение в 2014 году составило 13,6%), показав увеличение на 2,9%. В дальнейшем основной задачей гостиничных предприятий данного сегмента будет трансформация достигнутой загрузки в доход.

Анализируя показатели ADR и RevPAR для гостиничных предприятий г. Москвы среднего сегмента, можно сделать вывод, что с 2013 года наблюдается тренд на снижение обоих показателей (рис. 7). Объясняется это тем, что в период кризиса потребители готовы уйти в более дешевые гостиницы, а для предотвращения спада необходимо было использовать цены в качестве основного рычага привлечения. В результате указанных действий падение спроса было прекращено (снижение

загрузки в 2014 году составило 6,2%, а в 2015 все — 0,7%). Но показатели ADR и RevPAR в долларах показывают общую для всего рынка динамику, а именно снижение. Для данного сегмента падение показателей ADR и RevPAR в 2015 году составило 40,9% и 42,8% соответственно.

В результате проведенного исследования динамики показателей ADR, RevPAR и загрузки можно сделать выводы о том, какие же сегменты пострадают больше, а какие меньше от кризиса. На рис. 8 и 9 представлены данные по изменениям показателей ADR, RevPAR и загрузки для гостиничных предприятий г. Москвы различных сегментов в 2015 году.

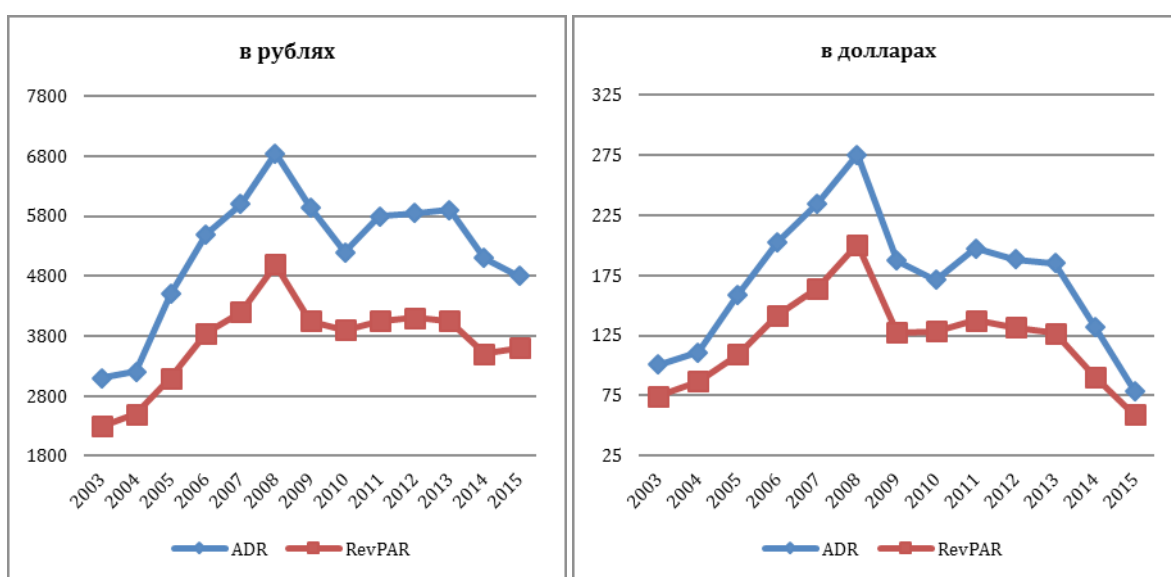


Рис. 6. Средняя цена номера (ADR) и средний доход на номер (RevPAR) в гостиничных предприятиях г. Москвы верхнего предела среднего сегмента в 2007–2015 гг. за три квартала

