

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал

ВЕЛИКОРУССКАГО НАРОДА

ВЪ ЛѢТѢ И ЛѢТѢ СТОЯТЬ

И. И. КОСТОМАРОВЪ

КНИГИ
Українського

И. Костомаров

19

2016

Часть V

16+

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 19 (123) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

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

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

Игнатов Мария Александровна, кандидат искусствоведения

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

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

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

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

На обложке изображен Николай Иванович Костомаров (1817–1885) — русский и украинский общественный деятель, историк, публицист и поэт.

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

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

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

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

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

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

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

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

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

E-mail: info@moluch.ru; http://www.moluch.ru/.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 1.11.2016. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Аржанцев С. А., Капицын В. М., Писарев С. Л., Фролова А. А., Колязина Е. В.

Состав качественных и количественных характеристик результатов интеллектуальной деятельности для оценки результативности деятельности научных организаций..... 437

Беленченкова Т. В.

Адаптация персонала в современной компании 439

Бибики О. И.

Выявление взаимосвязанных компаний при оценке кредитоспособности хозяйствующих субъектов коммерческим банком 441

Вукоча V., Kondrateva S.

Peculiarities of business valuation in hotel industry 444

Гугкаева К. В.

Реклама как инструмент конкурентной борьбы 447

Замбрыцкая Е. С., Ямалетдинова А. У.

Совершенствование существующей методики расчета регулируемых цен (тарифов) в сфере теплоснабжения 449

Зотова Е. В.

Финансово-экономический анализ страховой компании ПСАО «Ингосстрах» 453

Комов М. С.

Роль инноваций в антикризисном управлении 458

Корбанова Л. Р.

Проблемы развития и реформирования налога на доходы физических лиц 459

Котова И. С.

Понятие и ведение личного дела 463

Кощеев С. В., Украинцева И. И., Романов М. С., Мушкина И. А.

Городская среда как системно-локализованное поле взаимодействия образовательной среды и населения 464

Крыжановский О. А., Попова Л. К.

Анализ современных подходов к пониманию терминов «риск» и «финансовый риск» 467

Маткеримова А. М.

Добыча, переработка нефти и газа в Кыргызстане: история и пути их развития 471

Маткеримова А. М.

Роль контроллинга в управлении затратами на предприятии 473

Найденов А. М.

Понятие туризма как сферы экономической деятельности 476

Немчинов О. А.

Методы оценки величины перспективного грузопотока региональной транспортной системы 487

Пашаев Н. А.

Финансовый результат организации и основные направления его использования при анализе развития организации 490

Подлинова Е. Н.

Выявление и анализ проблем по организации внутрифирменного обучения в образовательном учреждении 492

Подшивалова В. В.

Таможенное регулирование импорта сельскохозяйственной техники как инструмент реализации внешнейторговой политики России в условиях ЕАЭС 495

Попова И. В., Ноур М. В.

Анализ первичного рынка жилой недвижимости г. Пензы и области и прогноз его развития 497

Пшеницына Е. И.

Сети как фактор конкурентоспособности компании 501

Рахматулина Е. В.

Взаимосвязь налогового и бухгалтерского учета 505

Ренгольд О. В.

Межбюджетные трансферты как инструмент государственного регулирования бюджетной системы Российской Федерации..... 507

Салиева А. К.

Сравнительный анализ рентабельности строительных организаций..... 510

Серёмина Р. Н. Инновационные процессы как объект инвестирования 513	Спирина С. Г., Климин С. А. Моделирование финансирования спортивных клубов в России 523
Сигарев А. В. Эффективность бизнес-партнерства как фактора повышения конкурентоспособности компании 515	Суворова Ю. В. Управление персоналом в СМК в коррекционной школе-интернате 526
Синицина Д. Г., Берестов Г. В. Изменения в структуре занятости населения Калининградской области в связи с особенностями развития региона 518	Суслов И. В. Криптовалюта как будущее мировой финансово- денежной системы 528
Скобелев К. С. Таргетинговая реклама в социальной сети «ВКонтакте» 521	Устинова Д. А. Особенности циклического развития экономики 530

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Состав качественных и количественных характеристик результатов интеллектуальной деятельности для оценки результативности деятельности научных организаций

Аржанцев Сергей Александрович, кандидат экономических наук, заведующий сектором;
Капицын Вадим Михайлович, кандидат экономических наук, научный сотрудник;
Писарев Сергей Леонидович, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник;
Фролова Александра Александровна, аспирант, научный сотрудник;
Колязина Елена Валерьевна, аспирант, научный сотрудник

Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства (г. Москва)

В статье рассматривается использование качественных и количественных характеристик, описывающих результаты научно-технической деятельности, для оценки результативности деятельности научных организаций. Аспектно приводятся характеристики, описывающие выполняемую научно-исследовательскую работу и характеристики, описывающие полученных в рамках данной НИР результаты.

Ключевые слова: результат интеллектуальной деятельности, качественные и количественные характеристики, учет, оценка, научные организации

Учет результатов интеллектуальной деятельности (далее, РИД) при оценке результативности деятельности научных организаций остается одним из важнейших вопросов. Простой количественный учет результатов интеллектуальной деятельности, полученных научными организациями не дает полной и объективной оценки реальных достижений научных организаций. Следует отметить, что значимость правоохранных РИД при оценке результативности деятельности научных организаций может существенно отличаться от значимости результатов, не подлежащих правовой охране. Вместе с тем даже в пределах одного вида результатов (например, изобретение) различие может носить принципиальный характер.

Для учета особенностей РИД по нашему мнению целесообразно использовать набор качественных и количественных характеристик, всесторонне описывающих получаемые научными организациями результаты.

Примечательно, что такие характеристики можно разделить на две группы. К первой из них можно отнести характеристики, описывающие выполняемую научно-исследовательскую работу (далее, НИР), ко второй — характеристики, описывающие полученных в рамках данной НИР результаты.

К первой группе следует отнести, характеристики, отражающие государственную значимость выполняемой НИР с точки зрения влияния ожидаемых результатов на

экономическое и научно-техническое развитие народного хозяйства. В данном аспекте такими характеристиками должны стать:

- наличие приоритетного направления развития науки, технологии и техники РФ, которому соответствует выполняемая НИР;
- наличие критической технологии РФ, которой соответствует выполняемая НИР;
- наличие государственной программы, которой соответствует выполняемая НИР;
- наличие федеральной целевой программы, которой соответствует выполняемая НИР;
- уровень (федеральный, региональный, муниципальный), на который ориентирована выполняемая НИР.

Очевидно, что перечисленные характеристики могут быть распространены на результаты, полученные при выполнении работы.

Ко второй группе следует отнести характеристики, описывающие непосредственно полученный результат, а именно:

- степень новизны;
- уровень его конкурентоспособности;
- масштаб внедрения на текущий момент времени;
- масштаб значимости;
- широту возможного использования;
- наличие сертификата качества;
- готовность к продвижению на рынок;

- правовую защищенность;
- условия использования;
- уровень соответствия экологическим нормам;
- ожидаемый эффект, в том числе:
 - технического характера;
 - технологического характера;
 - экономического характера;
 - социального характера;
 - экологического характера.

Степень новизны результата, определяемая тем, является ли он принципиально новым (впервые полученным) или представляет собой лишь модификацию ранее полученного результата, говорит о потенциальной перспективности его практического применения.

Уровень конкурентоспособности РИД может быть описан различными категориями в пределах от частичного соответствия полученного результата лучшим отечественным аналогам до его превосходства над лучшими зарубежными аналогами.

Масштаб внедрения РИД характеризует распространенность результата на текущий момент времени, которая может изменяться в пределах от одно-двух до множества предприятий. Однако не исключена и даже вполне вероятна ситуация, когда внедрение на данный момент времени будет отсутствовать.

Масштаб значимости РИД характеризует значимость полученного результата, которая может иметь локальный (местный или внутриотраслевой) характер, региональный, межотраслевой, а в исключительных случаях — государственный и даже мировой характер.

Широта возможного использования в определенной мере корреспондируется с масштабом значимости и может лежать в пределах от специфического (локального) до повсеместного (весьма широкого) внедрения.

Наличие сертификата качества предполагает фактическое получение соответствующего документа на момент формирования сведений о РИД. В случае отсутствия такого сертификата возможен учет данной характеристики в виде более мягкого требования с позиций наличия проведенной экспертизы полученного РИД, подтвержденного экспертным заключением.

Готовность к продвижению РИД на рынок определяется стадией коммерциализации полученного результата. Начальная стадия может характеризоваться только разработкой рабочей документации. Затем результат может быть апробирован в лабораторных условиях, после чего внедрен в производство. В значительной мере коммерциализации результата может способствовать разработка на основе предполагаемого его использования инновационного проекта и в еще большей мере — разработка бизнес-плана. Однако самая высокая готовность к продвижению результата на рынок имеет место в том случае, если уже получен положительный опыт его коммерческого использования.

Степень правовой защищенности РИД определяется этапом оформления правоохранного документа. В соот-

ветствии с проектом формы по учету сведений о РИД выделяются следующие этапы:

- подана заявка на получение патента (свидетельства);
- получено положительное решение правоохранного органа на заявленный результат;
- получен патент (свидетельство).

Особым является случай, когда результат обладает секретом производства (ноу-хау), в связи с чем регистрации в правоохранном органе не подлежит, его получение констатируется приказом по научной организации, где он был создан. Издание приказа равносильно получению правоохранного документа.

Уровень соответствия экологическим нормам учитывается только по результатам, использование которых влияет на состояние окружающей среды. При определении этого уровня следует исходить из того, что нормы предельно допустимой концентрации токсичных веществ могут существенно отличаться по России, странам ЕС и среднемировых значений.

В зависимости от вида полученного результата могут быть выделены и учтены различные виды **ожидаемого эффекта** от использования РИД. В общем случае этот эффект может носить технический, экономический, социальный и экологический характер. Примечательно, что в отличие от рассмотренных выше характеристик, все из которых описывали результат в качественном отношении, **ожидаемый эффект** нередко поддается количественной оценке, в связи с чем в отношении его разновидностей можно говорить о количественных характеристиках.

Оценочными характеристиками ожидаемого технического эффекта могут стать:

- повышение надежности;
- повышение достоверности;
- повышение упругости;
- повышение пластичности;
- повышение долговечности;
- снижение материалоемкости;
- снижение энергоемкости и т.д.

Оценочными характеристиками ожидаемого **экономического эффекта** могут стать:

- повышение производительности труда;
- снижение себестоимости производства продукции и т.д.

Оценочными характеристиками ожидаемого **социального эффекта** могут стать:

- создание новых рабочих мест;
- улучшение условий труда;
- повышение уровня жизни населения;
- улучшение качества жизни населения и т.д.

Оценочными характеристиками ожидаемого **экологического эффекта** могут стать:

- повышение доли улавливаемых загрязняющих атмосферу веществ;
- повышение доли утилизируемых загрязняющих атмосферу веществ;

- снижение сброса загрязненных сточных вод;
- повышение уровня очистки загрязненных сточных вод и т.д.

Наряду с частными характеристиками может быть рассмотрен также **интегральный показатель**, определяющий соотношение затрат и полученного в результате эффекта. Если размер эффекта сопоставим с затратами, то такой эффект может считаться относительно небольшим (малым). Если он превышает затраты в пределах до 5 раз, то может

считаться средним. Если же превышение оказывается еще выше, то эффект может считаться большим (высоким).

Таким образом, использование качественных и количественных характеристик, описывающих результаты научно-технической деятельности, будут способствовать более объективной оценке по части реальных достижений в научной организации, а, следовательно, более полной и достоверной оценки результативности деятельности научных организаций.

Литература:

1. Разработать концептуальные основы интегрированной системы учета результатов интеллектуальной деятельности для формализованной оценки результативности научных организаций РАН: отчет о НИР (промежуточный) / ФГБНУ ВНИИЭСХ; испол.: Бондаренко Т.Г. [и др.]. — М., 2015. — 83 с.

Адаптация персонала в современной компании

Беленченкова Татьяна Вячеславовна, магистрант
Санкт-Петербургский государственный аграрный университет

Состав и структура персонала очень влияют на эффективность функционирования организации в целом. Кто же, если не квалифицированные сотрудники будут качественно и профессионально выполнять свою работу? Именно поэтому на каждом предприятии большое внимание должно быть уделено вопросам отбора и адаптации персонала. Правильно подобрать или отобрать новых сотрудников это 50 процентов успеха, другие 50 процентов — это создать для этих сотрудников наиболее благоприятные условия для адаптации в новом коллективе, для того чтобы удержать их. Ведь зачастую случается так, что большая часть новых сотрудников увольняется на первых месяцах работы. И все это потому, что у организации отсутствует система адаптации персонала.

Трудовая адаптация персонала — взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенном включении работника в процесс производства в новых для него профессиональных, психофизиологических, социально-психологических, организационно-административных, экономических, санитарно-гигиенических и бытовых условиях труда и отдыха. [1]

Мелихов Ю.Е., Малуев П.А в своих работах дают следующее определение адаптации персонала: Адаптация персонала — это включение работника в новую для него организационно-производственную среду; освоение сотрудником требований, норм и ценностей организации и должности; оказание помощи новому сотруднику успешно влиться в организацию, приспособиться к содержанию и условиям работы, новому коллективу. [2]

То, насколько успешно будет протекать адаптация сотрудника на новом рабочем месте зависит от многих условий, наиболее важные, на мой взгляд:

- 1) Качественная система обучения персонала в организации;
- 2) Социально-психологический климат, протекающий в коллективе;
- 3) Психологические черты характера сотрудника, его возраст, семейное положение.

Процесс адаптации может включать несколько этапов: Первый этап — «Ознакомление» — сотрудник изучает принцип работы, знакомится с задачами и целями компании, уставом компании. Для того, чтобы новичок удачно прошел первый этап, ему нужно изучить:

- историю фирмы и ее развитие;
- должностной регламент компании;
- общую структуру компании ;
- установлен ли в компании дресс-код, общие правила, корпоративную культуру и традиции сотрудников;
- знакомство с будущими коллегами;
- правила поощрения (премия, грамота, похвала) и наказания (выговор, строгий выговор, увольнение) сотрудников;
- расположение важных мест (столовые, банкоматы, и др.)

В конце этапа новый сотрудник должен для себя определить подходит ли ему данная компания, и в свою очередь работодатель принимает решение — достоин ли новый сотрудник замещаемой им должности.

Второй этап — «Приспособление» — сотрудник приспособляется в новом коллективе, выстраиваются отношения с коллегами, как личностного, так и рабочего характера. Вопросы, затрагиваемые на втором этапе следующие:

- более близкое знакомство с сотрудниками подразделения;

- рассмотрение непосредственных обязанностей нового сотрудника, разъяснение важности работы;
- качество выполнения работы;
- оценка качества выполнения работы;
- и др.

Третий этап — «Полное приспособление» — здесь сотрудник полностью «вливается» в коллектив, понимает свои обязанности и полностью справляется с ними.

Время, которое занимает каждый из этапов, зависит от личностных качеств человека и от жизненного опыта. Для одних третий этап наступает спустя год, а другие адаптируются уже через несколько месяцев.

На процесс адаптации влияют различные факторы, от которых зависит отношение сотрудника к компании, такие как:

Психологический климат в коллективе. Огромную роль в адаптации играют теплые отношения между коллегами, построенные на доверии друг к другу. Если в коллективе царит комфортный психологический климат и отсутствуют конфликты, то «новичку» гораздо легче адаптироваться.

Замещаемая должность. Данный фактор напрямую зависит от периода адаптации сотрудника. Чем выше должность — тем выше ответственность и тем больше времени понадобится на процесс адаптации в коллективе и наоборот.

Такие показатели как пол, возраст, семейное положение и черты характера так же влияют на адаптацию нового работника.

Большую роль в адаптации нового сотрудника играет то, насколько правильно отдел кадров подобрал соответствующую занимаемую должность и вид деятельности работнику и насколько сотрудник соответствует требованиям на замещаемой должности.

Размер компании. Чем больше компания, тем формальнее отношения между сотрудниками и руководством и тем больше функциональных и информационных связей, освоение которых требует времени и определенных усилий, что сказывается на адаптации. [3]

В каждой фирме адаптация персонала проходит по-своему, но есть несколько, общих принципов ускорения процесса адаптации:

- 1) Как можно быстрее наладить общение с коллегами
- 2) Полностью ознакомиться с принципом работы и понять ее суть
- 3) Стремиться выполнять свою работу быстро и качественно

Придерживаясь этих принципов, адаптация на новом рабочем месте пройдет быстро и не заметно.

Любое руководство должно знать, что для высокой продуктивности работников необходимо создание стабильного и равновесия в профессиональной среде, и достичь этого невозможно без использования различных методов адаптации. Их существует большое количество, но самые интересные, на мой взгляд: наставничество, ротация кадров, командный тренинг,

Очень успешен такой метод адаптации как наставничество. Оно практикуется практически во всех компаниях,

не требует затрат и благодаря хорошему наставнику новичок быстро «вольется» в коллектив. Главная задача компании — выбрать подходящего наставника, с опытом работы, хорошим стажем и на которого можно равняться. Наставник должен быть примером, грамотно излагать свои мысли и правильно обучить работе в максимально короткие сроки. А для того что бы наставник был заинтересован в качестве своей работы можно поощрить его премией.

Еще один интересный метод адаптации — ротация кадров. Это вид повышения квалификации. Ротация подразумевает временное перемещение кадров по должностям внутри организации, что позволяет работникам побыть в разных ролях и попробовать свои силы на новом поприще. Не менее полезно бывает увидеть таким образом свою работу со стороны. Сотрудник в такой ситуации может осознать ошибки и увеличить производительность труда. Метод достаточно эффективен, так как дает определенную встряску сотрудникам.

Командный тренинг — эта методика достаточно сложная в применении, поэтому используется не так часто, несмотря на свою эффективность. В ходе ее реализации сотрудники, предварительно оговорив правила поведения во время тренинга, высказывают накопившиеся претензии и обиды начальству и друг другу.

Это позволяет не только разрешить некоторые недопонимания, но и значительно сплотить коллектив, позволив им узнать много нового друг о друге.

Помимо привычных отечественных методик, компании используют также зарубежный опыт адаптации сотрудников:

Buddying (Баддинг) — наиболее социальный метод адаптации сотрудников к работе. Заключается в взаимоподдержке, взаимопомощи между сотрудниками в достижении их целей.

Преимущества этого метода таковы:

- командные чувства сотрудников упрочняются, улучшаются отношения внутри коллектива;
- сотрудники получают возможность передавать друг другу полученную информацию и опыт;
- появляются возможности для личностного роста работников.

Этот метод помогает победить расслоение кадров, ненавязчиво подводя их к работе на единую цель — цель компании.

Шедоунг. Название говорит само за себя. Сотрудник становится «тенью» другого работника или руководителя отдела. При этом прекрасно видно, каким образом выполняются служебные обязанности. Наставник и его «тень» находятся в равных условиях. Стоит отметить, что неопытный сотрудник не получает никакой оплаты, но имеет возможность выбрать любое рабочее место и должность для такого исследования. Этот метод может развиваться по трем направлениям:

- Обучающийся не имеет опыта и наблюдает за работой опытного сотрудника.

— Обучающийся имеет опыт работы и может участвовать в обсуждениях и работе.

— Обучающийся имеет высокие профессиональные навыки и работает самостоятельно. В этом случае «тенью» является опытный сотрудник, который наблюдает за работой и вносит коррективы по мере необходимости.

Хорошая программа адаптации и ориентации работника на рабочем месте имеет следующие качества: она тщательно спланирована, ее содержание совершенно ясно, роли участников процесса четко определены.

Разработка программы адаптации работника:

1. Составьте список сотрудников, которые войдут в рабочую группу по разработке и внедрению программы адаптации. Целесообразно включить в эту группу линейных руководителей и специалистов отдела кадров.

2. Опишите результаты, которых вы хотите достичь с помощью программы адаптации. Четкие формулировки помогут линейным руководителям понять цели программы.

3. Классифицируйте новых работников по группам. Определите требования к программам адаптации для каждой группы.

4. Составьте список вопросов, обычно возникающих у новых работников.

5. Составьте список действий нового работника во время программы адаптации (испытательного срока), а также список необходимых ему сведений.

6. Разработайте программу первого дня сотрудника.

7. Спланируйте экскурсии по организации, их содержание, время. Назначьте ответственного за их проведение.

8. Определите, каким образом вы представите нового сотрудника остальным членам коллектива, что вы расскажите (напишете) о новичке.

9. Подготовьте комплект печатных материалов, включив в него по необходимости следующие разделы:

— Миссия компании, история компании;

— Корпоративная культура,

— Положение о персонале, внутрифирменные отношения;

— Организационная структура, положение о подразделении, должностная инструкция;

— Технологии работы, техника безопасности;

— Список сотрудников с указанием должности, рабочей комнаты, номера телефона, e-mail;

— Список ответов на наиболее стандартные вопросы новичков, с указанием лиц, к которым можно обратиться для дополнительных разъяснений;

10. Определите необходимость специальных учебных мероприятий по освоению новым сотрудником своих должностных обязанностей.

11. Определите критерии успешности прохождения испытательного срока, варианты его досрочного прекращения.

12. Определите форму предоставления обратной связи от нового сотрудника и его наставника о ходе адаптационного периода (испытательного срока).

13. Разработайте программу подведения итогов испытательного срока и перевода сотрудника в основной штат.

Довольно внушительный список действий. Но как бы ни было тяжело, эти действия необходимо выполнить для повышения эффективности работы компании. [4]

Литература:

1. Л. Н. Иванова-Швец, А. А. Корсакова, С. Л. Тарасова. Управление персоналом: Учебно-методический комплекс. — М.: Изд. центр ЕАОИ. — 200 с., 2008
2. Мелихов, Ю. Е., Малюев П. А. Управление персоналом: портфель надежных технологий Учебно-практическое пособие, 2008 Москва, 177стр
3. Электронный журнал Директор по персоналу/ Факторы адаптации персонала/ <http://www.hr-director.ru/article/66112-qqq-16-m6-factory-adaptatsii-personala>
4. Электронный журнал /HR-Portal сообщество HR менеджеров/ <http://hr-portal.ru/pages/adapt/adapt02.php>

Выявление взаимосвязанных компаний при оценке кредитоспособности хозяйствующих субъектов коммерческим банком

Бибик Оксана Ивановна, студент

Керченский государственный морской технологический университет

Одно из основных и обязательных требований, выдвигаемых банками при оценке кредитоспособности — это выявление взаимосвязанных компаний, анализ их фи-

нансового положения и деловой репутации. Причиной необходимости этого процесса является то, что финансовые кризисы одной из взаимосвязанных компаний де-

лают вероятным появление финансовых кризисов у заемщика банка.

Следует помнить, что в случае, когда консолидация не проводится (бизнес-процессов несколько), т.е. проведенный анализ и изучение информации показывают, что каждый бизнес-процесс самодостаточен и денежные потоки не пересекаются, все равно существует риск «переливания» денежных средств из одного бизнес-процесса в другой. Зачастую причиной становится дефолт, либо финансовые трудности в одном из бизнес-процессов. В связи с этим необходим анализ официальной бухгалтерской отчетности компаний, не консолидируемых в управленческую отчетность, для анализа кредитных обязательств и выручки. Если кредитные обязательства превышают объем выручки, то велика вероятность, что обслуживание данных обязательств будет производиться за счет анализируемого направления бизнеса, в данном случае консолидация всех направлений бизнеса необходима. Рассмотрение при проведении финансового анализа не всех связанных компаний в любом случае несет повышенные кредитные риски.

Сущность кредитных рисков и причины их возникновения рассмотрены в трудах зарубежных исследователей Х. Грюнинга, К. Дидье, К. Роберта, С. Джеймса и др., а также отечественных экономистов: С.Е. Балина, В.П. Буянова, С.Л. Ермакова, В.В. Жарикова, Е.В. Иода, К.А. Кирсанова, Ю.И. Коробова, Т.М. Костериной, Н.С. Костюченко, В.В. Морозова, О.И. Никонина, Е.Ю. Серебрякова, Ю.Н. Юденкова, Л.А. Филиппова.

Центральной проблемой является формирование концепции, системы принципов и методов выявления группы взаимосвязанных компаний, а также комплексного решения проблем анализа финансовых результатов. В научной литературе данный круг проблем рассмотрен достаточно подробно только в отношении составления индивидуальной отчетности, однако проблемы отражения и анализа финансовых результатов группы взаимосвязанных организаций в целом и каждого отдельного ее звена в частности практически не изучены, а тем более проблема выявления взаимосвязанных компаний. Отсутствует единая методика анализа консолидированных финансовых результатов, что связано с отсутствием надежной информационной базы и, следовательно, с проблемами формирования финансовых результатов группы взаимосвязанных организаций.

Все вышеизложенное предопределило написание данной статьи, целью которой является рассмотрение практических процедур и методов выявления взаимосвязанных компаний.

Под взаимосвязанными понимаются организации и физические лица (далее — «лица»), связанные между собой экономически и/или юридически (т.е. имеющие общую собственность и/или взаимные гарантии и/или контролирующее имущество друг друга, а также имеющие совмещение одним физическим лицом руково-

дящих должностей). Связи построены таким образом, что финансовые трудности одного из лиц обуславливают и делают вероятным возникновение финансовых трудностей другого лица (других лиц).

Во всех этих случаях в бизнесе предприятия (предпринимателя) и/или юридически самостоятельных компаний, управляемых одними владельцами, обязательно присутствует перетекание капитала между компаниями/бизнесами.

При анализе потенциального заемщика необходимо всегда проводить консолидированный анализ всех связанных компаний. Но не всегда клиенты предоставляют информацию обо всех связанных компаниях. Поэтому нужно внимательно изучать официальную отчетность потенциального заемщика, где можно найти информацию об этих связях. Если связанные компании пересекаются в бизнесе, то это обычно находит свое отражение в отчетности.

Рассмотрим особенности анализа официальной отчетности при Традиционной системе налогообложения (ТСН) с целью обнаружения связанных компаний.

Источник информации — бухгалтерский баланс. Статьи краткосрочные и долгосрочные финансовые вложения, анализируется счет 58 «Краткосрочные и долгосрочные финансовые вложения» (источник — оборотно-сальдовая ведомость), субсчета: 58.1 «Паи и акции»; 58.2 «Долговые ценные бумаги»; 58.3 «Предоставленные займы»; 58.4 «Вклады по договору простого товарищества». Если на какую-либо анализируемую отчетную дату у предприятия наблюдается движение по данному счету, необходимо запросить расшифровку по этому счету в динамике и первичную документацию (договоры, акции и т.д.). В среде малого бизнеса крайне редко встречаются случаи, когда бизнесмены вкладывают деньги куда-либо кроме своего бизнеса и, тем более, предоставляют займы и одновременно запрашивают кредит в банке. Поэтому в большинстве случаев наличие этого счета свидетельствует о присутствии связанной компании.

Статьи баланса кредиторская и дебиторская задолженность, анализируются счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» и счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» (источник оборотно-сальдовая ведомость). Информация по счетам 60 и 62 всегда запрашивается в разрезе контрагентов и субсчетов в ежемесячной динамике за анализируемый период. Внимательно изучаются все контрагенты: здесь могут находиться как реальные поставщики/покупатели приобретаемых/реализуемых товаров и услуг, так и связанные компании, несуществующие «подставные» компании или фирмы-однодневки, которые предприятие использует для минимизации своей прибыли. Чтобы их обнаружить, во-первых, необходимо узнать о каждом контрагенте: кто это, что у этого поставщика закупается. Зачастую этого бывает достаточно. Во-вторых, нужно особенно внимательно относиться к тем контрагентам, по которым выявлены наиболее крупные обороты или постоянная значительная дебиторская или

кредиторская задолженность. Для этого необходимо обязательно проверить договоры, отследить обороты и побеседовать по ним подробнее. В-третьих, среди контрагентов может фигурировать индивидуальный предприниматель на фамилию одного из учредителей (это может быть не сам учредитель, а его родственник), что также может свидетельствовать о связанной компании.

Статьи баланса краткосрочные и долгосрочные кредиты и займы, анализируются счет 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам» и счет 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам». В большинстве случаев на этих счетах действительно могут отражаться реальные кредиты и займы, которые при анализе необходимо обязательно изучить. Однако в некоторых случаях за займами могут стоять связанные компании. Достаточно распространена практика, когда в целях оптимизации налогообложения официально оформляются займы от связанных лиц. И наоборот, частные займы от сторонних физических лиц или юридических лиц через официальную бухгалтерию не проводятся. Поэтому, если на счетах 66 и 67 фигурирует займ от стороннего физического или юридического лица, то это, скорее всего, займ от связанной компании, и необходимо выяснить все детали такой сделки. В частности, учредитель может внести собственные средства в компанию в виде займа, поскольку не хочет оформлять увеличения уставного капитала, а делает это с целью увеличения кредиторской задолженности для оптимизации налогообложения. Средства такого займа фактически являются собственными средствами предприятия и при составлении консолидированного баланса должны быть отнесены к собственному капиталу, а не к обязательствам компании. Поэтому информация по этому счету запрашивается в разрезе контрагентов и в динамике за анализируемый период, просматривается вся первичная документация (кредитные договоры, договоры займов).

Статьи баланса прочие дебиторы и прочие кредиторы, анализируется счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» (источник оборотно-сальдовая ведомость). К этому счету могут открываться несколько субсчетов, на которых могут числиться различные задолженности (дебиторские и кредиторские). Их также необходимо запрашивать и анализировать в динамике и в разрезе контрагентов и субсчетов.

Счет 79 «Внутрихозяйственные расчеты», субсчет 79.1 «Расчеты по выделенному имуществу». Счет учитывает состояние расчетов с филиалами, представительствами, отделениями и другими обособленными подразделениями организации, выделенные на отдельные балансы — это значит, что у предприятия есть филиалы. Субсчет 79.3 «Расчеты по договору доверительного управления имуществом». Заемщик может как сам передать собственное имущество в доверительное управление, так и получить чужое имущество в доверительное управление. Необходимо точно знать, кому он предоставляет или от кого получает это имущество. Возможно, что это связанная компания.

Кроме балансовых счетов в бухгалтерском учете существуют еще забалансовые счета. Информацию можно просмотреть в справке о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах и пояснениях к бухгалтерскому балансу. При необходимости запросить расшифровку по счетам.

— Счет 007 «Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов» — предназначен для наблюдения за той задолженностью, которая была списана с баланса в результате отсутствия практической возможности ее получения. Тем не менее, такая задолженность учитывается за балансом в течение пяти лет. При наличии на счете списанной задолженности, необходимо получить по ней точную информацию. Это могла быть безнадежная задолженность реальных дебиторов, а возможно — долг, который «простили» связанной компании.

— Счета 008 «Обеспечения обязательств и платежей полученные» и 009 «Обеспечения обязательств и платежей выданные» используются для учета имущества, переданного в обеспечение обязательств, например, в залог. Таким образом, организация обеспечивает сохранность имущества, переданного ей (счет 008), или учитывает то имущество, которое она сама временно передала другой организации (счет 009) в обеспечение обязательств перед ней. Нужно поинтересоваться у заемщика, зачем и за кого выдавались гарантии (поручительства), и, наоборот, кто их предоставил. Иногда, получив ответ на данный вопрос, можно выйти на связанные компании.

Далее рассмотрим особенности анализа официальной отчетности при нахождении клиента на Упрощенной (УСН) или/и Вмененной (ЕНВД) системе налогообложения с целью обнаружения связанных компаний.

При УСН, ЕНВД предприятия не обязаны вести такой же полный учет, как при ТСН. Документации здесь меньше, поэтому «увидеть» связанную компанию сложнее.

Основные источники информации при данных системах:

1. «Книга учета доходов и расходов». При УСН с доходов (6%) в книге фиксируются только доходы, т.е. покупатели (счет 62), самых крупных из которых необходимо проанализировать в динамике по первичным документам (договоры, счета-фактуры, накладные и пр.). Возможно, кто-то из контрагентов — связанная компания. При УСН с доходов, уменьшенных на расходы (15%), в книге фиксируются как доходы, так и расходы предприятия. Т.е. здесь можно увидеть, кроме покупателей (счет 62 при ТСН), поставщиков товаров/материалов/услуг (счет 60, 76 при ТСН), большинство из которых желательно, по возможности, проанализировать.

2. «Детальная выписка о движении денежных средств по расчетному счету». Особенно ее необходимо анализировать при УСН с доходов и при ЕНВД, т.к. здесь можно увидеть хотя бы часть расходов (осуществляемых по безналичному расчету).

3. Договоры с контрагентами. При просмотре договоров с поставщиками/покупателями обращается вни-

мание на адреса (возможно, они расположены в соседнем офисе) и фамилии директоров контрагентов (может оказаться фамилия одного из учредителей). При просмотре договоров с арендодателями/арендаторами также внимательно необходимо просмотреть фамилии.

В любом случае для выявления связанных компаний необходимо:

- запросить и проанализировать бухгалтерские балансы (декларации, данные официального бухгалтерского учета);
- выяснить информацию по кредиторской задолженности, займам, кредитам;
- если Клиент декларирует, что компании ликвидированы, то необходимо получить документальное подтверждение (свидетельство ФНС о ликвидации, договоры/акты продажи долей/акций);
- если компания не ведет деятельности, необходимо получить последний бухгалтерский баланс и проанализи-

ровать его на предмет наличия значительной кредиторской задолженности/кредитов/займов.

Применение вышеизложенных методов позволяет не только выявить взаимосвязанные компании, но и правильно составить консолидированную отчетность. При составлении консолидированного баланса из него исключаются все взаиморасчеты между предприятиями таким образом, чтобы отражалась дебиторская и кредиторская задолженность только по внешним по отношению к группе контрагентам.

В консолидированном отчете о прибылях и убытках объем выручки отражается без учета внутригрупповых расчетов, указывается только чистая выручка, полученная от сторонних контрагентов. Это, в свою очередь, позволяет составить правильное представление о реальном состоянии дел и, соответственно, помогает банку принять решение о кредитовании конкретного заемщика, входящего в группу, с минимальными кредитными рисками.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть первая от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 07.06.2013), часть вторая от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 07.05.2013).
2. Федеральный закон РФ от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».
3. Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ (ред. от 29.12.2012) «О консолидированной финансовой отчетности».
4. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99, утв. приказом Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н.
5. Положение по бухгалтерскому учету «Информация о связанных сторонах» ПБУ 11/2008, утв. приказом Минфина РФ от 29.04.2008 г. № 48н.
6. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по применению плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утв. приказом Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н (ред. от 08.11.2010).
7. Методические рекомендации по составлению и представлению сводной бухгалтерской отчетности, утв. приказом Минфина РФ от 30.12.1996 г. № 112 (ред. от 24.12.2010, с изм. от 14.09.2012).

Peculiarities of business valuation in hotel industry

Bykova Victoria, student;

Kondrateva Svetlana, student

Scientific advisor: Denis Perepelitsa, Candidate of Economic Sciences

Russian Economic Plekhanov University (Moscow)

Currently, during the economic downturn, the need for objective business valuation is especially important. “Making investment decisions is quite difficult in conditions of instability and uncertainty in the modern economy. The causes of uncertainty lie either in the incompleteness (asymmetry) of information, or in the lack of this information. The more information is available to the market entity, the better prediction and decision can be made.” [2]

Valuating businesses in hotels' industry is a subjective process that involves many variables and assumptions. Con-

sequently, the final value or value range can vary greatly from one appraiser to the next. Hence, the posed **problem** of this article is to outline the difficulties in hotels' valuation process within the framework of challenging tourism environment.

The **topicality** of this article is stipulated due to the fact that retrieving the most precise results of valuation in conditions of changing economic situation is a priority for many investors and businesses. As, the distortion of business value may lead to really serious consequences, such as signifi-

cant errors in the management of company, the error when making decisions about investing in the business, wrong decisions regarding selling of buying the company. Especially, accurate business valuation is important for such industries as hotel one, where economic conditions, population incomes, purchasing power, increasing competition have a great influence on each enterprise.

The analysis for problem mentioned above required the implementation of the following stages of work:

- theoretical basis of business valuation process;
- generalization of the most widely used methods of business valuation;
- analysis of the market of tourism services on the examples of the biggest players in the hotel sector;
- business valuation of Mandarin Oriental Hotel Group

Business valuation is deliberate and orderly process of determining true value of the business in monetary terms, taking into account factors influencing the company at the specific point of time and in the conditions of particular market.

Overall, business valuation is conducted for several reasons:

- increasing the efficiency of current enterprise’s management;
- identifying the value of stock in case of buying/selling shares of the company on the stock market. In order to make the right decision and be sure in the choice, it is crucial to estimate business value, attributable to the purchased shares, and calculate possible revenues from the business;
- identification of enterprise’s value in case of its purchase or selling as a whole or partially. For example, when owner decides to sell business, or when one of the members of partnership wants to sell personal stock, it is necessary to estimate market value of the business or parts of its assets. Besides, in the market economy, there is often needed to estimate company while signing a contract that determines shares of co-owners in case of contract termination or death of one of the partners;
- merge, liquidation, acquisition, or creation of independent enterprises from holding require its market valuation;
- building of development business plan. During the process of strategic planning it is crucial to value future revenues of the company, sustainability of business and value of image;
- determining creditworthiness of an enterprise and value of collateral in case of crediting;
- insurance, during which it is necessary to identify value of assets in anticipation of losses;
- taxation, as business valuation is required in estimating a taxable base.

– conducting investing project for business development. In this case, to justify the project, it is necessary to know the original value of company.

The following section analyzes the valuation approaches applied to hotel industry on the example of Mandarin Oriental Hotel Group.

Mandarin is an international hotel investment and management group with deluxe and first class hotels, resorts and residences in sought-after destinations around the world. The Group has grown from a well-respected Asian hotel company into a global brand, with exceptional facilities and people that maximize profitability and long-term shareholder value.

Hotels valuation is complex since real estate is generally rented on a m² basis as it generates cash flows on a m² basis. Whereas, hotels cash flow is generated by rooms, food and beverage, gym, spa, and minor operating departments.

First, sale comparable technique can be applied to hotels’ valuation, although it is not widely used. The following section will discuss the reason behind that.

Sale comparable on a per room basis implies that a potential buyer will purchase a property at a maximum price equivalent to a sale price of the similar property with the same level of utility. In order to find the necessary data for comparisons (e.g. location, service, number of rooms, room pricing, etc.), market investigation should be conducted. The result, however, will only reveal a range of probable values calculated on the basis of market-driven price. In addition, reliable sale sources of data are limited; the environment (location, time) also represents a constraint.

Most frequently the value of hotels is determined by three methods: market approach, income approach, cost approach.

The main part of the article determines the value of Mandarin Group applying all the approaches.

Market business valuation approach typically uses a number of valuation multiples. These multiples compare the business market value with similar measure of other companies’ economic performance in the related industry.

EBITDA is the most common technique. The hotel value is determined by multiplying the EBITDA by the hotel’s multiplier that is calculated based on the hotel’s market, position, and historical performance. Total underlying EBITDA of Mandarin Group including the Group’s share of underlying EBITDA from associates and joint ventures was US \$ 188.4 million as of 2015.

The same measure was taken for Marriott Hotel Group and Hilton Hotel Group, from their annual reports as of 2015, to provide a comparison.

The Mandarin’s multiplier reached 11.00 in 2015 that was significantly higher than the median of its peer group: around 10.57. The company valuation of Mandarin Group

Table 1. EBITDA for the selected Hotels, in million US\$, 2015

	Mandarin	Marriott	Hilton
EBITDA	\$ 188.4	\$ 1,718	\$ 2,879

according to these metrics is way above the market valuation of its sector.

The total Mandarin Group value is: Total Market Value = EBITDA * Multiplier = \$ 188, 400, 000 * 11 = \$ 2, 072, 400, 000

Although Mandarin's multiplier is higher than that for other hotels, the EBITDA falls behind the competitors' results that do not provide the greatest total market value for the Group.

Having conducted the calculations, it could be stated that this approach does not require any implicit data and does not demonstrate major visible constraints.

Moving further, the P/E ratio method is widely used in practice when applying **income business valuation** approach. The P/E ratio is the price per share divided by the earnings per share and shows how many years' worth of earnings are paid for in the share price.

Table 2. Share's price to earnings ratio of the selected hotels, 2015

Criterion	Mandarin	Marriott	Hilton
P/E	20.53	20.47	13.90

In other words, the price earnings ratio shows what the market is willing to pay for a stock based on its current earnings. Companies with higher future earnings are usually expected to issue higher dividends or have appreciating stock in the future. So, Mandarin Group represents a promising investment since it possesses the highest P/E ratio in comparison with other big influential businesses.

The main drawback of the approach is the absence of real total value of the business, since the only result is the comparison of the similar businesses that is not sufficient enough.

Income capitalization is another technique used by income valuation approach. The hotel's value is derived by applying a discount rate for estimated future cash flows. Trading potential and operating results of the property plus terminal value of the asset and risks associated with the investment should be calculated under this technique that represents a challenging case without access to company's databases. However, since time value of money is taken into consideration, the final result would create a realistic and trusting overview.

Finally, **cost approach** tries to determine what it would cost to set up the business if it were being started now. Traditional way of calculating replacement costs does not seem to be the best alternative. In the last decade, technology has advanced and innovations in construction have made building today cheaper than yesterday. Labor cost structure has changed as well as furniture and equipment prices. Also, difficulties in analyzing data of historical hotels, and choosing the most appropriate type of depreciation are limitations of this method. Taking these issues into consideration, the technique proves not to be the one for the most accurate calculation.

To be more or less accurate, the valuation could focus on a company's net asset value (NAV), or the fair-market value of its total assets minus its total liabilities, to determine what it would cost to recreate the business. There is some room for interpretation in terms of deciding which of the company's assets and liabilities to include in the valuation, and how to measure the worth of each.

$NAV = (\text{assets} - \text{liabilities}) / \text{number of outstanding shares}$

As per Consolidated Balance Sheet at 31st December 2015 of Mandarin Hotel, total assets accounted for \$1,882.8 million, while liabilities reached the amount of \$1,231.7 million. The number of outstanding shares made up \$ 1,199.6 million.

So, **NAV for Mandarin Hotel is: $(1,882.8 - 1,231.7) / 1,199.6 = \$ 0.54$**

Net asset values are like stock prices in that they measure the value of one share of a fund. Nevertheless, they give investors just a way to compare a fund's performance with market or industry benchmarks (such as the Standard & Poor's 500 or an industry index), but not a total value itself. So, the difference between assets and liabilities, known as owner's equity could reveal the value of the business. In the case of Mandarin Group, the owner's equity, or the value of the business bases on the cost approach is **\$ 1,882.8 M - \$ 1,231.7 M = \$ 651.1 million.**

An important note is that since the assets are not reported on the balance sheet at their current fair market value, owner's equity appearing on the balance sheet is not an indication of the fair market value of the company.

To conclude, according to JLL's Global Market Perspective Q1 2016, 2015 was marked as the second-highest year on record for hotel transactions globally, topping US\$85 billion and posting 50% growth in 2014. With 2015 surpassing all expectations in terms of the amount of capital flowing into the hotel sector, transaction volumes are expected to reach US\$70 billion in 2016, marking the second-highest level of the cycle. Having such a significant growth, investors will definitely need to evaluate all the potential transactions as precise as possible.

According to calculations above, market valuation approach is based on the officially revealed data that indicates key financial parameter, and the result yields the total value that is easy to interpret and compare, that is why, the method could be ranked as the most preferable valuation approach.

However, it should be noted that to conduct the most accurate and realistic business valuation, especially of such a diversified and capital — intensive industry as hotel market, one needs to understand in depth the market and asset potential as well as hotel specific operation, management, and historical performance.

References:

1. Mandarin Oriental Hotel Group Annual Report 2015/ URL: http://photos.mandarinoriental.com/is/content/MandarinOriental/corporate-15arMOIL?_ga=1.101500229.532567896.1473319373
2. Perepelitsa D. G. “The problem of making investment decisions under conditions of limited information” /Internet magazine «Science of Science» («НАУКОВЕДЕНИЕ») Vol. 7, № 3 (2015) / URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/35EVN315.pdf>
3. ValueAdder, Business Valuation/ URL: <http://www.valuadder.com/glossary/business-valuation-formula.html>
4. Marriott Annual Report 2015/ URL: http://files.shareholder.com/downloads/MAR/2829013031x0x884644/934434D3-0551-4E9D-94EF-687390A5AE6F/2015_AR.pdf
5. Hilton Annual Report 2015/ URL: <http://ir.hiltonworldwide.com/~media/Files/H/Hilton-Worldwide-IR-V2/annual-report/2015-annual-report1.pdf>
6. Google Finance/ URL: <https://www.google.com/finance?q=BKK%3AMANRIN&ei=ByPgV7nPF4HhsAGuv73ABA>
7. Infincials/ Market Multipliers/ URL: <http://www.eurofinancials.com/fe-EN/20028WU/Mandarin-Oriental-International-Limited/market-valuation>
8. JLL’s Global Market Perspective Q1 2016/ URL: <http://www.hospitalitynet.org/news/4074717.html>

Реклама как инструмент конкурентной борьбы

Гугкаева Кристина Вячеславовна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Владикавказский филиал

В статье рассмотрена сущность таких понятий, как «реклама» и «конкуренция». Реклама представлена одним из инструментов конкурентной борьбы. Выявлены пути повышения эффективности рекламы.

Ключевые слова: конкуренция, конкурирующие фирмы, конкурентная борьба, реклама, рекламная деятельность

Ничто так не портит экономику, как отсутствие конкуренции, и ничто так не портит жизнь, как ее наличие.

Наше современное поколение уже привыкло к тому, что рынок успешно регулирует спрос и предложение, следовательно, заставляет производителей производить то, что нужно потребителям.

Конкуренция — это ведущий фактор в этом процессе. Объясняется это тем, что монополист готов продавать свою продукцию по любым ценам, ряд компаний борется на рынке, имея одни и тот же продукт, а значит, покупать будут более дешевые товары и потребитель будет «в плюсе». Наличие конкурирующих фирм порождает такое явление в экономике как конкуренция.

С экономической точки зрения, конкуренция — это процесс взаимодействия, борьбы выступающих на рынке предприятий за наиболее выгодные условия производства [1, с.42]. Их цель — обеспечение лучших условий сбыта реализуемой продукции, при этом удовлетворяя разнообразные потребности покупателей. Также конкуренция регулирует темпы и объемы производства, подталкивая производителя внедрять научно-технические достижения, повышать производительность труда, модернизировать технологию, организацию труда и т.д.

Таким способом, конкуренция вытесняет из производства малоэффективные предприятия, благоприятствует рациональному использованию ресурсов, предотвращает

диктат производителей (монополистов) по отношению к потребителю.

Факт конкуренции — это неотъемлемая часть любого бизнеса. Использование все возможных методов, ресурсов и инструментов компании на рынке оправдывается постоянной борьбой за конечного покупателя [5]. Компании должны вести конкурентную борьбу, ибо они могут потерять долю рынка.

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что конкурентная борьба — это набор определенных действий, направленных на удержание и рост доли рынка компании. Это способ сберечь текущих покупателей и предотвратить возможность переключиться на конкурентов, а в лучшем случае, отобрать покупателей у основных конкурентов компании. В дополнение можно сказать, что эффективное противостояние конкурентам основано на прохождении этапов конкурентной борьбы, куда включаются [3]:

1. Определение целевой аудитории и основных конкурентов на рынке;
2. Определение преимуществ конкурентов и разработка стратегии их укрепления и развития;
3. Утверждение выбранной ранее конкурентной стратегии в отрасли;
4. Разработка тактические приемы для противостояния основным конкурентам.

При этом необходимо учитывать основные правила конкурентной борьбы:

1. не навреди рынку;
2. не навреди себе;
3. работай в рамках закона.

Те действия, которые будут направлены против конкурентов, должны приводить к положительному эффекту, т.е. увеличению объемов рынка, на котором работает ваша компания, должны приводить к увеличению прибыльности вашего бизнеса в долгосрочной перспективе. Необходимо руководствоваться законными средствами конкурентной борьбы и соблюдать правовое регулирование страны.

Конкуренты есть у всех. Это нормально, так устроена экономика. Но то, что они забирают клиентов, доходы, прибыли — это не нормально, с этим надо бороться. Речь идет о методах конкуренции, главным из которых является реклама и рекламная деятельность. Нельзя не брать во внимание и другие методы, такие как усовершенствование качества продукции, «война цен», наращивание до- и послепродажного обслуживания, создание модернизированных товаров и услуг. В данной статье мы рассмотрим рекламу как инструмент конкурентной борьбы.

На сегодняшний день огромное психологическое влияние на сознание человека оказывают средства массовой информации (СМИ). С помощью рекламы можно определенным образом формировать мнение потребителей о том или ином товаре, причем как в лучшую сторону, так и в худшую. Следовательно, реклама является важнейшим методом ведения конкурентной борьбы.

В качестве примера можно рассмотреть такую ситуацию. Пусть большим спросом пользуются овощи не отечественного производителя. Тогда отечественные производители должны принять меры, способствующие его снижению. Поэтому можно использовать рекламу как некоторое средство борьбы и защиты отечественного товара. И возможно, начнутся различные акции в прессе, арбитражные суды, медицинские экспертизы. В результате этих мероприятий спрос на овощи все-таки падает, и люди перестают покупать их.

Реклама — это та информация, которая распространяется любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленная неопределенному кругу лиц и способствующая привлечению внимания к объекту рекламирования, с целью формирования или поддержания интереса к нему, а также продвижение его на рынке [2, с.113]. Говоря об объектах рекламирования, мы подразумеваем товар, изготовителя или продавца товара, результаты интеллектуальной деятельности и иные мероприятия, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Практически все служит для рекламирования торговой марки, даже после покупки. Когда мы выходим на улицу, наш взгляд сразу притягивают огромные баннеры, журналы в кафе, листовки на улицах. Повсеместную рекламу невозможно остановить, в этот процесс втянуто все население Земли.

Занимаясь бизнесом, нам приходится вступать в гонку за внимание, в которой с каждым днем становится все больше участников, а ритм все безумнее. Человек больше 80% информации о внешнем мире получает с помощью зрения, а значит, визуальная информация становится наиболее эффективной.

Мнение, что реклама всегда навязывает товар не всегда оправданно. Чаще всего она позволяет вспомнить конкретную марку либо название товара. В начале, потребитель решает из чего выбирать, а уже затем какой марке отдать предпочтение, на основе своего представления о ней, стереотипа или сложившегося образа конкретной марки товара (услуги). Этот набор представлений, а точнее реакция на него, обуславливается у человека наличием одного из трех типов мотивации — рациональной, эмоциональной и нравственной или их комбинацией [7]. Воздействие на реакцию потребителя обеспечивается с помощью рекламы.