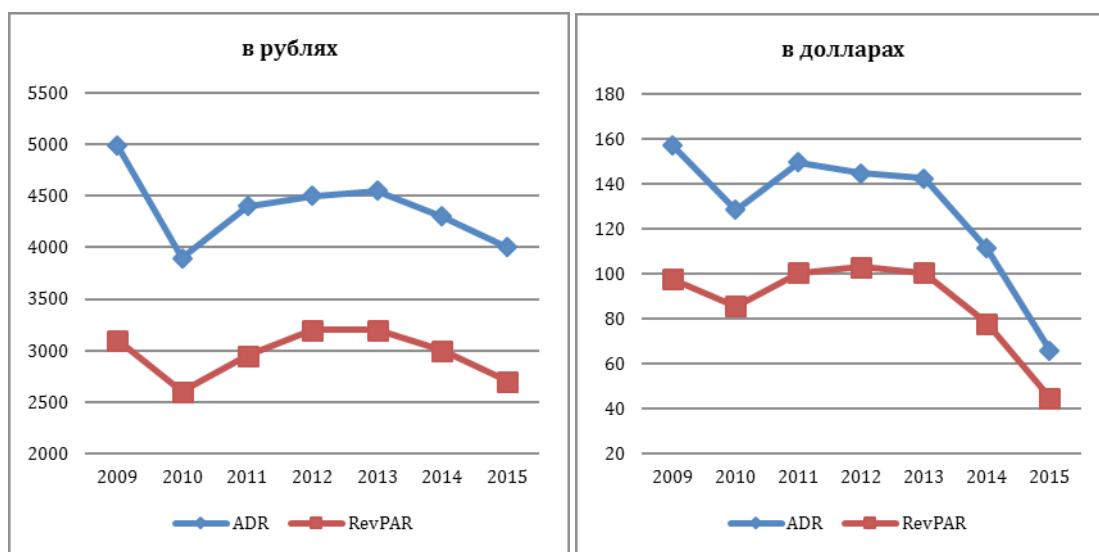


Рис. 7. Средняя цена номера (ADR) и средний доход на номер (RevPAR) в гостиничных предприятиях г. Москвы среднего сегмента в 2009–2015 гг. за три квартала

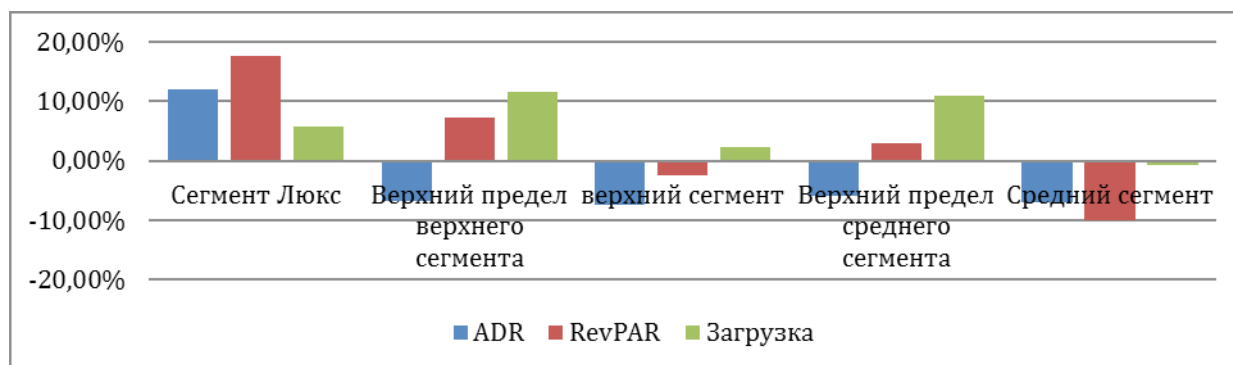


Рис. 8. Изменение показателей ADR (в рублях), RevPAR (в рублях) и загрузки для гостиничных предприятий г. Москвы различных сегментов в 2015 году. за три квартала