Главную цель рекламы мы уже затрагивали — это увеличение объема реализации товаров и услуг, также необходимо сказать и о манипулировании вкусами людей. Большая часть рекламы носит скорее психологический, нежели информативный характер. Грамотный специалист, работающий в сфере рекламы, понимает, каким образом необходимо подавать товар, где рациональней всего поместить рекламу, а главное, понимает, на какие слои населения рассчитывать, составляя рекламную кампанию для того или иного товара.

Гельвеций говорил: «Требуется гораздо больше ума, чтобы передать свои идеи, чем чтобы иметь их...».

Рассмотрим, к примеру, телевизионную рекламу какой-нибудь марки алкогольного напитка, допустим пива. Нам не говорят ни о цене этого напитка, ни о том, насколько он качественен или вреден. Ролик показывает группу счастливых людей с напитком в руках, подсознательно обращаясь к зрителю: «Пейте наше пиво, будете такими же счастливыми». Естественно, это влияет на подсознание. В связи с этим рекламодатель должен определить определенную реакцию потребителя [4]:

1) «знания — эмоции — действия» — потребители реагируют на рекламу при сопоставлении ее со своими знаниями о преимуществах товара (классический подход);

2) «действия — эмоции — знания» — потребитель делает свой выбор среди товаров, незначительно различающихся между собой, а затем оценивает результаты своей покупки, получая окончательные знания о товаре;

3) «эмоции — действия — знания» — покупатели имеют поверхностные знания о товаре, при его приобретении основываются на эмоциях.

Рекламная деятельность, являясь инструментом маркетинга, используется как с приемами стимулирования сбыта, так и с тактикой индивидуальных продаж или деловых связей.

Финансовые вложения, которые требует реклама, должны быть оправданы, иначе смысла в них нет. Рациональное использование рекламных средств может при-

вести к большему экономическому эффекту, создавая при этом дополнительные рабочие места, которыми являются рекламные агентства, средства информации и т.д.

Эффективность рекламы низкая, этому способствует ряд причин: нет конкретной цели рекламной компании, существуют определенные ошибки сегментации, также проблемой является квалификация сотрудников, работающих с рекламой, нет открытых каналов доступа к потребителю.

Повысить эффективность рекламы можно только в том случае, если знать механизм рекламы, знать, как она работает [1, с.93]. Повышение эффективности рекламы — это гарантия того, что инвестиции в рекламу будут приносить прибыль.

Литература:

1. Васильев, Г. А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 276 с.
2. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: учеб. пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. — М.: ФОРУМ, 2011. — 333 с.
3. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б. Е. Токарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. — 508 с.
4. Ю. Б. Рубин. Конкурентные позиции участников рынка в конкурентной среде. URL: <http://thelib.ru/> (Дата обращения: 14.09.2016 г.)
5. Сущность рекламы в маркетинге. URL: <http://bibliofond.ru.> (Дата обращения: 14.09.2016 г.)
6. Тактика борьбы с конкурентами. URL: <http://powerbranding.ru> (Дата обращения: 14.09.2016 г.)
7. Психологическая безопасность рекламы. URL: <http://bibliofond.ru.> (Дата обращения: 18.09.2016 г.)

Совершенствование существующей методики расчета регулируемых цен (тарифов) в сфере теплоснабжения

Замбжицкая Евгения Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент;

Ямалетдинова Алина Ураловна, магистрант

Магнитогорский государственный технический университет имени Г. И. Носова

Энергетика является базовой отраслью современной экономики, обеспечивающей развитие производительных сил страны и повышение благосостояния всего населения в целом. Исходя из этого, указанная отрасль является стратегически значимой и подлежит контролю со стороны государства.

В настоящее время одним из наиболее эффективных контрольных механизмов, реализуемых государством, является тарифное регулирование. Регулирование цен, посредством установления тарифов, предполагает, что все предприятия энергетического комплекса с определенной периодичностью выполняют расчет тарифов и передают их на утверждения в соответствующие государственные органы.

Важнейшей группой предприятий энергетического комплекса являются предприятия, работающие в сфере теплоснабжения — котельные, ТЭЦ (теплоэлектроцен-

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что реклама — мощный инструмент конкурентной борьбы, способ предложения данного товара, а также право выбора потребителем оптимальных условий производителя. Она не стоит на месте, всесторонне меняясь, обогащается новыми формами подачи информации, приемами, уловками, которые делают ее более адресованной, убедительней. Это способствует росту предложения товара на рынке, также обязывает производителя увеличивать качество продукции и условия его приобретения. Соответственно, достигается развитие здоровой конкуренции при насыщении рынка товарами и услугами.

Без конкуренции рыночные отношения теоретически немислимы, а практически — невозможны.

трали: комбинированная выработка теплоты и электроэнергии) и др. В рамках данной статьи основное внимание будет уделено именно данной группе предприятий.

Расчет тарифов на тепловую энергию осуществляется в соответствии с нормативным документом «Методические указания по расчету регулируемых цен (тарифов) в сфере теплоснабжения» (Приложение к приказу Федеральной службы по тарифам от 13 июня 2013 г. № 760-э). В соответствии с указанным нормативным документом при расчете тарифов в сфере теплоснабжения могут использоваться следующие методы (рис.1).

Важно отметить, что конкретный метод выбирает непосредственно сама организация и закрепляет его в своих внутренних распорядительных документах. Также важно отметить, что указанные методы имеют определенные ограничения в использовании, связанные со спецификой объекта исследования. Сравнительный анализ указанных



Рис. 1. Методы расчета тарифов для предприятий, работающих в сфере теплоснабжения (в соответствии с действующими нормативными документами)

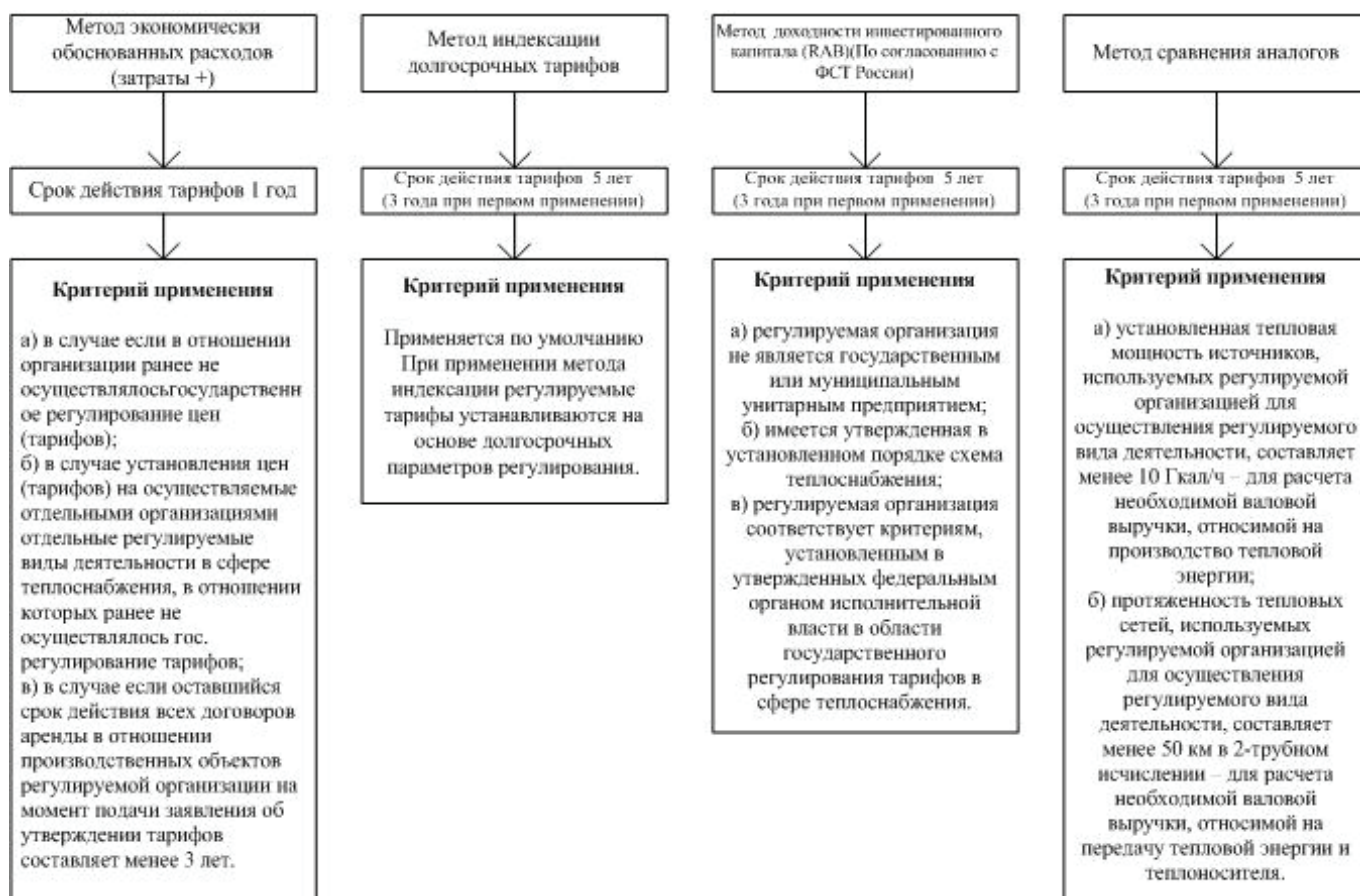


Рис. 2. Критерии использования методов регулирования тарифов в сфере теплоснабжения

выше методов расчета тарифов на тепловую энергию представлен на рис.2.

При установлении тарифов, в независимости от выбранного способа, необходимо учитывать общие принципы их формирования, которые также представленные в анализируемом нормативном документе. Основные принципы формирования тарифов, сформулированные законодателем, представлены на рис. 3.

Наиболее значимым как для действующих, так и для проектируемых предприятий является метод установления тарифов на основе расходов. Однако данный метод имеет ряд нерешенных методических вопросов, представ-

ляющих определенные трудности в условиях реально работающих предприятий теплоснабжения и энергетики в целом [9].

Наиболее критичной для предприятий теплоснабжения, производящих несколько видов энергии (например, тепловую и электрическую), с точки зрения точности расчета тарифов, является распределение общепроизводственных расходов. Критичность обусловлена тем фактом, что ТЭЦ характеризуется комбинированной выработкой теплоты и электроэнергии, т.е. фактически выпускается два вида продукции: 1) тепловая энергия (пар и горячая вода); 2) электрическая энергия.

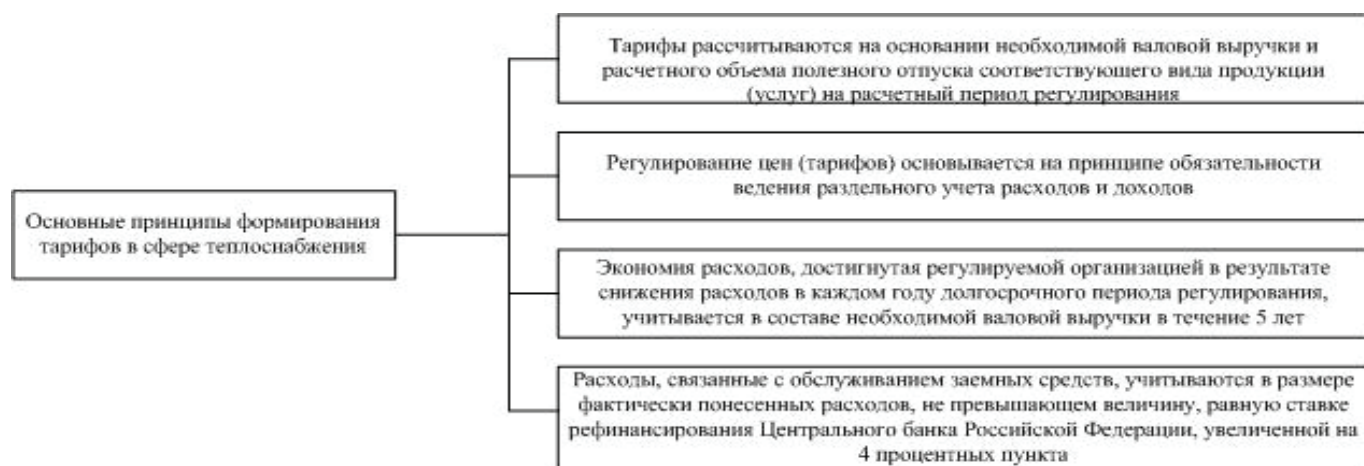


Рис. 3. Общие принципы формирования цен (тарифов)

Таблица 1. Сравнительный анализ существующих методов распределения косвенных затрат [3,7, 8, 13, 15, 16]

№	Название метода	Краткое описание	Примечание
1	Метод прямого распределения	Метод прямого распределения затрат является наиболее распространенным. Согласно этому методу расходы каждого обслуживающего подразделения распределяются непосредственно между производственными подразделениями. Возможен однобазовый и многобазовый вариант использования данного метода.	Основные преимущества: относительная простота и быстрота.
2	Метод последовательного распределения	Стоимость услуг каждого обслуживающего подразделения распределяется как между производственными, так и между обслуживающими подразделениями. Основная проблема состоит в том, с какого подразделения начинать и в каком порядке продолжать цикл распределений. По данному вопросу не существует однозначного мнения. Наиболее распространенный подход заключается в распределении, в первую очередь, затрат того вспомогательного подразделения, которое больше всех прочих работает на другие вспомогательные подразделения.	Метод последовательного распределения является более точным, чем прямой. В настоящее время имеет ряд нерешенных методических вопросов, снижающих точность расчета полной себестоимости и делающих применение данного метода на практике менее эффективным.
3	Метод взаимного распределения: матричный	Данный метод предполагает накопление каждым обслуживающим подразделением затрат других подразделений, услуги которых оно потребляет, далее эти затраты должны быть заново перераспределены. Данный процесс может продолжаться достаточно долго, поэтому этот метод является наиболее трудоемким. Важно отметить, что механизм реализации данного метода на практике может быть различным: 1) матричный; 2) итерационный	Метод взаимного распределения считается более точным по сравнению с методом последовательного распределения, за счет учета взаимных услуг или, так называемых, односторонних связей.
4	Метод взаимного распределения: итерационный		

В настоящее время на большинстве ТЭЦ используют пропорциональный метод распределения указанных расходов. Сущность данного метода состоит в том, что производственные затраты на производство энергии распределяются между отдельными ее видами пропорционально какому-либо признаку (базе). В качестве базы, как правило, могут выступать следующие экономические показатели: цена, фактический объем производства / отгрузки конечному покупателю, плановая себестоимость и др. Затем путем деления затрат на объем произведенной

энергии по каждому ее виду (тепловая или электрическая) определяется ее себестоимость.

Данный подход имеет существенный недостаток — не учитывает встречные материальные потоки между оцениваемыми структурными подразделениями [6, 10]. Указанный недостаток приводит к получению недостоверных результатов расчета полной себестоимости продукции ТЭЦ когенерационного типа. Для преодоления, указанного недостатка необходимо использовать более сложные методы распределения косвенных затрат. Обзор

Таблица 2. Матричная структура расходов

Ресурсы	Расходы на выпуск продукции		Отгрузка на сторону	Итого выпуск	Себестоимость единицы
	П1	П2			
P1	A		–	–	P
P2	B		T	V	C

существующих методов распределения косвенных затрат позволил сделать вывод, что наиболее оптимальным с учетом специфики объекта является матричный метод. Результат сравнительного анализа существующих методов представлен в таблице 1.

Сущность матричного метода состоит в построении матричной структуры расходов, которая представлена в таблице 2 [2, 4, 5, 11, 12, 14].

В таблице 2 использованы следующие условные обозначения:

A — матрица расхода ресурсов, поступающих со стороны;

B — матрица внутреннего потребления;

T — вектор объемов продукции, отгруженных на сторону;

V — вектор валового объема;

P — вектор цен на ресурсы;

C — вектор себестоимости единицы продукции.

Расчет себестоимости в матричном виде будет производиться по формулам 1–2 [2, 4, 5, 11, 12, 14].:

$$A^T \cdot P = (\text{diag}(V) - B^T) \cdot X \quad (1)$$

$$X = (\text{diag}(V) - B^T)^{-1} \cdot A^T \cdot P \quad (2)$$

У рассматриваемой группы предприятий есть ряд особенностей, делающий расчет полной себестоимости традиционным методом (как уже было отмечено выше, традиционным методом для предприятий теплоснабжения является пропорциональный метод или метод прямого распределения (однобазовый)) достаточно проблематичным, а именно:

– собственная электроэнергия может быть использована для поддержания работы оборудования, которое используется в процессе выработки этой электроэнергии. Таким образом, чтобы рассчитать себестоимость вырабатываемой электроэнергии надо знать её же себестоимость, так как она является входным ресурсом.

– такая же ситуация складывается с использованием воды, движущейся по технологической цепочке «Котел — Генерирующая установка — Конденсатор — Котел». С одной стороны, каждый «круг», проделанный водой, закладывает в неё затраты, как минимум, на кон-

денсацию и прокачку по трубопроводу, то есть вода дорожает с каждым циклом. С другой стороны, так как вода потребляется на собственные нужды, возникает циклическая схема — чтобы посчитать себестоимость потребляемой нами воды, требуется знать стоимость входящего ресурса. А так как входящий ресурс — это вода собственного производства, то нужно знать её себестоимость до начала всех расчетов.

– как итог двух предыдущих ситуаций — невозможность определения себестоимости тепловой и электрической энергии, продающихся на рынке, до разрешения всех вышеозначенных противоречий. Именно данное противоречие позволяет решить матричный метод распределения косвенных расходов, так как он ориентирован на учет взаимных услуг.

Общие выводы, полученные по результатам выполненного исследования:

1. Традиционный (однобазовый, пропорциональный) подход к распределению затрат и формированию полной себестоимости продукции современных ТЭЦ не способен определить показатель полной себестоимости с достаточной точностью (для целей тарифного регулирования) при наличии встречных материальных потоков, что является характерной чертой сложных технологических сетей в организациях теплоснабжения.

2. Основная идея предлагаемой методики сводится к использованию математического аппарата матричной алгебры с целью учесть и оценить взаимное влияние центров затрат друг на друга, тарифные последствия для населения и бюджета. Использование матричной алгебры соответствует современным информационным технологиям, используемым в практической деятельности организаций (концепция «электронных таблиц»), что позволит безболезненно внедрить предлагаемую методику в практику оценки тарифных последствий ТЭЦ.

В заключение можно сделать вывод, что распределение косвенных затрат с применением матричного подхода позволяет выполнить более полное и достоверное обоснование тарифов на тепловую и электрическую энергию, что в целом направлено развитие производительных сил страны и повышение благосостояния населения.

Литература:

1. Аткинсон, Э. А. Управленческий учет / Э. А. Аткинсон, Р. Д. Банкер, Р. С. Каплан / Пер. с англ. 3-е изд. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 880 с.
2. Балбарин, Я. Д. К вопросу о возможности применения матричной алгебры для решения задач распределения и перераспределения затрат в рамках управленческого учета / Балбарин Я. Д., Замбрицкая Е. С. / В сборнике:

- Инновации в науке материалы Международной научно-практической конференции. Автономная некоммерческая организация содействия развитию современной отечественной науки Издательский дом «Научное обозрение», 2013. — 121–132.
3. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / М. А. Вахрушина — М.: Омега-Л, 2008—570 с.
 4. Войнова, Е. С. Совершенствование калькулирования себестоимости продукции на основе применения матричного метода / Войнова Е. С., Нечаев И. А. / Актуальные проблемы современной науки, техники и образования № 2, 2011. — 287–289.
 5. Даниленко, Н. И. Матричный подход к распределения косвенных затрат и формированию полной себестоимости продукции / Даниленко Н. И., Замбжицкая Е. С., Балбарин Я. Д. / Международный бухгалтерский учет. № 16 (358), 2015. — 48–60.
 6. Даниленко, Н. И. Методика распределения косвенных затрат и формирование показателя валовых затрат с использованием итеративного алгоритма / Даниленко Н. И., Замбжицкая Е. С., Балбарин Я. Д. / Международный бухгалтерский учет № 48 (342), 2014. — 14–23.
 7. Друри, К. Управленческий учет для бизнес-решений: Учебник / Пер. с англ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 655 с.
 8. Замбжицкая, Е. С. Дистанционный курс «Управленческий учет»: электронный учебно-методический комплекс. Хроники объединенного фонда электронных ресурсов Наука и образование № 11 (78), 2015. — 95.
 9. Замбжицкая, Е. С. Понятие и сущность системы управления затратами промышленного предприятия сравнительный анализ существующих подходов / Замбжицкая Е. С., Калинина Т. В., Щепотьева Е. Ю. / В сборнике: Бухгалтерский учет, финансы и статистика: теория и практика Сборник материалов международного научного е-симпозиума. под редакцией В. Я. Цветкова, 2014. — 23–35.
 10. Замбжицкая, Е. С. Распределение затрат непроизводственных подразделений матричным методом для целей бухгалтерского управленческого учета на примере холдинга RB-GROUP / Замбжицкая Е. С., Мурикова А. Р., Калинина Т. В. / Молодой ученый № 8, 2012. — 96–99.
 11. Замбжицкая, Е. С. Современные системы распределения косвенных затрат в бухгалтерском управленческом учете (Матричный подход) / Замбжицкая Е. С., Балбарин Я. Д. / Актуальные проблемы современной науки, техники и образования Т. 2 № 71, 2013. — 270–272.
 12. Замбжицкая, Е. С. Сравнительный анализ существующих подходов к распределению затрат в бухгалтерском управленческом учете / Замбжицкая Е. С., Балбарин Я. Д. / Ученые записки факультета экономики и права МГТУ № 1 (1), 2012. — 56–60.
 13. Земан, Р. Управленческий учет / Земан Р., Вохозка М., Замбжицкая Е. С., Иванова Н. Е., Пихова М., Попилкова К., Кабоуркова К. / : Магнитогорск, 2015.
 14. Козлова, Т. В. Распределение затрат на предприятиях со сложной технологической структурой с помощью итеративных алгоритмов / Козлова Т. В., Замбжицкая Е. С., Балбарин Я. Д. / Проблемы современной экономики № 3 (55), 2015. — 198–202.
 15. Литвинов, И. А. Современные системы распределения непроизводственных затрат в бухгалтерском управленческом учете / Литвинов И. А., Замбжицкая Е. С., Балбарин Я. Д. / Молодой ученый № 4, 2013. — 258–261.

Финансово-экономический анализ страховой компании ПСАО «Ингосстрах»

Зотова Елена Вячеславовна, магистрант

Научный руководитель: Иванов Д. Ю., доктор экономических наук, профессор
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

Построение инвестиционной стратегии предприятия неразрывно связано с финансово-экономическим состоянием компании. Именно финансовый анализ выступает в качестве инструмента обоснования краткосрочных и долгосрочных экономических решений, эффективности инвестиций, а также позволяет спрогнозировать будущие результаты деятельности компании. Для того, чтобы своевременно отреагировать на изменение во

внешней среде необходимо точно представлять и осознавать сильные и слабые финансовые стороны.

Объектом проведения финансово-экономического анализа является публичное страховое акционерное общество «Ингосстрах» (ПСАО «Ингосстрах»).

Исходной информацией при проведении финансового анализа является бухгалтерская отчетность: бухгалтерский баланс, отражающий имущественное и финансовое поло-

жение организации, и отчет о прибылях и убытках, представляющий результаты деятельности за отчетный период [1].

Сегодня «Ингосстрах» является одной из крупнейших страховых компаний на отечественном рынке, которая предоставляет полный спектр страховых услуг.

Высокую деловую репутацию компании подтвердило Международное рейтинговое агентство Standard & Poor's, присвоив рейтинг контрагента и финансовой устойчивости ПСАО «Ингосстрах» на уровень «BB-», прогноз «стабильный». Также S&P оценивает конкурентную позицию компании как «сильную». Этому способствуют такие факторы, как многолетний опыт работы на рынке, известность бренда, устойчивое положение на рынке автострахования и наличие обширной сети продаж [2].

Анализ финансового состояния предприятия проводится на основе общепринятых в мировой практике методик, который включает в себя:

- анализ ликвидности и платежеспособности;
- анализ финансовой устойчивости;
- анализ рентабельности;

Методика проведения анализа финансового состояния подробно описана в источнике [3].

Анализ платежеспособности показывает на сколько быстро предприятие может погасить свои обязательства за счет собственных активов. Данный анализ заключается в расчете коэффициентов текущей, срочной и абсолютной ликвидности. Их динамика представлена на рис. 1–3.

Анализ платежеспособности показал, что страховая компания ПСАО «Ингосстрах» является абсолютно ликвидной. Компания может покрыть свои текущие обязательства за счет самых ликвидных активов (денежных средств и краткосрочных финансовых вложений), на это указывает то, что коэффициент абсолютной ликвидности во много раз превышает норму. В 2014 г резкое уменьшение показателей ликвидности примерно на 61% связано с тем, что у страховой компании увеличились краткосрочные обязательства по сравнению с 2013 г на 119,14%. Однако, ПСАО «Ингосстрах» осталась полностью платежеспособной, показатель текущей ликвидности превышал норму в 7,44 раза.

Анализ финансовой устойчивости помогает определить степень финансовой независимости компании от заемных средств. В качестве показателей финансовой устойчивости были использованы коэффициенты, характеризующие

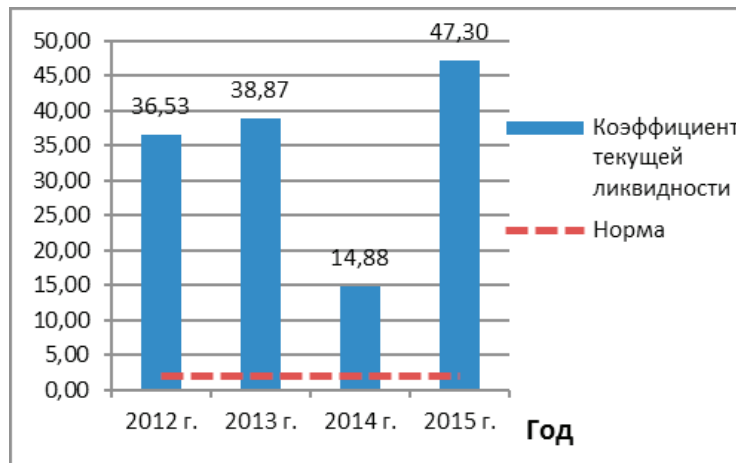


Рис. 1. Динамика показателя текущей ликвидности

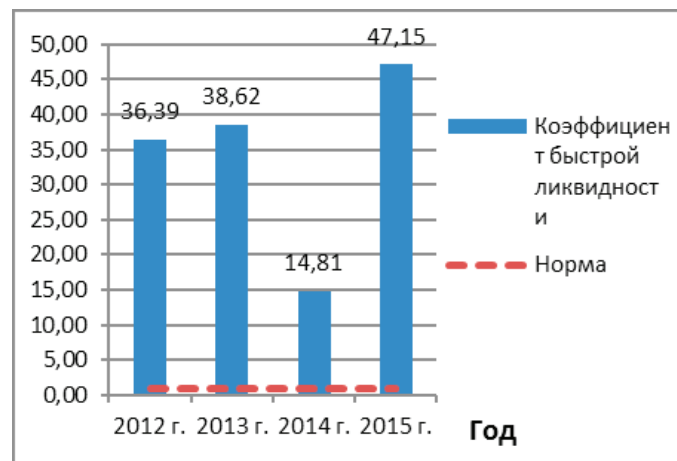


Рис. 2. Динамика показателя быстрой ликвидности

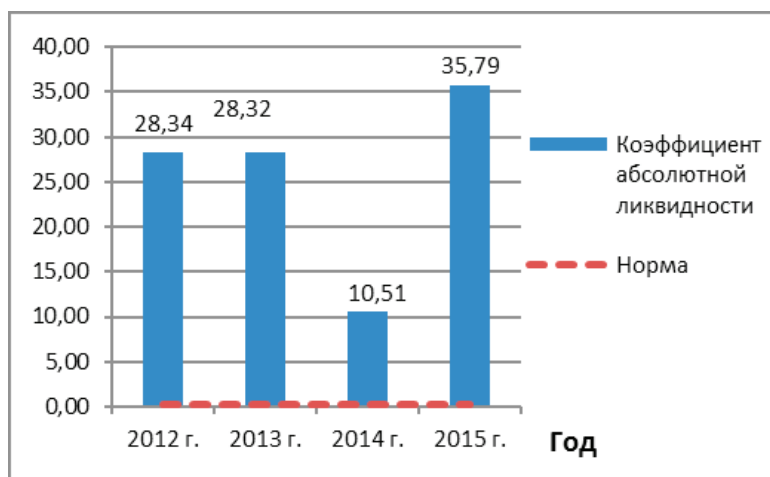


Рис. 3. Динамика показателя коэффициента абсолютной ликвидности

ющие структуру актива и пассива баланса, а также соотношения между отдельными статьями актива и пассива, а именно:

- коэффициент обеспеченности собственными средствами;

- коэффициент маневренности собственного капитала;

- коэффициента автономии.

Динамика показателей финансовой устойчивости приведена на рис. 4–6.

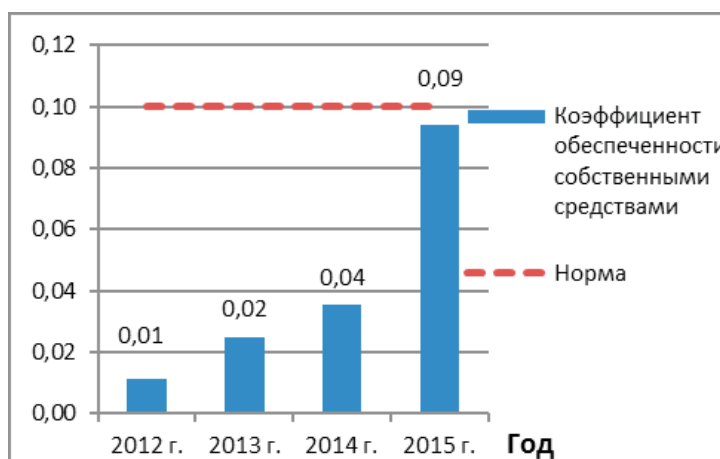


Рис. 4. Динамика показателя коэффициента обеспеченности собственными средствами

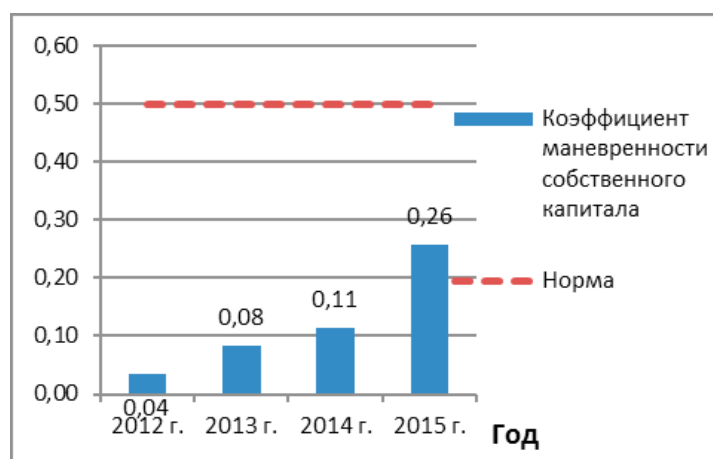


Рис. 5. Динамика коэффициента маневренности собственного капитала

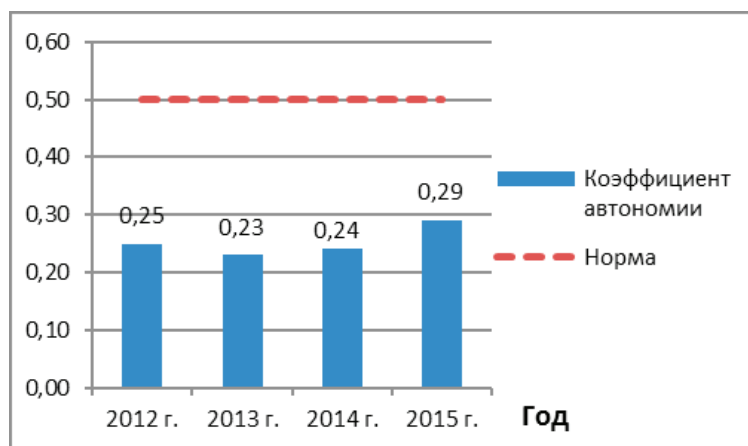


Рис. 6. Динамика коэффициента автономии

Анализ финансовой устойчивости страховой компании ПСАО «Ингосстрах» показал, что у компании недостаточно собственных средств для финансирования текущей деятельности. Как видно из рис. 4 в 2012 г. только 1% текущей деятельности финансировалось за счет собственных средств. Однако, с 2012 года наблюдается рост показателя коэффициента обеспеченности собственными средствами, в 2015 г данный показатель практически достиг нормы. Стоит заметить, что у компании сохраняется достаточно большая зависимость от кредитных организаций, что делает риск невыплаты обязательств и потери финансовой устойчивости высоким.

Коэффициент маневренности показывает какая часть собственных средств используется для финансирования текущей деятельности.

Рисунок 5 показывает, что в 2012 году только 4% собственных средств страховой компании находилось в мобильной форме, а в 2015 году показатель вырос до 26%, однако так и не достиг установленной нормы.

Коэффициент автономии (рис.6) также показывает на зависимость страховой компании от заемных средств.

В 2014 г. ПСАО «Ингосстрах» покрывало только 24% активов за счет собственных средств, а в 2015 г. уже 29%, но данный показатель остался ниже показателя нормы.

Анализ рентабельности характеризует экономическую эффективность работы компании. Для проведения данного анализа были рассчитаны показатели:

- рентабельность продаж;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность имущества.

Их динамика представлена на рис. 7–9.

Анализ рентабельности страховой компании ПСАО «Ингосстрах» показал, что в целом у компании неплохие показатели экономической эффективности.

В 2015 г. на каждый рубль выручки приходилось 17,06 копеек чистой прибыли, на каждый рубль, вложенный в собственный капитал, — 30,00 копеек чистой прибыли, а каждый рубль, вложенный в имущество капитала, приносил 8,61 копейку чистой прибыли.

Увеличение показателей рентабельности относительно 2012 и 2013 гг. произошло за счет увеличения не только чистой прибыли, но и увеличения собственного ка-

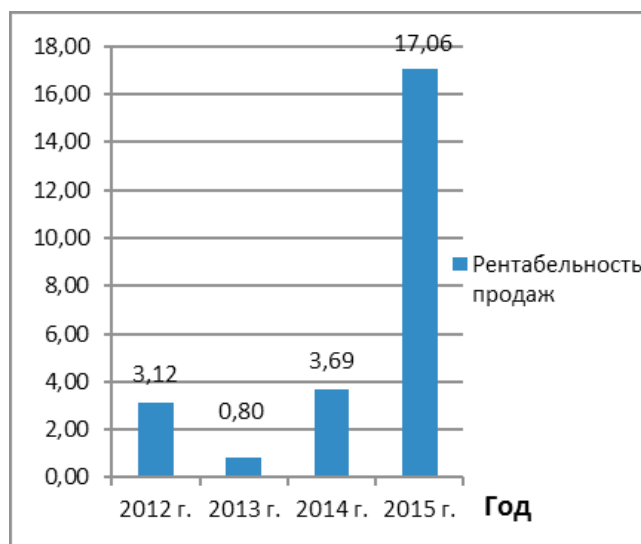


Рис. 7. Динамика показателя рентабельности продаж

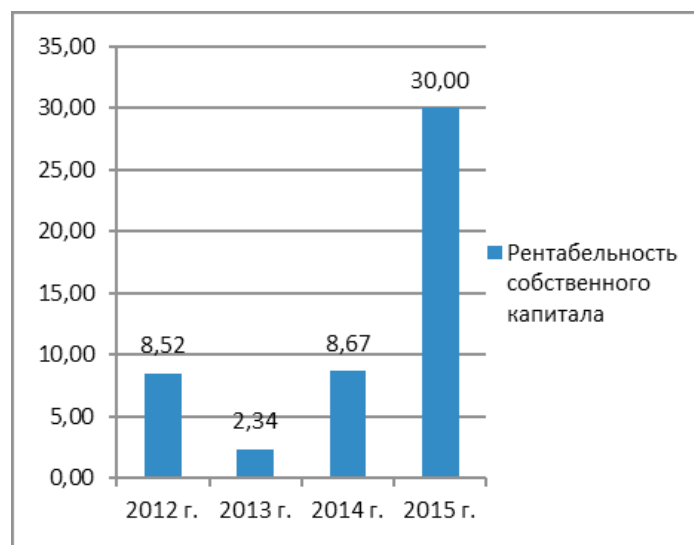


Рис. 8. Динамика показателя рентабельности собственного капитала

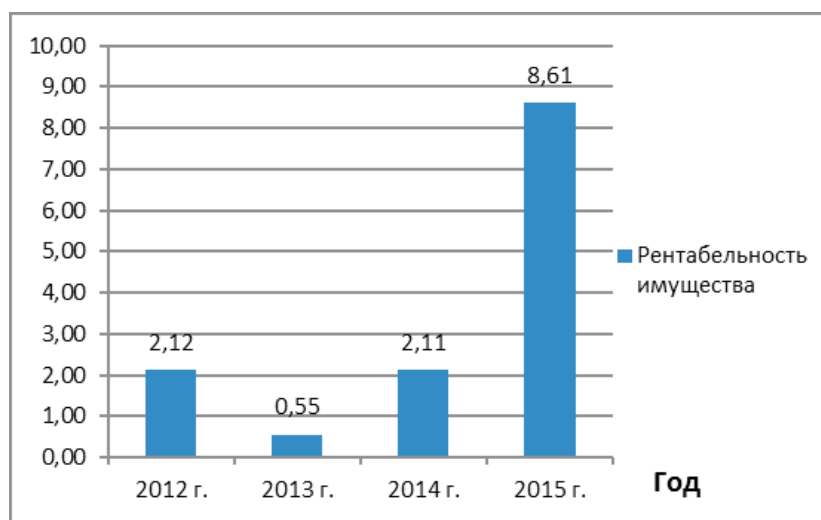


Рис. 9. Динамика показателя рентабельности имущества

питала страховой компании, что привело к снижению зависимости организации от заемных средств, тем самым благотворно повлияв на финансовую устойчивость ПСАО «Ингосстрах».

Анализ финансового состояния страховой компании ОСАО Ингосстрах» показал, что предприятие является абсолютно платежеспособным, т.е. способным своевременно покрыть свои обязательства. Однако при проведении ко-

эффицентного анализа финансовой устойчивости было обнаружено, что значение коэффициента обеспеченности собственными средствами, коэффициента маневренности и коэффициента автономии не соответствуют соответствующим нормам, что говорит о недостаточности собственных средств у компании и большую зависимость от кредитных организаций. Данный аспект необходимо учесть при формировании инвестиционной стратегии ПСАО «Ингосстрах».

Литература:

1. Официальный сайт ПСАО «Ингосстрах» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.ingos.ru
2. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.raexpert.ru
3. Коростелева, Т. С. Антикризисное управление. — Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2013. — 76 с.

Роль инноваций в антикризисном управлении

Комов Михаил Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент
Московский государственный университет путей сообщения Императора Николая II

На любом этапе развития экономической системы существует опасность возникновения кризиса, даже тогда, когда кризис не наблюдается и его фактически нет. Это определяется тем, что в управлении всегда существует риск, что социально-экономическая система развивается циклично, что меняется соотношение управляемых и неуправляемых процессов, изменяются человек, его потребности и интересы.

Если руководство организации не нацелено на освоение новых технологий, позволяющих производить новые виды продукции более высокого качества и с наименьшими затратами, она через определенный промежуток времени рискует стать неконкурентоспособной.

Особенно актуальна эта проблема для экономики нашей страны. Сложившаяся в настоящее время ситуация в российской экономике характеризуется общим спадом производства и конкурентоспособности продукции, снижением заинтересованности большинства товаропроизводителей в проведении инновационных мероприятий, а также практически полным отсутствием у государственных структур целостной инновационной политики.

С другой стороны, кризис в экономике страны усугубляется инновационным кризисом, который проявляется в резком снижении управляемости процессами создания и внедрения новшеств, в отсутствии источников финансирования, в свертывании деятельности исследовательских творческих коллективов. С учетом этого поиск возможных решений проблем управления инновационными процессами становится одной из важнейших задач антикризисного управления.

Вместе с тем характер и особенности развития инновационных процессов определяют не только общая экономическая ситуация, но и закономерности развития, свойственные именно инновационной сфере, исследование которых осуществляется в рамках теории нововведений, начиная с момента ее возникновения. Кроме того, важен такой элемент антикризисного развития, как оценка возможностей эффективного использования в отечественной практике мирового опыта управления в целом и инновационными процессами в частности. [1]

Реализация отмеченных принципов напрямую связана с формированием эффективной системы инновационного управления предприятием, позволяющей ему функционировать, избегая кризисных ситуаций и занимать лидирующие позиции в своей отрасли.

Наибольший вклад в развитие теории инновации принадлежит, по мнению специалистов, австрийскому экономисту Й. Шумпетеру. Он считал, что основу экономического роста составляют нововведения. Но, исходя из теории экономических циклов, за экономическим подъ-

ёмом всегда следует замедление экономического роста и как следствие кризис, одним из источников его преодоления, по нашему мнению, являются инновации.

В условиях общего ускорения научно-технического прогресса, глобализации и интернационализации рынка, усиления конкуренции, которое сопровождается сокращением сроков действия конкурентных преимуществ и необходимостью разделения рынка на сектора, ниши и микросегменты, инновационность становится ключевым фактором успеха, если не единственным средством выживания. А стратегическое управление инновациями — важнейшая задача антикризисной политики предприятия, выполнение которой во многом зависит от качества принимаемых инновационных решений, от возможности находить такие решения, которые организационно и экономически смогут обеспечить достижение поставленной цели по созданию конкурентоспособной продукции. При принятии такого рода управленческих решений следует исходить из особенностей инновационного процесса, отрасли, учитывать степень новизны нововведений, их потенциал, ресурсные возможности предприятия.

Инновационная деятельность связана с привлечением различных ресурсов, основными из которых являются инвестиции и затраты времени на НИОКР и технологическое освоение масштабного производства новой продукции. Проблемой в этом контексте является сложность определения сроков окупаемости инновационных проектов, что в свою очередь порождает невозможность точно определить необходимый объём материальных и иных ресурсов. Особая роль здесь принадлежит управленческому персоналу, его способности разрабатывать и принимать эффективные управленческие инновационные решения. Рассмотрим подробнее этот процесс.

Процесс формирования эффективной системы инновационного управления зависит от уровня инновационного потенциала предприятия — его возможности в достижении поставленных инновационных целей. Реализация этих целей в глобальных масштабах выступает как средство получения достаточно высокой прибыли в долгосрочной перспективе, упрочения, а затем и повышения конкурентных возможностей на рынке, решение кризисной проблемы и проблемы выживания в целом.

На уровень развития инновационного потенциала фирмы оказывают большое влияние факторы, способствующие разработке нововведений: сохранение и расширение производственной базы, сокращение затрат, реализация нужд и предложений потребителя, повышение научно-технического потенциала специалистов; имидж корпорации.

Факторы, оказывающие воздействие на разработку нововведений: высокие затраты, связанные с разработкой и внедрением нововведений, длительные сроки между разработкой нововведения и выходом изделия на рынок, большая неуверенность в успехе, непатентоспособность нововведения, трудности в сохранении доли на рынке, отсутствие необходимых ресурсов и квалифицированных кадров.

Отличительными признаками инновационных предприятий (фирм) являются:

- организация специальной группы, отвечающей за создание новых идей;
- поиск этой группой разнообразных источников информации как внутри, так и внефирменных;
- использование разнообразной современной практики стимулирования творческой активности работников;
- поощрение принятия решений по отбору и внедрению нововведений на коллективной основе;
- четкая стратегия управления нововведениями.

Эти признаки характеризуют организационную направленность фирмы на работу с персоналом и отражают необходимость существования четко сформулированной инновационной стратегии, которая на долгосрочной основе создает необходимые условия для генерирования новых идей.

Особо следует выделить факторы, сдерживающие инновационную деятельность, а в условиях экономического кризиса и вовсе блокируют её. К ним относятся высокая степень физического и морально износа основных производственных фондов, низкая квалификация персонала предприятия, высокая инфляция в стране и величина себестоимости процента.

Инновационная стратегия теснейшим образом связана с принципами предпринимательского управления, она требует от руководителя способности предвидения, личного мужества и реализма, предпринимательского подхода, воображения, инициативности и рациональности. Важное условие управления в сложных системах — способность определения приоритетов.

В литературе различают два основных типа инновационной стратегии:

- адаптивную, когда предприятие использует нововведение как ответную реакцию на изменение рыночную

условий в целях сохранения своих позиций на рынке, т.е. в целях выживания;

— конкурентную, когда нововведение используется в качестве отправного пункта для достижения успеха, средства получения конкурентных преимуществ. [2]

Создание новых инновационных структур — одна из основных задач экономической политики как экономически развитых, так и развивающихся стран. Эти структуры позволяют стабилизировать экономическую ситуацию. Даже в развитых экономических системах они в ряде случаев создаются в период экономического спада, структурной перестройки, сопровождающихся сокращением рабочих мест, уменьшением объемов бюджетных ассигнований на научное развитие, а также в условиях значительного накопления научно-технического потенциала при отсутствии механизма доведения имеющихся идей до конкретного потребителя и достижения коммерческого успеха.

Эффективное управление инновационным процессом требует специальных организационно-экономических механизмов. Это связано с условиями неопределенности, которые характерны для инновационной деятельности. Всегда существует опасность того, что стоимость полученных инновационных решений может оказаться слишком высока, или новая продукция потерпит коммерческую неудачу на рынке. Вероятность неэффективности инвестиций зависит от вероятности коммерческого успеха. Эта проблема может быть решена путем формирования специальной инфраструктуры, поддерживающей инновационный процесс.

Таким образом, инновации в антикризисном управлении, в настоящее время, являются основным элементом и способом воздействия на деятельность предприятия. Они могут иметь абсолютно разные направления, но основная цель будет одна — успешное функционирование предприятия. Инновации в антикризисном управлении могут затрагивать управление предприятием в целом, производство, работа с контрагентами и т.д. Грамотное применение инноваций способно предотвратить кризисную ситуацию, а также послужить неотъемлемой частью при выходе предприятия из кризиса.

Литература:

1. Антикризисное управление. Учебное пособие под ред. Короткова Э. М. — М.: ИНФРА-М, 2002, с. 432.
2. Беляев, А. А., Коротков Э. М. Антикризисное управление: Учебник. — 2-е изд. — ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 311 с.

Проблемы развития и реформирования налога на доходы физических лиц

Корбанова Лейсан Рафисовна, студент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Данная статья посвящена исследованию особенностей финансовых отношений, складывающейся между государством и гражданами представляется важным направлением развития налогообложения доходов фи-

зических лиц. Основные проблемы развития налога на доходы физических лиц автор принимает в разработке направлений, помогающих решить проблемы формирования доходов бюджета. Рассмотрение данной темы представляет особый интерес, так как за последние годы роль налога на доходы физических лиц и его влияние на уровень жизни населения в России изменилась, встал острый вопрос о реформировании данного налога в целях соблюдения справедливости и равенства в налогообложении доходов населения.

В случае если налоговая система страны в области налогообложения доходов граждан не сбалансирована, а население чувствует несправедливость в сфере распределения налоговой нагрузки между различными слоями, то это побуждает его искать различные способы уклонения от уплаты причитающихся налогов. В этот момент времени в минимизации налоговых платежей заинтересованы как работники организации, так и сами предприниматели, и компании. Возникает симбиоз, при котором две различные по своим интересам группы сходятся в своих планах снизить налоговые платежи. Если одни стремятся минимизировать платежи по налогу на доходы физических лиц, то другие не только заинтересованы в снижении перечисления сумм налога, но и в уменьшении страховых платежей во внебюджетные фонды.

Поэтому вопросы, касающиеся исчисления и взимания налога на доходы физических лиц, а также путей и способов его минимизации, становятся весьма актуальными и значимыми.

В России, как и в большинстве стран мира, налог на доходы с физических лиц является один из главных источников доходной части бюджета. Следует отметить, что это — прямой налог на совокупный доход физического лица, включая доходы, полученные от использования капитала. Значение налога на доходы физических лиц для региональной казны велико, он зачисляется в бюджет региона и является одним из основных источников дохода.

По мнению Майбурова И. А. «Налог на доходы физических лиц — основной вид прямых налогов. Исчисляется в процентах от совокупного дохода физических лиц за вычетом документально подтверждённых расходов, в соответствии с действующим законодательством» [2].

М. Н. Соболев писал, что «Налог на доходы физических лиц представляет собой наиболее совершенную форму обложения в финансовой системе, потому что он охватывает чистый доход общества — тот основной источник, из которого платятся вообще все налоги».

По мнению Трошина А. В., налог на доходы физических лиц — это обязательный налог, который вычитается с доходов. Его платят в государственную казну только те лица, кто трудоустроен официально. Налогоплательщиками могут являться как граждане России, так и других стран. Но ставка может быть разной, она зависит от вида дохода, а также от налогового статуса физического лица [6].

По мнению ряда авторов, налог на доходы физических лиц можно квалифицировать как представляющую собой совокупность обложения доходов граждан. Обобщая имеющиеся точки зрения авторов по определению понятия налога на доходы физических лиц, можно сделать вывод, что налог на доходы физических лиц, как совокупность обложения доходов, имеющих обязательный характер. Экономическую сущность налога на доходы физических лиц и его назначение можно оценить, уяснив место этого налога в налоговой системе государства и самой налоговой системы в экономической жизни государства.

Налог на доходы физических лиц является одним из самых важных элементов налоговой системы любого государства. Налог на доходы физических лиц имеет огромное значение для налоговой системы государства и выполняет фискальную, регулирующую и социальную функцию налогообложения. Налог на доходы физических лиц занимает одну позицию в консолидированный бюджет с налогом на прибыль. Поэтому рассмотрим значение данного налога в формировании доходов бюджетов Российской Федерации.

О значении налога на доходы физических лиц свидетельствуют данные о наиболее крупных налоговых поступлениях в консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации за период с 2013 по 2015 год, представленные в таблице 1.

Динамика налоговых платежей за рассматриваемый период была незначительной, и доля налога на доходы физических лиц в доходах консолидированного бюджета Российской Федерации составляла от 18,14% до 17,04%, в среднем не превышая долю налога на прибыль организаций, доля которой составила от 33,20% до 32,82%. Как

Таблица 1. Доля налога на доходы физических лиц в налоговых доходах в консолидированный бюджет Российской Федерации за 2013–2015 гг. в соответствии со статистическими данными, млрд. руб. [5]

Год	Доход всего	Налог на доходы физических лиц	Доля, %	Налог на прибыль организаций	Доля, %
2013	13764	2497	18,14	4569	33,20
2014	15243	2688	17,63	5061	33,20
2015	16467	2806	17,04	5405	32,82
Итого	45474	7991	17,57	15035	33,06

видно из таблицы, максимальную долю в доходах бюджетов субъектов Федерации поступления от налога на доходы физических лиц занимали в 2013 году. В целом за период с 2013 по 2015 год наблюдался спад поступлений от в абсолютном выражении. Кроме того, в последние годы его доля в сформированных налоговых доходах повышалась. За рассматриваемый период поступления от налога на доходы физических лиц формировали доходную часть консолидированного бюджета РФ на четверть, что подтверждает высокую фискальную значимость данного налога в формировании доходной базы бюджетов субъектов Российской Федерации.

Кроме того, невысокие темпы роста поступлений указывают на крайне низкую степень реализации фискаль-

ного потенциала налога. В период с 2013–2015 годов темпы роста поступлений от налога на доходы физических лиц начали увеличиваться, что может быть обусловлено в том числе существенным снижением численности безработных. В совокупности с выявленной ранее значимостью налога на доходы физических лиц в формировании бюджетов субъектов Российской Федерации стратегически важной является реформа, направленная как на повышение фискальной функции налога, так и на повышение его собираемости.

Структура поступлений налога на доходы физических лиц по уровням бюджетной системы Российской Федерации за период с 2013 по 2015 год в соответствии со статистическими данными, представленные в таблице 2.

Таблица 2. Структура поступлений налога на доходы физических лиц по уровням бюджетной системы Российской Федерации за период 2013–2015 гг., млрд. руб. [5]

Период	Доход в консолидированный бюджет субъекта РФ	из него — в доходы местных бюджетов	Поступление от налога на доходы физических лиц в консолидированный бюджет субъекта Российской Федерации	Доля%	из него — поступление от налога на доходы физических лиц в местные бюджеты	Доля, %
2013	8413	1042	2497	29,68	729	69,96
2014	8078	944	2679	33,16	616	65,25
2015	9670	970	2806	29,02	617	63,61
Итого	26161	2956	7982	30,51	1962	66,37

Динамика налоговых платежей за рассматриваемый период была незначительной, и доля налога на доходы физических лиц в доходах консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации составляла от 29,68% до 29,02%, в среднем снижая долю поступления от налога на доходы физических лиц в местные бюджеты, которые составляют от 69,96% до 66,37% от общего поступления налога на доходы физических лиц. Максимальную долю в доходах бюджетов субъектов Федерации поступления от налога на доходы физических лиц занимали в 2015 году. В целом за период с 2013 по 2015 год наблюдался рост поступлений от налога на доходы физических лиц в абсолютном выражении.

Начиная с 2015 года в РФ проходит существенное реформирование в сфере исчисления и уплаты налога на доход физических лиц, его порядок декларирования. Причины этого многообразны. В частности, высокая налоговая нагрузка на предприятия в условиях экономического кризиса вынуждает осуществлять часть выплат персоналу так называемыми «черными» деньгами, то есть не обложенными налогом на доход физических лиц и страховыми взносами. Этот факт оказывает влияние на величину пенсии физического лица и снижает уровень достатка в семье в тот период, когда возможности получения высокого дохода сомнительны. Кроме того, много лет в РФ не применяется прогрессивная шкала налога на доход физических лиц, которая существует во многих странах Европы и США.

Кроме того, экономический кризис привел к снижению заработной платы в целом по стране и к росту безработицы. При этом социальные и имущественные вычеты не увеличиваются на фоне роста цен как на продукты питания, так и на жилье. Поэтому сегодня расходы на содержание ребенка постоянно растут, затраты на приобретение жилья также существенно увеличиваются, что не может остаться незамеченным для бюджета каждой семьи.

С 2016 года компаниям предстоит ежеквартально сдавать новый вид отчетности: расчет по НДФЛ — форма 6-НДФЛ. Такие изменения в главу 23 Налогового кодекса РФ внесли законодатели (п. 1 ст. 80 НК РФ в новой редакции). Устанавливается обязанность налоговых агентов ежеквартально отчитываться о суммах удержанного налога на доходы физических лиц по форме 6 — налог на доходы физических лиц. Сроки подачи такой формы — 30 апреля, 30 июля, 30 октября (ежеквартальные отчеты) и 1 апреля года, следующего за отчетным (годовая отчетность). Также был изменен срок представления формы 2 — налог на доходы физических лиц с указанием невозможности удержать налог на доходы физических лиц в полном размере; теперь такую форму необходимо будет подать в налоговые органы не позднее 1 марта года, следующего за отчетным годом.

Таким образом, государство повышает уровень контроля за начислением и уплатой НДФЛ организациями.

Это безусловно повысит бухгалтерскую дисциплину в отношении соблюдения сроков удержания и перечисления НДФЛ в бюджет государства.

Автором рассмотрены основные проблемы развития налога на доходы физических лиц, которые влияют на благосостояние граждан [3]:

1) Достижение оптимального соотношения между экономической эффективностью и социальной справедливостью налога. Он прежде связан с потреблением, и в той или иной мере он может его стимулировать либо минимизировать. Данная проблема наиболее сложна, так как на общих этапах развития экономики ставится выбор приоритета между социальной справедливостью и экономической эффективностью налога, в соответствии с чем и выбирается шкала налогообложения.

2) Низкий уровень доходов населения нашей страны по сравнению с развитыми странами. Особенно остро стоит проблема в периоды экономического кризиса, когда заработную плату уменьшили у большинства граждан до прожиточного минимума.

3) Применяемые вычеты по налогу на доходы физических лиц. Для налогоплательщика они играют значимую роль в минимизации облагаемых доходов и уменьшении сумм уплачиваемых налогов. Вычет — это часть дохода, которая не облагается налогом. Проблема заключается в том, что не выполняется их основная функция — регулирующая. Большинство граждан не знают о том, что имеют право на ежегодный возврат денежных средств из бюджета государства, а достигается это путем предоставления им налоговых вычетов.

4) Система контроля налоговых органов за чрезмерными доходами физических лиц практически отсутствует. Налоговые органы РФ не могут обеспечить 100%-ю собираемость налогов, так как сама налоговая система недостаточно развита и требует реформирования. В российской практике наблюдается массовое укрывательство от налогов людей, имеющих достаток выше среднего, особенно при сдаче в аренду собственного имущества, незарегистрированной частной практике по образовательной деятельности.

5) Проблема выбора ставок налога на доходы физических лиц. Актуальность решения этой проблемы можно объяснить тем, что именно Налог на доходы физических лиц в основном определяет величину налогового бремени граждан. В данное время активно ведутся дискуссии по вопросу, связанному со справедливостью принятых ставок по налогу на доходы физических лиц. В настоящий момент в России действует 13%-ная плоская ставка, введенная еще в 2001 г. Государственной Думой Федерального Собрания РФ, был предложен законопроект, где рассматривается прогрессивная ставка налогообложения, которая существовала до 1 января 2001 г. Прогрессивная ставка налогообложения — это налоговая ставка, которая возрастает прежде всего по мере роста дохода.

Таким образом, можно сделать вывод, что обозначенные тенденции изменения налога на доходы физиче-

ских лиц направлены на усиление фискальной роли налога в условиях необходимости финансирования растущих государственных расходов, содействие экономическому росту с учетом прогнозируемых кризисных явлений в экономике, а также на стимулирование социально значимых расходов физических лиц. Освобождение от налогообложения отдельных видов доходов, а также увеличение размеров и расширение возможностей использования налоговых вычетов в определенной степени способствуют повышению социальной роли налога, однако, ни в предыдущие периоды, ни в ближайшие годы не планируется принятие мер, направленных на реализацию важной для налога на доходы физических лиц функции распределения национального дохода и сглаживания социального неравенства.

Налог на доходы физических лиц непосредственно затрагивает интересы всех без исключения слоев экономически активного населения страны. Данный налог носит ярко выраженный социальный характер и обладает большими возможностями воздействия на уровень реальных доходов населения, и тем самым на уровень их жизни, посредством системы льгот, ставок налогообложения, позволяя регулировать личные доходы населения. Также налог на доходы физических лиц может регулировать существующий уровень дифференциации доходов населения, уровень налоговой нагрузки на бедное население.

По результату исследования автором предложены мероприятия для решения проблем развития налога на доход физических лиц:

1) Предоставление льгот по налогу на доходы физических лиц. К мероприятию относится расширение перечня доходов, освобождаемых от обложения налогом на доходы физических лиц;

2) Определение возможностей применения прогрессивной шкалы налогообложения с учетом роста доходов налогоплательщика. Кроме того, целесообразно дифференцировать стандартные вычеты по субъектам РФ;

3) Систематизация перечня доходов, освобождаемых от обложения, а также устранение имеющихся неточностей и противоречий, приводящих к неоднозначному толкованию норм;

4) Совершенствование применения имущественных налоговых вычетов по налогу на доходы физических лиц;

5) Увеличение размеров налоговых вычетов. Применяемые налоговые вычеты практически не выполняют свою стимулирующую роль, так как они не учитывают региональные особенности ценообразования;

Рассмотренные изменения направлены на упрощение механизма исчисления и уплаты и, как следствие, на повышение роли в налоговых доходах бюджетов.

Последовательная реализация сформулированных предложений и рекомендаций позволит создать необходимые условия для повышения эффективности и справедливости налогообложения доходов физических лиц на современном этапе РФ.

Литература:

1. Крусс, В. И., Балаж Ф. А. Проблемы конституционализации правового режима налога на доходы физических лиц в Российской Федерации // Конституционное и муниципальное право. 2013. № 10.
2. Майбуров, И. А., Налоговая политика. Теория и практика. Под ред. И. А. Майбурова. М. 2014. — 360 с.
3. Островенко, Т. К. Налоговая нагрузка на предприятие: обобщающие и частные показатели // Аудиторские ведомости, 2014. — 91 с.
4. Титов, А. С. Налоговое администрирование и контроль: проблемы законодательного закрепления и правоприменения — М.: ВК, 2013. — 410 с.
5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы России. — Режим доступа: <http://www.nalog.ru>
6. Трошин, А. В. Сравнительный анализ методик определения налоговой нагрузки на предприятия // Финансы, 2012. — 255 с.

Понятие и ведение личного дела

Котова Ирина Сергеевна, студент

Байкальский государственный университет экономики и права

Понятие и состав личного дела

Личное дело — это совокупность документов, содержащих наиболее полные сведения о работнике и его трудовой деятельности.

Трудовое законодательство не регламентирует состав личного дела. Каких-либо требований, предъявляемых к заполнению личного дела, законодательство не предусматривает. Более того, ведение личного дела работника не является обязательным.

Однако личные дела дают возможность кадровой службе организации своевременно учитывать все документы о работнике, которые можно использовать для определения направления карьеры и профессионального роста работника, своевременного предоставления льгот и гарантий.

Личное дело оформляется после издания приказа о приеме на работу.

Как правило, личные дела ведутся на руководящих работниках, специалистов, материально ответственных лиц. При этом не имеет значения, работает работник в данной организации по основному месту работы или является совместителем, принят ли на работу на неопределенный срок или по срочному трудовому договору.

На работников, в отношении которых при приеме на работу не предъявляются требования к образованию, квалификации, наличию специальных знаний или специальной подготовки (вахтеры, дворники, уборщицы и т. п.), личные дела, как правило, не оформляются.

Вопрос о ведении личных дел не регулируется нормативными правовыми актами, и решение о том, в каких случаях заводить личные дела на работников, принимается самой организацией и регулируется локальными нормативными актами. Состав личного дела определяется локальными нормативными актами организации.

Состав документов, помещаемых в личное дело при поступлении на работу, зависит от того, на какую должность принимается работник, в каком конкретно подразделении он будет работать, какова специфика его трудовой деятельности и т. п.

Первоначально в личное дело группируются документы, оформляющие процесс приема на работу. А впоследствии — документы, характеризующие трудовую деятельность работника (например, аттестационный лист).

В завершение личного дела подшивается копия заявления работника об увольнении по собственному желанию либо другие документы, которые служат основанием для увольнения и копия приказа об увольнении.

Личные дела учитываются как документы «Для служебного пользования», регистрируются в «Книге (журнале) учета личных дел», предусматривающей следующие графы:

- порядковый номер дела;
- фамилия, имя, отчество работника;
- дата постановки дела на учет и дата снятия с учета.

После увольнения сотрудника его личное дело извлекается из папки и оформляется для передачи на хранение, а освободившаяся обложка используется для помещения личного дела нового работника.

Личные дела могут выдаваться для ознакомления только работникам, занимающим определенные должности, и работнику, на которого заведено личное дело.

При работе с личным делом, выданным для ознакомления, запрещается производить какие-либо исправления в ранее сделанных записях, вносить в него новые записи, извлекать из личного дела имеющиеся там документы или помещать в него новые и разглашать содержащиеся в нем конфиденциальные сведения.

При извлечении каких-либо документов из личного дела по указанию руководителя предприятия во внутренней описи делается соответствующая запись. В от-

деле кадров хранятся личные дела только на работающих. Личные дела уволенных работников хранятся в архиве. Исключением является оформление приема на работу государственных служащих, на которых в обязательном порядке заводятся личные дела (Федеральный закон от 27.07.04 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации». Состав личного дела госслужащего регулируется Указом Президента РФ от 30.05.05 № 609 «Об утверждении Положения о персональных данных государственного гражданского служащего Российской Федерации и ведении его личного дела».

Процедура ведения личного дела

Законодательное регулирование ведения личных дел в организациях различных организационно-правовых форм в настоящее время отсутствует. Исключение составляют федеральные органы исполнительной власти, которым закон предписал обязательное ведение личных дел, определил состав документов и порядок их расположения в личном деле государственных гражданских служащих, о чем будет сказано ниже.

Специалистов кадровых служб интересуют пять вопросов, касающихся личных дел:

- обязательно ли вести личные дела?
- на какие категории работников их заводить?

— какие документы помещать в личное дело?
— в какой последовательности располагать документы в личном деле?

— как передавать личное дело на архивное хранение?

Отсутствие правовой базы по ведению личных дел привело к тому, что руководство негосударственных и бюджетных организаций самостоятельно решает, необходимо ли вести личные дела, а также на работников каких категорий их заводить. Необходимость ведения дел может быть зафиксирована или в правилах внутреннего трудового распорядка, или в инструкции по кадровому делопроизводству, или в приказе руководителя организации.

Есть компании, в которых личные дела не ведут. Поскольку личное дело необходимо руководству и специалистам кадровых служб как справочник о трудовой деятельности конкретного работника, копии всех документов помещают в отдельный файл после личной карточки формы Т-2, которая в обязательном порядке заводится на каждого сотрудника.

Руководство организации может принять решение о ведении личных дел на всех работников, должности которых включены в штатное расписание, — от уборщика служебных помещений до генерального директора. Наиболее оптимальным представляется ведение личных дел на работников трех категорий: руководящий состав, специалисты, материально ответственные лица.

Литература:

1. Личные дела сотрудников компании: как правильно оформлять, вести и хранить: Ю.М. Михайлов — М., Берлин: Директ-Медиа, 2014—160 с.
2. Электронное офисное делопроизводство: учебник: В.В. Персианов, Е.З. Киреева, М.Н. Казакова — М., Берлин: Директ-Медиа, 2016—326 с.
3. Личное дело работника [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.bizneshaus.ru/L_delo.html.
4. Как оформить личное дело работника [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.buhgalleria.ru/article/n110720>.
5. Образец грамотного оформления личного дела сотрудника [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://hardcorecase.ru/biz/personal/lichnoe-delo-sotrudnika.html>.
6. Правила формирования и оформления личного дела сотрудника [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/pravila-formirovaniya-i-oformleniya-lichnogo-dela-sotrudnika>

Городская среда как системно-локализованное поле взаимодействия образовательной среды и населения

Коцеев Станислав Викторович, кандидат экономических наук, доцент;
Украинцева Ирина Ивановна, кандидат технических наук, проректор;
Романов Максим Сергеевич, кандидат экономических наук, директор;
Мушкина Ирина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент, зав.кафедрой
Сочинский государственный университет

В статье рассматривается значение университетов, как точек образовательного потенциала влияющих на развитие города и подготовки качественных кадров для экономики и общества. Освещена важность образовательной деятельностью в связи с принятием профессиональных стандартов.

Ключевые слова: городская среда, непрерывное образование, образовательный потенциал

В последние десятилетия в России интенсивное развитие урбанизированных территорий неизбежно повлекло значительный отток сельского населения в города. Согласно статистике, более 50% мирового населения на данный момент живет в городах; к 2025 г. доля городского населения возрастет до 60%. В России этот рубеж уже пройден и составляет 74% [1]. Этот факт обусловил актуальность мониторинга и всестороннего исследования урбанистической среды и ее влияния (как позитивного, так и негативного) на человека. С одной стороны — очевидно превосходство жителей городских территорий перед сельским населением по множеству показателей уровня и качества жизни, к числу которых можно отнести более высокий уровень оказания услуг в сфере здравоохранения, развитость транспортной инфраструктуры, комфортность жилья и т.д. С другой стороны — проживание человека на урбанизированной территории негативно сказывается на его физическое и психоэмоциональное состояние. Высокий уровень загрязнения атмосферы и водных ресурсов, повышенный радиационный и шумовой фон, повышенный темп жизни, концентрация больших масс людей, преступность и прочие «раздражители» снижают уровень активности человека, зачастую нивелируя позитивное влияние городского комфорта.

Важнейшим стратегическим фактором устойчивого развития города в современном мире становится формирование зон высокоорганизованной урбанистической среды жизни (концентрация современной городской инфраструктуры, информационных каналов и технологий, экологически благоприятных условий жизни, образовательная среда, транспортная доступность к столице, крупным региональным центрам и городам мира и пр.).

Социальное развитие в городах — часть социального развития в системе общественного целого, оно детерминировано обществом. В то же время социальные процессы в городе имеют свою специфику, закономерности, вызванные теми процессами, которые являются частью, подсистемой социума.

Социальная инфраструктура создает предпосылки для воспроизводства рабочей силы, следит за здоровьем и образованием, поддерживает культурно нравственный потенциал людей. Высокий уровень развития социальной инфраструктуры, образовательной среды, комфортные экологические условия позволяют привлекать молодых людей из других регионов, что в конечном итоге позволяет городу получать высококвалифицированных специалистов. И наоборот, неудовлетворительные условия жизни способствуют «утечке» квалифицированных работников и образованного населения из города, что сказывается на эффективности производства, культурном потенциале городах [1].

В свою очередь стремительная интенсификация и компьютеризация производства требует от работников новые расширенные и постоянное обновляющиеся знания, что трансформирует совокупность потребностей с включением

в них непрерывного образования (как базисной, эволюционирующей в количественном и качественном аспектах). Формирование образовательной среды для городского населения, в том числе развитие университетов (даже университетских кластеров), приобретает особую значимость, так как иметь в городе образовательный центр, направленный на постоянное развитие и обучение населения для повышения профессиональных навыков и адаптации к быстро меняющимся потребностям рынка труда. Так наличие качественных кадров и приток финансовых ресурсов дает возможность урбанистическим системам развиваться более высокими темпами. Урбанистическая система как феноменологическая совокупность, связанная причинно-следственной зависимостью с урбанистической средой, не может исключать экономического аспекта, приобретающего большое значение в связи с различием имеющихся в наличии ресурсов (вовлекаемых в производственную деятельность в качестве факторов производства), которые определяют возможность и варианты хозяйственного развития территорий [2, с.59].

У каждого индивида и общества в целом есть система ценностей и целей, а также мер, при помощи которых можно их достичь. Образование является неотъемлемой частью каждого участника гражданского общества, именно образование формирует личностную культуру каждого человека. А образовательная политика является инструментом, регулирующим этот процесс в целом.

Город, как урбанистическое образование, выступает воспитывающей и образовательной средой — это, согласно исследованиям представителей многих научных областей, аксиома. Загадкой (в терминологии Б. А. Ланина) является то, как город осуществляет этот процесс, превращая людей «из безликого населения в полноправных и ответственных граждан» [2, с.125]. Педагогический потенциал города тем значительнее, чем полнее осуществляется реализация его возможностей через содержание, формы и методы образовательной деятельности, событийности. В этом контексте возможен процесс создания креативных «островков» среды, периодического воспроизводства желаемых «эталонов», чтобы не потерять образцы, передать (даже без претензии на тиражирование, хотя бы только передать) в пространстве и времени.

Рассматривая современные университетские образования как точки концентрации образовательного потенциала города, следует рассмотреть складывающиеся тенденции выстраивания непрерывной цепочки взаимодействия школа-колледж-университет. Причем университет, как конечное звено должен взаимодействовать с населением в течение всей жизни ориентируясь (а в идеале опережая) на образовательные потребности взрослого населения, предоставляя программы профессионального обучения/переобучения для формирования у человека необходимых компетенций для профессиональной деятель-

ности. Вторым направлениям должна стать социальная составляющая работы с взрослым населением, направленная на проведение адаптационного обучения к урбанистическим условиям современного города — обучение компьютерной грамотности, обучение использованию потенциала электронного правительства и т.д. Одним из направлений повышения на пример экономической грамотности проводить воскресные открытые лекции для населения города с возможностью более глубокого изучения на курсах дополнительного профессионального образования.

Следует отметить, что университеты выступают не только в роли образовательного центра, но и в роли социально-ориентированного комплекса, где наряду с образовательной деятельностью, могут предоставляться и другие услуги населению: проведение спортивных, оздоровительных мероприятий; выступать в роли экспертного центра; пропаганда научной деятельности.

В зависимости от размера города и административного значения в роли образовательных точек роста могут выступать несколько университетов, каждый из которых ориентирован на специализированный сектор. Как правило такая ситуация типична для столиц субъектов Российской Федерации. В данном случае у населения есть выбор среди нескольких университетов для определения наиболее подходящего под свои потребности.

Однако существует много примеров когда в городе имеется один университет (в данном случае не рассматриваем филиалы и коммерческие образовательные учреждения, так как у них нет широты охвата и ресурсов для достижения поставленных целей перед образовательным центром) и он должен учитывать специфику всего населения, проживающего в городе при подготовке и создании траектории своего развития. Иногда складывается ситуация когда есть потребность в повышении квалификации определенной категории работников, но в силу их малочисленности экономическая целесообразность их обучения для университета низка или вообще имеет отрицательное значение. Получается двоякая ситуация когда университет может обучить, но не имеет экономической возможности, а работодатель не желает нести дополнительные расходы для отправки сотрудника на обучение в другой город. В данном случае университет может выступить проводником между университетом из другого региона и работодателем для организации обучения работников с применением современных технологий или использовать другие формы взаимодействия.

Особо роль университетов возрастает в настоящее время, так как в нашей стране в последние двенадцать лет производительность труда выросла на 59% (данные Минэкономразвития России), тем не менее, она

и в 2014 году составляла всего лишь 39% от производительности труда в США. В данной сфере в России ситуация будет ухудшаться в связи с ожидаемым в ближайшие годы снижением числа трудоспособного населения (из-за демографической «ямы» 1990-х).

Таким образом, правительство РФ одной из своих приоритетных задач на ближайшую перспективу назвало повышение производительности труда. В этой связи «разработка, внедрение профессиональных стандартов и подготовка специалистов в соответствии с требованиями данных документов становится чрезвычайно актуальной проблемой» [3, с.253].

При этом успех реализации новых стандартов будет зависеть от того, насколько заявленная квалификация станет соответствовать требованиям рынка труда. Основные задачи по переподготовке и повышению квалификации профессиональных кадров возлагаются на дополнительное профессиональное образование (ДПО).

В соответствии со статьей 195.1 Трудового Кодекса РФ профессиональный стандарт — характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности.

Данная система призвана заменить устаревшие квалификационные справочники. В общей сложности до 2018 года планируется создать и утвердить около 800 профстандартов (сейчас утверждено чуть менее 500). В них будут прописаны современные наименования должностей и профессий, трудовые функции и действия, требования к образованию, практическому опыту работы, умениям, знаниям и личным качествам специалиста, необходимые допуски. Применяться они будут «при приеме на работу, аттестации сотрудников, формировании кадровой политики предприятия, разработке должностных инструкций и системы оплаты труда» [4, с.482].

Все принимаемые и утверждаемые профстандарты в разрезе должностей, профессий и видов деятельности выкладываются на сайте Министерства труда и социальной защиты в разделе «Реестр профессиональных стандартов».

«Главной целью профессиональных стандартов является — установка единых квалификационных требований к работникам, которые занимают определенные должности, работают по определенным профессиям. И уже после разработки требований к квалификациям необходимо реформирование системы образования, которая должна будет обеспечить подготовку высококвалифицированных кадров».

Подводя итог можно сказать следующее, что роль университетов для населения возрастает и университет выступает в роли научно-образовательного социокультурного образования ориентированного на интересы города. Особо это роль прослеживается в малых городах где имеется один университет.

Литература:

1. Gref, G. O. Goroda 2011. Dvenadcat' vazhnejshih dlja Rossii urbanisticheskikh trendov // UrbanUrban — internet-zhurnal o ljudjah, idejah i tehnologijah, menjajushhijh gorodskoe prostranstvo. [Elektronnyj resurs]. — Rezhim dostupa: <http://urbanurban.ru/blog/design/77/Moscow-Urban-Forum-novye-prezentatsii>.

2. Малаховская, М. В. Урбанистическая система как способ формирования человеческого капитала региона: институты и инновационного механизма развития. — Томск: изд-во Том. гос. архит. — строит. ун-та, 2014. 356 с.
3. Травин, В. В. Основы кадрового менеджмента. — М.: Дело, 2013. 332 с.
4. Баринов, В. А. Формирование кадровой политики. Учеб. пособие. — М.: Инфра-М, 2013. 520 с.

Анализ современных подходов к пониманию терминов «риск» и «финансовый риск»

Крыжановский Олег Андреевич, кандидат экономических наук, доцент, научный руководитель;

Попова Любовь Константиновна, магистрант

Тюменский государственный университет

В статье рассматривается происхождение и разнообразие определения термина «риск». Анализируется классификация риска, оценивается значимость финансового риска и раскрываются его основные виды. На основе проведенного исследования было выделено наиболее обоснованное и полное определение «риска» и показана актуальность финансовых рисков в современной экономике фирмы.

Ключевые слова: *риск, сущность риска, финансовый риск, классификация финансовых рисков*

Целью предпринимательства является получение максимальных доходов при минимальных затратах капитала в условиях конкурентной борьбы. Реализация указанной цели требует соизмерения размеров вложенного (авансированного) производственно-торговую деятельность капитала с финансовыми результатами этой деятельности. В любой хозяйственной деятельности всегда существует опасность денежных потерь, вытекающая из специфики тех или иных хозяйственных операций. Опасность таких потерь представляют собой финансовые риски [4, с. 107].

Риск, являясь неотъемлемой частью экономической, политической, социальной жизни общества неизбежно сопровождает все сферы деятельности и направления любой организации, которая функционирует в условиях рынка. Поэтому деятельность компании в рыночных условиях связана с принятием на себя всевозможных рисков. Существует очень незначительное число компаний, которые не подвержены крупным рискам финансовой нестабильности. В связи с этим в современных условиях проблема управления рисками становится все более актуальной [10]. С каждым днём мы всё чаще во многих политических выступлениях, СМИ, научных статьях при оценке развития современного общества употребляется термин «финансовый риск». Прежде чем дать развёрнутое понятие данного термина, обратим внимание на происхождение слова «риск». В разработку его содержания внесли свой вклад зарубежные и отечественные учёные естественных наук, философы, политологи, экономисты, юристы и т.д.

Само слово «риск» восходит к греческим словам *risikon*, *ridsa* — утес, скала. В итальянском языке *risiko* — опасность, угроза; *risicare* — лавировать между скал. Во французском *risque* — угроза, рисковать (бук-

вально объезжать утес, скалу), французская *risque* от итальянского *risicorischio*, староитальянского *risicare* — отваживаться. В наиболее общем виде, преобладают два противоположных взгляда на сущность риска. С одной стороны, риск предстает в виде возможного неудачного исхода, опасности, с другой — удачи, благоприятного исхода [10].

Это объясняется тем, что в основе риска лежит вероятностная природа рыночной деятельности и неопределённость ситуации. Планирование производства, прогнозирование объемов продаж, величин денежных потоков, разработка проектов строительства и бизнес-планов основываются лишь на приближенных расчетах ожидаемых, а не фактических величин, и зачастую бизнес вместо ожидаемой прибыли может принести убытки, величина которых может превысить не только вложенные средства, но и стоимость всего имеющегося в распоряжении предприятия имущества [12].

В Современном экономическом словаре Б.А. Райзберга представлено определение риска, конкретизирующее виды потерь предпринимателя: «Риск предпринимательский — опасность недополучения дохода, возникновения материальных и финансовых потерь в предпринимательской деятельности» [11, с. 256].

Сфера предпринимательской деятельности определяет особенности проявления риска. Английский специалист Р. Адамс сформулировал определение предпринимательского риска, связывая его наличие с претензиями клиентов и возникновением финансовых потерь [1, с. 34]. В п. 4.2 фундаментального труда «Аудит» американские исследователи Э.А. Аренс и Дж.К. Лоббек анализируют различия между предпринимательской несостоятельностью, несостоятельностью аудита и аудиторским риском. При этом, по нашему мнению, предпринимательской не-

состоятельностью они называют предпринимательский риск [3, с. 16].

В.И. Подольский называет риск одной из основных категорий. Он обозначает общую предпосылку необходимости контекстного анализа рисков: «Отметим, что почти в каждом федеральном стандарте аудиторской деятельности в том или ином контексте упоминаются риски, которые ограничивают успешность организации или индивидуального аудитора». По нашему мнению, в большей степени это утверждение профессора В.И. Подольского относится к профессиональному риску [5, с. 196].

С.М. Бычкова заключает, что риск — это элемент, оказывающий влияние на уровень внутреннего риска: «... то есть риск предъявления претензий клиентами и другими сторонами, возможность возникновения финансовых потерь от занятия предпринимательской деятельностью, исходя из сложной ситуации, сложившейся как внутри предприятия, так и в отрасли в целом» [2]. По на-

шему мнению, профессор С.М. Бычкова — один из немногих авторов, который предлагает определять уровень непосредственно предпринимательского риска на основе оценки группы факторов.

В таблице 1 приводится ряд определений риска, даваемых российскими и зарубежными авторами. Данные определения риска относятся к различным сферам деятельности. Общим для них является связывание риска с возможностью (вероятностью) наступления некоторого события (исхода). При этом под событием, в общем случае, понимается возникновение убытка или ущерба, потеря доходов и появление дополнительных расходов, отклонение результата от запланированной величины. Последнее, подразумевающее возможность получения индивидом в случае принятия решения как отрицательного, так и положительного результата (некоторого дополнительного дохода), не рассматривается большинством авторов как риск.

Таблица 1. Существующие трактовки понятия «риск»

Авторы	Содержание понятия
Балабанов И.Т	Возможная опасность потерь, вытекающая из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человеческого общества
Бланк И. А.	Возможность наступления неблагоприятного события, связанного с различными видами потерь
Мелкумов Я. С.	Вероятности неблагоприятного исхода финансовой операции
Поляк Г. Б.	Вероятность возникновения потерь, убытков, недопущений планируемых доходов, прибыли
Жуков Е. Ф.	Стоимостное выражение вероятностного события, ведущего к потерям
Шенаев В. Н., Ирниязов Б.С	Вероятность неожиданного воздействия на экономический процесс определенных факторов, под влиянием которых может произойти отклонение результата от запланированной величины
Vaughan E. J.	Гипотетическую возможность наступления ущерба (страхового случая)
Вечканов Г. С., Вечканова Г. Р.	Риск — экономическая категория, характеризующая состояние неопределенности в производственных отношениях, предполагающее получение как положительного, так и отрицательного результата деятельности предприятия

Анализ современных работ, посвященных проблемам риска, позволяет утверждать, что риск — это сложное явление, имеющее множество различных, иногда противоречивых реальных составляющих.

Несмотря на данное определение риска, следует отметить, что понятие риска, являющееся крайне широким и многосторонним, может быть четко сформулировано только с точки зрения конкретной области или конкретного исследования.

Что касается классификации рисков в экономической литературе нет единого понимания в этом вопросе. Насчитывается более 40 различных критериев рисков и более

220 видов рисков. Провести жесткую границу между отдельными видами рисков довольно сложно. Многие риски взаимосвязаны между собой — все они, в конечном счете, влияют на финансовые результаты фирмы и требуют учета для успешной деятельности [10].

Если рассматривать классификация рисков по сфере возникновения, в основу которой положены сферы деятельности, является самой многочисленной группой. В соответствии со сферами предпринимательской деятельности обычно выделяют [7]: производственный, коммерческий, финансовый и страховой риск.

Производственный риск связан с невыполнением предприятием своих планов и обязательств по производству продукции, товаров, услуг, других видов производственной деятельности в результате неблагоприятного воздействия внешней среды, а также неадекватного использования новой техники и технологий, основных и оборотных средств, сырья, рабочего времени.

Коммерческий риск — это риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных предпринимателем.

Финансовый риск связан с возможностью невыполнения фирмой своих финансовых обязательств. Основными причинами финансового риска являются: обесценивание инвестиционно-финансового портфеля вследствие изменения валютных курсов, неосуществления платежей.

Страховой риск — это риск наступления предусмотренного условиями страховых событий, в результате чего страховщик обязан выплатить страховое возмещение (страховую сумму) [7].

При осуществлении любого вида хозяйственной деятельности объективно существует опасность (риск) потерь, объем которых обусловлен спецификой конкретного бизнеса. На сегодняшний день финансовый риск является одним из наиболее опасных и серьезных для организации, финансовый риск возникает в процессе отношений предприятия с финансовыми институтами (банками, финансовыми, инвестиционными, страховыми компаниями, биржами и др.). Причины финансового риска — инфляционные факторы, рост учетных ставок банка, снижение стоимости ценных бумаг и др. [8]. Поэтому предприятия должны анализировать и оценивать свои финансовые риски, чтобы быть финансово устойчивой и готовой к любым изменениям и непредвиденным случаям.

Согласно Информации Минфина России N ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности», информация о финансовых рисках представляется с подразделением на следующие группы таких рисков (рис.1)

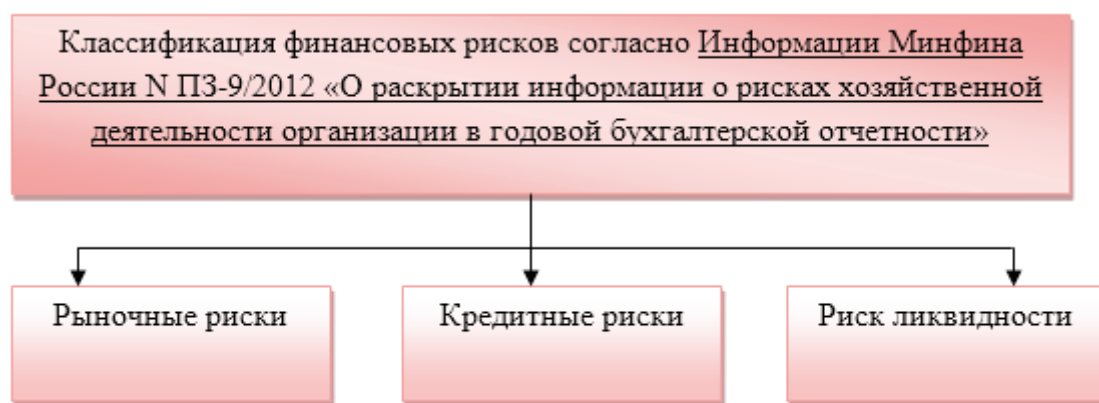


Рис. 1. Классификация финансовых рисков предприятия согласно Информации Минфина России № ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности»

Рыночные риски связаны с возможными неблагоприятными для организации последствиями в случае изменения рыночных параметров, в частности, цен и ценовых индексов (на товары, работы, услуги, ценные бумаги, драгоценные металлы, др.), процентных ставок, курсов иностранных валют.

Кредитные риски связаны с возможными неблагоприятными для организации последствиями при неисполнении (ненадлежащем исполнении) другими лицами обязательств по предоставленным им заемным средствам (в том числе в форме покупки облигаций, векселей, предоставлении отсрочки и рассрочки оплаты за проданные товары, выполненные работы или оказанные услуги).

Риск ликвидности связан с возможностями организации своевременно и в полном объеме погасить имеющиеся на отчетную дату финансовые обязательства: кредиторскую задолженность поставщикам и подрядчикам, задол-

женность заимодавцам по полученным кредитам и займам (в том числе в форме облигаций, векселей), др [9].

Анализируя современные статьи, учебные пособия, посвященные финансовым рискам, можно увидеть, что финансовые риски предприятия характеризуются большим многообразием и в целях осуществления эффективного управления ими классифицируются по видам: риск снижения финансовой устойчивости, риск неплатежеспособности, инвестиционный риск, инфляционный риск, структурный риск, криминогенный риск, процентный риск, депозитный риск, кредитный риск, налоговый риск, прочие риски. Видовое разнообразие финансовых рисков в классификационной их системе представлено в наиболее широком диапазоне. При этом следует отметить, что появление новых финансовых инструментов и другие инновационные факторы будут соответственно порождать и новые виды финансовых рисков.

Таким образом, из приведенных определений термина «риск» видно, что на сегодняшний день еще не сложилось однозначного понимания сущности риска. Это объясняется, в частности, многоаспектностью этого явления, практически полным игнорированием его российским хозяйственным законодательством в реальной экономической практике и управленческой деятельности. Кроме того, риск, по мнению множества современных авторов, сложное явление, имеющее множество несовпадающих, а иногда противоположных реальных основ.

С позиций экономики фирмы, наиболее обоснованно и полно определение «риска» как экономической категории дается Г. С. Вечкановым. «Риск — экономическая категория, характеризующая состояние неопределенности в производственных отношениях, предполагающее получение как положительного, так и отрицательного результата деятельности предприятия» [6, с. 402]. Данное определение представляется наиболее удачным, так как неопределенный характер носит как сам риск, так и его последствия, а так же этим определением можно охарактеризовать и финансовый риск.

Сама классификация видов рисков обширна, с точки зрения фирмы на данном этапе современной экономики наиболее серьезным является финансовый риск. Любая компания осуществляет свою деятельность в изменчивых условиях глобального рынка, таким образом, постоянно находится в положении, когда то или иное изменение рыночной ситуации приводит к благоприятным или неблагоприятным

последствиям для компании. В любой хозяйственной деятельности всегда существует опасность денежных потерь, вытекающая из специфики тех или иных хозяйственных операций. Опасность таких потерь представляют собой финансовые риски [10]. Компании, которые хотят получать доход и не оказаться в убытке своих вложений должны обращать на него особое внимание. И учитывать то, что помимо Информации Минфина России N ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности», которая подразделяет риски на три группы, существует большое их разнообразие, которое фирма должна учитывать в своей деятельности.

Таким образом, на основе выделенных выводов, можно сказать, что на сегодняшний день эта тема как никогда актуальна. В настоящее время масштабная реализация инновационных проектов признана приоритетной задачей, но, однако активность в этой деятельности остаётся на невысоком уровне, поскольку экономические санкции и вызванные этим возможные риски срыва планов модернизационных мероприятий ухудшают какое-либо развитие и реализацию. Эффективность такой высокорискованной деятельности будет во многом зависеть от внедрения в практику предприятий России технологии анализе, оценке и управления финансовыми рисками. Чтобы предприятие было направлено только на формирование прибыли, повышение его рыночной стоимости и обеспечение финансовой безопасности.

Литература:

1. Адамс, Р. Основы аудита: Пер. с англ. / Под ред. Я. В. Соколова. — М.: Аудит, ЮНИТИ, 1995. — 98 с.
2. Апресова, Н. Г. Риск в предпринимательской деятельности / Н. Г. Апресова // Предпринимательское право. — 2012. — № 2. — с. 5–7
3. Арнс, Э. А., Лоббек Дж. К. Аудит / Пер. с англ; гл. ред. серии Я. В. Соколов. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 300 с.
4. Арсеньев, Ю. Н., Сулла М. Б. Управление экономическими и финансовыми рисками: учеб. пособие / Ю. Н. Арсеньев, М. Б. Сулла. — М.: Высш. шк., 2011. — 147 с.
5. Аудит: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. В. И. Подольского. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 156 с.
6. Вечканов, Г. С., Вечканова Г. Р. Краткая экономическая энциклопедия / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. — СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1998. — 509с.
7. Виды и классификация рисков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.risk24.ru/vidi.htm> Дата обращения: 28.09.2016
8. Инвестиционные риски [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.investrisk.ru/> Дата обращения: 28.09.2016
9. <Информация> Минфина России N ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
10. Копылова, О. В. Анализ рисков в процессе управления проектами [Электронный ресурс] / О. В. Копылова // Российское предпринимательство. — № 11 (233). — 2013. Режим доступа: <http://bgscience.ru/lib/8138/> Дата обращения: 26.09.2016
11. Райзберг, Б. А., Лозовский Л. Ш. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 502 с.
12. Романов, В. С. Понятие рисков и их классификация как основной элемент теории рисков / В. С. Романов // Инвестиции в России. — 2000 г. — № 12. — с. 41–43

Добыча, переработка нефти и газа в Кыргызстане: история и пути их развития

Маткеримова Анаркан Маткасымовна, кандидат экономических наук, доцент
Университет экономики и предпринимательства (г. Жалал-Абад, Кыргызстан)

На территории Кыргызстана нефтяные источники и месторождения были известны с далеких исторических времен, и промышленная добыча этих полезных ископаемых производилась с 1882 года. Здесь уместно вспомнить об истории зарождения нефтяной промышленности нашей республики. Начинается она с 1901 года, когда в районе селения Майли-Сай была найдена нефть.

Много исторических страниц вписанных в историю кыргызской нефти начиная с дореволюционного времени, связано с крупнейшей монополией в России, компанией “Братья Нобель”, прекратившей свое существование в 1914 году.

Советский период нефтедобычи в Кыргызстане характеризуется подъемом, базирующийся на научной основе.

Нефтяное географическое название “Чангыр-Таш” с 1932 года стабильно вошло в историю кыргызской нефти. В 40-х годах — “Майли-Суу-4” (1944 год), “Избаскент” (1946 год), а затем и “Восточный Избаскент”.

Открытие новых месторождений на территории Кыргызской ССР за сравнительно короткий срок послужило основанием для создания в 1955 году самостоятельного предприятия — Нефтепромышленного управления “Кыргызнефть”.

С этого времени начался новый виток в развитии нефтяной промышленности республики, характеризующийся ростом добычи нефти и газа, объемом геологоразведочных работ и внедрением новейших достижений науки и техники в производство.

В 1952 году образован поселок Кочкор-Ата. Сегодня это один из малых городов Кыргызстана, названный столицей кыргызской нефти. Численность жителей более 20 тысяч человек. Общая площадь города — 500 га.

С открытием в 1957–59 годах газовых залежей в месторождениях “Избаскент” и “Майли-Суу — 4” начинается развитие газовой промышленности на юге Кыргызстана. За короткое время на газовое топливо были переведены все предприятия расположенные в Кочкор-Ате, построены и запущены в эксплуатацию магистральные газопроводы в гг. Майли-Суу, Жалал-Абад, Ош.

На месторождениях Кыргызстана впервые в Советском Союзе под руководством бывшего начальника НПУ “Кыргызнефть” Саакова Х.М. и главного инженера Джумагулова А.Д. был внедрен бескомпрессорный газлифтный способ добычи нефти.

В 1970-году открыты новые месторождения нефти и газа: “Бешкент-Тогап”, “Северный Каракчикум”, “Сузак”, “Чигирчик”. Нефтедобывающие и буровые предприятия оснащаются современной техникой, позволяющей применить более совершенную технологию. Внедрена система диспетчеризации, а скважины и насосные

станции оборудованы средствами автоматики и управления на расстоянии.

В условиях рыночной экономики в 1991 году ПО “Кыргызнефть” возникли серьезные проблемы с переработкой и добычей нефти. Ситуация изменилась к лучшему в октябре 1996 года, когда в городе Жалал-Абад совместным Канадско-Кыргызским предприятием “Кыргыз Петролеум Компани (“КПК”) был построен и сдан в эксплуатацию нефтеперерабатывающий завод, рассчитанный на переработку 500 тысяч тонн нефти в год. Постановлением Правительства Кыргызской Республики в 1997-году производственное объединение “Кыргызнефть” преобразовано в ОАО “Кыргызнефтегаз”. Сегодня оно одно из предприятий Кыргызской Республики, успешно прошедших адаптацию к условиям рыночной экономики. Предприятие ежегодно выполняет свою производственную и финансово-экономическую программу со значительной рентабельностью, содержит довольно большую социально-культурную инфраструктуру, успешно проводит свою внешне-экономическую деятельность.

В 2012 году нефтеперерабатывающий завод построенный в г. Жалал-Абад “Кыргыз Петролеум Компани (“КПК”) был выкуплен со стороны ОАО “Кыргызнефтегаз” при помощи и поддержке народа, трудового коллектива ОАО “Кыргызнефтегаз” и при непосредственном контроле со стороны президента Кыргызской Республики.

По прогнозным оценкам кыргызских экспертов, в настоящее время запасы неразведанных ресурсов нефти и газа в Кыргызской Республике составляют около 289 млн. тонн условного топлива. Доказанные запасы нефти и газового конденсата в Кыргызстане незначительны и составляют около 15 млн. тонн. 15 нефтегазовых месторождений, с разведанными промышленными запасами нефти в объеме 11,6 млн. тонн нефти и 4,9 млрд. м³ природного газа. Однако эти месторождения эксплуатируются около 70 лет и сегодня их ресурсы выработаны на 70%, а из оставшихся запасов нефти 80% являются трудно извлекаемыми. Их добыча требует дополнительных затрат и применения специальных технологий.

В настоящее время на территории Жалал-Абадской, Ошской и Баткенской областей в эксплуатации находятся Добыча нефти и природного газа имеет незначительные объемы и за период 1991–2007 гг. снизилась в 2,2 раза по нефти и в 6,4 раза по газу. Сегодня нефти добывается менее 5% потребностей, газа — 1,3%,

В частности, в 2013 году, по данным «Кыргызнефтегаза», в республике было добыто 77,56 тыс тонн нефти, в текущем году ожидается сохранение объемов добычи на таком же уровне. Тем не менее, на территории республики построено пять нефтеперерабатывающих заводов (три на

юге и два на севере). Однако небольшие мощности переработки сырья позволяют отнести их к мини-НПЗ.

Производственные мощности кыргызских НПЗ полностью или частично простаивают. Дело в том, что сырья для их полной загрузки оказалось недостаточно. Фактически в нефтеперерабатывающей отрасли действует единственное предприятие — СП «Кыргыз Петролеум Компани», которое в основном перерабатывает нефть, добываемую АО «Кыргызнефтегаз», с объемом поставок, не загружающим мощности завода.

Для успешного выполнения своих задач в составе ОАО «КНГ» организованы следующие предприятия:

- нефтегазодобывающее управление (НГДУ) с участками по добыче нефти в Сузакском и Ляйлякском районах;
- кыргызское управление буровых работ (КУБР), Управление технологического транспорта (УТТ).

Также в составе ОАО «КНГ» имеются участки реализации газа, по автоматизации производства, по водоснабжению и участок по реализации ГСМ.

ОАО «Кыргызнефтегаз» продолжает оставаться единственной организацией, представляющей нефтегазовую промышленность республики, выполняет весь комплекс работ нефтегазовой отрасли, включающей в себя геологоразведочные работы, геофизические исследования, бурение разведочных и эксплуатационных скважин, транспортировку нефти и газа, переработку и реализацию нефтепродуктов, обустройство месторождений, строительство жилья и объектов соцкультбыта, обеспечение специальным и технологическим транспортом.

За годы независимости стран Центральной Азии не было построено новый крупный нефтеперерабатывающий завод (НПЗ), как НПЗ «Джунда». Он стал первым заводом, который призван не только обеспечивать внутренний рынок нефтепродуктами, но и сделать из Кыргызстана экспортирующую ГСМ страну. Завод уже продает нефтепродукты в Таджикистан и Афганистан, однако большая часть продукции реализуется на внутреннем рынке. «Джунда» выступает оптовым поставщиком, а местные нефтетрейдеры реализуют ГСМ через заправокные станции. Большая часть сырья на НПЗ поставляется из Казахстана, незначительная часть — из России. Нефть приобретает даже в Кочкор-Ате.

Завод является серьезным игроком на рынке нефтепродуктов, достаточно гибкое ценообразование, что дает возможность мелким игрокам закупать топливо для дальнейшей реализации. На заводе трехуровневый контроль качества: в лаборатории «Кыргызстандарта», также качество контролирует швейцарская компания SGS. Если при взятии пробы продукция не соответствует какой-то характеристике, то бракуется вся партия. В настоящее время выпускает ГСМ стандарта «евро-3» и даже «евро-4». В 2018–2020-е годы планирует выпускать «евро-4», «евро-5».

Нефтеперерабатывающий завод «Джунда» соответствует международным нормам промышленной безопасности и охране окружающей среды. Результатом ре-

ализации проекта стала независимость Кыргызстана от внешних поставок и конкурентоспособность продукции. Это повлияло на стоимость топлива на местном рынке для потребителей.

По условиям соглашения с правительством Кыргызстана 90% рабочих мест должны быть заняты гражданами Кыргызстана. В первый год работы соотношение граждан КНР и КР было 50 на 50. Сейчас нерезидентов осталось более 200 человек. Это еще не соответствует договоренностям, но завод стремится исправить ситуацию.

К сожалению, в Кыргызстане не обучают специалистов в сфере нефтепереработки, поэтому НПЗ «Джунда» прикладывает усилия, чтобы повысить квалификацию кыргызстанцев, отправляя рабочих на стажировку в Китай. Надеемся, что вскоре 90% рабочих мест будет принадлежать гражданам КР.