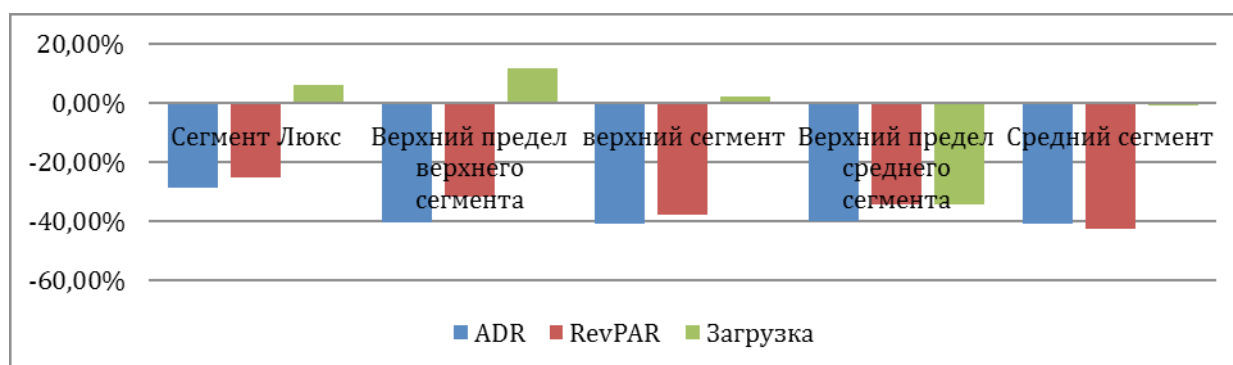


Рис. 9. Изменение показателей ADR (в долларах), RevPAR (в в долларах) и загрузки для гостиничных предприятий г. Москвы различных сегментов в 2015 году. за три квартала

Напоследок необходимо отметить, что в 2015 году в г. Москве в верхнем сегменте были введена в эксплуатацию гостиницы Marriot Новый Арбат вместимостью 234 номера и Standart Hotel с номерным фондом 105 номеров, которые, оказали соответствующие влияние на показатели гостиничных предприятия данного сегмента. В среднем сегменте начала свою работу гостиница Ibis Динамо вместимостью 317 номеров.

Таким образом, гостиничные предприятия г. Москвы активно готовятся к приему гостей на Чемпионат мира по футболу в 2018 году [1]. Для зарубежных гостей гостиницы в настоящее время очень привлекательны с точки зрения цены, но сформировавшийся имидж России не дает пока получить дополнительный спрос со стороны иностранцев. А без высокого спроса со стороны иностранцев гостиничные предприятия не получают толчка к увеличению тарифов.

Литература:

1. Гареев, Р.Р. Анализ гостиничного рынка Республики Башкортостан и перспективы его развития/Р.Р. Гареев // Молодой ученый. — 2015. — № 19. — с. 367–370.
2. Козлов, Д.А. Туристский потенциал Крыма // В сборнике: Тенденции социально-экономического развития регионов. Сборник статей Международной научно-практической конференции. — Уфа, 2014. с. 70–73.
3. Козлов, Д. А., Лайко М.Ю., Попов Л.А. Прогноз развития туристского комплекса Крыма // В сборнике: Роль экономических наук в развитии общества. Сборник статей Международной научно-практической конференции. — Уфа, 2014. с. 61–63.
4. Кошелева, А.И. Анализ развития внутреннего рынка туристских услуг в РФ // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2012. — № 2. с. 68–72.
5. Кульгачев, И.П. Статистика внутреннего туризма в России: состояние и перспективы развития // Международная торговля и торговая политика. — 2014. — № 12 (91). — с. 30–41.
6. Морозов, М. А., Морозова Н. С., Карпова Г. А., Хорева Л. В., Экономика туризма, Учебник/Москва, 2014.
7. Романюк, А.В. Реструктуризация гостиничных предприятий и ее основные этапы // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2013. — № 2. — с. 171–174.

8. Романюк, А.В. Теоретические основы технологий управления доходами // Молодой ученый. — 2014. — № 15. — с. 203–206.
9. Романюк, А. В Динамическое формирование тарифов гостиничных предприятий // Журнал «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция» — 2014 — № IV. — с. 144–148
10. Романюк, А. В Роль экономического и финансового контроллинга гостиничных предприятий // Журнал «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция» — 2013 — № IV — с. 255–257.
11. Романюк, А. В Формирование персональных тарифов для различных сегментов потребителей гостиничных предприятий // Журнал «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция» — 2014 — № III. — с. 184–146
12. Романюк, А.В. Влияние внешних факторов на управление доходами гостиничных предприятий/А.В. Романюк // Молодой ученый. — 2015. — № 23. — с. 650–653.
13. <http://www.jll.ru>

Молодой ученый

Научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 24 (104) / 2015

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.
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.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
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.

Ответственные редакторы:

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Агаев З. В. (Россия)
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)
Игиснинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
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)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я.

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; http://www.moluch.ru/

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 10.01.2015. Тираж 500 экз.

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