По данным правительства КР, добыча нефти и природного газа имеет незначительные объемы, за период 2006–2012 годов наблюдается некоторое увеличение производства и добычи угля — до 344,4 процентов, нефти — до 118,1 процента, природного газа — до 146,9 процентов. Также отмечается рост импорта угля до 116,84 процентов, нефти — снижение до 46,5 процентов, природного газа — до 45,3 процентов. Экспорт угля вырос в 5,54 раза, а электроэнергии сократился до 72,8 процентов. По потреблению энергоносителей наблюдается рост угля — до 152,9 процентов, нефти — до 100,8 процентов, электроэнергии — до 152,7 процентов, снижение природного газа — до 51 процента.

По сообщению правительства, для покрытия потребностей в нефтепродуктах Кыргызстан вынужден увеличивать объемы импорта. Республика не обеспечивает себя природным газом и зависит от импорта.

За период январь-август 2013 года ОАО «Кыргызнефтегаз» добыло 48,972 тысяч тонн сырой нефти при текущем плане 49,47 тысяч тонн (99 процентов), темп роста составил 99,1 процента, объем товарной продукции 1,138 миллиарда сомов темп роста равен 94 процентам.

В нефтегазодобывающей отрасли объем произведенной за январь-ноябрь 2015 года продукции составил 1 953,7 млн. сомов, с темпом роста в 1,3 раза, в целом добыто 96,4 тыс. тонн нефти (темп — 134,6%) и 27,9 млн. кубометров природного газа (темп — 94,3%).

Речь шла о 300 тыс. тонн нефти для последующей переработки на НПЗ Джунда. По данным Ассоциации нефтетрейдеров Кыргызстана, ежемесячно страна потребляет около 18 тыс. тонн дизтоплива и 31 тыс. тонн бензина. Закупки нефтепродуктов по импорту осуществляются из России, Казахстана, Узбекистана, Белоруссии и др.

В 2014 г власти Кыргызстана обратились с просьбой к России организовать беспопыльную поставку нефти. До 2030 г Газпром намерен инвестировать в ГТС Кыргызстана около 100 млрд. рублей.

При этом на Россию приходится свыше 80% суммарного импорта. Основной поставщик — ОАО «Газпромнефть-Омский нефтеперерабатывающий завод».

Правительству Кыргызской Республики необходимо срочно решать проблемы с бесперебойным обеспечением своих НПЗ сырьем в необходимых объемах. Решение этих проблем позволит не только обеспечить топливом внутренние потребности республики, но и наладить его экспорт в ряд сопредельных стран.

В 2015 г Газпром инвестировал в диагностику и реконструкцию газотранспортной системы Кыргызстана 4,5 млрд. руб. Газотеплоснабжение (ГТС) была полностью подготовлена к осенне-зимнему периоду 2015–2016 гг.

В 2016 г объем инвестиций в ГТС республики планируется увеличить в 3 раза.

Литература:

1. Базиев, В. Ф. Новые требования к проектированию разработки нефтяных месторождений. // Нефтяное хозяйство. 2002. № 5.
2. Ильинский, А. А., Назаров В. И. Факторы экономической оценк*». ресурсов нефти и газа. М., 1989. —54с
3. Хавкин, А. Я. Учебное пособие. Москва, 2012. 399 с.
4. А. А. Назаров. Нефтегазодобыча. Геология нефти и газа. Учебное пособие. Казань 2011 г.
5. Национальная статеня устойчивого развития КР на 2013–2017 годы.

Роль контроллинга в управлении затратами на предприятии

Маткеримова Анаркан Маткасымовна, кандидат экономических наук, доцент
 Университет экономики и предпринимательства (г. Джалал-Абад, Кыргызстан)

Первоначально понятие контроллинга объединяло совокупность задач в сфере учета и финансов, а контроллер был главным бухгалтером. Затем оно получило, более расширительное толкование и стало включать вопросы финансового контроля и лучшего использования финансовых средств и источников. В настоящее время контроллинг можно определить как систему управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности предприятия, т.е. в экономическом отношении как систему управления расходами, затратами и прибылью предприятия.

Система контроллинга выполняет на предприятии ряд функций (рис.1).

В совокупности функций контроллинга можно выделить сервисную функцию предоставления необходимой информации для управления и непосредственно функцию принятия решений (управляющую функцию) или методологию принятия решений и их координацию.

Информационное обслуживание контроллинга обеспечивается с помощью системы планирования, нормиро-

вания, учета и контроля, ориентированных на достижение цели, конечного результата деятельности предприятия. Информация должна содержать заданные (нормативные, плановые) и фактические данные, отклонения, выявляемые средствами учета в разрезе его подразделений.

Управляющая функция контроллинга состоит в использовании данных анализа отклонений, ставок покрытия, общих результатов деятельности для принятия решений по управлению.

Такие решения принимаются на всех уровнях управления предприятием, и весьма важной функцией контроллинга является координация целей различных уровней, средств и методов их реализации, с тем, чтобы в максимальной степени обеспечить достижение конечной цели предприятия — снижение расходов и увеличения прибыли.

Контроллинг часто выполняет функции внутреннего контроля на предприятии, контроля эффективности работы его подразделений и организации в целом.

Обычно его система не включает по отношению к этим подразделениям возможности и права принятия решений,



Рис.1. Функции, выполняемые системой контроллинга [Рисунок выполнен автором]

указаний и санкций. В отличие от ревизии он ориентируется на текущие результаты деятельности и не связан с документальной проверкой.

Учитывая сложность и высокую динамичность сегодняшней экономической ситуации, возникает необходимость анализа и работы на другом уровне, нежели прежний. Это обуславливает создание системы стратегического контроллинга.

В связи с этим, можно выделить три уровня управления прибылью предприятия для обеспечения его нормального существования (рис. 2.).

1) Самая первая ступень — регулирование конечного результата: разницы между активами и пассивами, балансовой прибыли, которой уделяют основное внимание. Конечной целью учетных записей составления годового баланса является определение финансового результата деятельности и сравнения результата с прошлым годом. Такая система управления, осуществляемая бухгалтерией, действовала в течение нескольких столетий.

2) После первого нефтяного кризиса в 1974 году специалистами изыскивались возможности более дальновидного планирования перспектив развития предприятия, анализа и регулирования его. В результате пришли к выводу, что «первичной величиной управления» должен быть потенциал, шанс на прибыль у предприятия в будущем.

Потенциал — это способность предприятия обеспечить жизнеспособность и получение прибыли в будущем.

3) Необходимо искать и первичные величины управления потенциалом, а также причины того, почему на одном предприятии потенциал увеличивается, в то время как на других он уменьшается и, в конечном счете, иссякает. Эта причина — в искусстве менеджмента, способности предвидения, принятия и осуществления решений на перспективу.

Сегодня есть методы измерения, планирования и регулирования такого потенциала, как в отношении всего предприятия, так и в разрезе групп продукции и отдельных изделий. Стратегический контроллинг использует для достижения этой цели инструментарий, известный как стратегическое планирование.

Таким образом, система контроллинга служит поддержанию необходимого равновесия, которое достигается

тем, что через определенные промежутки времени заданные величины уравнивают с фактическим состоянием и определяют, не нужно ли вмешательство для достижения необходимого или желаемого состояния, и в случае необходимости осуществляют его.

Заданное состояние экономики предприятия определяет планирование, фактическое положение дел отражается в текущей отчетности. Поэтому при элементарном определении, сопоставление плановых и фактических показателей является сердцевинной системы контроллинга.

Контроллинг означает управление прибылью. Это система регулирования, позволяющая фирме получить максимальную для данных условий прибыль. Под прибылью в концепции контроллинга понимается прибыль до выплаты налогов на доходы, полученную после уплаты внутрипроизводственных отчислений и платежей (например, отчислений от заработной платы, арендных платежей и т.п.), т.е. балансовая прибыль.

Нельзя управлять прибылью без организации управленческого учета расходов. Прибыль — это результат хозяйственной деятельности, сальдо от сопоставления доходов и расходов. Поэтому если предприятия осуществляет управление прибылью, то она должна управлять своими расходами.

Для управления прибылью нет необходимости рассматривать расходы как глобальную величину. Их необходимо разделить на такие компоненты, которые дадут возможность управлять прибылью.

Так, например, необходимо иметь в виду, что прибыль от реализации продукции и услуг представляет собой лишь часть валового дохода предприятия и рассматривается в бухгалтерском учете как промежуточный результат — одна из составляющих конечного итога.

Главным показателем является балансовая прибыль. Она отличается от результата продажи продукции и услуг на величину внереализационных доходов и потерь, в состав которых помимо того, что обычно входит у нас (т.е. разница между полученной и уплаченной арендной платой, неизрасходованные суммы резервов, доходы от долевого участия и т.п.). В Германии, например, включают еще некоторые статьи, например, изменения в соотношении дебиторской и кредиторской задолженности, а также разницу в оценке активов предприятия и т.п.

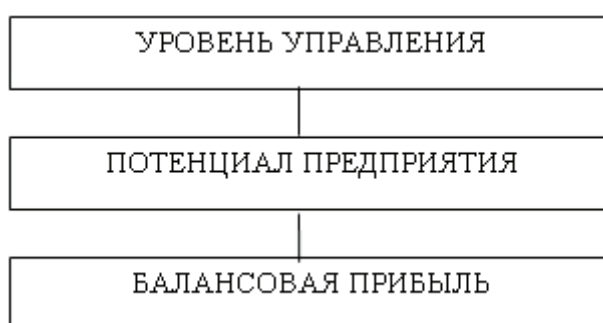


Рис. 2. Уровни управления прибылью предприятия [Рисунок выполнен автором]

Отличие есть также в кыргызской и немецкой практике в исчислении суммы оборота по реализации (выручки). Во-первых, она учитывается не по оплате, а всегда по отгрузке, во-вторых, кроме стоимости продукции и услуг включает изменение величины остатков готовых изделий. Эти различия следует учитывать при изучении системы контроллинга.

При выпуске продукции и оказании услуг возникают затраты. Это материальные затраты, расходы на содержание персонала, затраты используемого капитала (амортизация и проценты), и затраты государства (налоги и сборы), а также затраты на услуги, которыми пользуется предприятие (консультационные расходы, рекламные, почтовые и т.д.).

Деление производственных затрат можно осуществлять по различным основаниям. Общепринятая классификационная схема состоит в отнесении производственных затрат в один из трех классов: материальные затраты, расходы на оплату труда и производственные (общезаводские) накладные расходы. Первые два класса считаются прямыми расходами, а последний класс косвенными. Прямые расходы можно отнести непосредственно к определенному изделию или отдельной трудовой операции, косвенные расходы распределяются по изделиям согласно избранной методике.

К прямым расходам относятся:

- затраты на сырье и материалы — учитываются основные материалы, которые становятся частью готовой продукции, и их стоимость можно прямо и без особых затрат относить на определенное изделие;
- затраты на зарплату, включая относящиеся к ним расходы по социальному страхованию;
- особые прямые затраты, возникающие в процессе производства (например, если продукция изготавливается по лицензии, то с каждой единицы продукции взимаются лицензионные сборы, которые считаются прямыми затратами);
- особые прямые затраты по реализации — сюда относятся, например комиссионные вознаграждения торговых агентов, которые также причисляются к проданной единице продукции.

К косвенным расходам относятся:

- затраты на вспомогательные материалы;
- затраты на энергию;
- заработная плата служащих и вспомогательных рабочих;
- другие косвенные общезаводские расходы: содержание зданий, техническое обслуживание и текущий ремонт оборудования и инструментов, налоги на недвижимость, страхование имущества, пенсионные затраты, амортизационные отчисления, арендная плата, коммунальные услуги.

При организации учета расходов на кыргызских предприятиях используют Положение о составе затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), которое четко определяет:

CLXIIIМCCLXXIII) виды затрат, относимые на себестоимость;

CLXIIIМCCLXXIV) виды затрат, погашаемые за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

В кыргызской практике организации учета не выделяются и не учитываются отдельные материальные затраты, расходы на оплату труда и накладные расходы. В отечественном учете по экономическим элементам осуществляется разделение на другие группы затрат:

- материальные затраты (за вычетом возвратных отходов);
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальное страхование и в пенсионный фонд;
- отчисление на обязательное медицинское страхование;
- амортизационные отчисления;
- прочие расходы.

Для целей контроллинга применяется разделение на следующие группы расходов:

- 1) затраты на организацию и подготовку производства;
- 2) чисто производственные затраты;

К первой группе относятся все косвенные затраты. Если предприятия в течение года не может выпускать продукцию, то затраты на организацию можно считать убытком отчетного года. Тем самым их величина теоретически является минимальным риском убытков.

Ко второй группе относятся прямые расходы, которые являются основой для расчета нижней границы цены продукции.

Наряду с подразделением расходов на прямые и косвенные они классифицируются по отношению к объему производства. По этому признаку издержки делятся на постоянные и переменные.

Переменные (пропорциональные) издержки — издержки, общая сумма которых изменяется прямо пропорционально изменению объема производства. Так, если выпуск возрастет на 10%, общая сумма переменных издержек «автоматически» увеличится на 10%. Примером переменных издержек являются расходы на материалы, сырье, плата за электроэнергию для станков и т.д.

Постоянные издержки — часть затрат за определенный период, общая сумма которых не изменяется при изменении объема производства. Примером постоянных издержек могут быть арендная плата за помещения, зарплата менеджеров и др.

Такие расходы могут возрасти с течением времени, например, ввиду какого-либо управленческого решения, но они не изменяются прямо пропорционально изменениям объема производства. Если общая сумма постоянных издержек не изменяется, то сумма постоянных издержек на единицу продукции уменьшается при увеличении объема производства и возрастает при его уменьшении. И, наконец, существует частично переменные издержки, представляющие собой смесь постоянных и переменных затрат. Общая сумма частично переменных затрат изме-

няется в том же направлении, что и переменные, — согласно изменению объема производства, но не прямо пропорционально. Так, при увеличении объема производства на 10%, частично переменные издержки могут возрасти всего на 8%. Примером может служить плата за телефон, которая состоит из постоянной части — абонентская плата, и переменной части — плата за междугородние переговоры. Соотношение постоянных и переменных затрат называют структурой затрат предприятия.

Литература:

1. Арзыбаев, А. А. Организационные и методические аспекты учета и аудита капитала. Монография. Алматы 2011 г. 164 с.
2. Исраилов, М. И., Сатмурзаев А. А. Некоторые вопросы внедрения бюджетирования в учетную систему предприятия: организационно-методический аспект. // Научно-периодический журнал «Вестник КНУ имени Жусуп Баласагына», г. Бишкек, 2012 г.
3. Корнеева, Т. А. Управленческий учет в системе современного менеджмента: дисс. к.э.н. — Самара, 1997. — 187 с.
4. Хорнгрен, Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет: Пер. с англ. — С-Пб.: Питер, 2005. — 1008 с.

Большое значение для успешного контроллинга имеет установление связей и пропорций между затратами и объемами производства. Используя методы корреляционного и регрессивного анализа, графические методы, можно определять формы зависимости затрат от объема производства; получать информацию о прибыльности или убыточности производства в зависимости от его объема; т. е. решать стратегические задачи управления предприятием.

Понятие туризма как сферы экономической деятельности

Найденев Андрей Михайлович, соискатель ученой степени кандидата наук
Полесский государственный университет (г. Пинск, Беларусь)

Рассмотрим международные стандарты экономической деятельности, которые позволят приблизиться к рассмотрению туристской деятельности.

Статистическая комиссия ООН во введении к третьему варианту Международной стандартной отраслевой классификации (МСОК) дает следующее определение отрасли: отрасль экономики совокупность всех производственных единиц, осуществляющих преимущественно одинаковый или сходный вид производственной деятельности. [4, с. 19]

С 2011 года Республика Беларусь перешла на международные стандарты классификации видов экономической деятельности, обеспечив введение в экономическую и статистическую практику.

Постановлением Правительства Республики Беларусь от 4 апреля 2012 года № 302 установлена окончательная дата перехода на новую версию ОКЭД — 1 января 2016 года, а также определены основные мероприятия по введению данного классификатора в экономическую и статистическую практику.)

В ОКЭД достаточно широко представлены различные виды туризма и классы туристской продукции и услуг. Это говорит о том, что рассмотрение туризма как вида деятельности уже опирается на авторитетные международные стандарты и должно учитываться при решении вопросов об управлении туризмом.

И в этом перечне отраслей туризм не представлен, хотя очевидно, что предприятия практически всех на-

званных выше отраслей непродуцированной сферы участвуют в формировании туристского продукта.

Представленная классификация отраслей народного хозяйства имеет определенный смысл. Она необходима для правильного определения объемов общественного продукта и национального дохода и сопоставимости этих данных с результатами, полученными в других странах мира. Приведенная классификация имеет унифицированный вид и используется практически всеми государствами для измерения национального дохода, его перераспределения и определения эффективности общественного производства.

Межотраслевой комплекс индустрии туризма является катализатором развития различных секторов экономики, а туристская хозяйственная деятельность — сложный процесс, который охватывает отрасли материального и нематериального производства, выполняет специфические общественные функции, которые непосредственно направлены на удовлетворение материальных и духовных потребностей человека. Поэтому относительно такой деятельности используют понятие «комплекс», «хозяйство», «система», «индустрия».

Взаимодействие межотраслевого комплекса индустрии туризма со смежными отраслями национальной экономики, проблемы регулирования развития межотраслевого комплекса индустрии туризма в региональном аспекте, разработка организационно-экономического механизма

регулирующего их развития, отвечающего условиям современности еще не получили достаточного отражения в современных научных исследованиях. Кроме того, степень изученности вопросов формирования системы механизмов регулирования регионального развития не позволяет предлагать конструктивные решения многочисленных практических проблем, существующих в этой сфере.

Первая и очевидная проблема — несоординированность усилий по развитию национального туризма. В результате — новый импульс к разобщению не только на межотраслевом уровне, но и во внутриотраслевых структурах. Кажется, практика подсказывает многообразие форм управления и экономического регулирования туристских потоков и обслуживания, но сложившиеся стереотипы управления справедливо ассоциируются с единообразием, хотя за ним оскудение не только приемов и методов управления, но и самого туристского продукта, сужение сферы охвата населения туристскими мероприятиями.

С точки зрения рассмотренных выше отраслевых стандартов, наиболее рациональным является включение туризма в единый отраслевой комплекс вместе с физической культурой и санаторно-курортным делом. В то же время туризм необходимо рассматривать и как экономическую деятельность. В этом случае туристские предприятия нуждаются в значительном расширении экономической самостоятельности, а некоторые виды туризма (внутренний, въездной, социальный, детский туризм) — в приоритетной поддержке со стороны государства.

Возможности использования термина «туристская деятельность» четко определены Законом Республики Беларусь «О туризме» следующей дефиницией: туристская деятельность — это туроператорская и турагентская деятельность.

Туризм, не будучи на сегодняшний день выделяем в отдельную самостоятельную отрасль народного хозяйства, является экономическим явлением, которое многие исследователи с некоторой долей условности называют агрегированной отраслью экономики.

Между тем агрегированный характер туристской отрасли зачастую приводит к недооценке вклада туризма как в национальную, так и в региональную экономики. Оказывая воздействие на развитие многих других секторов деятельности (включая гостиничное хозяйство, транспорт и коммуникации, строительство, сельское хозяйство, розничную торговлю, производство и торговлю сувенирами и др.), туризм является катализатором развития целого блока отраслей и секторов экономики, что зачастую «размывается» в традиционной статистике, учитывающей генерируемые туризмом доходы по другим отраслям. Таким образом, экономическое воздействие туризма определяется по значительно заниженным показателям. Отсюда и проистекают абсолютно не соответствующие действительному положению вещей оценки доли доходов от туризма в ВВП РБ, затрагивающие лишь самый первый слой.

Недооценка значимости туристского комплекса, вызванная отсутствием подхода к нему как к единому целому, является существенным тормозом на пути его развития.

Измерение спроса обычно включает статистику объема, цены и профиля посетителей. Статистика объема. Суммарное число международных (межгосударственных) туристских прибытий в страну и суммарное число международных (межгосударственных) туристских отправок (выездов) из этой страны — это ключ к измерению спроса. [3, с. 35–37]

Даже контроль на международных границах и контроль валюты не позволяют обеспечивать достоверную и правильную информацию. [3, с. 38]

Статистику расходов довольно сложно собрать. Ее можно установить, используя оценки иностранной валюты из банков или от поставщиков туристских услуг и оборудования. Эти методы затруднительны и обычно неудовлетворительны. Все чаще информация собирается непосредственно от самих туристов путем заполнения анкет иностранными туристами, покидающими страну, и гражданами страны, возвращающимися из заграничной поездки. [3, с. 39]

Использование статистики внутреннего туризма необходимо в целях:

- измерения вклада туризма в общую экономику. При грамотном налогообложении оценки могут произведены реально и можно измерять эффект от туризма при определении валового внутреннего продукта страны;
 - рекламной и маркетинговой политики. Многие страны продвигают себя как дестинацию среди своих резидентов, соревнуясь с иностранными дестинациями за расходы из собственных туристов;
 - помощи политике развития территории. Это может включать попытку утвердить высокое качество окружающей среды в главных районах туризма, так же как и развитие других районов (территорий), чтобы облегчить перенаполнение;
 - содействия социальной политике. Отслеживание периода отпусков требуется, например, для обеспечения помощи непривилегированным слоям общества, возможно, даже в форме субсидий. [3, с. 40]
- Особо подлежат рассмотрению не включаемые в классификацию:
- еженедельные посещения мест вторичного местопребывания (которые могут быть собственностью, арендованными или бесплатными) должны быть классифицированы отдельно от досуга и рекреации;
 - осуществление поездок внутри страны членами экипажа, водителями, переводчиками, агентами по продаже, переезжающими с места на место продавцами, инспекторами, художниками, спортсменами;
 - посещение больных родственников, похороны и т.п.;
 - минимальное расстояние и продолжительность минимальной отлучки (продолжительность путешествия имеет значение для лиц, классифицированных как посетители одного дня);

– период более чем 6 месяцев или минимальное время, необходимое для создания нового местопребывания, включая ожидание;

– период менее чем 12 месяцев с целью проявления активной отдачи от места назначения, включая ожидание;

– допуск в больницу, тюрьму и другие учреждения;

– поездки повседневного характера, осуществляемые как часть обычной деловой активности или частые визиты к месту по какой-либо причине. [3, с. 41]

Можно предложить такие основные направления макроэкономической стратегии выхода Республики Беларусь на внешние рынки туристических услуг и соответствующие системы мер. Такими направлениями являются:

– совершенствование правовых основ регулирования внешнеэкономических связей туристических предприятий, в частности унификация государственных стандартов туристических услуг в соответствии с общепринятыми международными нормами, предоставление льгот для отечественных туристических предприятий — экспортеров услуг, предоставление статуса территорий с особым режимом внешнеэкономической деятельности перспективным туристическим центрам, создание правовых основ трансграничного сотрудничества в сфере туризма;

– повышение уровня финансирования привлекательных для иностранных туристов туристических объектов и соответствующей инфраструктуры, прежде всего в регионах с достаточным туристическим потенциалом и низким уровнем его использования

– обеспечение соответствия уровня качества туристических услуг международным стандартам путем проведения полной инвентаризации объектов туристической инфраструктуры, активного развития международных пассажирских перевозок сетью международных транспортных коридоров, стимулирование международного франчайзинга, системы логистики в туризме, существенного изменения системы подготовки кадров и т.д.;

– создание национальной туристической рекламно-информационной сети;

– стимулирование всестороннего использования национальными предприятиями туристических ресурсов страны, преимуществ месторасположения путем создания государственного кадастра туристических ресурсов страны и ее регионов, использование как традиционных на рекреационно-оздоровительном и познавательно-развлекательном сегментах внешних рынков туристических ресурсов.

Роль и значение межотраслевого комплекса индустрии туризма состоит в том, что он создает материальную основу для отдыха, туризма, оздоровления и лечения (*существующие другие направления туризма. например: агротуризм, деловой туризм*) отечественных и иностранных граждан; способствует развитию и совершенствованию материально-технической базы, техники и технологии отраслей, связанных с обслуживанием туристов; обеспечивает рост занятости населения регионов прини-

мающих и обслуживающих туристов; расширяет возможности формирования доходной части бюджета страны, ее регионов и территорий. Современный межотраслевой комплекс индустрии туризма, как составная часть мировой экономики является одной из доходной и быстро развивающихся отраслей экономики, которая по доходам занимает второе место в мире, уступая лишь топливно-энергетическому комплексу; повышает уровень и благосостояние населения страны.

Экономика туризма представляет собой научную дисциплину, которая исследует отраслевые аспекты экономических отношений в этой сфере деятельности, а также процессы и явления, происходящие в процессе производства, формирования обмена и потребления туристских продуктов и услуг, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В сложившихся на сегодняшний день условиях экономика туризма рассматривает туризм как сложный социально-экономический организм с множеством собственников и субъектов деятельности, хотя дискуссия о том, является ли туризм отраслью хозяйства или межотраслевым комплексом, продолжается до сих пор.

Соотношение секторов в экономике страны зависит от степени развития общества. Общемировой тенденцией является перемещение ресурсов из сферы материального производства в сферу услуг. Состояние сферы услуг стало показателем уровня развития современной экономики. Количество работников, занятых в сфере услуг разных стран, превышает число трудящихся в других отраслях вместе взятых. Темпы роста сферы услуг во всех странах мира в два раза превышают темпы роста производственной сферы. В последние несколько десятилетий произошли глубокие изменения в структуре экономики практически всех стран.

Туризм как сфера экономической деятельности — это система взаимодействия различных отраслей по производству туристических продуктов, товаров, услуг и их реализации.

Таким образом, туристский продукт целенаправленная совокупность услуг, работ и иных товаров, материальных и нематериальных объектов, необходимая и достаточная для удовлетворения потребностей туристов, отвечающая целям туризма и предлагаемая к реализации, а также предоставляемая туристу.

Более широко используемая в туризме дефиниция трактует туристский продукт как потребительский комплекс, включающий: тур, туристско-экскурсионные услуги и специальные туристские товары, т.е. как совокупность вещественных и невещественных потребительских стоимостей, потребляемых туристом.

Потребности человека, в принципе, безграничны, но жестко детерминированы уровнем социально-экономического развития определенного общества. Нижняя граница личных потребностей составляют физиологические (потребности в пище, жилье, одежде, гигиенические и т.п.), верхний предел определяется как объек-

тивными условиями (уровень развития страны, уровень урбанизации, структура занятости и уровень жизни населения и т.д.), так и субъективными (возраст, пол, уровень образования, уровень и условия жизни, принадлежность к определенному социальному слою населения, религиозность и другие). Поэтому потребности населения в товарах и услугах дифференцированы в пространстве и времени и стратифицированы в зависимости от конкретных объективных и субъективных признаков.

В основе туристического процесса лежит движение: движение как развитие во времени (прогрессивная динамика туристических потоков, рост экономической, социокультурной, экологической роли туризма и наращивания объемов деятельности) и движение как перемещение в пространстве (туристов-потребителей от мест проживания в места отдыха, рабочей силы и квалифицированных кадров, денег в виде платежей, инвестиций и т.д., информации рекламного, служебного и иного характера). Следствием движения является распространение туризма как составной стили жизни и индустрии туризма как составной хозяйственного комплекса страны.

Поэтому потребности населения в товарах и услугах дифференцированы в пространстве и времени и стратифицированы в зависимости от конкретных объективных и субъективных признаков.

Выделяют три уровня регулирования: национальный, двусторонний, многосторонний.

В результате анализа определений понятия «международный туризм» можно выделить два основных подхода к его пониманию: международный туризм как коммерческая деятельность, связанная с куплей-продажей туристических услуг и товаров туристического спроса основывается на межгосударственных договорах и сопровождается потоками валютных средств, и международный туризм как социально-экономическое явление, связанное с туристическими поездками граждан за пределы страны постоянного проживания, где они занимаются неоплачиваемой деятельностью.

Внешнеэкономическая деятельность туристических предприятий рассматривается как вид ВЭД, обеспечивает предоставление различного рода туристических услуг и продаже товаров туристического спроса иностранным туристам в стране базирования и отечественным туристам за рубежом с целью удовлетворения их культурных, деловых и других потребностей и получения прибыли. Важным аспектом управления внешнеэкономической деятельностью туристических предприятий является адекватная, реалистичная оценка факторов и безопасности ее осуществления. Всю совокупность факторов, влияющих на характер и особенности внешнеэкономической деятельности туристических предприятий, можно разделить на две группы: внешние (внешние по отношению к туризму условия хозяйствования, среда развития туристического бизнеса) и внутренние (внутренние факторы, непо-

средственно связанные с туристической деятельностью). В свою очередь, внешние факторы можно разделить на глобальные и национальные (прямого и косвенного воздействия), внутренние — на объективные и субъективные. Результатом анализа влияния внешних факторов является оценка благоприятности среды развития ВЭД туристического предприятия, факторов — оценка его внешнеэкономического потенциала.

Развитие внутреннего и въездного туризма, кроме прямых доходов, имело бы позитивное влияние на деятельность многих других секторов экономики, активизировало внедрение инноваций, поэтому из главных задач развития туризма в Беларуси это повышение уровня проинформированности потенциальных инвесторов и потребителей относительно туристического потенциала государства.

Многосторонние отношения на рынке услуг регулируются соглашениями в рамках международной организации ГАТТ / ВТО (Генеральное соглашение о тарифах и торговле / Всемирная торговая организация), ЮНКТАД (Конференция ООН по торговле и развитию) и специализированных межправительственных организаций, таких как, например, ИКАО (Международная организация гражданской авиации), ИМО (Международная морская организация), ВТО (Всемирная туристическая организация) и других. В частности, ЮНКТАД проводит исследования и разрабатывает рекомендации по отдельным секторам сферы услуг, по вопросам обмена технологиями и передачи данных, помогает в проведении согласованной политики в области «невидимых» статей платежного баланса и тому подобное.

Национальные правительства в основном проводят мониторинг и связывают измерения с потоком людей в страну и из страны. Это происходит по разным причинам, многие из которых не имеют ничего общего с туризмом, например контроль безопасности, здоровья и иммиграции. Измерение туристического движения очень важно, потому что туризм влияет на платежный баланс страны (ПБС — финансовые счета страны). Существуют движения денег внутри и вне этих счетов. Влияние туризма на платежный баланс связано с расходами международных туристов. [3, с. 33]

Позитивный (положительный) «счет путешествий» означает, что расходы приезжающих туристов превышают расходы уезжающих, а комбинированный эффект будет выгодным для платёжного баланса. Есть мнения, что ни один из приведенных типов расходов не может быть правильным, так как отражает разную деятельность [3, с. 34]

Можно видеть, что правительства четко разделяют на два направления движение межгосударственного туризма, особо выделяя «прибывающий» туризм из-за его экономической выгоды. Тем не менее существуют другие важные причины. Официальные расчеты могут быть построены, а течения в движениях могут быть повержены мониторингу через определенный период времени. Это означает, например, что эффективность маркетинговых служб в правительстве может быть подтверждена мони-

торингу или что любая конкретная рекламная кампания, которая пытается привлечь посетителей из конкретной страны, может быть обложена налогами. [3, с. 34]

В основе формирования местных рынков туристических услуг лежат территориальные различия, которые существуют в пределах каждой страны в зависимости от протяженности, конфигурации и масштабов ее территории, процесса заселения и формирования границ, этнической и религиозной мозаичности, характера расселения и хозяйственной деятельности, и отражаются в уровне социально-экономического развития действий закона спроса и предложения, ярко проявляется в механизме формирования местного рынка туристических услуг. Спрос формируется на конкретной территории с характерными для нее социально-экономическим признакам, уровню развития, условиями и стилем жизни населения, то есть в конкретной социально-экономической среде. Мотивация, подкрепленная платежеспособным спросом, на тот или иной вид, форму, направление и другие признаки структуризации туристического рынка, соответствующие видовые субрынки, их сообщения на определенной территории (или сочетание различных видов спроса) формирует стандартный спрос, характерный именно для этой территории, и соответствующую ему предложение турпродукта, обеспечивается предприятиями индустрии туризма.

Внутрикомплексного горизонтальные связи, имеющиеся между предприятиями различных отраслей, причастных к организации туристического потребления в соответствии стадийности процесса обслуживания, позволяют выделить в пределах индустрии туризма функционально-стадийные подсистемы, представленные сочетаниями разнородных функционально-отраслевых элементов, выполняющих однородные функции в сфере туризма. Относительно потребительски-ресурсной ориентации их можно расположить следующим образом:

— туристская деятельность — это предпринимательская деятельность;

— организация путешествий не является (по определению) продуктом деятельности турагентов и туроператоров, поскольку деятельность последних предполагает своим объектом туристский продукт; из этого следует, что организация путешествий — это иная деятельность, т.е. не деятельность турагентов и туроператоров. [8, с. 16]

Формирование туристского продукта складывается из услуг множества предприятий, которые непосредственно связаны с обслуживанием людей на отдыхе и в путешествии. К ним относятся транспортные компании, предприятия питания, гостиницы, экскурсионно-познавательные организации, азартные заведения, спортивные и курортные организации и т.д.

Экономический подход рассматривает эластичность, которая описывает взаимосвязь между спросом и ценой, спросом и другими факторами. Геофизическое определение вводит дополнительные (к цене) факторы такие как детерминанты спроса, и включает не только тех, кто уча-

ствует в туризме, но и тех, кто желает, но участвует в нем по какой-либо причине. [3, с. 8]

С экономической точки зрения *график спроса* показывает количество продукта которое потребитель желает приобрести по определенной цене в определенное время. [3, 11]

Для туризма важна реакция рынка на изменения факторов, влияющих на туристский спрос.

Технологическое влияние. Без сомнений, технология является фактором, дающим возможность в определенных пределах превратить подавленный спрос в эффективный. Особый случай в рамках (пределах) транспортной технологии, где создание двигателя для реактивного самолета в конце 1950-х гг. дало авиационному делу и скорость, и пространство, стимулировало ряд туристских продуктов, доступных на международном рынке, что позволило реализовать скрытый спрос на международные путешествия. Разработки в авиационной технологии продолжались, параллельно совершенствовались перевозки легковыми автомобилями, как конкурент по размещению туристов. Развитие технологии компьютерной резервации, которое опять является критическим, стало фактором туристского спроса.

В общем, технология действует, повышая доступ к туризму путем снижения стоимости или делая продукт более доступным, например новейшие разработки в рекреационной технологии (средства передвижения по бездорожью). [3, с. 32]

Производственно-технологические, информационно-коммуникативные, финансово-экономические связи, задействованные в создании и реализации турпродукта, осуществляются системой предприятий по оказанию услуг гостеприимства, транспорта и посреднических услуг по организации туристической поездки, которые образуют индустрию туризма. Именно эти горизонтальные функционально-интегративные по сути связи позволяют определить указанную подсистему как туристическую отрасль — совокупность предприятий, сходных по назначению, технологии обслуживания, профессиональным составом кадров и условиями их деятельности, особенностями размещения и функционирования на рынке туристических услуг. Главное назначение предприятий туристической отрасли заключается в организации комфортного и качественного обеспечения мотивационных требований туриста. Соответствие требованиям гарантирует эффективность их деятельности на рынках разного уровня. Туристическая отрасль функционирует и развивается, направленная государственной туристической политикой в сфере туризма. Функцией предприятий туристической отрасли является создание, реализация и организация потребления услуг и товаров туристического назначения, производство турпродукта. Туристическая отрасль состоит из предприятий, предоставляющих услуги гостеприимства, транспортные услуги и предприятий, создающих комплексный турпродукт и организуют его потребления (туроператоры и турагентства).

Поэтому общественно-географический комплекс территории является одновременно и ресурсом, и условием развития индустрии туризма на определенной территории, и фактором территориальной организации индустрии туризма, основой формирования территориальной структуры национального туристического рынка предложения. Общественно-географический комплекс — это «выделена на основе общественно-географических связей территориальная и комплексно-пропорциональная структура материально-вещественных и духовных компонентов деятельности человека», представлена взаимосвязью и взаимодействием территории, населения и его расселения, материального производства и непроизводственной деятельности.

Функционирование индустрии туризма возможно только во взаимодействии со всеми функционально-компонентными и функционально-территориальными элементами общественно-географического комплекса, структурной единицей которого она является. Взаимодействие и взаимосвязь единичного и целого прослеживается по всем каналам: ресурсно-сырьевом, ресурсно-товарном, финансовом, трудовом, информационном, управленческом, что позволяет рассматривать социально-демографические и хозяйственные структуры в составе территориально-хозяйственной подсистемы индустрии туризма. Эти структуры и их компоненты являются условиями функционирования комплекса индустрии туризма, влияют на его территориальную организацию и могут использоваться как туристические ресурсы.

Определить место туристской отрасли в системе хозяйственного комплекса чрезвычайно сложно.

Для непосредственного функционирования индустрии туризма необходимая материально-техническая база, создается стройиндустрии, продукты питания, поставляемых АПК, транспортные средства и транспортная сеть, ремонтная и строительная база, трудовые ресурсы определенной квалификации. Итак, с одной стороны, хозяйственный комплекс территории способствует развитию индустрии туризма, а с другой, индустрия туризма влияет на развитие хозяйственного комплекса через создание спроса на определенные товары и услуги. Между хозяйством и индустрией туризма как его составной существует тесная вертикальные и горизонтальные связи.

Таким образом, среди отраслей, обеспечивающих функционирование туристской сферы, можно выделить области региональной ориентации (народные промыслы, строительство, некоторые виды АПК и непроизводственной сферы, отрасли промышленного производства), имеющих широкие обширные связи, дальность которых обусловлена технико-экономическими характеристиками и отрасли местной ориентации (сфера обслуживания населения, пригородный АПК, отрасли социальной сферы).

По теснотой связей и соответствующим направлениям мультипликационных воздействий области хозяйственного комплекса можно разделить на те, что работают на всю индустрию туризма (строительство, отрасли

непроизводственной сферы и т.п.), и те, что работают на определенные отрасли индустрии туризма (АПК — питание, транспорт — транспортные услуги, культура, искусство — экскурсионное обслуживание и организация досуга и т.д.).

На практике под турпродуктом понимают три основных вида возможных предложений на рынке.

1. Тур, комплексная туристская услуга. Тур, предлагаемый фирмами, туроператорами (организаторами), может быть продан по требителю для личного пользования (в розницу), а также оптовым покупателям (фирмам-посредникам, турагентствам) для извлечения экономической выгоды. Тур, предлагаемый к продаже в розницу, продается в соответствии с установленными фирмами правилами продаж туристских путевок.

2. Отдельные туристские услуги, к которым можно отнести: транспортные услуги, услуги по размещению, оформлению заграничных паспортов и виз стран пребывания, страховку, экскурсионную программу, прокат автомобиля и многое другое.

3. Товары туристского назначения, включая различного рода информационные материалы (каталоги, справочники, карты, словари, путеводители, сувенирная продукция и т.д.), которые необходимы туристу и путешественнику в стране пребывания.

В то же время туристская услуга — это совокупность действий в сфере обслуживания, направленная на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста, отвечающая целям туризма, характеру и направленности турпродукта и не противоречащая принципам морали.

Туристские услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, т.е. отдых, возможность развития личности, познания исторических и культурных ценностей, занятия спортом, участия в культурно-массовых мероприятиях, т.е. туризм сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, воспитательный и эстетический факторы.

Структурная модель целостного туристского комплекса. Туристский комплекс включает в себя по крайней мере один элемент из всех подсистем. Значение каждой из составных частей целого можно понять и оценить, лишь поняв и оценив значение всех остальных составных частей. Поэтому исследование туристского комплекса в целом следует начинать с одновременного рассмотрения всех его компонентов.

Эти группы элементов составляют некий скелет, в известной степени не подчиняющийся законам целостной организации. Прежде всего речь идет о транспортной инфраструктуре, которая, как все относительно неизменные структуры, обладает свойством, с одной стороны, оказывать поддержку, а с другой порождать застои. Таким образом, транспортной инфраструктуре при целостном планировании должно уделяться первостепенное внимание.

Безупречное тесное взаимодействие между подсистемами является основной предпосылкой успешного функ-

ционирования комплекса в целом. Только при условии интенсивного взаимодействия и обмена информацией между всеми подсистемами, когда каждому отдельному клиенту (гостю или туристу) предлагается оптимально сбалансированный набор услуг, можно говорить о туристском комплексе, как о теоретически совершенной единой системе. Следовательно, при планировании и осуществлении мероприятий по развитию туризма нужно всегда стремиться к оптимальным результатам.

Организационно-управленческие функции по координации государственной политики в сфере туристического бизнеса для содействия развитию внутреннего туризма и участия в мировом туристическом процессе путем нормативно-правового и финансово-экономического регулирования.

Государственная туристическая политика представляет собой комплекс мер правового, экономического и организационного порядка, подкрепленная соответствующими управленческими институтами, деятельность которых пронизывает все управленческие уровни и направлена на согласование государственных, деловых и местных интересов на рынках туристических услуг разного порядка. Регуляторными каналами влияния законодательно-нормативный, налоговый, валютно-финансовый, информационный, управленческий. Эффективность государственной туристической политики отражается в характере туристического процесса и обозначается место, которое занимает в нем национальный туристический рынок, и доходностью индустрии туризма, ее прямым и косвенным вкладом в национальную экономику.

Производственно-технологические, информационно-коммуникативные, финансово-экономические связи, задействованные в создании и реализации турпродукта, осуществляются системой предприятий по оказанию услуг гостеприимства, транспорта и посреднических услуг по организации туристической поездки, которые образуют индустрию туризма. Именно эти горизонтальные функционально-интегративные по сути связи позволяют определить указанную подсистему как туристическую отрасль — совокупность предприятий, сходных по назначению, технологии обслуживания, профессиональным составом кадров и условиями их деятельности, особенно местами размещения и функционирования на рынке туристических услуг.

Главное назначение предприятий туристической отрасли заключается в организации комфортного и качественного обеспечения мотивационных требований туриста. Соответствие требованиям гарантирует эффективность их деятельности на рынках разного уровня. Туристическая отрасль функционирует и развивается, направленная государственной туристической политикой в сфере туризма. Функцией предприятий туристической отрасли является создание, реализация и организация потребления услуг и товаров туристического назначения, производство турпродукта. Туристическая отрасль состоит из предприятий, предоставляющих услуги гостепри-

имства, транспортные услуги и предприятий, создающих комплексный турпродукт и организуют его потребления (туроператоры и турагентства).

Поэтому общественно-географический комплекс территории является одновременно и ресурсом, и условием развития индустрии туризма на определенной территории, и фактором территориальной организации индустрии туризма, основой формирования территориальной структуры национального туристического рынка предложения.

Индустрия туризма многогранна. Множество предприятий, фирм и организаций участвует в обслуживании туристов. Возникновение туристического бизнеса обусловлено интенсивным развитием региональных и международных туристических обменов и сильной разобщенностью потребителя и производителя туристических услуг (гостиницы, рестораны и пр.) как во времени (заблаговременное комплектование и продажа туров), так и в пространстве (разные страны, даже континенты путешествий).

Туризм — это мощная индустрия, включающая в себя разнообразные виды предпринимательства. В области туристического обслуживания находят свое применение многие предприятия, организации и фирмы.

По мнению специалистов, наибольшее влияние на развитие туризма оказывают: гостиничный бизнес, транспорт, туристские агентства, туроперейтинг и глобальные компьютерные системы бронирования и резервирования.

В ближайшие десять лет туризм останется крупнейшим источником создания новых рабочих мест в европейских странах и в ряде стран других регионов.

Прогнозируется дальнейшая дифференциация предложения туристического продукта, имеющая целью все более широкий охват потребителей с разнообразными возможностями и потребностями.

Также прогнозируются дальнейший процесс концентрации капиталов, создание крупных интернациональных компаний и корпораций.

Сохранится тенденция интеграционных процессов в сфере туризма как в горизонтальном (например, системы турагентств, франшизные компании гостиниц), так и в вертикальном (например, система «оператор — агентство — гостиница авиационно-транспортное предприятие») плане.

Существуют отрасли, где монополия необходима. Речь идет о естественной монополии. Она возникает там, где производство определенного вида продукции обходится дешевле, если им занимается только одна фирма. Типичные монополисты продавцы газа, тепла, электроэнергии, что определяется самим характером подобного производства. Проникновение в такую отрасль других производителей приводит к увеличению издержек.

Если в условиях совершенной конкуренции благополучие производителя зависит от снижения издержек производства при неизменных ценах, то в условиях чистой монополии он выигрывает за счет роста цен при неизменных и даже растущих издержках производства. Монополизированный рынок закрыт для конкурентов. Мо-

нополия позволяет в течение определенного периода регулировать соотношение спроса и предложения таким образом, чтобы потребитель оплачивал самые высокие издержки и обеспечивал тем самым производителю желаемую прибыль. К тому же происходит искусственный рост издержек производства в отраслях, потребляющих продукцию предприятий-монополистов, что, в конечном счете, отражается на жизненном уровне населения.

Наличие монополистических тенденций в сфере туристского бизнеса, отход от принципов совершенной конкуренции имеет под собой объективную основу. Большую часть требований клиента могут удовлетворить лишь крупные, диверсифицированные фирмы, которые охватывают предприятия из разных отраслей, обладающих несколькими самостоятельными центрами деловой активности.

Обладая мощной материально-технической базой, научно-исследовательскими центрами и громадными денежными ресурсами, крупные компании владельцы патентов на новые изобретения в состоянии контролировать производство определенного товара или внедрение нового технологического процесса. Монопольное право на изготовление конкретного товара является важнейшим преимуществом крупных объединений по отношению; к небольшим фирмам, которые лишены возможности применять новые методы или осваивать новые изделия без разрешения патентовладельцев. Широко используются также такие рычаги, как ноу-хау, налаженные связи с государственными учреждениями; позволяющие получить дополнительные льготы, наличие опыта работы на данном рынке, выгодное местоположение, проведение мощных рекламных кампаний и т.д.

Туристский продукт оценивается как суммарный объем товаров и услуг, производимых в сфере туризма. Он может быть оценен двумя способами:

- а) как сумма всех произведенных затрат;
- б) как сумма всех расходов туристов (туристских расходов), т.е. доход от туризма.

Валовой туристский продукт как доход включает:

- 1) всю зарплату, которая является частью выручки от производства туристских товаров и услуг. Сюда включается также предоставление займа (кредита);
- 2) выручку от сдачи в аренду комнат, апартаментов и т.д.;
- 3) проценты, которые получают предприниматели, работающие в туристской экономике за то, что предоставляют заем денег. Например, проценты за хранение денег в банке на депозитном счете;
- 4) прибыль — это то, что остается после того, как были сделаны затраты на производство туристского продукта и услуг.

Затраты вычитаются из выручки от реализации туристских товаров и услуг. Это означает, что результат может быть и отрицательным, т.е. в этом случае получаем убытки. Часть доходов может не вернуться к собственнику, но может остаться в туристском бизнесе для даль-

нейшего использования. Именно эта часть и рассматривается как доход.

Валовой туристский продукт как затраты включает:

- 1) затраты на туристское потребление (все туристские затраты на покупку товаров и услуг);
- 2) частные туристские инвестиции, включающие общее количество затрат, которые сделаны при осуществлении новых капиталовложений, и затраты частного сектора для улучшения структуры туризма. Сюда включены изменения в потоке проектов, которые производит туристский бизнес;
- 3) государственные туристские затраты, которые сделаны государством для приобретения туристских товаров и услуг;
- 4) туристский экспорт минус импорт. В этой категории общий объем затрат на экспорт туризма из страны должен быть добавлен к валовому туристскому продукту. И наоборот, общий объем импорта турпродукта должен вычитаться из валового туристского продукта.

При определении валового туристского продукта необходимо учитывать следующие обстоятельства:

— ликвидация долгов рассматривается как уменьшение туристского капитала. Погашение долгов рассматривается как часть затрат по формированию туристского капитала. Другими словами, хотя эти затраты и являются частью добавленной стоимости, но они не включаются в доход, поскольку объем денег не возвращается для использования в туристском бизнесе. В результате их необходимо учитывать как процент на погашение различных долгов;

— косвенные налоги относятся к числу туристских товаров и услуг. Поэтому при суммировании затрат, которые были сделаны при производстве туристского продукта, чтобы сделать их равными доходу, необходимо часть дохода добавить к косвенным налогам для погашения долгов.

Для усиления производственной активности экономики туризма капитал, который был израсходован для производства туристского продукта, должен быть направлен на создание нового туристского продукта, т.е. на диверсификацию туристского производства.

При этом туризм сам не создает материально-вещественную субстанцию как результат труда работающих в этой отрасли экономики, а только аккумулирует продукцию других производств. Следовательно, его развитие определяется также множеством факторов, связанных как с национальной экономической политикой, так и ее адаптацией на уровне конкретной туристской дестинации. А это приводит к противоречию между спросом на туризм и экономическим развитием региона. [3, с. 4]

Недостаточно проработан в отечественной и зарубежной науке одно из таких понятий как «туристский регион».

Данному понятию была уготована роль центрального в одном из основных научных направлений — географии туризма. Более того, все статистические данные,

отчеты и сведения о достопримечательных местах сводятся именно по туристским регионам. Следует заметить, что существует большое количество авторских позиций по вопросам определения и состава выделяемых туристских регионов.

На развитие туристских районов существенное влияние оказывают многие факторы, например: уровень экономического развития территории; транспортная доступность; наличие достаточного количества трудовых ресурсов; существование системы расселения. Это реальные факторы конкретного процесса развития района. С другой стороны, их отсутствие не играет столь уж существенной роли и не снимает задачи освоения определенного района в качестве рекреационного или туристского.

Туристское районирование является видом частного, отраслевого районирования, отражающим только один аспект (туризм), который может быть адекватно описан на фундаментальной основе. При этом должны соблюдаться общегеографические принципы районирования: объективность, многоаспектность, иерархичность и конструктивность.

Объективность означает, что районообразующие признаки должны отражать конкретные характеристики. Многоаспектность (комплексность оценки) обусловлена разнообразием видов туризма, входящих в туристскую отрасль. Иерархичность позволяет делить территорию на зоны, подзоны, районы и подрайоны, находящиеся в четкой взаимной связи и подчинении. Конструктивность определяется четкостью поставленных при районировании задач.

В отличие от традиционного экономического подхода, в котором рассматривается только одна функция района — обслуживание туристов, в туристском районировании район определяется как территория, однородная по характеру рекреационного и туристского использования, следовательно, она должна отличаться комплексом признаков.

В рекреационном и туристском районировании в качестве районообразующих признаков могут быть выбраны следующие: структура рекреационных и туристских функций в зависимости от преобладающего использования туристско-рекреационных ресурсов (лечебная, туристская, спортивная и др.); степень туристско-рекреационной освоенности территории (развитый, средний и слаборазвитый район); степень открытости района; перспективность освоения. [2, с. 287–295]

Ряд авторов определяют туристский район как территориальную совокупность экономически взаимосвязанных туристских предприятий, специализирующихся на обслуживании туристов, позволяющую наилучшим образом удовлетворить их потребности, используя существующие природные и культурно-исторические комплексы территории и ее экономические условия.

Особое внимание следует уделить анализу взглядов ученых Российской международной академии туризма на содержание понятия «туристский регион». В частности,

данные аспекты достаточно подробно рассматривали в своих работах И. В. Зорин и В. А. Квартальнов.

Согласно их точке зрения, объект туризма включает в себя три основные составляющие — туристский регион (место), туристскую организацию и туристское предприятие. Турист пользуется комплексом услуг, которые предоставляются ему в определенном месте (или регионе), где происходит туристское мероприятие. Это место из-за своих привлекательных факторов становится центром туризма. Туристские места отличаются причинами, по которым в них задерживается турист.

Когда турист выбирает цель своего путешествия, он сравнивает между собой различные места и те услуги, которые там имеются, и выбирает из них то, что ему лучше подходит. Тот продукт, которые турист заказывает и покупает, состоит из услуг, предлагаемых в данном месте (туристском регионе). Территория, где предлагается комплекс услуг, не всегда имеет четко выраженные границы. Это может быть и часть региона, и туристский центр, где имеется вся необходимая материальная база для организации отдыха и размещения туристов. Такая территория может охватывать какую-либо область, страну и даже группу стран, которые турист выбирает как цель своего путешествия.

Есть несколько подходов к определению туристского региона, связанных с ответом на следующие вопросы: как определить территорию, которую выбрал турист для путешествия, и какой размер территории воспринимается различными рыночными сегментами как цель путешествия?

ВТО определяет туристский регион как территорию, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления. Из данного определения следует вывод о том, что туристский регион, для того чтобы считаться самостоятельным, должен иметь все необходимые сооружения для пребывания в нем туристов, туристский регион определяется как место, располагающее туристскими сооружениями и услугами, которые выбирает турист или группа туристов и которые продаются производителем услуг.

Таким образом, туристский регион — цель путешествия и туристский продукт. При этом необходимо иметь в виду следующее:

1. Данное определение должно исходить из интересов потребителя: решающим моментом является то, что географическая территория, выбранная туристом, должна приносить пользу. Довольно часто такие территории нарушают исторически сложившиеся политические границы.

2. То, чем туристский регион является для определенного туриста, зависит от его потребностей.

3. Регион как «место с набором аттракционов и приспособленными под них туристскими сооружениями и услугами» представляет для туриста продукт, состоящий из комплекса услуг.

В таком же виде туристский регион является единицей конкуренции въездного туризма.

Туристский регион можно рассматривать, учитывая требования самих отдыхающих. При такой модели выделяются четыре параметра, исходя из которых отдыхающий, прибыв однажды в место отдыха, хочет осуществить свои туристские мотивы еще раз. В зависимости от опыта, мотива поездки и удаленности от места жительства отдыхающий выделяет следующие параметры: жилье, место, ландшафт и экскурсии.

По мнению А. Ю. Александровой, наиболее унифицированные требования, предъявляемые к месту отдыха, а также непосредственным образом влияющие на развитие этой отрасли, в любом международном районе туризма следующие:

1. природно-климатическая привлекательность;
2. культурно-исторические ресурсы;
3. качественный стандарт отелей и средств размещения туристов, организация питания и всей сферы услуг, соответствие мировым стандартам имеющейся в районе туристской инфраструктуры, наличие экскурсионных и культурно-развлекательных программ;
4. оперативная транспортная и информационная доступность;
5. политическая стабильность в регионе и гарантия личной безопасности;
6. международная известность и престиж места (имидж территории). [1, с. 112]

В настоящее время сложилась определенная иерархия туристских районов: туристско-рекреационная зона, туристский макрорайон, туристский мезорайон, туристский микрорайон, туристский объект.

В 1905 г. опубликована работа австрийского исследователя И. Страднера «Туризм», которая стала классической для нового научного направления. В ней автор оценивал пределы предмета туристского исследования и впервые формулировал проблему туристского районирования. И. Страднер указывал на тождественность границ такого типа районов с политико-административным делением [10]. В то же время (1907 г.) Г. Юст защитил первую диссертацию по проблемам туризма. [3, с. 56.]

Важное значение для исследования проблем, связанных с туризмом, имеют публикации ООН, Всемирной Туристской Организации (ВТО), Международного Союза туристских организаций (МСОТО) и других международных организаций, которые глобально исследуют определенные темы. Одна из приоритетных тем разработка понятийного аппарата.

Сейчас самым распространенным является определение туризма, принятое на совместной конференции Всемирной ассоциации туризма и Межпарламентского союза в 1989 г. в Гааге. Она вводит понятие о добровольности путешествия и придает большое значение роли сектора услуг. Исходя из критического подхода к этому определению, можно обнаружить то, что в XXI в., исключение

места проживания и рабочей деятельности не определяет полноценно передвижения, которое характеризуют всех участников туризма.

В документах Гаагской декларации (1989) под туризмом понимается любое свободное передвижение лиц, не учитывая передвижений между местом работы и проживания, а также весь комплекс услуг, созданный для удовлетворения потребностей людей во время него [7, с. 65].

Существующие сегодняшние определения туризма можно объединить в две группы. Первая группа — узкоспециализированные определения, касающиеся отдельных экономических, социальных, правовых аспектов туризма или его видовых особенностей и является инструментом для решения конкретных задач (например, для статистических исследований). Вторую группу составляют дефиниции, которые охватывают предмет в целом, раскрывают внутреннее содержание туризма, выражают единство всего многообразия свойств и отношений.

В 1980 г. в Филиппинах была принята Манильская декларация по мировому туризму, которая провозгласила: «Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов благодаря непосредственному воздействию на социальную, культурную, образовательную и экономическую сферы жизни государств и их международные отношения» [9, с. 66].

В материалах Всемирной конференции по туризму, проведенной Всемирной туристской организацией (ВТО) в 1981 в Мадриде, туризм определяется как один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, осуществляемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и объединяются в отдельных странах с элементами спорта. В 1993 г. статистическая комиссия ООН приняла более емкое определение туризма: «Туризм — это деятельность лиц, которые путешествуют и находятся в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями».

Большинство научных исследований в области туризма западные ученые посвящали экономическим аспектам. На протяжении многих лет туризм рассматривался как отрасль, которая стимулирует местную экономику, повышает благосостояние, влияет на качество и уровень жизни населения страны. Однако после детального анализа результатов, основательного изучения проблемы эффективности возникли критические оценки туристской деятельности. Выяснилось, что запланированную прибыль оказывает ниже ожидаемого, а отток капитала из конкретных стран и преувеличение положительных сторон часто не соответствуют предполагаемым экономическим преимуществам в сфере туристской индустрии.

В экономической среде возникла основательная критика массового туризма, которая показала после детального изучения, что мультипликационный эффект от туризма иногда ниже ожидаемого уровня, а отток капитала в туристской индустрии часто сводит на нет предполагаемые экономические преимущества.

Большинство исследований по теме туристского развития осуществили зарубежные экономисты, такие как Б.Х. Арчер, Д.Л. Мак-Ки, А. Маммозаде, Р. Сениор, С.Л. Дж. Смит, Д.И. Уивер, Дж.Ф. Флетчер. В них получил освещение широкий спектр проблем развития современного туризма: характер и особенности, тенденции мирового туристического рынка, влияние туризма на национальную экономику, особенно развивающихся стран, проблемы взаимодействия национальных и транснациональных интересов и многие другие.

Экономический аспект туризма стал предметом изучения таких экономистов, как К. Холлоуэй, Г. Биовски, Р. Котас, которые раскрыли основы экономики туризма, туристского рынка и механизмов его функционирования.

Методика учета вклада туристической отрасли в народное хозяйство проработали такие западные экономисты, как К. Каспар, Ф. Кларк, А. Кох, М. Опперман, К. Рихтер, Х. Рюттер, В. Фрейер.

Достижения отечественной и зарубежной теории создали предпосылки для продолжения исследований на данном направлении, в частности, для научного анализа назревшей и еще мало исследованной проблемы формирования действенных механизмов реализации государственной региональной политики с целью преодоления тенденции углубления межрегиональных диспропорций, обеспечение комплексного и сбалансированного развития каждого региона и страны в целом.

Туристическая сфера Беларуси осуществляет существенное влияние на социальное и экономическое состояние государства и его регионов. Она не только привлекает к выработке туристического продукта большинства отраслей экономики (таких как строительство, транспорт, связь, коммунальное хозяйство, сельское хозяйство, легкую и тяжелую промышленности), но и стимулирует их развитие.

Развитие туризма в государстве предоставляет широкие возможности для обеспечения занятости населения за счет создания новых рабочих мест. Благодаря туризму развиваются местные объекты и инфраструктура, возрождаются культурные и исторические традиции. Он способствует улучшению сбалансированности экономики, представляет собой мощный объединяющий фактор по достижению взаимопонимания между различными языковыми и религиозными группами, укрепления национального единства и культурной интеграции.

Необходим поиск инновационной модели трансграничного сотрудничества регионов в сфере трансграничного туризма, как совокупности экономических субъектов, органов государственного управления, негосударственных организаций территорий различных стран, деятельность которых направлена на разработку, внедрение, коммерциализацию инноваций, объединенных между собой определенной институтом с целью оптимизации параметров сотрудничества регионов, и разработаны основные характеристики этой модели (цели, средства и особенности реализации на различных уровнях управления).

Мы исходим из предположения, что в современных социально-экономических условиях экономический механизм развития трансграничного туризма в республике Беларусь нуждаются в совершенствовании и проведении углубленного анализа современной практики его формирования и применения, а внедрение предложенных теоретических положений и практических рекомендаций, разработанных в процессе исследования, обеспечит более рациональный подход к реализации государственной туристической политики и совершенствования всей системы управления отечественным туризмом.

Литература:

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм. М., 2003. С.114.
2. Бессонова, В.Б. Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. 2006.— Выпуск 3.— С.287—295. Туристский регион: содержание и границы понятия (на примере анализа туристской учебной литературы).
3. Богданов, Е.И., Богомолова Е.С., Орловская В.П. Экономика отрасли туризм: Учебник / Под ред. проф. Е.И. Богданова. — М.: ИНФА-М, 2013. — 318 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). С. 35—37]
4. Боголюбов, В.С., Орловская В.П. Экономика туризма М.: Академия, 2005. — 192 с. Глава 1. Отрасль экономики туризма в системе национального хозяйства. 1.1. Отрасль экономики и отраслевая классификация.
5. Божко, Л.Д. Вісник Харківської державної академії культури. — 2012. — Вип.37. — С.56—66. Генезис та еволюція наукового туристського дискурсу.
6. Бойко, М. Г. Збірник тез XI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні складові регіонального розвитку в контексті європейської інтеграції» (м. Феодосія, 21—22 травня 2009 р.). — С.177—179.
7. Гагская декларация по туризму, Гаага, 14 апреля 1989 года // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: зб. нормат. — прав. актів / під заг. ред. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. — К., 2002. — С.63—68.
8. Зорин, И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности.
9. Манильская декларация по социальному воздействию туризма // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: зб. нормат. — прав. актів / під заг. ред. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. — К.: Юрінком Інтер, 2002.
10. http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_der_Tourismusforschung.

Методы оценки величины перспективного грузопотока региональной транспортной системы

Немчинов Олег Александрович, кандидат экономических наук, доцент
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

В современных условиях транспорт имеет особое значение. Уровень экономического развития напрямую зависит от уровня развития транспортной отрасли. Это касается, в первую очередь, России — страны, обладающей огромной территорией. Транспортные коммуникации объединяют все районы государства, что является необходимым условием его территориальной целостности. Необходима эффективная организация системы грузовых перевозок, поддерживающей транспортно-экономические связи.

В настоящее время Российская Федерация обладает недостаточной конкурентоспособностью транспортной системы на мировом рынке в связи с использованием не в полной мере транзитного потенциала, а также несоответствием инфраструктуры транспорта требованиям торговли на внешнем рынке. Для решения данной проблемы необходимо уделить особое внимание развитию международных транспортных коридоров, таких как «Север-Юг» и «Запад-Восток», на которые в перспективе будут сосредоточены основные международные потоки грузов.

Для увеличения транзита также необходимо эффективное развитие транспортно-логистических центров, целью которых является организация оперативного транспортно-логистического обслуживания грузовых перевозок с использованием различных видов транспорта, введение новых технологий в перевозочный процесс, вовлечение международных транзитных потоков, повышение уровня конкурентоспособности российских предприятий на рынке транспортных услуг.

Величина объема перевезенных грузов всеми видами транспорта за период 2005–2015 гг. приведена в таблице 1.

Объем перевозок грузов всеми видами транспорта за последние 10 лет сократился на 18,6%. Это связано с кризисами 2009 и 2015 годов, которые привели к снижению количества клиентов логистической сферы и сокращению объемов импорта и экспорта товаров.

Существует множество различных стратегий развития, как отрасли грузоперевозок в частности, так и экономики страны и регионов в целом. Основными направлениями развития являются совершенствование инфраструктуры, подвижного состава, уровня оказываемых логистических услуг. Требуется комплексное применение всех вышеуказанных мер.

Создание единой транспортно-логистической системы, включающей в себя логистические центры различного уровня и назначения, территориально и функционально согласованные с транспортной инфраструктурой и планами по комплексному развитию территорий будет являться надежным основанием для формирования единого транспортного пространства страны [1].

К транспортной системе относятся не только междугородные коридоры и логистические центры, но и транспортные узлы двух типов — федерального и регионального. Одним из региональных узлов является город Самара, который и выступает в качестве объекта исследования.

Существенное преимущество Самарской области — выгодное географическое положение. Транспортный узел Самары может стать одним из главных центров грузопереработки и объединения транзитных и экспортно-импортных грузопотоков. Он является одним из самых крупных в России и обладает высоким логистическим резервом в русле грузопотоков между странами Европейского Союза и Азиатско-Тихоокеанского региона (пересечение важнейших МТК «Север-Юг» и «Запад-Восток»). Самарский транспортный узел, представленный практически всеми видами транспорта, способен обслуживать как российские, так и международные грузопотоки из/в Казахстан, Среднюю и Юго-Восточную Азию, Европу и Китай [2].

Самарская область имеет достаточно развитую транспортную инфраструктуру (в большей степени соответствующую высокому транзитному потенциалу региона), важнейшими характеристиками которой являются: развитая сеть железнодорожных магистралей широтного направления, мощные узловые станции железной дороги (Сызрань, Самара, Кинель), достаточно густая и развитая сеть автодорог, наличие нескольких аэродромов в пределах агломерации Самара-Тольятти, аэропорт «Курумоч» между Самарой и Тольятти, наличие взлетных площадок на северо-востоке области, на территории области имеются три крупных порта и достаточно много пристаней [3].

Объем перевезенных грузов Самарской области за период 2003–2014 гг. представлен в таблице 2.

Как видно из таблицы, значение общего грузопотока за рассматриваемый период увеличилось на 3,7 млн. тонн или на 4%.

Таблица 1. Грузопоток РФ всеми видами транспорта за период 2005–2015 гг.

Год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Грузопоток, млн. тонн	9167	9301	9451	9451	7470	7750	8337	8519	8264	8006	7465

Таблица 2. Грузопоток Самарской области всеми видами транспорта за 2003–2014 гг.

Год	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Грузопоток, млн. тонн	82,6	80,6	73,2	73,7	76,5	70,9	66,6	70,3	75,8	77,7	79,2	86,3

Для анализа обеспеченности перспективного грузопотока транспортной инфраструктурой необходимо произвести прогноз изменения объема перевозимых грузов на среднесрочную перспективу. Располагая соответствующей статистикой за период с 2003 по 2014 гг., спрогнозируем значение грузопотока на 2014 год разными ме-

тодами и сравним полученное значение с фактическим. Выберем метод, дающий наиболее приближенное к реальности значение. После чего, спрогнозируем значение объема грузопотока Самарской области на несколько лет.

Все значения грузопотока за 2014 год, полученные прогнозируемыми методами, занесены в таблицу 3.

Таблица 3. Сравнительный анализ методов прогнозирования

	Метод наименьших квадратов	Методы сглаживания		Методы экстраполяции	
		По показательной функции	По квадратичной функции	На основе осредненных по прошлым годам приростов	На основе среднего коэффициента роста
Прогноз грузопотока на 2014 год, млн. т	73,090	73,083	84,315	78,868	76,876
Фактическое значение грузопотока на 2014 год, млн. т	86,340				
Разница факта и прогноза, млн. т	13,250	13,257	2,025	7,472	9,464

Согласно полученным данным и проведенному сравнению, метод сглаживания по квадратичной функции дает результат наиболее приближенный к фактическому значению. Рассчитаем данным методом объем перевезенных грузов в 2015–2017 гг.

Методом сглаживания по квадратичной функции спрогнозируем значение грузопотока сначала на 2015 г.

Уравнение квадратной параболы имеет вид $\bar{N}_t = a + b \cdot t + c \cdot t^2$. В данном методе задача сводится к определению неизвестных параметров: a , b , c . Применяя метод наименьших квадратов, получим уравнение:

$$S = \sum_{i=1}^n (\bar{N}_i - a - b \cdot t - c \cdot t^2)^2 \rightarrow \min.$$

Для нахождения значений неизвестных параметров a , b , c , при которых функция была бы минимальной, необходимо приравнять частные производные по этим величинам к нулю. После всех преобразований получаем упрощенную систему нормальных уравнений [4]:

$$\begin{cases} n \cdot a + c \cdot \sum t^2 = \sum N_i; \\ b \cdot \sum t^2 = \sum (N_i \cdot t); \\ a \cdot \sum t^2 + c \cdot \sum t^4 = \sum (N_i \cdot t^2). \end{cases}$$

Фактические годовые объемы грузовых перевозок за 2003–2013 гг. приведены в таблице 4.

Подставляя в систему нормальных уравнений расчетные значения (см. таблицу 4), получаем следующую систему уравнений:

$$\begin{cases} 12 \cdot a + 182 \cdot c = 913,22; \\ 182 \cdot b = 23,45; \\ 182 \cdot a + 4550 \cdot c = 14560,4. \end{cases}$$

Из данной системы уравнений получаем, что $a = 70,085$, $b = 0,129$, $c = 0,397$.

Тогда искомое уравнение квадратной параболы имеет вид:

$$\bar{N}_t = 70,085 + 0,129 \cdot t + 0,397 \cdot t^2.$$

Сглаженные уровни заносятся в последний столбец таблицы 4.

Для того чтобы определить прогноз объема перевезенных грузов за 2015 год, необходимо подставить соответствующее значение $t = 7$ в искомое уравнение:

$$\bar{N}_{2015} = 70,085 + 0,129 \cdot 7 + 0,397 \cdot 7^2 = 90,425 \text{ млн. тонн.}$$

Затем найдем значение грузопотока на 2016 г., подставив в таблицу 4 полученное прогнозное значение 2015 года и пересчитав коэффициенты, и, наконец, на 2017 г. аналогичным образом.

$$\bar{N}_{2016} = 70,898 + 0,605 \cdot 7 + 0,454 \cdot 7^2 = 97,200 \text{ млн. тонн;}$$

$$\bar{N}_{2017} = 70,665 + 0,952 \cdot 8 + 0,398 \cdot 8^2 = 103,774 \text{ млн. тонн.}$$

Учитывая, что 2015 год является кризисным периодом во всех сферах экономики страны, прогноз в данном случае может быть не совсем корректным. Похожая ситуация наблюдалась в 2009 году, в котором очевидно резкое падение объема перевезенных грузов. Таким образом, на основе сравнения известных значений грузопотока 2008 и 2009 гг. вычислим и введем поправочный коэффициент для расчета уточненной величины объема перевезенных грузов на 2015 год:

Таблица 4. Прогноз грузопотока методом сглаживания по квадратичной функции

Год	Грузопоток N_t , млн. тонн	Условное обозначение времени t	t^2	$N_t \cdot t$	$Nt \cdot t^2$	t^4	$N_{\text{сред}}$
2003	82,63	-6	36	-495,78	2974,68	1296	83,593
2004	80,56	-5	25	-402,8	2014	625	79,358
2005	73,15	-4	16	-292,6	1170,4	256	75,917
2006	73,66	-3	9	-220,98	662,94	81	73,269
2007	76,46	-2	4	-152,92	305,84	16	71,414
2008	70,88	-1	1	-70,88	70,88	1	70,353
2009	66,56	1	1	66,56	66,56	1	70,611
2010	70,28	2	4	140,56	281,12	16	71,930
2011	75,76	3	9	227,28	681,84	81	74,042
2012	77,73	4	16	310,92	1243,68	256	76,948
2013	79,21	5	25	396,05	1980,25	625	80,647
2014	86,34	6	36	518,04	3108,24	1296	85,139
Сумма	913,22	0	182	23,45	14560,4	4550	913,22

$$\Delta_1 = \frac{N_{2009}}{N_{2008}} = \frac{66,56}{70,88} = 0,93905.$$

Следовательно, пересчитав значение грузопотока за 2015 год, методом сглаживания по квадратичной функции проведем пересчет значений на 2016 и 2017 гг.:

$$\bar{N}_{2015} = 86,340 \cdot 0,93905 = 81,078 \text{ млн. тонн};$$

$$\bar{N}_{2016} = 71,616 + 0,297 \cdot 7 + 0,348 \cdot 7^2 = 90,733 \text{ млн. тонн};$$

$$\bar{N}_{2017} = 71,333 + 0,590 \cdot 8 + 0,308 \cdot 8^2 = 95,797 \text{ млн. тонн}.$$

Аналогично, введем поправочный коэффициент для расчета объема перевезенных грузов на 2016 год:

$$\Delta_2 = \frac{N_{2010}}{N_{2009}} = \frac{70,28}{66,56} = 1,05589.$$

Следовательно, имея величину грузопотока за 2015 год и пересчитав значение грузопотока за 2016 год, методом сглаживания по квадратичной функции проведем пересчет значения на 2017 г.:

$$\bar{N}_{2015} = 81,078 \text{ млн. тонн};$$

$$\bar{N}_{2016} = 81,078 \cdot 1,05589 = 85,609 \text{ млн. тонн};$$

$$\bar{N}_{2017} = 71,759 + 0,462 \cdot 8 + 0,269 \cdot 8^2 = 92,664 \text{ млн. тонн}.$$

Таким образом, имеем 3 сценария развития событий на рынке грузовых перевозок Самарской области (рисунок 1).

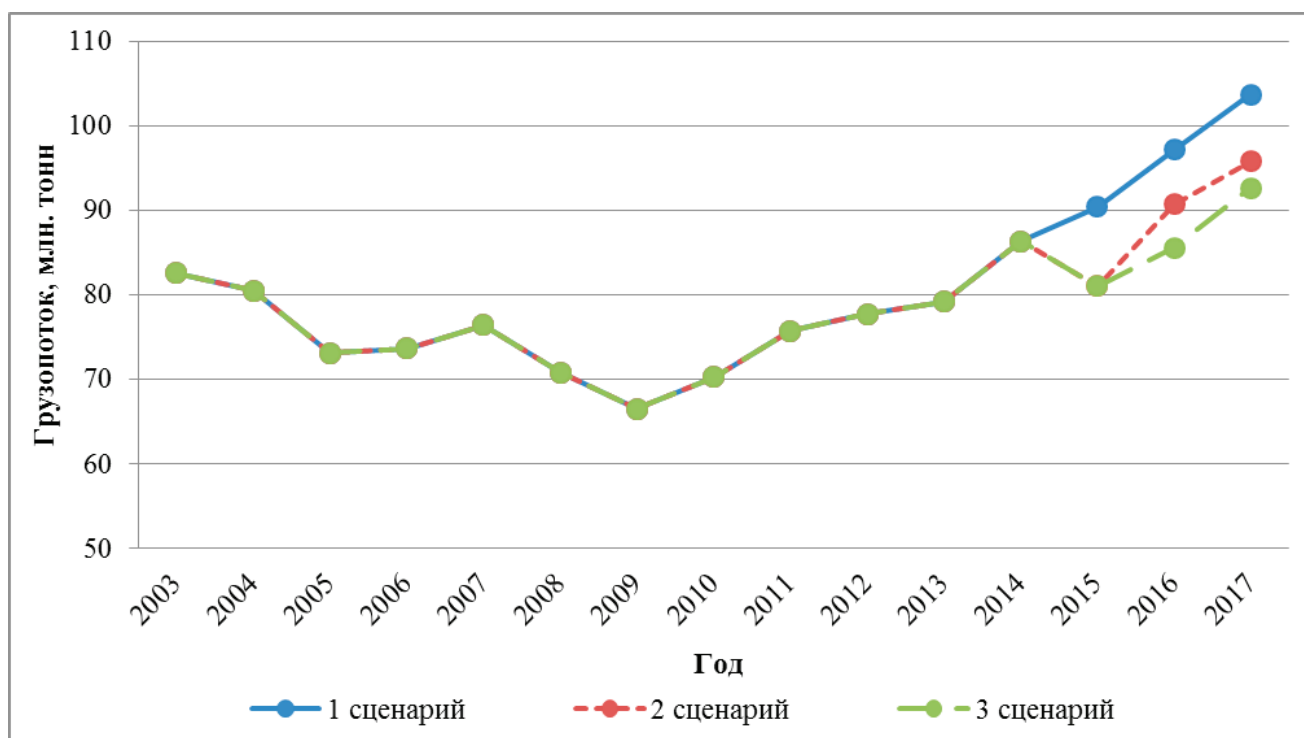


Рис. 1. Три сценария динамики изменения грузопотока на период 2015–2017 гг.

Стоит отметить, что различные факторы оказывают влияние на уменьшение величины грузопотока в 2015 году, однако Правительство Самарской области предпринимает меры по выходу из кризисного положения.

С точки зрения увеличения конкурентоспособности Самарской области и в рамках общей стратегии развития транспортно-логистической системы Российской Федерации предполагается создание на территории региона

сети транспортно-логистических центров. Данная мера позволит не только сохранить имеющийся объем перевозимых грузов, но и привлечь за счет повышения уровня согласованности в использовании всех видов транспорта, высокой скорости переработки и продвижения грузов, снижения общих транспортных издержек, обеспечения высокого качества транспортно-логистических услуг дополнительный грузопоток.

Литература:

1. Егоршев, С. М. Тенденции развития логистических центров в Российской Федерации [Текст] // Научно-аналитический журнал «Логистика». — 2011. — № 6 — с. 4–8.
2. Постановление Правительства Самарской области от 23 сентября 2010 г. № 422 (с изменениями на 30 декабря 2011 года) «О концепции развития региональной транспортно-логистической системы Самарской области на 2011–2015 годы» [Электронный ресурс: <http://docs.cntd.ru/document/945029027>].
3. Стратегия социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года [Электронный ресурс: <http://pandia.ru/text/78/205/15709.php>].
4. Губенко, А. В. Экономика воздушного транспорта [Текст] / А. В. Губенко, М. Ю. Смуров, Д. С. Черкашин. — СПб: Питер, 2009. — 288 с.

Финансовый результат организации и основные направления его использования при анализе развития организации

Пашаев Никита Александрович, студент
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

В данной статье рассмотрены вопросы определения понятия финансового результата деятельности предприятия (прибыли) и его использования для оценки процесса развития организации.

Ключевые слова: финансовый результат, прибыль, доходы, расходы, эффективность деятельности, рентабельность

Финансовый результат, как экономическая категория является весьма дискуссионным предметом — существует множество точек зрения на то, что является финансовым результатом деятельности предприятия и как этот финансовый результат следует определять.

Тем не менее, под финансовым результатом, как правило, понимается прибыль предприятия, которая определяется на основании доходов и расходов предприятия, при этом наиболее дискуссионным является вопрос непосредственного определения прибыли.

Так, И. А. Бланк рассматривает механизмы формирования операционной и балансовой прибыли, рассматривая их как «один из важнейших результатов финансовой деятельности предприятия».

Г. В. Савицкая, также исследует понятие финансового результата и прибыли — «финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности», при этом, определяя прибыль, как «часть чистого дохода, который непосредственно получают субъекты хозяйствования после реализации продукции».

В. В. Бочаров проводит исследование процесса формирования финансового результата, проводя систематизацию статей отчёта о финансовых результатах и раскладывая формирование прибыли начиная с валовой прибыли до чистой прибыли (убытка) отчетного периода.

Рассмотренные подходы объединены общим пониманием того, что прибыль является конечным результатом работы предприятия — то есть отражением эффективности его работы в части получения доходов с учётом понесённых для получения этих доходов затрат.

Рассматривая доходы предприятия, в качестве основного источника формирования его финансового результата, существует общая классификация этих доходов, которая предполагает их разделение на доходы от основной деятельности и прочие доходы.

Такой подход обусловлен действующей в России системой бухгалтерского и налогового учета, которая определяет порядок отнесения доходов и расходов на финансовый результат. Общие принципы их классификации регулируются следующими документами:

– Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790);

– Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791).

Также данными документами в совокупности определяется и процедура формирования финансового результата.

Получение чистой прибыли предприятием говорит об эффективности его работы, однако для понимания того, развивается ли предприятие или нет, необходим углубленный анализ процесса формирования его финансовых результатов.

В этом случае, имеется два принципиальных направления анализа:

– анализ по исходящим отчётным данным — это использование формы 1 «Бухгалтерский баланс» и Формы 2 «Отчет о финансовых результатах»;

– анализ внутренних данных предприятия на основе управленческой отчетности.

Первый вариант является единственно доступным для внешних пользователей отчётности, поэтому в этом направлении существует множество различных методик определения текущего состояния и тенденций развития предприятия. Также, многие предприятия используют эти методики в своей работе, чтобы понимать, как их видят контрагенты и потенциальные инвесторы.

Второе направление представляет собой работу с закрытыми для внешних пользователей — детальными данными о динамике производственной и сбытовой деятельности, расходов и доходов по отдельным направлениям и т.д. Крупные предприятия могут частично раскрывать такую информацию в своих годовых отчетах в разделе пояснений.

Ориентированность на прибыль предприятия в процессе анализа его развития особенно чётко прослеживается при анализе рентабельности предприятия — отношения прибыли предприятия к тем или иным показателям его деятельности.

Прибыль, используемая в расчёте рентабельности, может быть любая — например валовая прибыль, прибыль от продаж или до налогообложения. Этот выбор зависит от цели анализа. Например, И. А. Бланк предлагает использовать в анализе следующие показатели рентабельности:

– коэффициент рентабельности всех используемых активов или коэффициент экономической рентабельности;

– коэффициент рентабельности собственного капитала или коэффициент финансовой рентабельности;

– коэффициент рентабельности реализации продукции или коэффициент коммерческой рентабельности;

– коэффициент рентабельности текущих затрат;

– коэффициент рентабельности инвестиций.

В целом, эти показатели являются общими для всех методик анализа и позволяют оценить, насколько получаемая предприятием прибыль соответствует его развитию. Рост рентабельности продаж скажет о развитии предприятия и повышении эффективности его основной деятельности, рост рентабельности активов скажет об уровне развития предприятия в целом.

Существуют также и другие способы использования прибыли в оценке процесса развития предприятия — это сравнение динамических показателей. Например, динамика роста прибыли от продаж сравнивается с динамикой роста основных производственных фондов, себестоимостью или численности персонала.

Если темп роста прибыли выше, соответственно, развитие предприятия происходит скорее по интенсивному типу — то есть за счёт более эффективного использования собственных резервов, также этот тип развития иногда называют качественным ростом. Если имеется обратная ситуация, то компании, скорее всего, развивается по экстенсивному типу — за счёт вовлечения в работу всё большего объёма активов или персонала, что иногда называют количественным ростом.

Отсутствие роста прибыли при изменении её структуры — также является индикатором развития предприятия, который показывает, что основные источники доходов смещаются относительно предыдущего периода, соответственно предприятие перестроилось для сохранения уровня своей прибыли.

Кроме того, прибыль предприятия может использоваться и в рамках экономико-математических моделей оценки деятельности предприятия, которые, в силу их высокой сложности и необходимости обработки большого массива исторических данных, применяются крайне редко и в основном крупными компаниями.

Такие модели анализируют развитие предприятия за длительный промежуток времени и позволяют выявить определенные закономерности его развития — например зависимость прибыли от различных производственных и других внутренних факторов деятельности, либо от факторов внешней среды.

При этом, рост прибыли может и не являться следствием развития предприятия — это могут быть разовые доходы от сделок или контрактов, получение страховых возмещений и т.д., поэтому показатели прибыли необходимо рассматривать с нескольких ракурсов, чтобы понять, насколько рост предприятия связан с повышением эффективности его работы и является ли такой рост качественным или количественным.

Таким образом, говоря об использовании прибыли при анализе развития организации, следует обратить внимание на высокую универсальность данного показателя — изменение прибыли за период и изменение структуры прибыли, уже позволяют понять, в каком направлении развивается предприятие и что является для него основным источником дохода и где сконцентрированы его расходы.

Однако, наиболее полно прибыль предприятия характеризует его развитие в комплексе с оценкой других сторон деятельности компании — её активов, пассивов и капитала.

Литература:

1. Балабанов, И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. М.: Финансы и статистика, 2009. 243 с.
2. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента. В 2 т. 4-е изд. М.: Омега-Л, 2011, 1330 с.
3. Бочаров, В. В., Леонтьев В. Е., Радковская Н. П. Корпоративные финансы. Учебник. М.: Юрайт, 2015, 331 с.
4. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г. В. Савицкая. — 7-е изд., перераб. и доп. — (Высшее образование: Бакалавриат). М.: Инфра-М, 2015, 608 с.

Выявление и анализ проблем по организации внутрифирменного обучения в образовательном учреждении

Подлинова Елена Николаевна, магистрант
Байкальский государственный университет (г. Иркутск)

В статье представлены результаты практического исследования проблем организации внутрифирменного обучения педагогов в образовательном учреждении.

Ключевые слова: *внутрифирменное обучение, непрерывное повышение квалификации, внутрифирменная система повышения квалификации педагогов*

Переход современной школы на новые образовательные стандарты выявил объективную потребность в новой школе. Президентская национальная образовательная инициатива «Наша новая школа» (Пр-271 РФ от 04.02.2010 г.) подчеркивает, что главная задача новой школы — это раскрытие способностей каждого ученика. [9] Данная инициатива базируется на принципе грамотно организованного практико-ориентированного обучения учителей. Непрерывное образование — одно из важнейших требований современной школы. Повышение уровня профессионального мастерства — важнейшее условие личностного профессионального роста учителя.

Учитывая интересы динамично развивающейся внешней среды, развитие и интеграция науки, образования и бизнеса, развитие самой школы необходимо изменить и взгляд на систему внутрифирменного повышения квалификации педагогов. Обучение на рабочем месте становится одним из наиболее действенных механизмов формирования компетентности педагогов, позволяет решать различные проблемы, связанные с организацией образовательного процесса, эффективного взаимодействия субъектов образовательного процесса, которые многие педагоги считают затруднительными.

В современных, быстро изменяющихся условиях появляется необходимость соответствия любой системы повышения квалификации кадров требованиям мобильности и учёта потребностей конкретных профессиональных групп. В связи с этим всё большую популярность приобретают формы повышения квалификации на рабочем месте, которые в настоящее время реализуются

многими корпорациями и фирмами. Подготовка работников в данном случае ориентирована на специфические потребности фирм. Такой подход к подготовке сотрудников сегодня заимствуется школой. Однако следует отметить, что цели организации такого обучения в бизнесе носят исключительно экономический характер, поэтому нельзя вести речь о прямом переносе идеи внутрифирменного обучения в практику работы образовательных организаций, где качество любой системы определяется иерархией ценностей входящих в неё людей, а не формами организации или материальными ресурсами. [1, с. 290]

Так как одной из целей образовательного учреждения (ОУ) является повышение уровня конкурентоспособности, то есть занятие лидирующей позиции в образовательном пространстве, необходимо проанализировать сильные, слабые стороны ОУ, возможности и угрозы по средству SWOT — анализа. По результатам SWOT — анализа можно оценить, обладает ли ОУ внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать возможность совершенствования организации внутрифирменного обучения и противостоять угрозам, и какие внутренние недостатки требуют скорейшего устранения.

SWOT — анализ ОУ приведен в таблице 1.

В образовательном учреждении существует продуманная система внутрифирменного обучения персонала, это непосредственным образом отражается на результатах деятельности организации, то есть посредством обучения достигаются поставленные цели, сотрудники адаптируются к нововведениям в системе образования и государственной политики. Имеются разработанные

Таблица 1. Матрица SWOT — анализа МКОУ СОШ № ...

	<p>Возможности МКОУ СОШ № ...</p> <p>Увеличение количества педагогического состава, то есть заключение договора с Центром занятости населения с целью создания резерва молодых специалистов;</p> <p>Возможность быстрого развития, в связи с резким увеличением спроса на оказание образовательных услуг от населения города;</p> <p>Усовершенствование техники в организации деятельности школы (введение новых технологий развития).</p>	<p>Угрозы МКОУ СОШ № ...</p> <p>Увольнение большинства педагогического состава, появление текучести кадров;</p> <p>Отрицательные результаты краевой проверки;</p> <p>Замедление роста покупательского спроса (появление нежелания родителей вести своих детей в данную школу);</p> <p>Уменьшение методического фонда;</p> <p>Разрушение научно — методической службы.</p>
<p>Сильные стороны</p> <p>1. Высококвалифицированный персонал;</p> <p>2. Хорошее впечатление, сложившееся у родителей, учащихся школы;</p> <p>3. Хорошо отработанные план образовательной деятельности школы;</p> <p>4. Огромный опыт работы в оказании образовательных услуг</p>	<p>Поле СИВ</p> <p>1. Заключение контракта с Центром занятости населения с целью создание резерва молодых специалистов;</p> <p>2. Разработка научно — методической службой новые технологии развития образовательной деятельности МКОУ СОШ № ...;</p> <p>3. В связи с увеличением учащихся школы, расширение территориальных границ школы</p>	<p>Поле СИУ</p> <p>1. Выбор и отправление педагогов на курсы повышения квалификации;</p> <p>2. Заключение контрактов для увеличения методического фонда;</p> <p>3. Разработка тщательных планов для успешной проверки краевой комиссии</p>
<p>Слабые стороны</p> <p>1. Отсутствие стратегий для долгосрочного планирования;</p> <p>3. Угроза увольнения персонала, в связи отсутствия резерва молодых специалистов;</p> <p>4. Не высокий уровень развития используемой техники;</p> <p>5. Низкая мотивация к непрерывному обучению</p>	<p>Поле СЛВ</p> <p>1. Найм высококвалифицированного специалиста в области развития и подготовки оборудования для работы;</p>	<p>Поле СЛУ</p> <p>1. Создание службы контроля за деятельностью работы специалистов школы;</p> <p>2. Поддержание деятельности научно — методической школы, путем выдвижения планов педагогов в области научного познания и стратегического планирования</p>

планы по внутрифирменному обучению на основании внутренних нормативных документов.

На базе ОУ существуют методические объединения учителей-предметников, которые выполняют функцию первичного сбора и обработки информации о персонале.

Необходимо повышать уровень квалификации педагогов. В настоящее время процент педагогов, не имеющих квалификационную категорию достаточно велик (24%), при этом процент имеющих высшую категорию самый низкий (11%).

Большинство педагогов предпочитает проходить внешнее обучение и не видят необходимости в непрерывном повышении квалификации за счет внутреннего обучения. Мотивация к обучению у педагогов на низком уровне (34%).

Порядок подготовки и повышения квалификации педагогических работников осуществляется в соответствии с установленными целями и задачи для образовательного

учреждения. Регламентируется соответствующими документами [10, с.123]

Ответственность за организацию обучения персонала, методическое обеспечение, а также контроль за содержанием и качеством учебного процесса возлагается на методиста и заместителя директора о научно-методической работе.

Руководители методических объединений учителей-предметников несут ответственность за своевременное информирование и обучение своих педагогов. В разрезе всей школы, за повышение квалификации педагогических работников, за создание соответствующих условий для обучения кадров и непрерывности процесса внутрифирменного обучения ответственен директор ОУ. Он же контролирует выполнение планов подготовки персонала.

Подготовка и повышение квалификации всех уровней персонала осуществляется в соответствии с требова-

ниями ФГОС, согласно видам и формам обучения. При этом, необходимо также отметить то, что обучение педагогов происходит в основном вне образовательного учреждения и, как правило, с отрывом от образовательного процесса. А это имеет ряд недостатков:

- большие затраты;
- чаще изучается теория, чем практика, и ее бывает сложно применить в обычной работе;
- возникает опасность не выполнения программы обучения.

На основе проведенной работы хорошо просматривается проблема индивидуализации внутрифирменного обучения педагогов.

Невнимание к работе по выявлению потребности в обучении педагогических работников создает серьезные проблемы для образовательного учреждения:

- оплата обучения, в котором может не быть необходимости;
- уменьшение количества обученных работников, несмотря на рост их численности;
- снижение средней квалификации по ОУ;

– снижение качества преподавания и отсутствие развития навыков и умений педагогов, необходимых для хорошего выполнения работы.

Также выявленным недостатком является то, что большое количество педагогических работников приходится обучать с отрывом от образовательного процесса, что ведет к ухудшению качества преподавания. При обучении вне ОУ основной упор делается на теорию, а не на практику. Большинство педагогов отмечают ненужность такого рода обучения практической точки зрения. При этом педагоги вынуждены проходить такую форму обучения, т.к. при аттестации педагогического работника требуются подтверждения порождения курсов, семинаров и т.д. в виде заверенных сертификатов. Образовательное учреждение вынужденно проводить внешнее обучение персонала, т.к. процесс внутрифирменного обучения не обеспечивает педагогов данными подтверждениями. Школа не уполномочена выдавать сертификаты о прохождении обучения.

Еще одной проблемой внутрифирменного обучения можно назвать отсутствие мотивации к обучению (табл. 2)

Таблица 2. Мотивация к непрерывному обучению

Вопрос	Да	Нет
Считаете ли вы необходимым повышать свой уровень знаний и квалификации	34%	66%
Хотели бы вы организовать обучение, по какому-либо интересующему вас вопросу	54%	46%
Считаете ли вы свой уровень знаний достаточным для квалифицированной профессиональной деятельности	67,5%	32,5%

Проанализировав систему обучения и её основные этапы можно сделать вывод о том, что в образовательном учреждении могут существовать достаточно серьезные проблемы в организации внутрифирменного обучения персонала. Не учитываются внутренние потребности педагогов, не проработана система мотивации педагогических кадров к непрерывному обучению. Все это сводит хорошо выстроенную систему внутрифирменного обучения к формальности. Педагоги не видят необходимости в непрерывном обучении.

Также, можно сделать вывод, что, во-первых, необходимо перевести внутрифирменное обучение в непрерывный процесс, во-вторых, это процесс следует сделать иницированным и управляемым самим образовательным учреждением, основанный на стремлении к достижению единства интересов каждого отдельного работника и учреждения в целом.

Таким образом развитие идей корпоративной подготовки педагогов и подготовки на рабочем месте связано с необходимостью реализации инновационных подходов в управлении коллективом, достижения более высокого качества образования, устранением разрыва между процессами, происходящими в обществе, бизнесе и образовании. Школу в этих условиях позволительно отождествлять со сложной, формальной и многофункциональной организацией, деятельность которой координируется для достижения общественных целей. Важнейшей характеристикой субъекта профессиональной педагогической деятельности в школе как организации и универсальной способностью выхода за пределы собственной компетентности является умение педагога учить, обучаясь. [1, с. 210–211]

Литература:

1. Акулова, О. В., Писарева С. А., Пискунова Е. В., Тряпицына А. П. Современная школа: опыт модернизации: Книга для учителя / Под общ. ред. А. П. Тряпицыной. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. — 290 с.
2. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами: Учебник. — 8-е изд. — СПб.: Питер, 2004. — 832 с.
3. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом: Учебник для вузов [Текст] / Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин, — 2-е изд., перераб. и доп. — М: ЮНИТИ, 2002. — 560с (с. 189)
4. Игнатьева, Г. И. «Самообучающаяся организация» как модель повышения квалификации педагога // Высшее образование в России. — 2005. — № 9. — с. 56–60.

5. Магура, М. И. Организация обучения персонала [Электронный ресурс] / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. — г. М.: Бизнес школа ИНТЕЛ-СИТЕС, 2003. — 296с (с. 146)
6. О системе повышения квалификации работников образования // Вестник образования. — 2006. — № 8. — с. 15–17, 46–66.
7. Панова, Л. Н. Внутришкольная система повышения квалификации учителей как фактор развития мыслительной деятельности учащихся: Дис. канд. пед. наук. — Магнитогорск, 2003. — с. 13–27.
8. Татулов, Б. Э. Анализ сущности и содержания внутрифирменного обучения [Электронный ресурс] /Б. Э. Татулов. URL: <http://www.morvesti.ru/archive/tdr/element.php/> дата обращения 26.04.2015
9. <http://base.garant.ru/6744437/>
10. И. А. Чашихина. Практическое пособие по правовому регулированию труда про-фессорско-преподавательского состава. — Волгоград: Изд-во ВолГУ. — 168 с., 2003

Таможенное регулирование импорта сельскохозяйственной техники как инструмент реализации внешнеторговой политики России в условиях ЕАЭС

Подшивалова Виктория Вячеславовна, аспирант
Российская таможенная академия (г. Люберцы)

Рассмотрена эффективность мер таможенного регулирования импорта сельскохозяйственной техники в России в условиях ЕАЭС

Ключевые слова: ЕАЭС, ВТО, таможенное регулирование, импорт, сельскохозяйственные тракторы, зерноуборочные комбайны

Евразийский экономический союз (далее ЕАЭС), начал функционировать с 1 января 2015 года на базе Таможенного союза (далее ТС) и Единого экономического пространства (далее ЕЭП), став правопреемником Евразийского экономического сообщества (далее ЕврАзЭС). ЕАЭС как международная организация региональной экономической интеграции России, Беларуси, Казахстана, Армении и Кыргызстана, создан исключительно по экономическим мотивам в целях всесторонней модернизации, кооперации и повышения конкурентоспособности национальных экономик, создания условий для стабильного развития в интересах повышения жизненного уровня населения стран — участниц в условиях глобальной экономики [1].

Одна из задач, решаемых Россией в условиях ЕАЭС — обеспечение продовольственной безопасности, важнейшей составляющей обеспечения ее национальной

безопасности. Ключевой элемент формирования продовольственной безопасности — техническое обеспечение агропромышленного комплекса (далее АПК). В соответствии со Стратегией развития сельскохозяйственного машиностроения России до 2020 года, данное обеспечение должно предусматривать поэтапное снижение зависимости российского АПК от импорта техники.

Анализ основных сегментов российского рынка сельскохозяйственной техники показывает, что удельный вес импортной техники в структуре парка сельскохозяйственных тракторов не позволяет говорить о продовольственной безопасности с точки зрения технического потенциала. (Табл. 1).

Относительно невысокий процент импортных зерноуборочных и кормоуборочных комбайнов на отечественном рынке сельскохозяйственных машин объясняется защитными мерами, предпринимаемыми в рамках решений Евразийской экономической комиссии (ЕЭК). Например, удалось добиться в 2015 г. снижения импорта на российский рынок указанной сельхозтехники (табл. 1.) в результате принятых ЕЭК решений:

— от 25 декабря 2012 года № 289 «О применении специальной защитной меры посредством введения пред-

Таблица 1. Распределение доли импортной техники на российских рынках сельскохозяйственной техники в 2013–2015 гг. [2]

Рынок	Доля импортной техники в общем количестве сельскохозяйственной техники		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Сельскохозяйственных тракторов	63,3%	65,1%	65,3%
Зерноуборочных комбайнов	17,4%	19,0%	8,8%
Кормоуборочные комбайнов	21,6%	22,9%	6,9%

варительной специальной пошлины в отношении зерноуборочных комбайнов и модулей зерноуборочных комбайнов, ввозимых на единую таможенную территорию Таможенного союза»

— от 15 октября 2013 г. № 223 «О внесении изменений в некоторые решения Коллегии Евразийской экономической комиссии», об увеличении в феврале 2013 г. ввозной пошлины в размере 27% сроком до 5 июля 2013 г. и введении квот в октябре 2013 г. сроком до 21 августа 2016 г.

В отношении же большого объема импорта сельскохозяйственных тракторов, в настоящее время, ситуацию не удастся переломить. Прежде всего, это связано:

— с одной стороны — с открытостью российского рынка сельскохозяйственного машиностроения для зарубежных производителей. Такая тенденция сложилась в связи с вступлением России в 2012 г. в Всемирную торговую организацию (далее ВТО) с выполнением условий данного вступления, а именно — снижение ставки ввозного таможенного тарифа на новую сельхозтехнику до 5% со снятием оговорки по мощности [3];

— с другой стороны — членством в ЕАЭС. Так, решением Евразийского межправительственного совета от 8 сентября 2015 г. № 9 «Об основных направлениях промышленного сотрудничества в рамках Евразийского экономического союза», внешнеторговая деятельность в сфере экспорта и импорта сельскохозяйственной техники выделена как одно из приоритетных направлений сотрудничества стран-участников союза в среднесрочной перспективе на ближайшие 5 лет. Это же решение предусматривает увеличение объема сельхозтехники (и соответственно ее продажи) государствами-членами на общем рынке ЕАЭС. Как следствие — основную долю (в 2013 г. — 51,1%, 2014 г. — 41,3%, 2015 г. — 43,6%) в импорте иностранной сельхозтехники занимают тракторы, выпущенные в республике Беларусь, а с 2014 г. — в республике Беларусь и Казахстане [2] — странах-участниках ЕАЭС.

Экономический анализ возрастной структуры парка российской сельскохозяйственной техники свидетельствует, что удельный вес основных видов техники со сроком эксплуатации более 10 лет в России уже несколько лет колеблется в пределах: 60–52% — тракторов, 47–49% — зерноуборочных комбайнов, 42–45% — кормоуборочных комбайнов [4].

Для своевременной обработки сельхозземель в Российской Федерации необходимо иметь 900 тыс. тракторов, а имеется — 450 тыс. Комбайнов необходимо — 380 тыс., имеется — 180 тыс. На одну тысячу приходится три трактора и полтора комбайна, в то время как в Канаде, родственной России по климату, этот показатель приближается к 9 машинам [5].

Таким образом, современная ситуация свидетельствует о следующем:

— индикаторы, заложенные в Стратегии машинно-технологической модернизации сельского хозяйства России на период до 2020 года и Стратегии развития сельскохозяйственного машиностроения России до 2020 года, не со-

ответствует тенденциям обновления материально-технической базы сельскохозяйственного производства;

— страны ВТО и ЕАЭС воспринимают Россию как субъект экономических отношений с неограниченной емкостью рынка сельскохозяйственной техники, запасных частей и сервисных услуг. Россия не пользуется в должной мере своим конкурентным преимуществом — емкостью рынка сельскохозяйственной техники для развития собственного сельскохозяйственного машиностроения, а также стимулированию повышения локализации производства иностранной техники на своей территории.

Т. е., в ближайшие несколько лет проблема стимулирования отечественного производителя сельхозтехники (преимущественно тракторов) и его защиты от иностранного производителя будет оставаться актуальной.

Одно из направлений решения указанной проблемы — это понимание того, что российское государство как субъект, формирующий общие условия хозяйствования, располагает мощным инструментарием таможенного регулирования для стимулирования инновационно-инвестиционных процессов и поддержки структурных сдвигов в отрасли сельскохозяйственного машиностроения в требуемом русле. При этом эффективно действующий механизм таможенного регулирования представляет неотъемлемое условие для проведения Российской Федерацией активной и целостной таможенной политики, а также для решения таможенными органами задач по обеспечению экономической безопасности страны, защите ее экономических интересов [6].

Таможенное регулирование затрагивает как национальные интересы, так и интересы стран — торговых партнеров государства, в связи с чем всегда носит комплексный характер. В первую очередь это касается основного инструмента внешнеторговой политики — таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности (ВЭД), реализация которого напрямую связана с характером торгово-экономических и политических межгосударственных связей. Неотъемлемым элементом таможенно-тарифного регулирования выступает преференциальная система, предполагающая возможность изъятия из базового принципа ВТО — режима наибольшего благоприятствования — в форме снижения ставок или полной отмены ввозных таможенных пошлин в отношении товаров, импортируемых из стран-получателей преференций как на взаимной основе, так и в одностороннем порядке. Преференциальная система является мощным инструментом стратегического регулирования межгосударственных внешнеэкономических связей, позволяющим получить дополнительные преимущества по доступу на рынки и усилить экономические позиции в странах-партнерах [7].

Несмотря на то, что система предоставления тарифных преференций в ЕАЭС в целом, соответствует базовым положениям ВТО и Общей системы преференций [8], она имеет ряд недостатков, влияющих на качество принимаемых мер по стимулированию инновационно-инвестиционных процессов и поддержки отечественной отрасли сельскохозяйственного машиностроения и прежде всего

недостаточная гибкость преференциальной системы ЕАЭС в части учета национальных интересов.

Для мобилизации возможностей и преимуществ международного экономического сотрудничества и продвижения интересов России на мировом рынке, необходимо дополнить интеграционную модель ЕЭП инструментами, присущими модели «нового регионализма» и развитием инструментария предоставления тарифных преференций Евразийском экономическом союзе по следующим концептуальным направлениям:

1. Совершенствование подходов к практической реализации Общей системы преференций в контексте совершенствования механизма таможенного регулирования ВЭД в ЕАЭС путем минимизации одностороннего предоставления тарифных преференций странам с динамично

развивающейся экономикой и формирование стратегического двух- или многостороннего сотрудничества с развивающимися государствами, включающего, помимо взаимного предоставления тарифных преференций, вопросы торгово-экономического сотрудничества, доступа на рынки, взаимного соблюдения прав участников ВЭД.

2. Создание единого экономического пространства в рамках ЕАЭС, формирование единой стратегии развития внешнеэкономических связей государств-членов ЕАЭС, предполагающей необходимость унифицированного подхода к определению стран-бенефициаров режима наибольшего благоприятствования и преференциального режима, порядка документального подтверждения страны происхождения товаров, принятия таможенными органами предварительных решений о стране происхождения товаров.

Литература:

1. Вагин, В. Д. К вопросу о вызовах евразийской экономической интеграции. Таможенные чтения — 2015. Евразийский экономический союз в условиях глобализации: вызовы, риски, тенденции: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Часть I / Под общ. ред. профессора С. Н. Гамидуллаева. — СПб.: Санкт-Петербургский имени В. Б. Бобкова филиал РТА, 2015. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://spbrta.customs.ru/spbrta/images/stories/docs/TCh_I_int.pdf
2. Национальный аграрный каталог «Сельхозтехника». Выпуск № 13. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.selhoz-katalog.ru/pdf/kat_selhoz_13—2016.pdf
3. Вступление в ВТО // ООО «ДмитровАгроРесурс» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.techagro.ru/id=471>.
4. Полухин, А. А., д. э. н. Техническая модернизация сельского хозяйства России в условиях международной интеграции и экономических санкций. RJOAS, 6 (42), June 2015. Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства. Москва. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.rjoas.com/issue-2015—06/article_06.pdf
5. Фурсова, И. Миллиард зарыт в поле. Российская газета — Спецвыпуск № 6958 (90). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rg.ru/2016/04/27/selhozsektoru-neobhodimo-obnovit-park-traktorov-i-kombajnov.html>
6. Подшивалова, В. В. Таможенное регулирование как одно из направлений поддержки отечественных производителей сельскохозяйственной техники. Сборник материалов XXII Международной научно-практической конференции «Экономика и управление в XXII веке: тенденции развития». г. Новосибирск, 2015 г.
7. Хапилин, С. А. Развитие евразийской экономической интеграции на основе модернизации механизма таможенного регулирования: диссертация... доктора экономических наук: 08.00.14 / Хапилин Станислав Анатольевич; [Место защиты: Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»]. — Ростов-на-Дону, 2015. — 511 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rsue.ru/avtorei/HapilinSA/HapilinSA.pdf>
8. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 10.10.2014) // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://www.eurasiancommission.org>

Анализ первичного рынка жилой недвижимости г. Пензы и области и прогноз его развития

Попова Инна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;
Ноур Марк Валерьевич, магистрант
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

В статье представлен анализ первичного рынка жилья г Пензы, основанный на проведении классификации данного рынка по различным критериям. Актуальность исследования заключается в том, что только ка-

чественная аналитическая работа на рынке недвижимости, позволяет принимать грамотные бизнес-решения в различных сферах — оценки, страховании, кредитовании, риэлтерском бизнесе.

Ключевые слова: рынок новостроек, жилищное строительство, прогноз развития, рынок первичного жилья

Анализ рынка недвижимости представляется в высшей степени сложным предметом, требующим от аналитика, помимо глубоких теоретических знаний экономики недвижимости, постоянной практики и творческого поиска в исследованиях, формирующих профессиональную интуицию

Цель статьи — провести анализ первичного рынка жилой недвижимости на примере г. Пензы и области и дать прогноз его развития.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть основные тенденции рынка первичной жилой недвижимости в России.
2. Провести анализ застройщиков по объему текущего жилищного строительства в г. Пензе.
3. Составить прогноз развития рынка жилой недвижимости в г. Пензе.

Рынок недвижимости начиная с конца 2014 и весь 2015 год был неоднозначным. Упал курс рубля и вырос покупательский спрос и резко увеличились ставки по ипотеке. Люди, которые планировали купить квартиры в 2015 году, в связи с возникшей ситуацией, поторопились и приобрели недвижимость в ноябре-декабре 2014 года или воспользовались выгодными предложениями банков и разместили денежные средства на вкладах. В связи с этими волнениями первый квартал 2015 года застыл в ожидании, а во втором и третьем квартале рынок начал восстанавливаться благодаря новым предложениям от банков и застройщиков.

В марте началось снижение ставок и это сильно повлияло на строящиеся жильё — ипотека с господдержкой была очень полезна в этот период. Девелоперы в течение года снижали цены и предлагали различные акции совместно с банками по ипотечным ставкам, чтобы сдвинуть с места стагнирующий рынок. Эти антикризисные меры принесли свои результаты.

Также следует учесть ряд факторов, таких как возросший уровень безработицы в стране, сокращение финансирования государственных жилищных программ, повышение банками ставок по вкладам привели к дисбалансу, который возник между соотношением продавцов и покупателей на рынке недвижимости. Большинство продавцов на вторичном рынке являлись и являются потенциальными покупателями на первичном рынке.

Новогодняя пора способствовала улучшению ситуации на рынке, и выгоду находили и покупатели, и продавцы. Благодаря тому, что продавцы начали снижать цену на свои квартиры, ситуация на рынке улучшилась по сравнению с весенне-летними месяцами. На это повлияли как застройщики, предлагая выгодные предложения и тем самым стимулируя продавцов, так и специалисты

агентств недвижимости, которые смогли обосновать преимущество снижения цены в сегодняшнем рынке, чтобы не упустить выгодное предложение по встречному варианту. В декабре появились выгодные предложения от застройщиков и многие купили себе жильё в этот период. За прошедший период банки как самостоятельно, так и в партнерстве с застройщиками в 2015 году вывели на рынок очень интересные предложения.

По состоянию на май 2016 года в среднем на один строящийся в Пензенской области многоквартирный дом приходится 182 квартиры. Аналогичный показатель составляет по Приволжскому федеральному округу 122 квартиры/дом, по Российской Федерации — 153 квартиры/дом.

Совокупная проектная площадь жилых помещений в строящихся в регионе многоквартирных домах составляет 898384 м², общее количество квартир — 17443 единиц. Площадь условной средней строящейся квартиры в регионе составляет 51,5 м², что на 3,8% ниже соответствующего показателя по Российской Федерации (53,56 м²) и на 5,1% ниже этого показателя по Приволжскому федеральному округу (54,28 м²).

Совокупная проектная площадь жилых помещений возводимого в Пензенской области многоквартирного дома в среднем составляет 9358 м², что на 14,2% выше аналогичного показателя по Российской Федерации (8194 м²/дом), и на 41,3% больше, чем в среднем по Приволжскому федеральному округу (6625 м²/дом). Средняя этажность возводимых домов в регионе многоквартирных домов составляет 13,7 этажа, что выше соответствующих средних значений и по Приволжскому федеральному округу (9,1 этажа), и по Российской Федерации (9,9 этажа).

Проведенный анализ застройщиков по объему текущего жилищного строительства в г. Пензе показал, что наибольшее количество домов (рис.1) в 2016 году возводят компании ООО «СКМ Групп» (7 домов, 13%), ООО «Пензгорстройзаказчик» (5 домов, 13%), ООО «Рисан» (6 домов, 12%), ОАО «Пензастрой» (3 дома, 6%), ООО ПКФ «Термодом» (4 дома, 8%). Как показано на рис. 2, в 2016 году на рынке преобладает застройка эконом (59%) и комфорт (31%) класса.

Составленный календарный план ввода новостроек в г. Пензе согласно проектным декларациям застройщиков показал, что пик ввода домов пришелся на 2 квартал 2016 года. Дальнейшие планы застройщиков по вводу жилья весьма осторожные.

В целом, анализируя ввод жилья в г. Пензе за период с 2014 по 2016 годы, можно отметить, что количество строящихся домов выросло с 39 домов в 2014 году



Рис. 1. Распределение новостроек по застройщикам г. Пензы

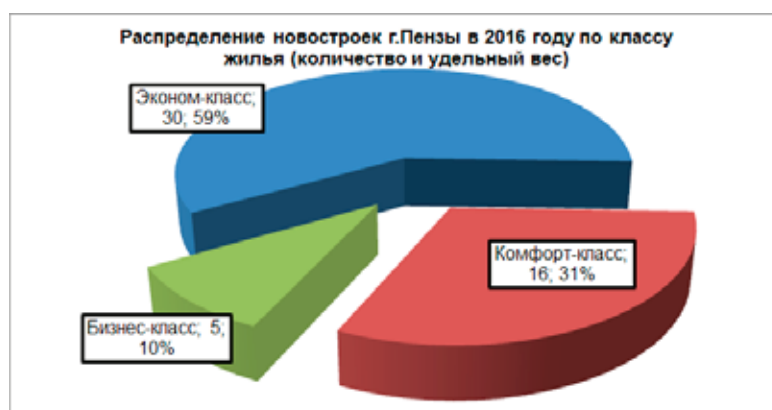


Рис. 2. Распределение новостроек г. Пензы по классу жилья в 2016 году



Рис. 3. Календарный план ввода новостроек застройщиками г. Пензы

до 51 дома в 2016 году. Однако, согласно составленному календарному плану (рис. 3), ввод домов в эксплуатацию демонстрирует мало оптимистичную картину — 24 дома в 2016 году и всего лишь 10 домов в 2017–18 годах.

Что касается ценового диапазона новостроек, то их распределение по цене за 1 квадратный метр в 2016 году

показано на рис.4. Как видно из графика, основной разброс цен находится в диапазоне от 40 до 50 тыс.руб./кв.м. По сравнению с предыдущими годами распределение домов по стоимости 1 кв. м в долевого соотношении осталось практически неизменно — лишь немного увеличилась доля домов со стоимостью 1-го кв. м до 40 000 рублей.



Рис. 4. Распределение новостроек г. Пензы по цене за 1 квадратный метр в 2016 году (количество домов и их доля)

Если рассматривать будущие тенденции рынка, то к концу 2016 года цена на недвижимость не должна сильно колебаться. Ипотека с государственной поддержкой способствует стабилизации рынка жилья в Пензе. Возрастает покупательская активность, что также способствует нормализации рынка. Отрицательным фактором является то, что мало домов, которые будут сдаваться в 2017 году. Это может вызвать дефицит предложения на рынке жилья, что отрицательно скажется на изменении цены. На рис.6 смоделирован вариант изменения стоимости 1 кв. м новостроек в г. Пензе до 2020 года в зависимости от одного из сценариев развития ситуации на рынке недвижимости — оптимистичный вариант с ростом цен на 10% в год, средний вариант — 5% в год и негативный вариант — 2% в год.

Кроме того, в трёх вариантах был составлен прогноз ввода жилья с 2016 по 2020 год. Результат представлен на рис. 6.

Несмотря на относительно сдержанный и непессимистичный прогноз, надо понимать, что доходы граждан остаются ограниченными. Дно кризиса миновало, но роста доходов и уровня счастья пока нет. Рекомендовать тут можно воспринимать рынок таким, какой он есть, и приспосабливаться к теперь уже новой экономической ситуации.

Ситуации с уровнем цен, например, на вторичном рынке — тоже возможность. Для примера — сейчас двухкомнатная хрущевка стоит как однокомнатная год назад. Наверное, это более справедливая цена для покупателя и ипотечных переплат и процентов. Если говорить

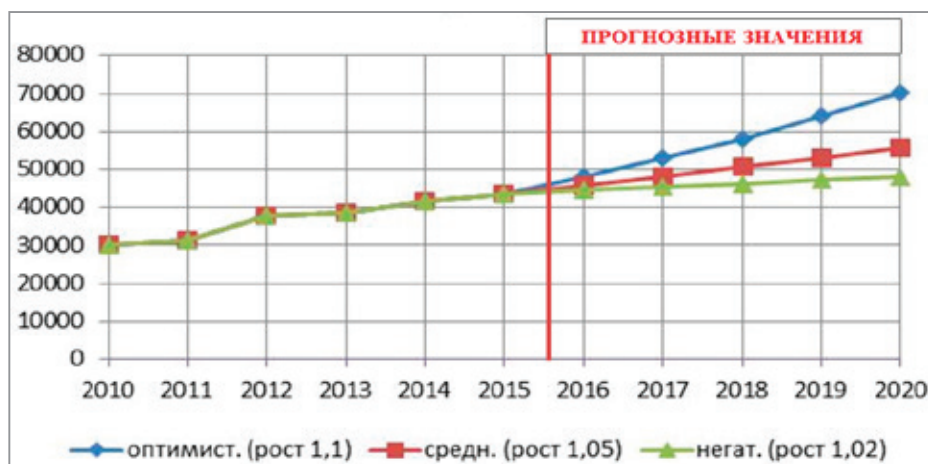


Рис. 5. Прогноз изменения стоимости 1 кв. м новостроек в г. Пензе, тыс. руб.

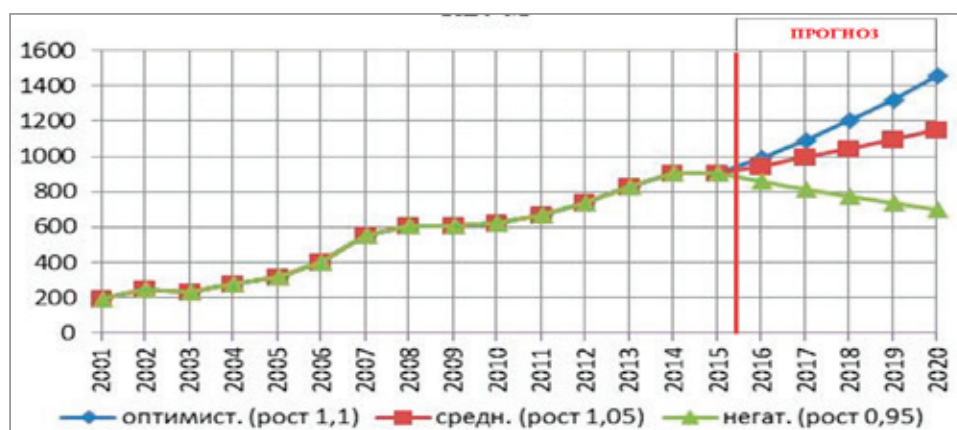


Рис. 6. Прогноз изменения ввода жилья в Пензе, кв. м

о рынке целом, на нем гораздо важнее активность и наличие сделок, чем уровень цен. Все, что будет, может или должно происходить на рынке жилья, должно быть направлено на сохранение количества сделок. Если в 2013 и 2014 году способствовал рыночной активности рост цен, то сейчас это снижение или как минимум не повышение среднерыночных цен.

Рынок недвижимости переживает новый посткризисный этап становления. Качество предоставляемых услуг во всех сферах рынка недвижимости однозначно должно вырасти в связи с большой конкуренцией. Слабые участники будут вынуждены покинуть рынок или изменить подход к осуществляемой деятельности. Снижение ключевой ставки и более выгодные предложения по ипотечному кредитованию также будет способствовать увели-

чению покупательской активности, и развитию рынка первичной недвижимости.

В качестве основных рекомендаций по стимулированию жилищного строительства можно выделить следующие мероприятия: необходимо опережающее обеспечение территорий застройки инженерной инфраструктурой; сокращение сроков строительства, продолжительности инвестиционного цикла, повышения качества строительства, уменьшения эксплуатационных расходов, энергоемкости и загрязнения окружающей среды; возрастание строительства монолитно-каркасных жилых многоэтажных зданий в сегменте эконом-класса; применение местных строительных материалов и инновационных технологий для снижения стоимости 1 кв. м. нового жилья.

Литература:

1. Исследование существующего состояния жилой застройки г. Пензы и проблем ее обновления. Митрофанов С. А., Попова И. В., Чаплышкин А. В. //Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1–1. с. 673.
2. Анализ рынка жилой недвижимости г. Пензы в целях разработки предложений его развития. Попова И. В., Маркова Н. А., Чикина Е. В. //Современные проблемы науки и образования. 2014. № 3. с. 308.
3. Журнал «Новостройки Пензы». Электронный доступ: <http://novostroyki-penza.ru>.
4. Официальный сайт Пензгорстройзаказчик. Электронный доступ: <http://pgsz.ru>.
5. Федеральная сеть агентств недвижимости. Электронный доступ: <http://www.expert-russia.ru>

Сети как фактор конкурентоспособности компании¹

Пшеницына Евгения Ивановна, старший преподаватель
 Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В рамках данной работы предложено рассмотреть разные виды сетей, как способ повышения конкурентоспособности компании. Предложенные еще в XX в. конкурентные преимущества не позволяют стабилизировать положение предприятия на рынке, т.к. легко могут меняться под действием его конъюнктуры. В последнее время все чаще начинают говорить об устойчивой конкурентоспособности, как необходимой

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Грант № 16–36–00163 мол_а «Развитие теории устойчивой конкурентоспособности компании в условиях технологических сдвигов».

составляющей стабильного положения предприятия на рынке. Конкурентоспособность может обеспечиваться к внутренней средой компании, так и внешней. В процессе изложения будут проанализированы виртуальные сети, как элемент устойчивой конкурентоспособности внутренней среды компании, и реальные сети — как элемент внешней.

Ключевые слова: виртуальные сети, сети, цепочки создания стоимости, сетевые формы реализации, конкурентоспособность, конкурентные преимущества

Классики экономической мысли видели основу устойчивого положения предприятия преимущественно в естественных причинах и умении использовать сложившуюся конъюнктуру рынка. Работа М. Портера стала водоразделом в теории конкуренции, обосновав важность конкурентоспособности и конкурентных преимуществ, с одной стороны, а с другой — предложив искусственные факторы укрепления положения предприятия на рынке [2].

Теория конкурентных преимуществ, сформулированная М. Портером, основывается на том, что любая страна имеет определенный набор конкурентных преимуществ: более высокие уровни производительности труда, квалификации производственного, технического, коммерческого персонала тех или иных отраслей и др., определяющих не только устойчивое положение конкретных предприятий на рынке, но и судьбы целых стран в мировой торговле.

Под конкурентными преимуществами понимается взаимодействие ряда факторов внешней среды предприятия, которое может быть использовано фирмой наиболее эффективным способом для удержания или завоевания положения на рынке. Они могут быть как искусственно созданными, так и существовать на рынке. При этом конкурентные преимущества могут быть замечены и взяты за основу другими организациями, возможно в другом секторе или потребительской нише рынка. Так, хорошо известен пример двух мировых соперников — компаний Microsoft и Apple, каждая из которых представила миру свой вариант портативного компьютера. Выход компании Apple был изначально задан: нужно было предложить что-то лучшее, чем технологии предлагаемые Microsoft. Мобильность технологий стала конкурентным преимуществом, в то время как интерфейс, программное обеспечение, обращённое к потребителю — стали визитной карточкой компании Apple, определив ее конкурентоспособность. Конкурентные преимущества способны меняться под действием внешних факторов: изменение конъюнктуры рынка, законодательства и др. Насколько эффективно предприятие отвечает на изменения конкурентных преимуществ отражает насколько правильно предприятие определило свою конкурентоспособность [17].

Именно влияние изменения в конкурентных преимуществах позволяет определить насколько эффективна и стабильна организация компании, т.е. ее конкурентоспособность. Для целей стабилизации внутренней среды предприятие может принимать ряд мер:

1) могут создаваться внешние носители структуры или производится их дублирование. Наиболее эффективный способ подобного дублирования считается сетизации подразделений компании: как посредством выстраивания цепочек из зависимых предприятий, так и посредством создания сети независимых самостоятельных компаний.

2) вносятся коррективы в производство и реализацию товара компании.

3) меняться финансовая политика компании.

4) меняться взаимодействие как с поставщиками, так и конкурентами, а также клиентами.

5) меняться сама структура компании, убираться неэффективные подразделения.

Нестабильная и сильная политизация внешней среды делает конкурентные преимущества изменчивыми и не подчиняемыми самой компанией, что требует устойчивой структуры компании — устойчивой конкурентоспособности. Конкурентоспособность выстраивается самой компанией. Более того, на каждом этапе развития компании конкурентоспособность будет определяться разными параметрами [11].

Для целей стабилизации конкурентоспособности, Бранденбургер и Нейлбуфф предложили разложить деятельность компании на отдельные этапы — цепочки создания стоимости (сеть), базирующиеся на распределении капитала и разделении труда на технологические процессы (соконкуренция). Сетизация предполагает четкое распределение ролей участников в рамках всего процесса, будь то производство товара, оказание услуги или выполнение работ. Ролевая самостоятельность участников сети и их заинтересованность в результате позволяет исключить дублирование, как функционального персонала, так и производственных мощностей. Ключевой особенностью возникновения сети является, с одной стороны, возможность выживания в определённой нише рынка посредством либо территориального закрепления, либо распространения брэнда производимого продукта (например, франчайзинг), а с другой — возможность завоевания новых рынков сбыта [14]. Предложенный М. Портером подход не уделял внимания тому факту, что предприятия могут стремиться не столько к лидерству на рынке и максимально возможной прибыли, но прежде к стабильному положению и предсказуемой конъюнктуре. Именно данный факт был отражён в работах Бранденбургера и Нейлбуффа, давших идею комплементарности бизнеса и формированию сетевых структур не только в форме кластеров, но прежде всего как результатов единой цепочки создания стоимости, где каждый из участников становится

всеми пятью силами сразу. По сути, на смену борьбе, как взаимоуничтожающему явлению приходит идея взаимовыгодного сотрудничества, целью которого становится максимизация добавочного дохода каждым из членов производственной цепочки. Таким образом, устойчивость компаний гарантируется изменённой конъюнктурой рынка, где взаимообусловленность участников сети (NET Value), с одной стороны позволяет стабилизировать положение предприятия на рынке, подстраивая конъюнктуру рынка под само предприятие, тем самым создавая дополнительные конкурентные преимущества, но с другой стороны, «рыночное закрепление» связей делает предприятие маломобильным в завоевании новой рыночной позиции [9], [10].

Одним из способов выхода сетевой компании в новый рыночный сегмент, становятся инноваций. Однако данный выход может оказаться неосуществимым для компании, т.к. ей придется «тащить» за собой всю «сопроводительную» сеть, что не позволяет говорить о подобной форме организации как существенно повышающей конкурентоспособность: в данной ситуации конкурентоспособность будет определяться разницей между доходом, которое предприятие могло бы получить при реализации прорывной концепции, и потерями дохода от выхода из сети. С развитием ИКТ эта разница все сильнее уходит в плюс, что делает неактуальным создание большого количества реальных подразделений в рамках одной компании [13]. И если все-таки компания продолжает разветвлять свою структуру, зачастую это производится в ущерб качеству или увеличивает издержки производства (например, Reckitt Benckiser, Uniliver, которые начали использовать пальмовое масло, вредное для здоровья, с целью сокращения издержек). Данный аспект, приводит к тому, что многие компании начинают уходить от сопроводительных сетей, предпочитая реальные отношения виртуальным [12].

На сегодняшний день, наряду с реальными сетями выделяют виртуальные (Интернет) и квазивиртуальные сети, каждая из которых меняет способы конкурентного взаимодействия и борьбы на рынке.

Виртуальные сети влияют на внутреннюю структуру компании, с одной стороны, выводя на передний план технические подразделения компании, а с другой — делая актуальным модальную структуру компании, когда каждое периферийное подразделение (не зависимо от того, где оно находится) получает возможность связываться с центральным без посредников и в кратчайшие сроки. По сути, виртуальные сети существенно сокращают не только производственные издержки компании, но и транзакционные, сокращая время на принятие решений, подписание договоров и т.д. [15]. Воздействие также сказывается и на положении предприятия на рынке. С одной стороны, структура компании становится более мобильной, что позволяет сворачивать подразделения на территориях с низким спросом и открывать их там, где спрос вырос. А с другой — появляются мобильные при-

ложения и агрегаторы, позволяющие доводить продукт компании до потребителя с минимальными затратами. [1]

Таким образом, виртуальные сети меняют [4]:

1) характер сбыта (появление программных приложений, упрощающих процедуры взаимодействия с клиентами).

2) характер взаимодействия внутри компании: меняется скорость взаимодействия, упрощается ряд технических процедур, организационных рутин, принципы распределения ресурсов и т.д.

3) влияют на позицию компании на рынке (зачастую популярность приложения дает больше клиентов, чем реализация товара на реальном рынке).

Обозначенные моменты позволяют сказать, что виртуальные сети влияют на конкурентоспособность компании, посредством воздействия на ее внутреннюю среду. Однако, в рамках виртуальных сетей также есть своя конкуренция. Так, первый уровень конкуренции представляет собой борьбу каналов сбыта за потребителей, что свойственно и реальному рынку. Но в виртуальных сетях есть своя особенность. С одной стороны, компании стремятся создать удобные для потребителей приложения для платформ IOS, Windows или Android и разместить их на крупных электронных площадках (типа AppStore, GoogleStore, и т.д.) или разместить свои предложения на агрегаторах (типа AnyWayAnyDay, Booking и т.д.). Зачастую, удобный интерфейс приложений и агрегаторов привлекает дополнительных клиентов, которые никогда не обратили бы внимание на продукт компании в реальных условиях. С другой стороны — компании стремятся к высоким позициям в поисковых запросах на сайтах типа Yandex, Google, Mail.ru и т.д., также обеспечивая себе дополнительных потребителей [7].

Второй уровень конкуренции начинается уже между электронными площадками, агрегаторами и поисковиками, стремящимися обеспечить себе популярность у потребителей. Они конкурируют не только за пользователя, их клиентами также являются компании, размещающие информацию о себе или свои приложения в сети, что в свою очередь порождает определённую закреплённость разных видов электронных ресурсов у разных групп потребителей. Так, Yandex делает акцент на коммерческой информации, в то время как Google в основном используют для решения повседневных задач [3]. В свою очередь это закономерность приводит к стремлению у производителей разместить информацию о себе на максимально возможном количестве ресурсов. Это позволяет, во-первых, охватить более широкий круг пользователей, а во-вторых, большее число предложений означает увеличение совершенных сделок и, как следствие, больший процент от них. [8]

Конкуренция третьего уровня начинается уже между производителями самих приложений, а также борьба за хорошие рейтинги, на основе которых формируется ранжирование внутри ресурсов. Безусловно, у потребителя остается возможность обратиться к производителю на-

прямую, минуя посредников. Однако в данном случае у него не будет возможности сравнения цен в режиме онлайн, что существенно усилит асимметрию информации. Кроме того, в случае обращения клиента напрямую, производители предлагают цены, которые существенно выше, чем заявленные в поисковиках-агентах. Таким образом, появление крупных электронных площадок (типа AppStore) способствует усилению конкуренции на разных уровнях. Предлагаемая трехуровневая структура конкурентной борьбы демонстрирует взаимосвязи, приводящие к увеличению информированности потребителя, снижению издержек поиска, и снижению равновесных цен. [6]

По сути, виртуальные сети делают внутреннюю среду компании более мобильной и менее затратной. Однако порождаемая ими конкуренция меняет рыночную конъюнктуру, зачастую нивелируя эффект от стабилизации внутренней структуры компании. В данной ситуации оправданность внедрения виртуальных сетей во внутреннюю среду компании будет определяться влиянием внедрения сетей на транзакционные и трансформационные издержки компании (на сколько сократятся издержки) за вычетом того дохода, который обеспечивает

размещённая в виртуальных сетях информация о предложениях компании (на сколько прирастет доход). Одним из способов существенного сокращения издержек компании могут быть инновации в сфере ИКТ. Но и в отношении их внедрения стоит учитывать, что эффект от внедрения инноваций должен покрыть издержки, связанные с внедрением. [5]

Еще одним способом влияния и стабилизации внутренней среды компании являются квазивиртуальные сети (иначе, интерактивные или умные сети). Данные сети позволяют не только сократить издержки компании, но и существенно повысить эффективность ее деятельности. Работа данных сетей сопряжена с высокотехнологичным оборудованием, стоимость которого зачастую превышает финансовые возможности компании, поэтому их внедрение требует всесторонней оценки и обоснование необходимости такого внедрения. Будучи узкоспециализированными данные сети могут существенным образом повысить эффективность деятельности и стабильность внутренней структуры компании в рамках конкретной ниши рынка. Однако за рамки конкретной ниши их использование не выходит, что делает компании маломобильными, но стабильными. [16]

Литература:

1. Сигарев, А.В. Интернет-магазины: Особенности ценообразования на электронных рынках / VIII Международная научно-практическая конференция «Современная экономика: концепции и модели инновационного развития» / Издательство: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (Москва), Москва, 19–20 февраля 2016 г., С.: 121–125.
2. Сигарев, А.В., Пшеницына, Е. И. Классики и неоклассики о влиянии экономических агентов на рыночную конкуренцию / Семнадцатый Всероссийский симпозиум: «Стратегическое планирование и развитие предприятий» / Издательство: Центральный экономико-математический институт РАН (Москва), Москва, 12–13 апреля 2016 г., С.: 127–129.
3. Яндекс проигрывает войну за Рунет, скоро Google будет доминирующим поисковиком. / Электронный ресурс: [Режим доступа] <http://iqreview.ru/economy/yandex-google-war/>
4. Сигарев, А.В. Ценообразование на информационные блага, реализуемые через Интернет на основе потребительского выбора / Международная научная конференция «Ломоносовские чтения — 2016» / Издательство: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова» (экономический факультет) (Москва), Москва, 18–20 апреля 2016 г., С.: 321.
5. Евсюков, С.Г., Сигарев, А.В., Устюжанина, Е.В. Модель динамического ценообразования на рынке сетевых благ в условиях монополии поставщика / Финансовая аналитика: Проблемы и решения / Издательство: ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ» (Москва), Номер: 30 (312), 2016, С.: 2–18.
6. Сигарев, А.В., Косов М. Е., Специфика ценовой дискриминации при реализации информационных благ посредством электронной торговли. / Финансовая аналитика: проблемы и решения. / Издательство: ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ» (Москва), Номер: 10 (292), Год: 2016, С.: 22–30.
7. Сигарев, А.В. Ценовые стратегии фирм в условиях электронной торговли: диссертация на соискание степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва.
8. Сигарев, А.В. Электронная торговля: отличительные характеристики и региональные особенности. / Шестая международная научная конференция «Инновационное развитие экономики России: региональное разнообразие». Москва, 17–19 апреля 2013 г. / Издательство: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова» (экономический факультет) (Москва), С.: 279–285.
9. Бондаренко, Н.Е. Инновационные кластеры: теоретические основы и формы организации // Вестник российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. — 2015. — № 5 (83). — с. 29–41.

10. Устюжанина, Е. В. Формы интеграции бизнеса: взгляд с позиций институциональной теории // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. — 2015. — № 2 (80). — с. 34–45.
11. Дементьев, В. Е. Условия координации экономической деятельности как фактор формирования организационных структур // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, 2015, № 2 (80).
12. Дубовик, М. В. От креативных кластеров к креативной экономике // Вестник экономической интеграции, 2011, № 8. — С.14–23.
13. Пшеницына, Е. И. Особенности ценообразования сетевых структур. / Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс» (Чебоксары). Приоритетные направления развития науки и образования // № 2 (5), 2015. — С: 444–447.
14. Шамин, В. А., Пшеницына Е. И. Исследование и анализ транзакционных издержек фирм при реализации расчетных функций банка. / Научная дискуссия: Инновации в современном мире // Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Интернаука» (Москва), № 12–1 (43), Год: 2015, С: 119–131.
15. Пшеницына, Е. И. Информационная определенность как условие принятия рационального решения / IV Международная научная конференция «Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения». Изд-во: ГУУ, 2015, с. 84–87.
16. Сигарев, А. В., Пшеницына, Е. И. Классификация компьютерных сетей по их экономическому назначению. Выделение квазивиртуальных сетей и квантовой коммуникации. / Научно-практическая конференция «Интеллектуальные системы в информационном противоборстве» (ИСИП-2015) // Изд-во: РЭУ имени Г. В. Плеханова, 2015, с. 190–197.
17. Устюжанин, В. Л. Факторы устойчивой конкурентоспособности организации / материалы конференции «Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения» г. Москва, 17–18 ноября 2015 г. // Изд-во: Государственный Университет Управления, 2015, С.146–154.

Взаимосвязь налогового и бухгалтерского учета

Рахматулина Елена Валерьевна, магистрант

Керченский государственный морской технологический университет

Развитие современных рыночных отношений в России, увеличивающиеся бюджетные расходы вызывают необходимость формирования нового взгляда на отношения между государством и бизнесом, задачи налогового планирования, учета и контроля. В таких условиях на предпринимателей возлагается большая ответственность при выполнении обязанности по уплате налогов в бюджет.

До перехода России к рыночным отношениям исчисление налогов и сборов на предприятиях решалось ведением бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет выполнял и расчетные и налоговые функции полностью. Но возложение на бухгалтерский учет подобных функций не соответствует его целям и задачам. И это явилось противоречием между налоговым и бухгалтерским учетом.

В связи с принятием Налогового Кодекса РФ с 1 января 2002 года установлен приоритет налогового учета перед бухгалтерским. Введение в НК РФ гл. 25 «Налог на прибыль» узаконило налоговый учет в организациях. Однако, с введением налогового учета стали возникать различия между признанием видов расходов в налоговом и бухгалтерском учете, так как величина прибыли исчисленная к налогообложению отличалась по данным налогового учета и бухгалтерского учета в организации.

Налоговый учет это система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе

данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным НК РФ.

Если организация применяет общую систему налогообложения, то налоговый учет она ведет с целью определить налог на прибыль — это главная цель налогового учета.

Бухгалтерский учет это формирование документированной систематизированной информации об объектах, предусмотренных настоящим Федеральным законом, в соответствии с требованиями, установленными Законом № 402-ФЗ, и составление на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности (п. 2 ст. 1 Закона № 402-ФЗ).

Цель бухгалтерского учета — составить бухгалтерскую (финансовую) отчетность, на основании которой можно судить о результатах деятельности организации, что невозможно сделать, пользуясь данными налогового учета. Например, решение о предоставлении организации кредита или займа в большинстве случаев осуществляется на основании представленной бухгалтерской (финансовой) отчетности. Она же необходима и для участия в конкурсах, аукционах и т.д. Почему же внешним пользователям нужна именно бухгалтерская (финансовая) отчетность? — только на основании бухгалтерской (финансовой) отчетности можно судить об экономическом положении организации.

Не меньший интерес вызывает бухгалтерская отчетность и у внутренних пользователей: учредителей, руководителей и т.д. Дело в том, что на основании бухгалтерской отчетности они принимают управленческие решения.

На основании вышесказанного делаем вывод, что налоговый учет позволяет государственным органам контролировать полноту и своевременность уплаты налогов. А бухгалтерский учет, в свою очередь, ведется с целью составить бухгалтерскую отчетность, на основании которой можно судить о результатах финансово-хозяйственной деятельности организации.

В бухгалтерском учете расходы это — уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (п. 2 ПБУ 10/99 Расходы организации).

В бухгалтерском учете расходы организации в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности подразделяются на расходы по обычным видам деятельности и прочие расходы.

К расходам по обычным видам деятельности относят расходы связанные с производством и продажей продукции. Они группируются по пяти элементам;

- Материальные затраты;
- Затраты на оплату труда;
- Отчисления на социальные нужды;
- Амортизация основных средств;
- Прочие затраты.

Следует обратить внимание, что для признания расхода необходимо выполнение всех перечисленных выше условий. Если хотя бы одно из условий не выполняется, то в бухгалтерском учете организации признается не расход, а дебиторская задолженность.

Расходами в целях налогообложения прибыли предприятия в соответствии со ст. 252 НК РФ признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты.

В соответствии с п. 1 ст. 252 НК РФ установлены следующие требования к признанию расходов в целях налогообложения:

- расходы должны документально подтверждены с целью с целью безоговорочного установления самого факта расхода и доказательства производственной направленности затрат;
- расходы должны быть обоснованы;
- расходы должны быть произведены для деятельности, направленной на получение дохода.

Расходы связанные с производством и реализацией, согласно НК РФ, классифицируются по следующим признакам:

1. Материальные затраты;

2. Расходы на оплату труда;
3. Суммы начисленной амортизации;
4. Прочие расходы (в том числе отчисления на социальные нужды).

Порядок признания расходов в целях налогообложения прибыли определяется в зависимости от выбранного налогоплательщиком метода признания расходов — кассового метода (статья 273 НК РФ) или метода начисления (статья 272 НК РФ). При применении метода начисления расходы признаются следующим образом:

По сделкам с конкретными сроками исполнения расходы признаются в том отчетном (налоговом) периоде, в котором эти расходы возникают исходя из условий сделок.

В случае если сделка не содержит таких условий и связь между доходами и расходами не может быть определена четко или определяется косвенным путем, расходы распределяются налогоплательщиком самостоятельно.

По сделкам, длящимся более одного отчетного (налогового) периода расходы признаются равномерно и пропорционально доходам.

Расходы налогоплательщика, которые не могут быть непосредственно отнесены на затраты по конкретному виду деятельности, распределяются пропорционально доле соответствующего дохода в суммарном объеме всех доходов налогоплательщика.

Проанализировав вышесказанное, можно заметить основное отличие в признании расходов в целях бухгалтерского и налогового учета. Если в бухгалтерском учете расходы признаются независимо от намерения получить выручку, операционные или иные доходы, то в целях налогообложения прибыли расходами признаются любые затраты, но при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Вывод при сравнении доходов, формируемых в бухгалтерском и налоговом учете: в общем случае данные налогового учета будут совпадать с данными бухгалтерского учета.

Для сближения двух систем учета необходимо предусмотреть одинаковые положения учетной политики. Например:

- Сближение стоит начать с момента оприходования актива. Так, материалы можно отражать в бухгалтерском учете, так же как и в целях налогообложения, по фактическим ценам, а не по учетным.

- Установить одинаковые методы списания каждого вида имущества в обоих видах учета. При выборе стоит учесть, что ряд методов, предусмотренных в одном учете, может отсутствовать в другом, и наоборот. К примеру, в отношении сырья, материалов, товаров и финансовых вложений можно применять метод ФИФО. Он предусмотрен и для налогового, и для бухгалтерского учета.

- Унифицировать методы начисления амортизации.

Литература:

1. ПБУ 1/2012 «Учетная политика организации»: приказ Минфина РФ от 06.10.2012 № 106.
2. ПБУ 10/99 «Расходы организации»: приказ Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 33н (ред. от 08.11.10).

3. О бухгалтерском учете: федеральный закон от 06.12.11 № 402-ФЗ // СПС Гарант, 2013.
4. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по его применению: приказ Минфина России от 31 октября 2000 г. № 94н. // СПС Гарант, 2013.
5. Налоговый кодекс РФ от 31.07.1998 № 146-ФЗ: принят Государственной Думой ФС РФ 16.07.1998 г.

Межбюджетные трансферты как инструмент государственного регулирования бюджетной системы Российской Федерации

Ренгольд Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (г. Омск)

Статья посвящена исследованию межбюджетных трансфертов в Российской Федерации. В ней проведен анализ статистической информации в области межбюджетного финансирования. Приведены аналитические данные в области бюджетного финансирования, подтверждающие выводы автора.

Ключевые слова: межбюджетные трансферты, бюджетная система

Социально-экономическое развитие любого государства зависит от эффективности функционирования его бюджетной системы. Оптимальное соотношение между доходными и расходными статьями бюджетов всех уровней позволяет государству достигать поставленных целей и задач, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективах.

Согласно ст. 6 Бюджетного кодекса Российской Федерации бюджетная система представляет собой основанную на экономических отношениях и государственном устройстве совокупность бюджетов всех уровней и государственных внебюджетных фондов [1]. Функционирование бюджетной системы осуществляется посредством бюджетных правоотношений, возникающих между указанными субъектами в «процессе формирования доходов и осуществления расходов, ... осуществления государственных и муниципальных заимствований, регулирования государственного и муниципального долга» [1].

Помимо бюджетных правоотношений в Бюджетном кодексе Российской Федерации приведено понятие *межбюджетных отношений*, под которыми понимаются «взаимоотношения между публично-правовыми образованиями по вопросам регулирования бюджетных правоотношений, организации и осуществления бюджетного процесса» [1]. Каждая страна выбирает собственную модель межбюджетных отношений, эффективность которой зависит от оптимального сочетания разных методов и форм бюджетного регулирования, которое в свою очередь реализуется через систему, так называемого *горизонтального и вертикального выравнивания* [2].

Вертикальное выравнивание позволяет решить проблему несоответствия расходных функций бюджетов разных уровней с их доходными возможностями. Сбалансированность по вертикали строится на четком разграничении расходных обязательств между органами власти.

Горизонтальное выравнивание позволяет выравнивать регионы через территориальное перераспределение средств от условно «богатых» регионов к «бедным». Оптимальное, в конкретных экономических условиях, сочетание горизонтального и вертикального выравнивания дает возможность через денежную помощь сочетать уровень доходов и расходов, как в регионах, так и в отдельно взятых населенных пунктах, что обеспечивает определенный уровень жизни населения.

Эффективность горизонтального и вертикального выравнивания предполагает сосредоточение основной массы денежных средств на верхнем уровне бюджетной системы страны с целью дальнейшего их перераспределения в зависимости от поставленных государством задач. Россия характеризуется достаточно сильной структурой централизованной власти, что обеспечивается высоким уровнем доходов федерального бюджета в общей структуре доходов консолидированного бюджета [3, 4]. Так более половины всех доходов государства поступает в федеральный бюджет. По данным 2014 года более 54% консолидированного бюджета России поступило в федеральный бюджет, немногим более 33% — в консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации [5, 6]. В свою очередь перераспределение средств из федерального бюджета в нижестоящие зависит от налогов, поступающих в него с данной территории и закрепленных за вышестоящим бюджетом. Данная форма финансирования усиливает единство бюджетных источников, а также стимулирует заинтересованность органов власти всех уровней в более полном исполнении обязательств по наполнению бюджетов.

Тем не менее, указанная система не позволяет в полном объеме финансировать расходные функции региональных и местных бюджетов. Данная проблема решается с помощью межбюджетных трансфертов, то есть средств,

предоставляемых одним бюджетом другому, а также через фонды финансовой поддержки регионов. Схема распределения денежных средств от вышестоящего бюджета к нижестоящим, а также основные формы межбюджетных трансфертов представлены на рис.1 [1].

Основными формами трансфертов являются дотации, субсидии, субвенции и иные межбюджетные трансферты. В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации под данными терминами понимается:

– *дотации* — это межбюджетные трансферты, предоставляемые на безвозмездной и безвозвратной основе без установления направления и условий их использования;

– *субсидии* — межбюджетные трансферты, предоставляемые на условиях софинансирования расходных обязательств нижестоящего бюджета, а также денежные средства, предоставляемые из бюджетов и внебюджетных фондов юридическим лицам (не являющимся бюджетными учреждениями) и физическим лицам;

– *субвенции* — межбюджетные трансферты местным органам власти со стороны государства, выделяемого на конкретные цели и на определенный срок, обязательно подлежащие возврату в случае нарушения установленных сроков или не целевого использования;

– *бюджетные кредиты* — денежные средства, предоставляемые бюджету другого уровня, юридическому лицу (кроме государственных и муниципальных учреждений), иностранному государству или иностранному юридическому лицу на возвратной и возмездной основе.

Бюджетные кредиты принципиально отличаются от трех остальных выше перечисленных форм. Они обладают всеми признаками кредитов, в то время как дотации, субсидии и субвенции являются безвозмездным финансированием.

Структура межбюджетных трансфертов в Российской Федерации на 2015 год, запланированных Федеральным законом № 349-ФЗ от 02.12.2013 года, представлена на рис.2 [7].

Как видно из диаграммы почти половину всех межбюджетных трансфертов составляют дотации, на долю которых приходится 46,9% или 645,2 млрд. рублей. В два раза меньше финансирование направляется через субсидии и субвенции, первые из которых составляют 23% (316,7 млрд. рублей), вторые — 26,1% (358,4 млрд. рублей). На долю иных межбюджетных трансфертов приходится 4% или 55,5 млрд. рублей [7].

Вопросы контроля и эффективности реализации указанных форм финансирования в условиях дефицита бюд-

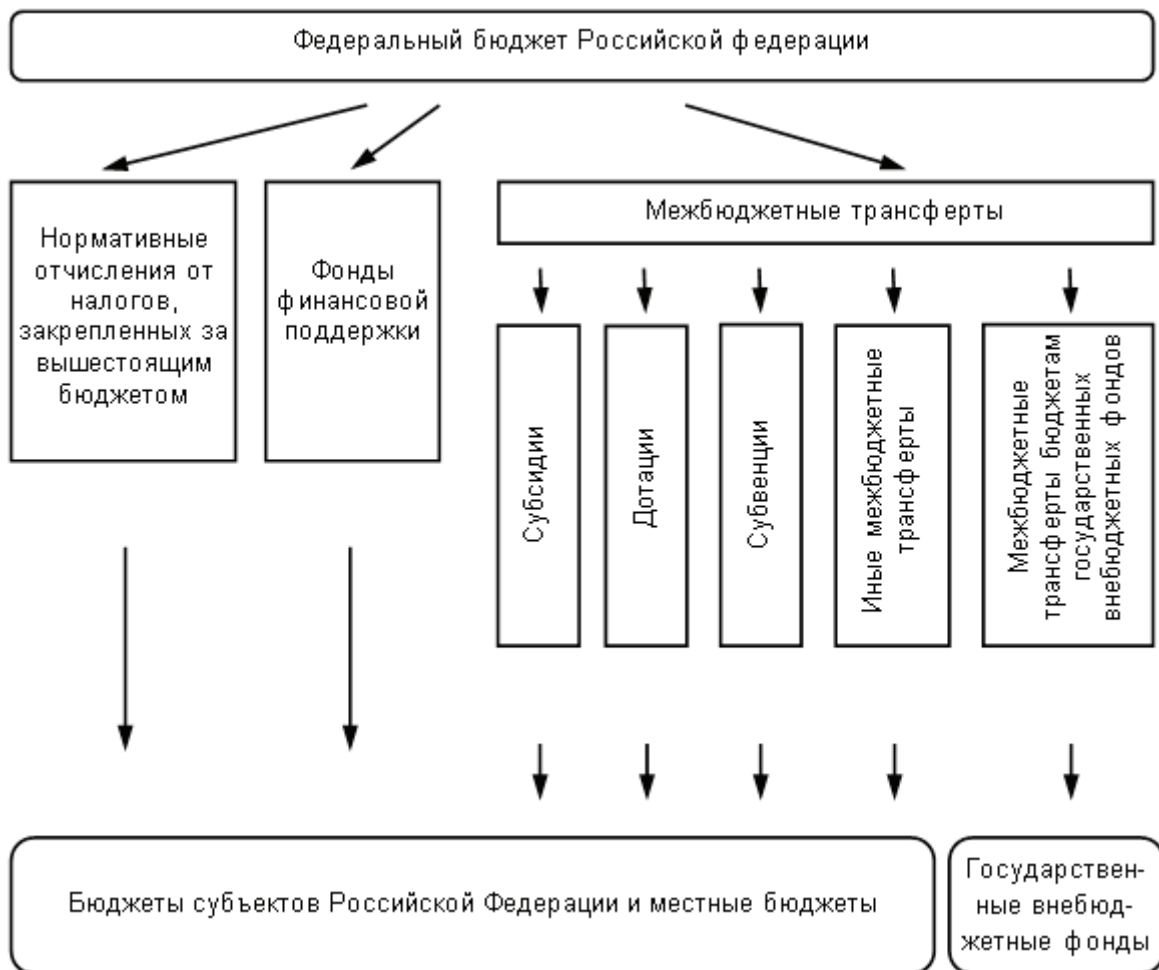


Рис. 1. Межбюджетное финансирование

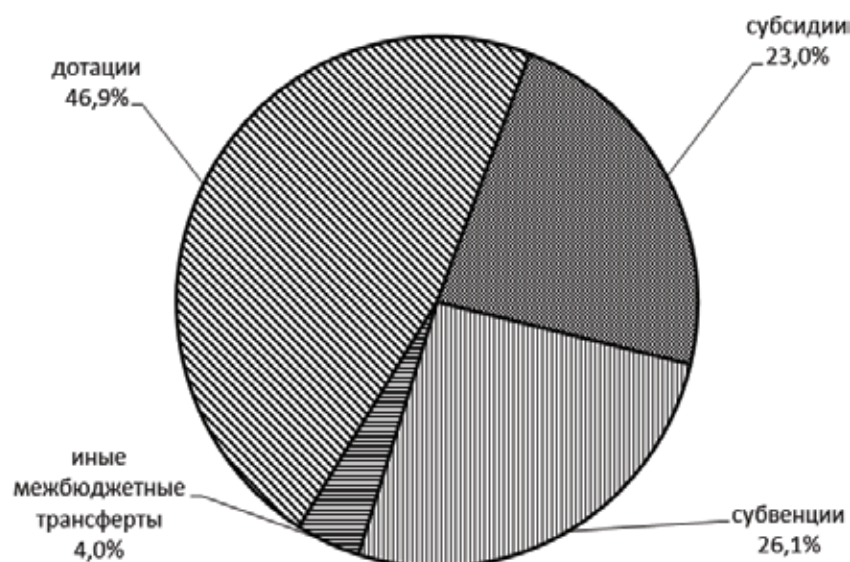


Рис. 2. Структура запланированных межбюджетных трансфертов Российской Федерации на 2015 год

жета становятся еще более актуальными. Слишком большое их количество (около 90 направлений) привело сегодня к высокой бюрократичности процедуры предоставления субсидий и снижению оперативности принятия решений. Частичное урегулирование данной проблемы видится через консолидацию субсидий в рамках определенных направлений, что позволит снизить раздробленность этой формы финансирования и, как следствие, уменьшить административные расходы, связанные с контролем за их использованием [8, 9].

Таким образом, в рамках современной экономической ситуации управление межбюджетными трансфертами должно обуславливаться качественно выстроенной системой оценочной деятельности, направленной на развитие межбюджетных отношений. Качественная и своевременная оценка эффективности используемых программ позволяет не только вовремя выявить существующие проблемы, но и разработать методику построения дальнейшей политики в области межбюджетных отношений.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: принят ГД РФ 31.07.1998 г. № 145-ФЗ (в ред. от 03.11.2015) — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi>.
2. Ренгольд, О. В. Межбюджетные трансферты: особенности и эффективность использования [Электронный ресурс] / О. В. Ренгольд // Теория и практика современной науки. — 2016. — № 4 (10). — с. 609–612 — Режим доступа: http://modern-j.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal_10.pdf. — Дата обращения: 29.06.2016.
3. Ренгольд, О. В. Налоги и налогообложение на автомобильном транспорте для студентов экономических специальностей: учебное пособие / О. В. Ренгольд. — Омск: СибАДИ, 2013. — 96 с.
4. Ренгольд, О. В. Тенденции изменений инвестиционных вложений в транспортную отрасль Российской Федерации [Электронный ресурс] / О. В. Ренгольд, Е. Д. Семенова // Наука XXI века: опыт прошлого — взгляд в будущее: материалы Междунар. науч. — практ. конф., г. Омск 15 апреля 2015 г. / СибАДИ. — Омск: СибАДИ, 2015. — с. 319–323. — Режим доступа: <http://bek.sibadi.org/fulltext/esd39.pdf>
5. Консолидированный бюджет Российской Федерации и бюджетов государственных внебюджетных фондов в 2014 г. — Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/fin21.htm
6. Официальный сайт Казначейства России — Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetrov/>
7. О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов: Федеральный закон от 02.12.2013 г. № 349-ФЗ (в ред. от 26.12.2014 г.) — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155198/
8. Выступление Председателя Счетной палаты Российской Федерации Т. А. Голиковой в рамках парламентских слушаний на тему «О прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации до 2018 года и параметрах проекта федерального бюджета на 2016 год» 27 октября 2015 года / Счетная палата Российской Федерации — Режим доступа: <http://audit.gov.ru/structure/golikova-tatyana-alekseevna/speeches/24561/>
9. Система межбюджетных трансфертов требует реформ: анализ Минфина // Финансово-экономический журнал «Бюджет» — Режим доступа: <http://bujet.ru/article/280249.php>

Сравнительный анализ рентабельности строительных организаций

Салиева Алия Канатовна, магистрант
Оренбургский государственный университет

В статье приводится анализ строительной отрасли, рассчитаны показатели рентабельности, приведена сравнительная оценка ООО «ЛистПромСтрой» и ОАО «Оренбургская ипотечно-жилищная корпорация».

Ключевые слова: объем строительных работ, индекс физического объема строительных работ, рентабельность, строительные организации

При анализе строительной отрасли одним из основных показателей является объем выполненных строительных работ, что обусловлено чувствительностью данного показателя к изменениям экономической ситуации как в отрасли, так и целом в регионе.

Объем выполненных строительных работ в Российской Федерации за период 2000–2015 гг. увеличился с 503, 8 млрд. руб. до 5945,5 млрд. руб. Отметим, что в целом показатель характеризовался относительно стабильным ростом, исключения составили 2009 год (объем работ снизился на 11,7%) и 2015 год (объем работ снизился на 2,9%).

Однако в современных экономических условиях показатели, исчисленные в фактически действовавших ценах, не позволяют избежать влияния ценового фактора. Поэтому представляется целесообразным рассмотреть ин-

декс физического объема строительных работ в сопоставимых ценах к предыдущему году (рисунок 1).

Анализ изменения объемов работ, выполненных в строительной отрасли показал снижение показателя в исследуемом периоде. Отметим существенный спад показателя в 2009 году — на 26 п.п., однако уже в следующем периоде индекс физического объема работ характеризовался ростом (на 18 п.п.). В 2012 году показатель вновь приобрел отрицательную динамику, достигнув уровня 93%.

Федеральная служба государственной статистики (Росстат) предоставляет оперативную, отражающую сложившуюся ситуацию в строительной отрасли. Имеющиеся данные позволяют проанализировать динамику объема строительных работ в Оренбургской области в 2016 г. и дать сравнительную оценку по отношению к региону и к стране в целом.

Таблица 1. Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство»

	2016 г. (в фактически действовавших ценах, млн. рублей)			В% к соответствующему периоду 2015 г. (в сопоставимых ценах)		
	январь	январь-февраль	январь-март	январь	январь-февраль	январь-март
Российская Федерация	260977,0	568373,6	967755,6	95,8	98,3	98,4
Приволжский федеральный округ	46358,5	99892,1	171612,9	89,2	91,8	93,7
Оренбургская область	1385,6	3170,8	4951,3	78,4	88,6	89,8

Спад объема строительных работ в Оренбургской области превышает показатели Приволжского округа (на 3,2 п.п.) и России в целом (на 9,7 п.п.).

Платежеспособный спрос населения области сократился, а затраты на возведение каждого квадратного метра недвижимости продолжают расти. Кроме того, застройщики в условиях кризиса стремятся минимизировать убытки и предпочитают ожидание стабильной ситуации в сфере строительства и в целом в экономике.

На рынке жилой недвижимости Оренбургской области одними из крупнейших участников рынка выступают ООО «ЛистПромСтрой» (ЛПС) и ОАО «Оренбургская ипотечно-жилищная корпорация» (ОИЖК). Центральное место в деловой жизни строительных организаций занимают показатели доходности. Доходность

организации с различных сторон в соответствии с позициями участников процесса и особенностей рыночного обмена измеряют показатели рентабельности. Руководствуясь полученными расчетами и выводами, руководство и акционеры компании определяют пути оптимизации деятельности хозяйствующего субъекта.

Проведем сравнительный анализ условий функционирования данных организаций на основе коэффициентов рентабельности. В практике работы строительных организаций применяется ряд показателей рентабельности в зависимости от поставленных целей [1]. Наиболее часто используемыми показателями являются показатели рентабельности активов организации и рентабельность собственного капитала.

Отметим, что эффективность использования внеоборотных и оборотных активов находится в тесной взаимос-

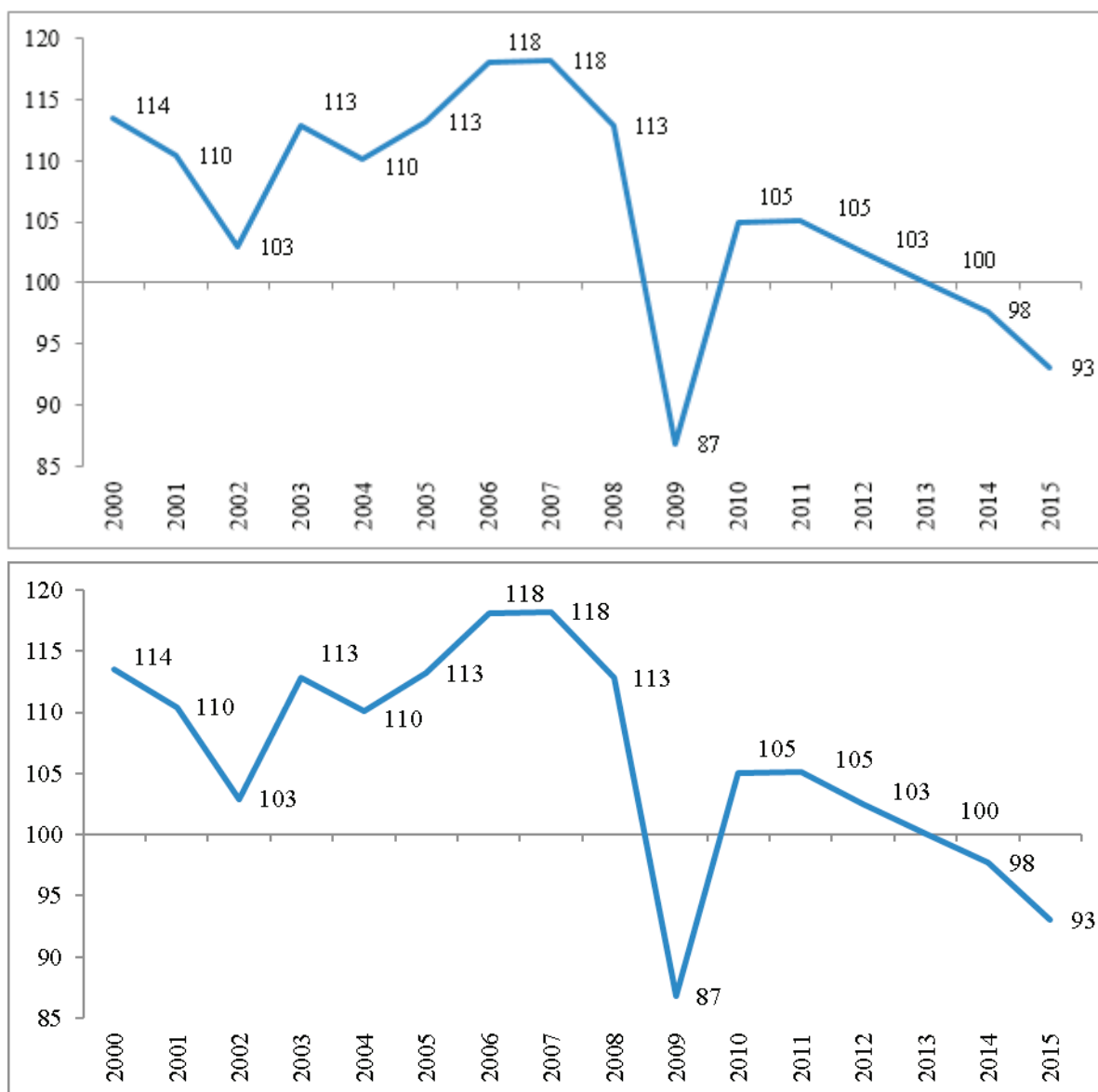


Рис. 1. Динамика индекса физического объема работ, выполненных по виду деятельности «Строительство», в сопоставимых ценах, %

Таблица 2. Динамика показателей рентабельности ООО «ЛистПромСтрой» и ОАО «Оренбургская ипотечно-жилищная корпорация»

Отчетный период	Рентабельность внеоборотных активов		Рентабельность оборотных активов		Рентабельность собственного капитала	
	ЛПС	ОИЖК	ЛПС	ОИЖК	ЛПС	ОИЖК
2011	24,45	0,03	3,70	0,03	23,11	1,33
2012	52,58	0,14	7,23	0,11	35,26	6,38
2013	135,07	0,38	7,89	0,43	28,20	25,02
2014	113,66	0,54	3,71	0,42	17,53	36,81
2015	217,71	0,26	5,02	0,23	18,82	12,10

в связи с тенденцией роста выручки. Расчет коэффициентов рентабельности внеоборотных активов ООО «ЛистПромСтрой» показал, что динамика показателя в исследуемом периоде характеризуется положительной тенденцией, в 2015 году на 1 рубль долгосрочных инвестиций

организации в 2015 году приходилось 2,18 рублей чистой прибыли. Менее эффективно используются основные средства ОАО «ОИЖК» — коэффициент рентабельности внеоборотных активов составил 0,26%. Снижение величины внеоборотных активов может свидетельство-

вать о замене оборудования и, возможно, о выведении нерациональных внеоборотных активов.

Рентабельность оборотных активов ООО «ЛистПромСтрой» и ОАО «Оренбургская ипотечно-жилищная корпорация» остается на низком уровне — 1 рубль оборотных активов приносит в 2015 году прибыль в размере 5,02 и 0,23 копейки соответственно.

Собственный капитал характеризует наличие прибыли в расчете на вложенный собственниками (акционерами) компании капитал. Кроме того, по изменению показателя рентабельности собственного капитала орга-

низации целесообразно оценивать эффективность привлечения дополнительного финансирования [2, 3]. Коэффициент рентабельности собственного капитала «ЛистПромСтрой» в 2015 году характеризовался ростом по сравнению с 2014 годом, превышая аналогичный показатель «Оренбургская ипотечно-жилищная корпорация» на 6,72 п. п.

Более подробно проанализировать текущее положение организации и принять соответствующие управленческие решения позволит расчет темпов роста рассматриваемых коэффициентов рентабельности.

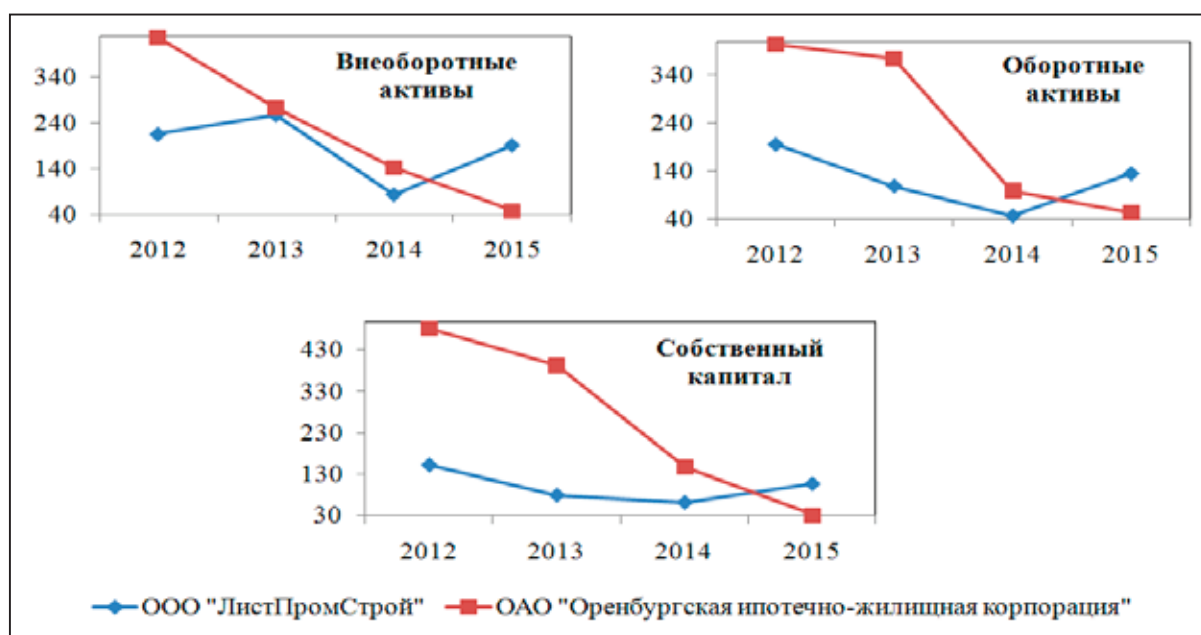


Рис. 2. Темпы роста коэффициентов рентабельности ООО «ЛистПромСтрой» и ОАО «Оренбургская ипотечно-жилищная корпорация»

Таким образом, на фоне роста рентабельности внеоборотных активов Оренбургской ИЖК в целом за период, темпы изменения показателя имеют выраженную тенденцию к снижению. Отметим, что динамика коэффициентов рентабельности внеоборотных активов ЛистПромСтрой повторяет динамику его темпов роста.

Расчет показателей динамики позволяют сделать вывод об отрицательной динамике коэффициентов рентабельности оборотных активов по анализируемым организациям — в 2015 г. по сравнению с 2011 г. темп снижения ООО «ЛПС» составил 69,02%, тогда как ОАО «ОИЖК» 13,54%.

Рентабельность собственного капитала Ипотечно-жилищной корпорации увеличивается, однако темпы данного

роста с каждым годом падают, снизившись в 2015 году на 67,14%. Рентабельность собственного капитала ООО «ЛистПромСтрой» характеризуется обратной ситуацией, так, значение коэффициента в 2015 году относительно предыдущего периода снизилось на 1,28 п. п. при росте темпов на 45,13 п. п.

Подводя итоги анализа, отметим, что рассматриваемые коэффициенты рентабельности в целом имеют положительную динамику. Отраслевой фактор существенно влияет на результаты финансового анализа и на критерийные значения показателей рентабельности. При оценке предприятий строительной отрасли необходимо также отметить, что значительное влияние оказывают внутренние и внешние условия функционирования предприятия.

Литература:

1. Антонова, О. В. Современные подходы к формированию системы показателей рентабельности в примечаниях к консолидированной финансовой отчетности (на примере ОАО «Группа Компаний ПИК») / О. В. Антонова // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. — 2014. — № 5. — с. 80–84.

2. Воложанин В.В., Бородин, С.И. Анализ источников финансирования деятельности строительных предприятий-застройщиков / В.В. Воложанин, С.И. Бородин // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2009. — № 29 (162). — с. 41–46.
3. Владыкин, А.А., Чурсина Ю.А. Финансовый анализ как инструмент эффективного управления бизнес-процессами в хозяйствующих субъектах / А.А. Владыкин, Ю.А. Чурсина // Интернет-журнал Науковедение. — 2014. — № 2 (21). — с. 17.
4. Цыпин, А.П. Количественная оценка влияния изменения структуры экспортно-импортных товаропотоков на основные макроэкономические показатели России / В.В. Попов, А.П. Цыпин // Экономика и предпринимательство. 2015. № 9–2. с. 314–319.
5. Попов, В.В. Об актуальности анализа роли документации в бухгалтерском учете внешней торговли как фактора роста товарооборота / В.В. Попов // В сборнике: Проблемы и перспективы развития учетно-аналитической и контрольной системы в условиях глобализации экономических процессов. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита. — 2014. — с. 395–398.
6. Попов, В.В. Статистика таможенных платежей в рамках таможенного союза / В.В. Попов // В сборнике: Формирование основных направлений развития современной статистики и эконометрики материалы I-ой Международной научной конференции. Научный редактор В.Н. Афанасьев. — 2013. — с. 383–389.

Инновационные процессы как объект инвестирования

Серёмина Регина Николаевна, магистрант
Самарский государственный экономический университет

В статье представлена информация о значимости такого бизнес-процесса, как инвестирование с позиции обеспечения и реализации различных инновационных процессов и новшеств.

Ключевые слова: инвестирование, инновации, инновационные процессы, новшества, бизнес-процессы

Оценивая положение современных компаний и предприятий как на внутреннем, так и на мировом рынке, нетрудно заметить, что для постоянного развития и повышения уровня конкурентоспособности необходимо не просто реализовывать свою продукцию и услуги на высоком уровне, но и время от времени привносить в свою деятельность что-то новоявленное и ранее неизведанное. В таком случае на помощь приходят инновации, осуществление которых тесно граничит с финансовой поддержкой и обеспечением.

Инновации — это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых улучшенных промышленных процессов и оборудования, а также к созданию лучших изделий с точки зрения их свойств, технологий, и в случае, если инновация нацелена на экономическую выгоду, то её появление на рынке может принести добавочный доход. Следовательно, инновацию как явление необходимо рассматривать неразрывно с инновацией как процессом.

Инновационный процесс — это не только сложный, но и взаимосвязанный процесс создания инноваций с использованием совокупности системы знаний, научной и маркетинговой деятельности; совокупности средств труда, облегчающих человеческий труд и делающих ее более продуктивной (техника, приборы, оборудование, производственная организация).

Инновационный процесс можно рассматривать с точки зрения последовательных действий, в результате которых новация развивается от идеи до конкретного продукта и распространяется во время использования на практике. Как и любой другой, инновационный процесс определяется сложным взаимодействием множества факторов. Успех на этом пути зависит от механизма управления, объединяющего в единый поток истоки научной идеи, ее разработки, внедрения результата в производство, реализацию, распространения и потребления.

В отличие от научно-технического прогресса инновационный процесс не завершается исключительно внедрением новации (техники, технологии, продукта) в производство, а имеет непрерывный характер.

Инновационный процесс можно рассматривать с позиции средства удовлетворения общественных потребностей, основой которого является внедрение достижений науки и технологий.

Инновационный процесс всецело охватывает производственную сферу, сферу материального производства и эксплуатации. Он является системой этапов, стадий и видов работ, чем и объясняется его сложная структура [2, с. 56–57].

Говоря непосредственно об инновационной деятельности как объекте инвестирования, следует подчеркнуть, что инновации в любом из секторов экономики предпола-

гают финансовые вложения. Для того чтобы извлечь дополнительную прибыль, повысить эффективность деятельности организации или же получить социально-экономический эффект, необходимо осуществить финансовые вложения. При этом эмпирически установлена зависимость: чем на больший успех рассчитывает предприниматель в будущем, тем к большим затратам он должен быть готов в настоящем.

Тем не менее, проблема выбора объекта финансовых вложений для предпринимателя не ограничивается предельной суммой инвестиций. Как показали исследования, наибольшей эффективностью обладают вложения в инновации, где предприниматель может получать сверхприбыль. Высокий потенциал эффективности инноваций порождает спрос на нововведения с позиции предпринимателей, образуя насыщенный рынок научно-технических, организационных, экономических и социальных новшеств. В качестве источников инвестиций могут быть ассигнования бюджетов всевозможных уровней, иностранные инвестиции, собственные средства организаций, а также аккумулированные в форме финансового капитала временно свободные средства организаций, финансово-кредитных учреждений и сбережения населения.

Инновационные процессы традиционно считаются сферой активной государственной политики. Государство берет на себя функцию обеспечения бизнеса научными знаниями и идеями, призвано обеспечить поддержку научных исследований и разработок, определить цели, принципы и приоритеты своей политики в области инновационной процессной деятельности [3, с. 23].

Российская Федерация не является исключением из правил мировой игры на рынке инноваций, именно поэтому государственный структуры делают все возможное для наращивания возможностей в данной сфере жизни нашего общества. Одним из важнейших направлений формирования инновационной инфраструктуры в России является формирование инновационных центров, внебюджетных и бюджетных фондов которые поддерживают инновационные процессы наукоемких инновационных предприятий и способствуют передаче на рынок готовой научно-технической продукции. Созданы Союз инновационных предприятий, Союз независимых инженеринговых организаций, Ассоциация управления проектами и ряд других, объединившихся в Российский инновационный союз, Ассоциацию поддержки малых инновационных предприятий. Основной целью своей деятельности данные организации ставят освоение и реализацию на внутреннем и внешнем рынках конкурентоспособной продукции и технологий на базе инноваций [5].

Бюджетные ассигнования на разработку и реализацию инноваций ограничены доходами бюджетной системы. При этом сообразно с политико-экономическими условиями направления и размеры бюджетных инвестиций в инновации существенно разнятся.

Так, в промышленно развитых странах объем бюджетных ассигнований на развитие научно-технического прогресса довольно велик, объекты инвестирования иден-

тифицируются на конкурсной основе, принимая во внимание национальную стратегию развития и оборонную доктрину. К примеру, в Японии на уровне конституционного закона закреплено ограничение, согласно которому не менее 3% валового национального дохода из бюджета должно направляться на развитие фундаментальных научных исследований.

Иностранные инвестиции в инновационную деятельность могут вовлекаться как в форме межгосударственных, межправительственных программ по научно-техническому и экономическому сотрудничеству, так и в формате частных инвестиций от зарубежных финансовых организаций и частных предпринимателей. В то же время достаточно активными являются международные частные инвестиции на развивающихся рынках.

Американские инвестиционные фонды, немецкие банки и прочие частные инвесторы имеют цель обеспечить высокую доходность собственных инвестиций с помощью международной диверсификации деятельности. Риск инвестиций в развивающиеся рынки крайне высок, но он, как правило, обеспечивается большей доходностью вложений. При этом наиболее привлекательными для внешних инвесторов выступают сырьевые и перерабатывающие отрасли промышленности, поскольку, зачастую, эти отрасли не нуждаются в предварительных значительных инвестициях, а достаточное для конкурентоспособности качество вывозимых на экспорт сырья, заготовок и полуфабрикатов может быть обеспечено без использования последних достижений научно-технического прогресса. В России в текущий период наиболее привлекательными объектами инвестирования являются предприятия пищевой промышленности и сфера услуг, поскольку при относительно небольших инвестициях позволяют быстро вернуть вложенные средства.

Собственные средства организации — основной источник финансирования инновационной деятельности. Отрасли, в годы проведения макроэкономических реформ в России сохранившие достаточный объем оборотных средств, сейчас получили реальный шанс усиленно осуществлять инновационную деятельность. В первую очередь это относится к отрасли связи, в которой за счет малой длительности производственного цикла предприятия практически не испытывали воздействия инфляции и создали достаточный резерв для осуществления научно-технических проектов [1, с. 74].

Организации, имеющие длительный производственный технологический цикл, в условиях инфляции не сумели сохранить собственные оборотные средства, что привело к их тяжелому финансовому положению. Поэтому в настоящий период практически все промышленные организации не имеют реальную возможность финансирования инновационной деятельности за счет собственных средств. Хотя, как показывает мировая практика, 80–90% инноваций в мире финансируются промышленными компаниями преимущественно за счет собственных финансовых средств.

Финансовый капитал основывается на аккумулировании средств юридических лиц и граждан в учреждениях финансово-кредитной направленности.

На этапе разработки и реализации инноваций рынок капитала позиционируется как один из ключевых факторов признания инноваций обществом. Без достаточной финансовой поддержки жизненный цикл инновации достигает предела на стадии «идея». Новшество различной природы должно быть на рынке капитала инвестиционно привлекательным и конкурентоспособным. По этой причине наряду с показателями инновационности проектов не менее важными в рыночных условиях становятся показатели финансово-экономического характера:

- объем инвестиций;
- ожидаемая доходность (рентабельность);
- срок окупаемости;
- чистый доход и др.

Экономические показатели носят первостепенный характер, если речь идет о привлечении стратегического инвестора (финансово-кредитного учреждения, готового организовать финансовую поддержку разработки и реализации инновации, используя собственных и привлеченных средств). Так или иначе, на рынке инноваций информа-

ционный минимум о нововведениях содержит сведения не только об их целях, но и также об инвестиционных размерах, ожидаемой доходности и сроке окупаемости произведенных вложений [3, с. 84].

Таким образом, в области инновационной деятельности предприятия, организации ставят перед собой задачи выпуска нового продукта, освоения новых, прогрессивных технологий, методов управления, реструктуризации, т.е. замены старой организационной структуры на новую, новой логистики финансовых потоков и др. Инновационная деятельность включает в себя не только собственно инновационные процессы, но и маркетинговые исследования рынков сбыта товаров, их потребительских свойств, новый подход к организации информационных, консалтинговых, социальных и других видов услуг. Инновационная деятельность предприятия, организации может осуществляться не только локально на любом из этапов инновационных процессов, но и вне их путем приобретения патентов, лицензий, ноу-хау и т.д. Любое из принятых решений в области инновационной модернизации требует денежных средств для реализации той или иной задачи. Такими средствами выступают инвестиции, имеющие разную функциональную направленность и характер образования [5].

Литература:

1. Зарайская, С.В., Инвестиции в инновации // сборник научных статей «Социально-экономическое состояние России: пути выхода из кризиса», Санкт-Петербург, 2009 г. — 74 с.
2. Ивасенко, А.Г., Никонова Я.И., Сизова А.О., Инновационный менеджмент // учебное пособие, КноРус, Москва, 2010, 56–57 с.
3. Неделькин А.Н, Управление организацией // Краткий курс лекций, Москва, 2011 г. — 84 с.
4. Аверцев, М.Ю. Структура государственного регулирования инновационных процессов. // Журнал «Экономист», № 4, 2008, 23 с.
5. Интернет-портал «Studopedia.ru», статья «Инновационная деятельность фирмы» // [Электронный ресурс]: режим доступа: http://studopedia.ru/2_122164_innovatsii-i-investitsii.html, дата обращения: 06.09.2016 г.
6. Интернет-портал «Повседневное управление — Daily Management», статья «Внебюджетные формы поддержки инновационной деятельности в России» // [Электронный ресурс]: режим доступа: <http://www.daily-management.ru/gkos-819-1.html>, дата обращения: 07.09.2016 г.

Эффективность бизнес-партнерства как фактора повышения конкурентоспособности компании¹

Сигарев Александр Викторович, кандидат экономических наук, доцент
Российский государственный университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва)

В настоящее время сохранение конкурентоспособности с помощью классических инструментов маркетинга становится все более сложной задачей для современных компаний. Стратегия управления взаимоотношениями

с партнерами является одной из возможных альтернатив. Межфирменное взаимодействие в цепочке создания ценности, характеризуется определенным уровнем эффективности и производительности, который партнеры стре-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ № 16-36-00163 мол_а «Развитие теории устойчивой конкурентоспособности компании в условиях технологических сдвигов»

мятся повысить. Результатом развития партнерских отношений и использования фирмами кооперированного и координированного подхода к их управлению, могут являться положительные эффекты совместной работы, выраженные в форме снижения издержек взаимодействия и повышения ценности предлагаемых благ.

Межфирменные отношения выступают в качестве нематериального актива компании, а с ростом их эффективности увеличивается ценность взаимоотношений и повышается удовлетворенность их участников. Таким образом, можно использовать показатель ценности партнерства для оценки эффективности данного межфирменного взаимодействия.

Зарубежные исследователи по-разному определяют ценность взаимоотношений компаний. В частности Д. Форд [1], А. Равальд и К. Грэнроос [2] используют разницу между выгодами и затратами на их построение и поддержание. Л. Уилкинсон, Л. Ян [3] и Д. Уилсон [4] определяют ценность взаимоотношений как степень реализации целей и повышение конкурентоспособности фирм-участников партнерства. В работе А. Равальда и К. Грэнрооса [1] предлагаются использовать сложившийся уровень доверия, приверженность и лояльность партнера, а также степень удовлетворенности результатами совместной деятельности для измерения ценности взаимоотношений. А. Вальтер, Т. Риттер, Х.Г. Гемюнден [5] рассматривают отдельные функции взаимоотношений (функции прибыли, объемов продаж, инноваций и пр.) в качестве элементов ценности.

Д. Уилсон и С. Джантраниа [6] предлагают подход на основе комплексной оценки многомерного понятия ценности взаимоотношений с позиции трех аспектов: стратегического, экономического и поведенческого.

К. Сторбака выстраивает цепочку из факторов, которые последовательно влияют на эффективность партнерства: качество услуги — удовлетворенность партнера — прочность взаимоотношений — продолжительность взаимоотношений — прибыльность [7].

Таким образом, в рамках используемых зарубежными учеными подходов к анализу ценности взаимоотношений, на основе вышеперечисленных исследований, можно выделить две группы показателей:

1. Экономические параметры, измеряемые в денежном выражении: объем продаж, прибыль, размера затрат на партнерство и др.

2. Стратегические и социальные параметры, имеющие качественное измерение (к примеру, усиление ключевых компетенций, уровень удовлетворенности, доверия, уровень кооперации и сотрудничества и др.).

Ряд российских ученых занимаются изучением проблем измерения ценности и эффективности взаимоотношений.

Г.Л. Багиев [8] предлагает модель анализа эффективности взаимодействия субъектов рыночной сети, основанную на изучении эффектов и функций взаимоотношений. В качестве основных параметров измерения

эффективности партнерства рассматриваются расходы на совместную деятельность, изменение рисков, потенциальных доходов и др. Результатом процесса взаимодействия компаний, по мнению О.У. Юлдашевой и В.А. Гордилова [9] является создание потребительской ценности и ценности взаимоотношений. По мнению авторов, в процессе взаимодействия между партнерами «... создается дополнительная ценность, которая становится частью потребительской ценности конечного покупателя». С.П. Куш и М.М. Смирнова [10] анализируют эффективность взаимоотношений «продавец-покупатель». По их мнению в основе изучения эффективности управления взаимоотношениями компании с потребителями лежит сравнение выгод и затрат от их развития и оценки степени достижения компанией ее целей.

Рост разнообразия организационных форм кооперации (стратегические партнерства, сети, кластеры и т.п.) приводит к появлению новых подходов к исследованию межфирменных отношений, в рамках которых предлагается управлять объектом через управление его средой (см. работы К. Келли [11], Г.Б. Клейнера [12], Е.В. Устюжиной [13] и др.).

Таким образом, стратегическое управление межфирменными отношениями включает управление взаимоотношениями и формирование (регулирование) среды взаимодействия. Ю.Ф. Попова [14] предлагает анализировать эффективность данного процесса с точки зрения стратегического, экономического и социального аспектов.

Стратегический аспект эффективности взаимоотношений предлагается оценить на основе следующих показателей:

- совместимость индивидуальных и коллективных целей, а также степень их реализации;
- уровень удовлетворенности взаимоотношениями;
- рост клиентского капитала;
- снижение рисков и рост управляемости взаимоотношениями;
- преодоление «ресурсных разрывов»;
- снижение сроков разработки и внедрение инноваций;
- укрепление деловой репутации фирмы и т.д.

Среди показателей, характеризующих экономический аспект эффективности межфирменных отношений, можно выделить следующие:

- улучшение качества продукции. Тесное взаимодействие партнеров позволяет более подробно изучить потребительские предпочтения и вкусы, что может быть использовано для улучшения качества производимых благ;
- снижение транзакционных издержек в результате роста доверия партнеров, сокращения управленческой дистанции, улучшения уровня координации совместной деятельности, снижения потерь от невыполнения обязательств;
- сокращение потерь в цепочке создания ценности. Долговременные отношения позволяют стандартизировать и синхронизировать процессы взаимодействия компаний;

- снижение расходов на совершенствование и разработку новых продуктов и технологий за счет совместного финансирования;

- снижение ресурсоемкости операций, что позволяет экономить ресурсы предприятия.

Социальная эффективность взаимоотношений может быть определена на основе таких критериев, как:

- уровень доверия между партнерами;
- приверженность/лояльность фирм;
- степень выполнения взаимных обязательств;
- ориентация на долгосрочное сотрудничество;
- уровень кооперации/содействия;
- формальность/неформальность взаимоотношений.

Л. Н. Дробышевская и В. А. Кучерук [15] предлагают включить четвертную группу показателей для оценки эффективности взаимоотношений «научно — технологические параметры», среди которых выделяют:

- снижение сроков разработки и внедрения инноваций;
- удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг;

- число созданных передовых производственных технологий;

- выдано патентов на объекты интеллектуальной собственности;

- использование глобальных информационных сетей в организациях.

При оценке эффективности партнерских взаимоотношений необходим учет факторов внешней среды, которые существенным образом влияют на организацию процессов взаимодействия, а, следовательно, на их эффективность. Институциональные, информационные, инфраструктурные и иные факторы внешней среды могут быть использованы для создания условий роста мотивации и улучшения процесса взаимодействия компаний [16]. К данным факторам можно отнести:

- действия органов государственной власти и управления;

- наличие оптимальных экономических условий для развития партнерств;

- существование в регионе потенциальных субъектов для межфирменного взаимодействия.

Г. Л. Багиев отмечает, что «... экономическая эффективность процесса взаимодействия субъектов сети создается достижением необходимого уровня различных факторов. Это такие факторы, как уровень кооперации, степень координации, стабильность, гибкость, способность к маневрированию, изменчивость, неоднородность, неопределенность, новаторство» [8].

Литература:

1. Ford, D. *Managing Business Relationships* / D. Ford, L. — E. Gadde, H. Hakansson, A. Lundgren, I. Snehota, P. Turnbull, D. Wilson. Chichester, N.Y.: John Wiley & Sons, 1998.
2. Raval, A., Grönroos C. The value concept and relationship marketing // *European Journal of Marketing*. 1996. № 30 (2). P. 19–30.

По мнению автора основными результатами взаимодействия компаний должны быть рассмотрены сквозь призму следующих показателей:

- «... эффект долгосрочных связей, взаимоотношений субъектов сети;

- рост эффективности использования ресурсов;

- повышение качества потребительской ценности продуктов сети;

- снижение уровня рисков взаимодействия за счет их перераспределения между субъектами сети;

- рост устойчивости информационных связей;

- повышение уровня согласованности действий участников сети;

- эффект от внедрения в сети стандартных решений;

- рост доверия, имиджа, значимости брендов участников сети;

- рост гибкости поведения крупных предпринимательских структур» [8].

Не всегда прямое соотношение «затраты — выгоды» является определяющим для оценки эффективности партнерских отношений. Среди современных экономических исследований существует подход оценки эффективности партнерств, основанный на постулатах экономики знаний. В рамках данного подхода знания рассматриваются в качестве ресурса, а фирма — как источник (хранилище) технологических и организационных знаний, а также как организм, который способен обучаться и развиваться на базе своих знаний.

Сторонники данного направления развивают идею о том, что издержки (в том числе транзакционные) должны быть учтены для оценки эффективности партнерств, но не являются определяющим фактором в краткосрочной перспективе. Более важным является прогресс в технологических способностях, некодируемое (имплицитное) знание, а также опыт приспособления к быстроизменяющейся рыночной среде [17].

Критика данного подхода заключается в неоднозначности вопроса о распространении знаний — должны ли они распространяться свободно или охраняться их обладателем. Отдельной проблемой является защита интеллектуальной собственности, превращение знания в экономический актив и пр.

Таким образом, можно выделить широкий перечень показателей, характеризующих эффективность межфирменного взаимодействия, при этом он не является исчерпывающим. При проведении анализа необходимо ограничить количество параметров исходя из целей конкретного исследования.

3. Wilkinson, I. F., Young L. G. Business Dancing — the Nature and Role of Interfirm Relations in Business Strategy // Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks / Ed. D. Ford. 2d. L.: The Dryder Press, Second edition, 1997. P. 82–101.
4. Wilson, D. T. An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships // Handbook of Relationship Marketing / Ed. J. N. Sheth, A. Parvatiyar. L.: Sage Publications, 2000. P. 245–270/.
5. Walter, A., Ritter T., Gemünden H. G. Value Creation in Buyer — Seller Relations // Industrial Marketing Management. 2001. Vol. 30. N 4. P. 365–377.
6. Wilson, D. T., Jantrania, S. Understanding the Value of a Relationship // Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks / Ed. D. Ford. 2d. L.: The Dryder Press. 1997. P. 288–304.
7. Пожидаев, Р. Г. Современные сетевые организации: теоретические основания экономической эффективности и уникальных конкурентных преимуществ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2009. № 2. с. 5–14.
8. Багиев, Г. Л. Концептуальные основы формирования маркетинга взаимодействия в условиях развития рыночных сетей // Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность / под ред. Г. Л. Багиева и Х. Мефферта. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. с. 11–28.
9. Юлдашева, О. У., Городилов В. А. Стратегии взаимодействия с покупателями и оценка их эффективности // Маркетинг взаимодействия в инновационной экономике. Под ред. И. А. Максимцева. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. Ч. 1. С. 112–124.
10. Куц, С. П., Смирнова М. М. Взаимоотношения компании с потребителями на промышленных рынках: основные направления исследования // Вестник С. — Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2004. Вып. 4. с. 31–54.
11. Келли, К. Новые правила для новой экономики // Знание — сила. 1998. № 4. с. 20–29.
12. Клейнер, Г. Б. Системный подход к экономической политике // Проблемы теории и практики управления. 2007. № 5. с. 30–36.
13. Устюжанина, Е. В. Формы интеграции бизнеса: взгляд с позиции институциональной теории // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2015. № 2. с. 34–45.
14. Попова, Ю. Ф. Концептуальная модель оценки эффективности стратегического управления межфирменными отношениями // СПб.: Астерион, 2011а. с. 643–650.
15. Дробышевская, Л. Н. и Кучерук В. А. Оценка эффективности сетевого взаимодействия компаний в регионе // Terra Economicus. 2012. Т. 10. № 3–2. с. 104–109.
16. Комарова, И. П. Проблемы устойчивой конкурентоспособности компаний компьютерной индустрии // Инновации и инвестиции. 2016. № 8, с. 65–75.
17. Сигарев, А. В., Пшеницына Е. И. Классики и неоклассики о влиянии экономических агентов на конкуренцию // Стратегическое планирование и развитие предприятий Материалы Симпозиума. Федеральное Государственное Бюджетное Учреждение Науки Центральный экономико-математический институт Российской Академии Наук. 2016. с. 127–129.

Изменения в структуре занятости населения Калининградской области в связи с особенностями развития региона

Синицина Диана Гариевна, кандидат экономических наук, доцент;

Берестов Георгий Владимирович, студент

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

Главной целью исследования является получение достоверной информации относительно уровня среднемесячной заработной платы по видам экономической деятельности в расчете на одного работника в Калининградской области, а также сравнение динамики изменения заработной платы в Калининградской области по сравнению со средней заработной платой по северо-западному региону России.

Основными задачами, решаемыми в ходе проведения исследования являются

- определить способ формирования выборки и её объем;
- исследование уровня экономического благосостояния жителей области и северо-западного региона
- обозначить временной промежуток исследования статистики

Для обоснованной оценки экономического развития Калининградской области для сравнения были выбраны другие области и центры северо-западного региона России.

Способ проведения обследования — *статистическое исследование*. Для обработки полученных сведений была использована статистическая сводка и группировка данных, анализ распределения признаков и выявление взаимосвязей. Результаты исследования представлены в виде отчета с использованием статистических графиков и сводных таблиц.

Объектом исследования являются трудоспособные жители Калининградской области и других регионов Северо-Запада России.

Предмет исследования — заработная плата работников в различных видах экономической деятельности а также сфера работы населения.

Подготовка к проведению исследования

Для получения необходимых сведений была получена информация относительно уровня заработной платы по стране с официального сайта Федеральной службы государственной статистики.

Данные таблиц были систематизированы, проанализированы а также для наглядности представлены в виде таблиц и схем. (приложение)

Анализ изменения структуры и уровня заработной платы работающего населения Калининградской области в динамике 2015—2016 года.

Результаты анализа статистических данных

Калининградская область самая западная область страны. Расположена в Центральной Европе. На юге граничит с Польшей, на севере и востоке с Литвой. Площадь 15 125 км². Общее количество замещенных рабочих мест человек в Калининградской области около 194 тысяч человек по состоянию на июнь 2016 года.

Экономическую деятельность каждого региона можно разделить на различные сферы деятельности. В данном исследовании было выделено 15 групп экономической деятельности (таблица 1).

Наибольший процент работающего населения в Калининградской области заняты в сфере государственного управления и обеспечения военной безопасности; обязательного социального обеспечения — в этой сфере заняты 16.79% населения (32578 человек), по сравнению с предыдущим (2015) годом мы можем видеть спад числа занятых в этой сфере на 2,5%. Следующие наибольшие по численности группы это сферы «образования» и «обрабатывающей промышленности» 14.87% (28863 человек) и 14.72% (28570 человек) соответственно. По сравнению с 2015 годом работающих в сфере образования стало немного (на 0,3%) меньше, однако в сфере обрабатывающего производства мы наблюдаем резкий скачок на 7,3%. Наименее популярными и малочисленными сферами ра-

Таблица 1. Число замещенных рабочих мест в организациях по видам экономической деятельности (без субъектов малого предпринимательства) в июне 2016 года.

Категории занятости	Количество человек	Удельный процент	Число замещенных рабочих мест июнь 2016 в% к июню 2015
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3183	1,64%	100,9
Рыболовство, рыбоводство	1276	0,66%	93,2
Добыча полезных ископаемых	1519	0,78%	104,3
Обрабатывающие производства	28570	14,72%	107,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	8648	4,46%	92,6
Строительство	4609	2,38%	90,7
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	13030	6,72%	100,4
Гостиницы и рестораны	2068	1,07%	119,3
Транспорт и связь	18134	9,35%	98,2
Финансовая деятельность	6429	3,31%	91,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	11622	5,99%	109,2
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	32578	16,79%	97,5
Образование	28863	14,87%	99,7
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	24786	12,77%	100
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	8727	4,50%	107,4
ВСЕГО	194042	100%	100,5

боты в Калининградском регионе являются «рыболовство, рыбоводство» 0,66% и «добыча полезных ископаемых» 0,78%.

В среднем мы можем наблюдать небольшие изменения по динамике развития выделенных групп, по сравнению с 2015 годом их численность изменялась в диапазоне 5–8%, однако наибольший скачок мы можем наблюдать в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса, здесь число занятых людей увеличилось почти на 20%, что можно связать с активной подготовкой города к Чемпионату Мира 2018 года и развитием гостиничного и ресторанного бизнеса.

Вместе с этим, был проанализирован средний уровень заработной платы по сферам деятельности в регионе (Таблица 2).

Так, общая средняя заработная плата составила 30665 рублей. Максимальную среднюю заработную плату получают работники сферы «добычи полезных ископаемых» — 47536 рублей, здесь наблюдается небольшой спад по сравнению с 2015 годом на 1,9%. Числовой минимум мы можем увидеть в «рыболовстве и рыбоводстве», однако именно в этой сфере наблюдается самый высокий скачок заработной платы, по сравнению с 2015 году он составил 15,9%. В среднем мы можем видеть увеличение заработной платы почти во всех сферах, зарплаты увеличились в сферах гостиничного и ресторанного бизнеса, финансовой деятельности, транспорта и связи на 10% и более. Сфера сельского хозяйства за год почти не изменилась, был зафиксирован рост на 0,9%,

Таблица 2. Таблица 2. Среднемесячная начисленная заработная плата по видам экономической деятельности в расчете на одного работника за июнь 2016 в Калининградской области.

Категории занятости	Уровень средней заработной платы	Динамика роста 2016 г. к 2015 г.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	22836,9	107,9
Рыболовство, рыбоводство	20502,2	115,9
Добыча полезных ископаемых	47536	98,1
Обрабатывающие производства	28337	109,1
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	32590,2	95,8
Строительство	35465	105,6
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	28153,2	106,8
Гостиницы и рестораны	23444,8	110,9
Транспорт и связь	31731,1	110,7
Финансовая деятельность	46897,8	111,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	28684,6	101,1
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	33012,6	99,2
Образование	28837,3	96,9
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	30162	106,7
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	21797	95,6

Таблица 3. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций по Северо-Западу Российской Федерации за Сентябрь 2015г — Июнь 2016 г..

	Калининградская область	Республика Коми	Республика Карелия	Мурманская область	Ленинградская область	г. Санкт-Петербург
Сентябрь 15	28011	38758	29433	42299	32648	41709
Октябрь 15	28868	39074	30278	45511	33280	43215
Ноябрь 15	28075	39412	29609	45099	33144	43479
дек.15	36457	50718	36704	59297	38862	57603
янв.16	27440	40969	29920	45063	32810	42104
фев.16	27746	41146	31717	46365	34272	45919
мар.16	29088	42897	31192	46207	34922	48407
апр.16	29540	44054	31425	50499	35915	46919
май.16	29914	46701	33664	53454	36033	47370
июн.16	30372	48066	35768	50841	36393	50521

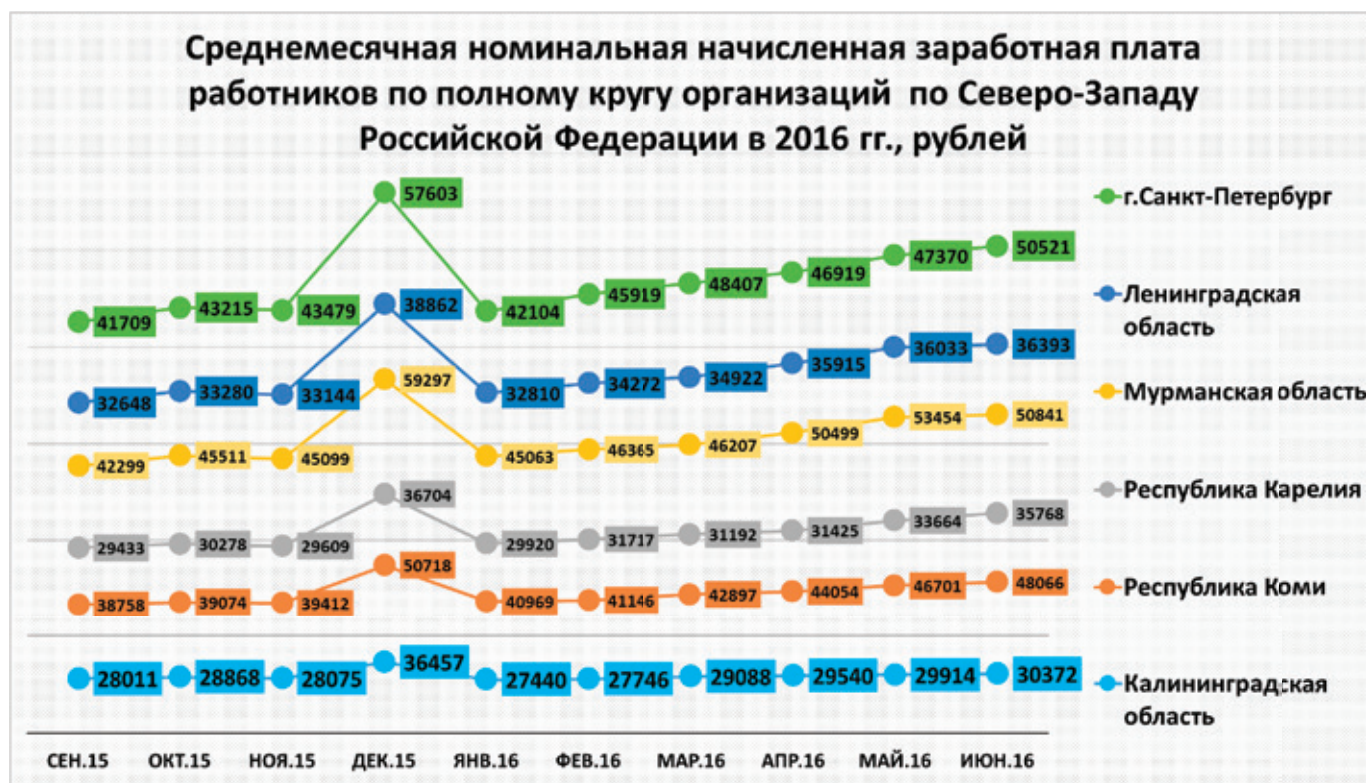


Рис. 2. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций по Северо-Западу Российской Федерации в 2016 г., рублей

однако средняя заработная плата в этом секторе увеличилась почти на 8%.

Также, можно сказать, что уровень и динамика развития средней заработной платы в Калининградской области значительно ниже, чем в других областях Северо-Западного региона России (Таблица 3).

Так, средняя заработная плата в Калининградской области за июнь 2016 года составляет лишь 60% от заработной платы г. Санкт-Петербурга. Также, на протяжении всего исследуемого периода оставалась самой низкой среди регионов Северо-запада (Республики Коми, Республики Карелия, Мурманской области, Ленинградской области и г. Санкт-Петербурга) Это говорит об относительно слабом экономическом развитии региона. (Рисунок 2).

Заключение

Общий спад и в количестве трудящихся и в уровне заработной платы приходится на сферы образования, государственного управления а также производство и распределения электроэнергии, газа и воды. Быстро растущими и развивающимися остается сфера гостиничного и ресторанного бизнеса, а также обрабатывающие производства.

В целом, за указанный период зафиксирован небольшой рост количества официально занятого населения Калининградской области на 0,5%, а также рост средней заработной платы по области на 0,4%. Однако средняя заработная плата в регионе остается по прежнему одной из самых низких среди Северо-западных регионов России.

Литература:

1. http://kaliningrad.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/kaliningrad/ru/
2. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/

Таргетинговая реклама в социальной сети «ВКонтакте»

Скобелев Кирилл Сергеевич, студент
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Уже на протяжении нескольких лет классический маркетинг и PR всё дальше уходит в прошлое. Всё больше PR-специалистов используют социальные сети как инструмент продвижения компаний, брендов, товаров

и услуг. Социальные сети на сегодняшний день являются практически основным их инструментом. В данной статье рассматривается один из инструментов продвижения в социальной сети «ВКонтакте» таргетинговая реклама.

Ключевые слова: маркетинг, социальные сети, таргетинг, реклама, ретаргетинг

Таргетинг (англ. target — цель) — рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.

Из определения становится понятно, что возможности таргетированной рекламы очень обширны. Фактически можно фокусировать рекламную кампанию настолько глубоко, насколько сочтём нужным. Пользователи уже сами зарегистрировались в социальной сети и сообщили о себе максимум сведений: возраст, место жительства, семейное положение, образование, профессию, увлечения и многие другие факты. В результате мы имеем значительно больше информации, чем в случае с другими маркетинговыми инструментами, и это дает возможность работать только с теми пользователями, которые максимально соответствуют вашему представлению о целевой аудитории.

Есть две модели оплаты таргетированной рекламы во «ВКонтакте»: оплата за переходы и оплата за показы. В первом случае рекламодатель оплачивает только непосредственные переходы в сообщество (или на сайт) по аналогии с обычной контекстной рекламой «Яндекс. Директ» и Google AdWords. Во втором случае он вносит фиксированную сумму за 1000 показов. Как правило, оплата за переходы позволяет более четко прогнозировать бюджет компании, а также управлять в процессе. [5, с. 68]

Благодаря анализу информации со страниц пользователей и данных об их активности реклама будет показываться только тем, кто действительно в ней заинтересован. Вы можете выбирать среди более чем 15 параметров, включая географические и демографические критерии, интересы пользователей и т.д.

Географические:

- Место проживания с точностью до станции метро или улицы (в том числе — исключая таргетинг).

Демографические:

- Пол, возраст, семейное положение;
- Показ рекламы накануне дня рождения.

Интересы:

- Интересы и хобби, указанные пользователем на странице (любимая музыка, фильмы, книги, игры и т.д.);
- Категории интересов пользователя, рассчитанные на основании его взаимодействия с сообществами внутри «ВКонтакте» и внешними сайтами разных тематик (кино, музыка и т.д.);
- Конкретные сообщества, на которые подписан пользователь;
- Сайты, на которых он авторизуется через свой аккаунт «ВКонтакте» Приложения, в которые он играет

- Религиозная принадлежность (мировоззрение);
- Показ рекламы путешественникам — пользователям, которые заходили на сайт хотя бы из двух разных стран за последний год;

Образование и работа:

- Место получения среднего и высшего образования с точностью до конкретной школы и ВУЗа;
 - Время получения образования, годы выпуска;
 - Занимаемая должность;
- Дополнительные параметры:
- Используемые мобильные устройства, операционные системы, браузеры;
 - Показ рекламы только пользователям, которые покупали голоса «ВКонтакте» последние 6 месяцев (доступно только для рекламы приложений);
 - Аудитории ретаргетинга

С помощью интерфейса таргетированных объявлений можно рекламировать различные типы объектов:

1. **Сообщества** внутри самой социальной сети группы, мероприятия или публичных страниц.
2. **Запись в сообществе.** Используется для продвижения выбранной записи из Вашего сообщества в новостях. Это не классическое таргетированное объявление слева: с помощью данного пункта можно настроить и управлять показом определённой записи в ленте новостей выбранных вами групп пользователей. Запись будет показываться среди публикаций других источников в ленте новостей, на которые подписан пользователь: его друзей, сообществ и подписок.
3. Приложения внутри самого «ВКонтакте» (игры, фоторедакторы, приложения для знакомств и т.д)
4. Внешний сайт. Можно рекламировать любую страницу в Интернете: как находящуюся на внешних сайтах, так и во «ВКонтакте».

При создании рекламного объявления Вы можете выбрать один из нескольких форматов оформления. Для различных рекламных объявлений доступен выбор из наиболее подходящих форматов объявлений.

Изображение и текст

Доступен для рекламы сообществ, приложений и внешних сайтов.

Объявление состоит из:

- заголовка жирным шрифтом (до 25 символов),
- типа объекта (группа, событие, страница, приложение),
- картинки размером 145×85 px (минимальный размер для загрузки — 180x130 px);
- текста описания (до 60 символов),
- в котором можно сделать три принудительных переноса строки.

— **Большое изображение**

Объявление состоит из:

— заголовка жирным шрифтом (до 25 символов), в котором можно сделать один принудительный перенос строки;

— типа объекта (группа, событие, страница, приложение, видеозапись),

— при рекламе внешнего сайта указывается его домен;

— картинки большого размера 145×165 px (минимальный размер для загрузки — 180×240 px);

Продвижение сообществ

Особый формат для продвижения сообществ.

Объявление состоит из:

— названия сообщества жирным шрифтом;

— числа участников сообщества либо друзей в сообществе, если они там есть;

— логотипа сообщества (по умолчанию) либо другой картинки размером 145×145 px (минимальный размер для загрузки — 180×180 px);

— кнопки «Вступить», «Подписаться» или «Я пойду» (для групп, публичных страниц и мероприятий соответственно).

Специальный формат для продвижения сообществ

Уникальный формат для продвижения сообществ. Рекламуемое сообщество размещается в специальном **блоке рекомендаций** на странице «Мои новости» между обновлениями друзей и сообществ, на которые подписан пользователь.

Стоит упомянуть про разновидность таргетинговой рекламы как «Ретаргетинг» (англ. retargeting — перенацеливание) — это рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя. С точки зрения посетителей интернет-сайтов, ретаргетинг — это многократно повто-

ряющийся показ интернет-рекламы уже просмотренного ими ранее интернет-ресурса. Также эту технологию называют термином **ремаркетинг**.

Одна из основных функций ретаргетинга — показ рекламных объявлений аудитории, которая уже с вами каким-то образом соприкасалась (посещала сайт, заходила на какую целевую страницу и выполняло целевое действие). Многие пользователи не совершают нужного вам целевого действия на сайте с первого раза. Задача ретаргетинга — подстегнуть пользователя его совершить покупку. Например, многие складывают товары в корзину вашего сайта, но не покупают. Это часто встречающаяся проблема интернет-магазинов — они теряют покупателей именно на этом этапе. С помощью данного инструмента можно замотивировать человека вернуться на сайт и завершить покупку.

Помимо основной функции, ретаргетинг во «ВКонтакте» позволяет искать практически любую целевую аудиторию и нацеливать на нее объявления. Осуществляется это за счёт сбора адресов личных страниц пользователей и загрузки этой базы в кабинет. Еще одна возможность ретаргетинга — нацеливание рекламных объявлений на тех людей, которые есть в вашей почтовой или телефонной базе. Например, в интернет-магазине при покупке пользователи оставляют контактные данные. Вы можете выгрузить эти контакты, загрузить их в рекламный кабинет и запустить на них свою рекламу. [4, с. 168—169]

Таким образом, используя таргетинговую рекламу в своей деятельности, коммерческое предприятие получает возможность создать высокоэффективный канал коммуникации с потребителем, который будет действовать длительный период времени, осуществлять непрерывное интерактивное взаимодействие с клиентами, получать ценную маркетинговую информацию и извлекать на их основе маркетинговые знания.

Литература:

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Таргетинг>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ретаргетинг>
3. https://vk.com/ads?act=office_help&oid=19542789&p=Таргетированная_реклама
4. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Новые практики и технологии. — СПб.: Питер, 2016. — 400 с.: ил. — (Серия «iБизнес»).
5. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. — М.: Манн, Иванов, и Фербер, 2013

Моделирование финансирования спортивных клубов в России

Спирина Стелла Георгиевна, кандидат юридических наук, доцент
Климин Степан Андреевич, студент
Кубанский государственный университет

В статье сделана попытка оценить финансирование спортивных клубов и на основании анализа структуры пассива баланса ФК «Кубань» в период с 2010 по 2015 г. составить модель краткосрочных и долгосрочных пассивов.

Ключевые слова: спортивные клубы России, моделирование бизнес-процессов, долгосрочные обязательства, краткосрочные обязательства

Финансирование профессионального спорта является вопросом, требующим пристального внимания. Существует множество работ по данной тематике, в каждой из которых авторы по-своему смотрят на сущность проблемы. Однако спортивная индустрия — это динамичная сфера, остро реагирующая на внешние изменения. Поэтому неотъемлемой частью при исследовании темы финансирования спортивных клубов является учет современных факторов.

В настоящее время в России, в период неустойчивого экономического положения, практически на всех уровнях экономической системы острыми являются вопросы финансирования и поиска денежных средств для полноценного функционирования. Финансирование профессионального спорта, особенно в России, является сложным и многосторонним процессом, требующим тщательного анализа.

Основным источником получения денежных средств в сфере спорта в России является бюджетное финансирование, тормозящее развитие профессионального спорта в стране. В связи с этим спортивные клубы нацелены на внебюджетные источники финансирования, среди которых продажа прав на телетрансляции, продажа атрибутики, поступления от рекламы и др. Кроме того, одной из задач, стоящих перед руководством клуба, является поиск спонсоров. Развитие спонсорства — это важнейший элемент совершенствования спорта, так как в нынешних условиях клубы не готовы к самостоятельному обеспечению своих нужд.

Сегодня развитие профессионального коммерческого спорта в России опирается на мировой опыт, в частности США и стран Европы. Однако объективные процессы, сопровождающие развитие спортивной сферы, требуют поиска новых оптимальных моделей, готовых в полной мере удовлетворять запросы общества. Поэтому России необходимо предельно внимательно отнестись к данному вопросу, внося определенные изменения с учетом существующих условий.

Ключевая задача, стоящая перед субъектами рынка профессионального спорта, — сделать из него бизнес, способный приносить существенную прибыль. К сожалению, Россия на сегодняшний день значительно отстает в этом отношении от США и стран Европы.

Российский профессиональный спорт полон проблем, решение которых найти крайне трудно. При этом отчетливо видна главная проблема — бюджетное финансирование спортивных клубов. Государственное вмешательство усложняет работу рыночного механизма в сфере спорта, в результате чего темпы развития профессионального спорта в стране стремительно падают.

Нынешняя ситуация, когда клубы с богатой историей и большой армией болельщиков прекращают свое существование из-за финансовых проблем, требует применения немедленных мер по решению данной проблемы. Все чаще со стороны властей можно услышать слова о том, что необходимо популяризировать спорт среди населения, заманивая всевозможными способами зрителей на стадионы. В 2018 году в России пройдет чемпионат мира по футболу, в связи с чем во многих городах страны сейчас возводятся вместительные стадионы. Но нужно понимать, что просто так люди не начнут их заполнять после чемпионата мира на матчах национального первенства. Для этого, как минимум, нужно успешное выступление сборной России на турнире. Тогда можно будет говорить о какой-либо популяризации, повышении интереса к спорту, а следовательно, и о возможном увеличении получаемых средств от продажи прав на телетрансляции. Объективно, наша сборная не способна выиграть чемпионат мира, так как уровень развития футбола в стране намного ниже, чем в ведущих странах Европы. Поэтому, на мой взгляд, необходимы радикальные изменения в системе финансирования профессионального спорта.

Эмпирической базой исследования послужили несколько спортивных клубов России, нами проводилось интервьюирование 32 спортсменов, 9 представителей управленческого аппарата клубов, среди которых футбольный клуб «Кубань», волейбольный клуб «Динамо» и др.

На примере структуры пассива баланса футбольного клуба «Кубань» в период с 2010 по 2015 годы рассмотрим изменение краткосрочных и долгосрочных заемных средств, привлекаемых клубом для ведения хозяйственной деятельности (табл. 1).

Таблица 1. Анализ структуры пассива баланса ФК «Кубань» в период с 2010 по 2015 гг.

Финансовые показатели / Годы	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Собственные средства (СК)	16000	-25200	-31235	-67900	7362	-156858
Долгосрочные обязательства	105000	105000	195000	800880	1368020	63574
Краткосрочные обязательства	50000	60000	105000	283851	337945	1653767
Баланс	105400	115678	1245663	1555969	2036340	300655
Заемные средства (ЗС)	155000	165000	300000	1084731	1705965	1717341
ЗС/СК	9,69	-6,55	-9,60	-15,98	231,73	-10,95

По данным таблицы 1 с использованием корреляционного анализа и линейной регрессии проведено моделирование привлекаемых клубом ФК «Кубань» краткосрочных и долгосрочных кредитов, отраженных в таблице 2. Также показаны прогнозные значения на 2016–2017 гг., полученные параметры моделей не позволяют проводить прогнозы на более длительные (более 3-х периодов) сроки.

Получены следующие линейные регрессионные модели по долгосрочным и краткосрочным заемным средствам:

$$Y_{\text{мм_краткосроч. займы}}(t) = -488058,27 + 258043,46 \cdot t + \varepsilon;$$

$$Y_{\text{мм_долгосроч. займы}}(t) = -69202 + 158223,14 \cdot t + \varepsilon. \tag{1}$$

Таблица 2. Модели долгосрочных и краткосрочных обязательств ФК «Кубань» в период с 2010 по 2017 гг.

Период (1 соответствует 2010 г, ..., 6 соответствует 2015 г.)	Долгосрочные обязательства	Краткосрочные обязательства	Yм_долг. обяз.	Yм_кратк. обяз.
1	105000	50000	89021,14	-230014,81
2	105000	60000	247244,29	28028,65
3	195000	105000	405467,43	286072,10
4	800880	283851	563690,57	544115,56
5	1368020	337945	721913,71	802159,02
6	333574	1653767	880136,86	1060202,48
7	Прогноз 2016–2017 гг.		1038360	1318245,93
8			1196583,14	1576289,39

В ходе исследования были выявлены недостатки финансирования и негибкая политика в объемах заемных средств, наличие небольшой выручки и соответственно отрицательной прибыли, неэффективное использование заемных средств (рис. 1).



Рис. 1. Объем заемных средств ФК «Кубань» в период с 2011 по 2015 гг.

По нашему мнению, выход из проблемной ситуации может лежать в поиске крупных иностранных компаний, готовых выступить в качестве спонсора не конкретной команды, а целой профессиональной лиги. При этом данные компании получают всевозможные гарантии и льготные условия для ведения собственного бизнеса в нашей стране, включающие налоговые льготы, снижение ставки таможенной пошлины или освобождение от ее уплаты, снижение арендной платы на арендуемое имущество и т.д. Это позволит сделать их спонсорство выгодным для всех субъектов рынка.

Все клубы лиги, принадлежащие государству или его структурам, необходимо передать в частное владение, а командам предоставить экономические льготы, касающиеся арендной платы за пользование стадионами, налоговых сборов, получения земли для строительства новых стадионов и разрешений на занятия коммерческой деятельностью. На мой взгляд, частные лица будут охотно братья за клубы, так как, фактически, вкладывать деньги на непосредственное содержание команды им не нужно, этим будет заниматься спонсор. Они могут пользоваться предоставленными льготами на строительство стадиона, что в будущем принесет огромную прибыль.

Кроме того, данная модель предусматривает политику равных возможностей в сфере профессионального спорта, о которой так часто говорят представители власти. Каждый клуб будет получать одинаковое финансирование от спонсора, которое будет увеличено при достижении определенных спортивных результатов (чемпионство, призовое место и т.д.). Владельцы команд могут вкладывать личные деньги на развитие клуба с целью добиться преимущества. Но это будут уже точечные частные вложения, а не безграничная финансовая поддержка со стороны государства.

Таким образом, предложенная модель финансирования спортивных клубов поможет полностью отказаться от бюджетного финансирования, которое тормозит развитие российского профессионального спорта. Главная проблема реализации данной модели — поиск крупной иностранной компании, которая будет готова выступить в качестве генерального спонсора лиги. Для устранения данной проблемы необходимо создать благоприятные условия для потенциального спонсора, возможно, с определенными изменениями на законодательном уровне.

Литература:

1. Ефимова, М. Г., Худякова Т. А. Анализ влияния внешней среды на стоимость предприятия с позиции экономической устойчивости // Экономика и менеджмент систем управления. 2015. Т. 16. № 2.1 с. 132–138.
2. Калайдин, Е. Н., Соболев Э. В., Совмиз Я. Е. Применение нечеткой логики при прогнозировании доходов населения Краснодарского края // Экономический вестник ЮФО. 2013. № 10 (73). с. 5–12.
3. Ковчегин, И. А. Профессиональный спортивный клуб: организационно-правовые основы деятельности и источники финансирования // Аудит и финансовый анализ. 2012. № 3. с. 398–403.
4. Марцева, Т. Г. Особенности интеграционного взаимодействия стран БРИКС в современных условиях // Аспирант. 2014. № 3. с. 88–92.
5. Пантелеева, О. Б. Оптимизация динамической модели экономического роста Солоу // В сборнике: Математическое моделирование и краевые задачи. Труды тринадцатой межвузовской конференции. Редакционная коллегия: В. П. Радченко (отв. редактор), Э. Я. Рапопорт, М. Е. Лернер, Е. Н. Огородников, М. Н. Саушкин. 2003. с. 98–100.
6. Сайбель, Я. В., Климин С. А. Проблемы и перспективы финансирования спортивных клубов в России // Молодой ученый. 2016. № 1. С 478–480.
7. Сидоров, В. А. Исследование фиктивного капитала как предмета экономической науки // В сборнике: Актуальные проблемы экономической теории и практики. Сборник научных трудов. Под ред. В. А. Сидорова. Краснодар. 2013. с. 4–15.
8. Спирина, С. Г. Моделирование финансовых потоков в условиях финансового кризиса // Право и практика. 2009. № 1. с. 22–24.
9. Спирина, С. Г. Особенности финансовой устойчивости экономических систем и признаки их банкротства / В книге: Социально-экономические проблемы современной российской экономики. Семенкова Т. Г., Едигеева Т. О., Гильтман М. А., Вотякова А. А., Герцик Ю. Г., Сулейманов В., Иванова О. Е., Худякова Т. А., Мельцас Е. О., Мумриков О. А., Айхель К. В., Резников С. Н., Гузь Н. А. Москва, 2014. с. 146–179.

Управление персоналом в СМК в коррекционной школе-интернате

Суворова Юлия Владимировна, магистрант

Уральский государственный педагогический университет (г. Екатеринбург)

Современная коррекционная школа — интернат представляет собой образовательное учреждение, специализированное на решении задач социального воспитания детей — инвалидов. Коррекционная школа — интернат создает условия, которые позволяют детям с ограниченными возможностями здоровья решать бытовые, коммуникативные и образовательные проблемы.

Освоение детьми с ограниченными возможностями здоровья социального опыта, включение их в существующую систему общественных отношений на должном

уровне требует от руководства коррекционного образовательного учреждения грамотных, компетентных решений и действий. В связи с этим возникает необходимость управления этим процессом, определения управляемых показателей, диагностика реального состояния образовательной деятельности, тенденции, разработка критериев оптимизации, разработка и применение эффективных технологий.

Образовательная система коррекционной школы — интернат — специальная система со сложной струк-

турой и большим разнообразием элементов и связей с учреждениями здравоохранения, социальной защиты, культуры, спорта, общественными организациями и пр.; вполне определенные тенденции развития, обусловленные семантическим полем коррекционной педагогики; комплекс сложных социальных эффектов в построении сообщества педагогов (воспитателей, учителей, логопеда, дефектологов, психолога) и обучаемых.

Внедрение СМК в коррекционной школе — интернат связано с главной задачей образования на современном этапе — совершенствованием образовательных программ и повышением качества образовательных услуг с целью удовлетворения потребностей общества и подготовки выпускников, отвечающих требованиям современного этапа развития страны.

Так же в современных условиях российского образования особое значение имеет управление персоналом, которое является важнейшим звеном в общей системе менеджмента качества образования в коррекционной школе — интернат. Это связано со спецификой преподавательского состава. Развитие кадрового потенциала и повышение профессиональной компетентности педагогов является приоритетным направлением в системе управления качеством образования в коррекционной образовательной организации.

Управление персоналом — это процесс обеспечения организации качественным персоналом для достижения необходимых результатов и удовлетворенности потребителей.

В системе менеджмента качества коррекционной школы — интернат задачи управления персоналом вытекают из состава требований, которые должны быть реализованы в образовательной организации при внедрении СМК. К составу таких задач относятся:

— Определение и оценка требований к выполнению работы. Чтобы назначить персонал на выполнение работы, необходимо понимать уровень сложности этой работы. Некоторые виды работ требуют очень серьезной подготовки и большого практического опыта исполнителей. Другие работы могут выполняться без специальной подготовки. Весь состав работ должен быть определен, а требования к квалификации исполнителей установлены документально. Как правило, для этих целей используют должностные инструкции, положения о подразделениях или квалификационные матрицы.

— Оценка уровня подготовки и компетентности персонала. Уровень компетентности означает подтвержденную способность исполнителя выполнять свои обязанности в соответствии с требованиями к конкретной работе. Чтобы сотрудник мог исполнять свои обязанности качественно, в организации должна существовать система оценки уровня подготовки сотрудников. При приеме на работу проводится тестирование и собеседование с кандидатом. Для штатных сотрудников может проводиться ежегодная аттестация и т.п.

— Назначение на работы персонала, имеющего достаточный уровень подготовки и квалификации. Чтобы поддерживать на должном уровне качество работ и развивать возможности образовательной организации, необходимо регулярно сопоставлять уровень подготовки персонала с текущими потребностями.

— Проведение обучения и подготовка персонала. Существующая подготовка педагогического персонала может не всегда соответствовать требованиям к выполняемой работе. В системе качества должна быть реализована процедура выявления потребности в обучении персонала и повышении его квалификации.

— Оценка результативности обучения персонала. Все действия, связанные с подготовкой педагогического персонала должны приводить к повышению их квалификации. Оценка результативности обучения является элементом обратной связи, которая связана с подтверждением способности сотрудников выполнять порученную им работу.

— Мотивация сотрудников к достижению поставленных целей. Одним из принципов системы качества образования коррекционной школы — интернат является принцип вовлечения персонала, главной задачей которого является стимулирование педагогических сотрудников к повышению качества своего труда. Методы стимулирования могут быть разные, как материальные, так и нематериальные. Важно, чтобы эти методы были понятны сотрудникам и были связаны с достижениями и результатами их труда.

— Регистрация и ведение кадровой документации и документов по образованию, подготовке и квалификации сотрудников. Стандарт ISO 9001:2008 требует, чтобы результаты подготовки персонала, сведения об образовании, квалификации и опыте были документированы. При этом, необходимо учитывать, что документироваться должны все сведения о подготовке, а не только официально выдаваемые сертификаты или дипломы. Например, любой инструктаж, с точки зрения СМК, также относится к вопросам подготовки персонала.

— Вовлечение сотрудников в процесс улучшения качеством. Согласно концепции Всеобщего управления качеством (TQM) персонал — главный ресурс организации. Организация должна создать все условия для максимального использования его творческого потенциала. При полной вовлеченности сотрудников достигается мощный эффект, при котором совокупный результат коллективной работы существенно превосходит сумму результатов отдельных исполнителей.

Управление персоналом коррекционного образовательного учреждения охватывает широкий спектр функций от приёма до увольнения кадров: наём, отбор и приём персонала; деловая оценка персонала при приёме, аттестации, подборе; профориентация и трудовая адаптация; мотивация персонала и его использования; организация труда и соблюдение этики деловых отношений; управление конфликтами и стрессами.

Литература:

1. Буков, А. Е. Реализация требований к управлению персоналом в системе менеджмента качества организации/ А. Е. Буков, Н. Б. Губер, О. В. Богатова// Молодой ученый № 3 (83): сб. статей. — Казань, 2015. — С.100–101.
2. Коротков, Э. М. Управление качеством образования: Учеб. пособие для вузов: 2-е изд. — М.: Академический проспект, 2007. — 320 с.

Криптовалюта как будущее мировой финансово-денежной системы

Сулов Игорь Викторович, студент
Тольяттинский государственный университет

Криптовалюта — это цифровая (виртуальная) валюта, единица которой — монета (англ. — coin.) Данную единицу оплаты невозможно подделать, так как она состоит из кода. Криптовалюта представляет собою намеренно созданную альтернативу валютным знакам и считается быстрым и верным способом оплаты в сети Интернет. У нее нет каких-либо реального представления, только виртуальное. Это и отличает крипт валюту от других виртуальных денег. Она создается только сетью. Связана с технологией blockchain, подразумевающей идею постоянных записей всех операций с криптовалютой и данных ее держателей.

«Биткойн» (англ. Bitcoin, от bit «бит» + coin «монета») — пиринговая платёжная система, использующая одноимённую расчётную единицу — биткойн. Запущенные на множестве компьютеров программы-клиенты соединяются между собой в одноранговую сеть, каждый узел которой равноправен и самодостаточен. Невозможно государственное или частное управление системой, в том числе изменение суммарного количества биткойнов. [1]

Первое упоминание о данной валюте появилось в 2009 году. Считается, что данную систему создал пользователь или группа пользователей под псевдонимом Сатоши Накомото в 2009 году. С помощью Биткойнов

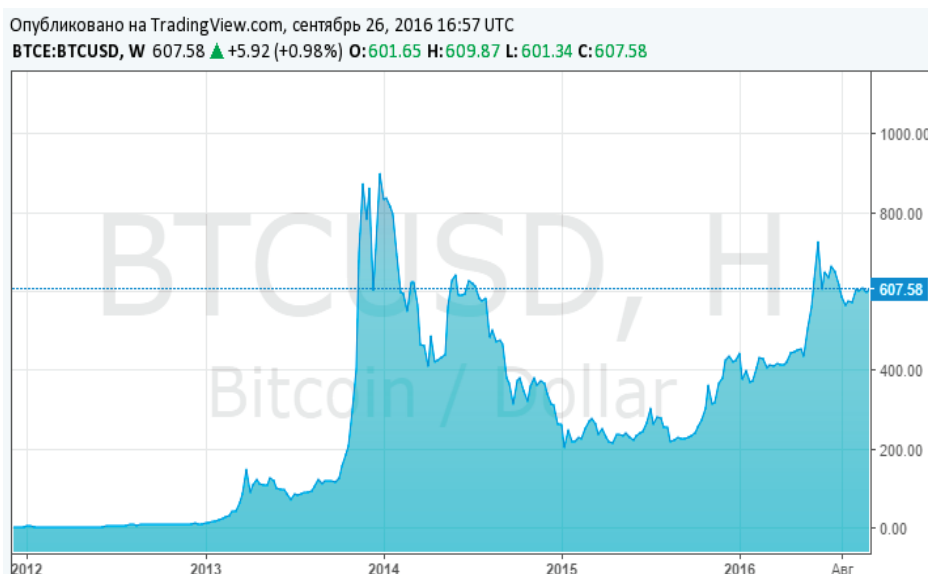
можно проводить любые финансовых операции, а также обменивать ее на другие виды валют.

Биткойны работают с помощью технологии blockchain. Ее смысл состоит в работе определенных блоков и пропускной способности каналов транзакций, которые дают информацию одновременно каждому пользователю. Blockchain имеет огромный потенциал. Данная система не имеет регулятора и всю работу по проверке транзакций и правления ими выполняют сами пользователи.

Сейчас уже существуют множество других виртуальных валют. Но все же биткойны являются наиболее популярной криптовалютой. Главная их особенность в том, что они не привязаны ни к золоту ни к нефти, а лишь только к вычислительным мощностям, и регулируются именно спросом и предложением на данную валюту.

Изначально биткойны стоили несколько центов, но после создания биржи их рост незамедлительно продолжался. В 2013 году случился значительный рост их стоимости. Сумасшедший рост курса биткойна продолжался совсем недолго — октябрь-ноябрь 2013 года. Тогда цена биткойна выросла в 33 раза.

Из графика мы можем увидеть динамику изменения цен за период декабрь 2012 — сентябрь 2016.



Из графика мы видим, что цена на биткоины очень сильно поднялась в конце 2013—2014 года. Это и стало отправной точкой спекулятивной активности биткоина. Пик был зафиксирован в начале 2014 года и составлял более 800\$, но концу 2015 года курс биткоина снизился и стал составлять чуть более 200\$ за биткоин.

На сегодняшний день курс биткоина составляет 573,28\$ или 37378,9 рублей. Но если учесть, что затраты на него определяются потраченной электроэнергией на его добычу, его курс сильно завышен.

Развитие криптовалют породило собой необходимость создания обменных пунктов, бирж. MtGox — первая из них. Функционирующая по сей день. Она была создана в 2010 году. Из за создания биржи, биткоин получил возможность быстрого обмена и гораздо больше функций, что привело к росту спекулятивной активности.

Получить биткоины можно с помощью использования вычислительных мощностей компьютера с целью решения задач. Это называется майнингом. За это вы получите одну единицу — 1 биткоин. Данная система не имеет единого веб узла и поддерживается майнерами, которые имеют у себя на компьютере данные коды. Выглядят они в виде 14 — значных чисел и букв и представляют собой ссылку на данные коды.

По мнению Дмитрий Мариничев главы компании Radius Group, Россия должна возглавить процесс майнинга или, по крайней мере, занять весомое место в криптообществе. По его мнению, везде в мире все базируется на российских инженерах и программистах. Кроме того, в России есть достаточно дешевая электроэнергия.

«Россия просто создана для майнинга. Вместо нефти и газа мы должны продавать не электричество, а производительность вычислительных машин», — говорит он в интервью. [2]

Данная технология несет в себе замену принципа финансово денежных отношений. Люди получают возможность самостоятельно распоряжаться своими накоплениями, увеличивается скорость и простота операций. Данные операции не имеют ограничений как на сумму инвестированных денег, так на сумму переводимых и изымаемых денег.

Отдельно стоит отметить, что упрощается возможности бизнеса. Обязанность привязываться к данным банка, различных платежных систем пропадает. В то же время эти операции прозрачны, а взлом или кража денег невозможна. Это обеспечивает высочайший уровень защиты валюты.

Биткоины, как и сама технология blockchain меняет парадигму финансово денежных отношений. Все те правила, которые были построены раньше, ломаются. Данным процессам никто не руководит, нет никаких комиссий, очень сложно контролируется государством. Самый главный недостаток — это очень неустойчивый курс. Из за этого в России предостерегают от использования биткоинов. Но мировые тенденции говорят об обратном.

По всему миру биткоины стабильно интегрируются в обычную жизнь. Во многих торговых центрах устанавливаются банкоматы, в которых можно пополнить свой

биткоин — кошелек. Также есть различные пластиковые карты с биткоин — счетом. Оплачивать биткоины можно почти все товары. Также очень просто с помощью биткоинов сделать покупки в Интернете.

Но в России не стремятся дать биткоином свободу действий. Для финансовой системы данная валюта означает прямого конкурента с огромным количеством преимуществ.

В России сейчас разрабатывается законопроект о запрещении операций с биткоинами. Но в тоже время многие российские финансисты высказались в пользу развития отношений с крипт валютами, одним из которых является Герман Греф, глава Сбербанка, активно поддерживающий биткоины.

Но и для России могут создаться определенные плюсы. Во-первых, это уход от привязки к доллару. Если расчеты по всему миру будут производиться в биткоинах, то биткоины станут мировой валютой, и доллар потеряет долю веса в мире. Это может негативно отразиться на наших запасах, которые содержатся в долларах, но это положительно отразиться на рубле.

Во вторых, технология blockchain абсолютно справедлива. Решение по обеспечению данной валюты будет определяться не людьми, а компьютерными механизмами. Если государство возьмет биткоины под контроль, то получит идеальную денежную систему, без коррупции.

Нецелесообразно запрещать валюту, которая набирает все большую и большую популярность. Это даже невозможно. Лучше найти способ ее контролировать.

Российские разработчики создали проект, который позволяет электронным деньгам сохранять всю историю о прежних владельцах, что позволит повысить безопасность в банковской сфере.

«Технология блокчейн позволит повысить прозрачность транзакций и сделает процедуры в части противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма простыми и эффективными. Вторая задача, которую мы хотели решить, — увеличение скорости переводов между юридиками. Сегодня они занимают до трех дней — это много для малого бизнеса и динамичных предпринимателей» — рассказал газете разработчик проекта Андрей Вариков. [3]

Так же возможен совершенно другой подход к развитию биткоинов и крипт валюты.

В мировых СМИ массируется слух о создании новой, более технологичной криптовалюты.

UBS, Deutsche Bank, Santander и BNY Mellon совместно с брокерской компанией ICAP работают над созданием новой криптовалюты. Ее запуск запланирован на начало 2018 года, предполагается, что она задаст стандарт для финансовых сделок с использованием технологии blockchain и позволит оптимизировать деятельность, связанную с их осуществлением.

«Цифровые денежные средства является основным компонентом будущего финансового рынка, который будет основан на технологии blockchain. На рынке ис-

следует ряд новых моделей цифровых валют. USC нацелена на то, чтобы стать новой моделью криптовалюты центральных банков», — отметил руководитель стратегических инвестиций и инноваций в FinTech UBS Investment Bank Хайдер Джеффри (Hyder Jaffrey), слова которого приводятся в релизе. [4]

В конце хочется сказать, что биткоины это достаточно удобное средство платежа. У него есть огромные преимущества и большое будущее. Минусы можно устранить.

Литература:

1. <https://ria.ru/economy/20160926/1477823774.html> — Электронная газета «РИА Новости»
2. <http://bitcoin-life.ru/news/novosti/rossiya-prosto-sozdana-dlya-majninga-s-internet-ombudsmen> — Электронный журнал «Bitcoin life»
3. <http://forex365.ru/termins/kriptoalyuta-cto-eto.html> — Сайт Forex.
4. <https://ria.ru/economy/20160824/1475148112.html> — Электронная газета «РИА Новости»

Особенности циклического развития экономики

Устинова Диана Александровна, студент

Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

Цикличность экономического развития является одной из существенных особенностей функционирования рыночной экономики и, главным образом, характеризуется периодическими взлетами и падениями рыночной конъюнктуры, а также относительно регулярным повторением колебаний деловой активности.

В своей работе «Экономические циклы: проблема и ее постановка» (1927) Уэсли Митчелл определяет экономические циклы как «колебания совокупной экономической деятельности. Изменение уровней продукции и цен вызывают совместно изменения совокупной денежной стоимости всех производственных товаров и услуг». Из данного определения следует, что экономический цикл состоит из колебаний, занятости, совокупной продукции, цен денежной стоимости национального продукта [1, с. 47].

Анисимов А. А., Артемьев Н. В., Тихонова О. Б. называют экономическим циклом «периодические колебания уровня деловой активности, представленного реальным ВВП или промежуток времени между двумя одинаковыми состояниями экономической конъюнктуры» [2, с. 103].

Однако наиболее обоснованно проблема циклов раскрыта у Э. Хансена в книге «Экономические циклы и национальный доход» (1951) [3, с. 225]. Хансен, как и ранее Митчелл, обуславливает экономический цикл, как колебание наиболее значимых макровеличин, таких как: занятость, объем продукции и уровень цен. Согласно Хансену «движения промышленности и деловой жизни протекают в форме циклов, сущность которых заключается в наличии повторяющейся (хотя и не через строго одинаковые периоды) последовательности изменений». При этом

Или как говорит Герман Греф, взять под контроль. Но это прорыв человечества в плане расчетных финансовых механизмах. Можно сказать, что это новый этап в финансовых отношениях. С помощью этой валюты мы можем выйти на новый уровень. Уже сейчас теряют популярность обычные банкноты по отношению к пластиковым картам. И можно с уверенностью сказать, что рынок через 10 лет изменится в корне, и хочется верить, что жизнь простых пользователей упростится.

в тексте подчеркивается упорядоченность колебаний, постоянство воспроизводства и сменяемость фаз экономического цикла.

Таким образом, несмотря на неоднозначность сущности данного термина и большого многообразия его толкований, экономический цикл следует представлять, как единый процесс, последовательно проходящий через периодические спады и подъемы в экономике, которые характеризуются определенными макроэкономическими показателями.

Для характеристики экономических циклов используются следующие показатели [2, с. 104]:

1) продолжительность цикла (или общая длительность цикла) — измеряется периодом времени, в течение которого совершается одно полное колебание деловой активности, т.е. промежуток времени между двумя одинаковыми состояниями экономической конъюнктуры;

2) амплитуда колебаний — максимальная разница между наибольшим и наименьшим значениями показателя в течение цикла. Следует отметить, что в зависимости от амплитуды колебаний различают три основные формы экономических циклов:

— Затухающие (или сходящиеся) циклы — характеризуются убывающей со временем амплитудой;

— Взрывные (или расходящиеся) циклы — с течением времени амплитуда колебаний только увеличивается;

— Постоянные циклы — амплитуда колебаний остается неизменной в течение некоторого периода времени.

Также экономический цикл принято делить на отдельные фазы, которые последовательно сменяют друг

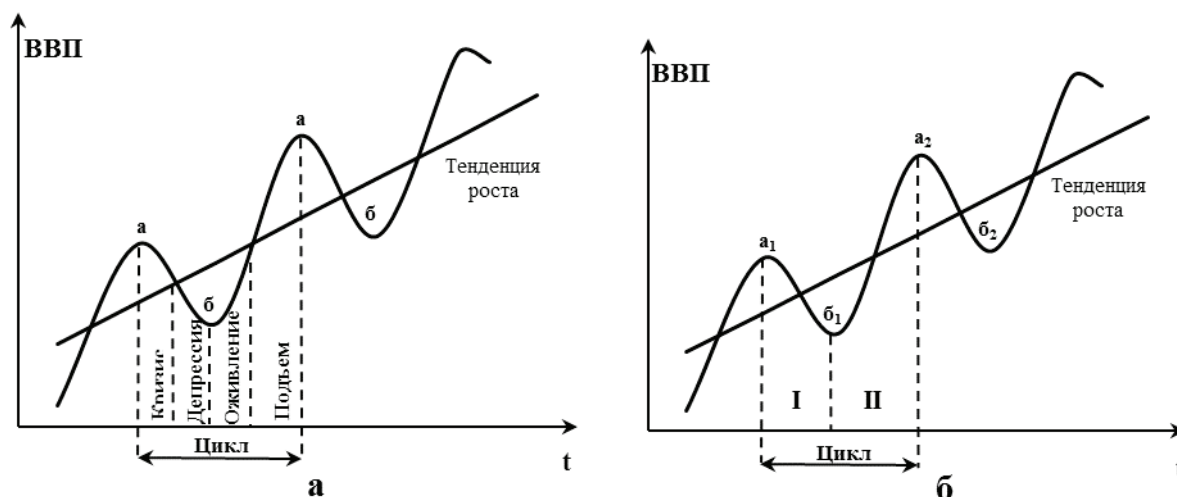


Рис. 1. Фазы экономического цикла: а) Четырехфазная модель; б) Двухфазная модель

друга и постоянно повторяются. В настоящее время известны две модели экономического цикла: четырехфазная модель (рис. 1а) и двухфазная модель (рис. 1б).

Основоположником четырехфазной модели (также называемой — классической) являлся Карл Маркс [4, с. 527]. В своем труде «Капитал» он первым из экономистов разделил цикл на четыре периода, каждый из которых отличается определенными количественными и качественными характеристиками [5, с. 409—430]:

1. Спад (кризис, рецессия) — важнейшая фаза экономического цикла, которая характеризуется резким ухудшением всех экономических показателей. В данной фазе заключена вся суть цикла, т.к. именно периодическое повторение кризиса придает рыночной экономике циклический характер. Начало данного этапа, прежде всего, ознаменовывается резким падением производства, который начинается с постепенного сокращения деловой активности, т.е. происходит рост объемов нерезализованной продукции. Вследствие этого падают доходы предприятий, домашних хозяйств и государственного бюджета, растет ссудный процент, сокращаются кредиты. Затем из-за увеличения неплатежей нарушаются кредитные связи, стремительно падают курсы акций и других ценных бумаг, что сопровождается паникой на фондовых биржах, происходят массовые банкротства фирм и резко растет безработица. При этом, кризис выполняет стимулирующую функцию, отсеивая неэффективные, устаревшие производства и создавая стимулы к сокращению издержек производства и увеличению прибыли.

2. Депрессия (дно спада или застой). На данном этапе темпы спада постепенно замедляются и стабилизируются, сохраняется массовая безработица при низком уровне цен. Ставка ссудного процента падает до минимума, так как деловая активность невысокая. Производство пострадавших в меньшей степени предприятий перестает сокращаться, но не увеличивается из-за низкой покупательной способности населения. Создаются условия для оживления экономики. Считается, что данная фаза цикла

обычно не бывает продолжительна. Однако история показывает исключения из этого правила (Великая депрессия 1930-х гг., несмотря на периодические колебания деловой активности, длилась почти десять лет).

3. Оживление (расширение). На фазе оживления объем национального производства достигает своего предкризисного уровня, фирмы оправляются от потрясений, предприниматели приступают к расширению производства. Происходит восстановление объемов производства до прежнего уровня, сокращается безработица. Инвестиции и размер реального капитала растут, увеличивается спрос на ссудный капитал, повышается ссудный процент.

4. Подъем. В данной фазе продолжается экономический рост, который характеризуется высокой занятостью, деловой активностью, высокими ставками процента, значительным уровнем цен. Инвестиции в производство почти не осуществляются из-за высокой стоимости привлечения ресурсов. Это период сверхзанятости, т.е. экономика находится выше тренда и инфляции. Экономика в таком состоянии называется «перегретой». неизбежным следствием такого развития событий является переход от роста к спаду.

Помимо вышеприведенных состояний экономической конъюнктуры также выделяют [1, с. 60—61]:

– Пик (a_1, a_2) — высшая точка деловой активности, которая характеризуется высоким уровнем доходов населения, полной занятостью и максимальным объемом производства. Состояние пика не может долго сохраняться в экономике, т.к. исчерпаны все возможности для экономического роста, поэтому за высшей точкой деловой активности неизбежно следует рецессия.

– Дно (b_1, b_2) — низшая точка деловой активности с минимальным объемом производства и занятости.

В структуре двухфазной модели экономического цикла выделяют только две основные фазы [5, с. 416]: восходящую, объединяющую в себе фазы оживления и подъема классической модели, и нисходящую, в которой соответственно спад и депрессия. Отдельно также выделяют

такие элементы, как пик и дно. Подобное структурирование объясняется современными тенденциями мирового развития. Границы между фазами становятся более размытыми, иногда из цикла выпадают целые периоды, что происходит в связи с усилением международной взаимозависимости национальных экономик.

В зависимости от характера изменения макроэкономических показателей в ходе экономического цикла, их принято делить на [6, с. 56]:

1. Проциклические — увеличиваются во время подъема и уменьшаются в кризис.
2. Противоциклические (контрциклические) — снижаются в период подъема и растут в период спада.
3. Ациклические — их динамика не совпадает с фазами экономического цикла.

Помимо этого темпы динамики различных параметров внутри данных групп, как правило, не совпадают: в то время как одни из проциклических переменных еще возрастают, другие уже снижаются, соответственно, в то время как одни из контрциклических переменных еще снижаются, другие уже возрастают — это, в частности, и объясняет достаточно плавную смену фаз подъема и спада.

Кроме того, существует классификация экономических переменных по критерию достижения максимума (минимума) их значений до или после достижения экономической высшей (низшей) поворотной точки экономического цикла [7, с. 220–221]:

1. Опережающие (ведущие) индикаторы — параметры, которые достигают максимума (минимума) перед достижением пика (дна) экономического развития.
2. Запаздывающие индикаторы — параметры, которые достигают максимума (минимума) после достижения пика (дна) экономического развития.
3. Совпадающие индикаторы — параметры, которые изменяются одновременно с динамикой экономической активности.

Современной экономической науке известны более 1380 типов цикличности. Наиболее характерной чертой экономических циклов является их протяженность во времени, поэтому еще в начале XIX в. появилась классификация циклов по продолжительности функционирования разных видов физического капитала в экономике [8, с. 81]. В настоящее время выделяют четыре основных типа циклов (табл. 1).

Таблица 1. Основные типы экономических циклов

Виды	Длина цикла	Характеристика
Китчина	2–4 года	Краткосрочные экономические циклы, возникающие в результате изменений в оборотных средствах (товарно-материальных ценностях) на предприятиях в результате дисбаланса между спросом и предложением на рынке потребительских товаров.
Жюглара	7–10 лет	Среднесрочные экономические циклы (циклы деловой активности), возникающие в результате изменения инвестиционного спроса предприятий, с долгосрочным накоплением факторов производства и с заменой морально устаревшего оборудования на промышленных предприятиях без серьезных изменений в существующей технологической парадигме. Основаны на исследованиях цен, процентных ставок и резервов Центрального банка.
Кузнеца	15–25 лет	Строительные циклы (воспроизводственные, демографические), связанные неравномерностью спроса в строительстве, периодичностью обновления жилых зданий, производственных сооружений, демографическими изменениями (притоками и оттоками иммиграции из страны и связанным с ними темпом строительства).
Кондратьева	50–60 лет	Долгосрочные (длинные) циклы, связанные с радикальными изменениями в технологической базе общественного производства, его структурной перестройкой. Материальной базой периодичности долгосрочных колебаний является обновление основного капитала с длительными сроками службы, в основе которого лежит внедрение новых технологий, материалов, источников сырья и энергии (паровой двигатель, железные дороги, электричество, двигатель внутреннего сгорания, компьютеры).

Все вышерассмотренные циклы связаны с инвестициями и опираются на три временных лаговых процесса: цикл Китчина связан с разрывом во времени между выделением инвестиций и вводом новых средств труда; цикл Жюглара — с разрывом во времени между вводом и выбытием активной части средств труда; циклы Кузнеца (в основном) и Кондратьева связаны с разрывом во времени между вводом и выбытием пассивной части средств труда. При этом цикл Китчина зависит от динамики чи-

стых инвестиций, а циклы Жюглара, Кузнеца и Кондратьева — от валовых инвестиций, связанных с обновлением капитала.

Реальное воспроизводство оказывается совмещением, сплетением и взаимоналожением различных видов цикла, между которыми возникает эффект синхронизации. Совмещенные циклы образуют тот экономический цикл, с которым повседневно имеют дело все субъекты экономики.

Литература:

1. Цветков, В. А. Циклы и кризисы: теоретико-методологический аспект: монография — Нестор-История, 2012 г. — 504 с.
2. Анисимов, А. А. Н. В. Артемьев, О. Б. Тихонова Макроэкономика: теория, практика, безопасность: учебное пособие — М.: Юнити-Дана, 2015. — 599 с.
3. Хансен, Э. Х. Экономические циклы и национальный доход / Э. Х. Хансен. — М.: Директ-Медиа, 2007. — 644 с.
4. Маркс, К. Капитал / К. Маркс. — М.: Директ-Медиа, 2014. — 1201 с.
5. Кочетков, А. А. Экономическая теория: учебник для бакалавров / В. М. Агеев, А. А. Кочетков, В. И. Новичков и др.; под общ. ред. А. А. Кочеткова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Дашков и Ко, 2014. — 696 с.
6. Яковлева, Т. А. Макроэкономика: учеб. пособие / Т. А. Яковлева, О. В. Бондаренко, О. С. Олиферова; под общ. ред. Т. А. Яковлевой. — Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2014. — 137 с.
7. Кузнецов, Б. Т. Макроэкономика: учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. — М.: Юнити-Дана, 2015. — 463 с.
8. Зюляев, Н. А. Макроэкономика: продвинутый уровень: учебное пособие / Н. А. Зюляев; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2015. — 168 с.
9. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. М., 1982.

Молодой ученый

Международный научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 19 (123) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Абдрасилов Т. К.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Калдыбай К. К.
Кенесов А. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Паридинова Б. Ж.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
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)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.
Ответственные редакторы: Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В.,
Майер О. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 27.10.2016. Тираж 500 экз.

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