

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



50 2018
ЧАСТЬ II

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 50 (236) / 2018

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

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук

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

Котлярков Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор

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

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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

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

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ

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 Қажмурат Максұтович, 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)

Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (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)

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)

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

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

Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук, Турция

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)

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры, г. Екатеринбург, Россия

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственный редактор: Осянина Екатерина Игоревна

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: 02.01.2019. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

На обложке изображен *Азиз Нэкиб Аб'Сабер* (1924–2012), эколог, один из самых уважаемых ученых Бразилии, удостоенный высших наград за вклад в изучение географии, геологии, экологии и археологии.

Он был почетным президентом Бразильского общества по развитию науки, почетным профессором университета Сан-Паулу и членом Академии наук.

Вклад Аб'Сабера в науку варьируется от первых исследований нефтяных лагерей на северо-востоке Бразилии до изучения природных областей Бразилии и восстановления истории лесов, лагерей и поселений первобытных людей в Южной Америке. Ему принадлежит множество исследований в области биологии, южноамериканской археологии и экологии Бразилии, а также в геологии и географии. Аб'Сабер был первым человеком, который с научной точки зрения классифицировал территорию Бразилии и Южной Америки по морфоклиматическим зонам. Он поддерживал гипотезу Плейстоценового

убежища, делая попытку объяснить распределение неотропических таксонов в зависимости от их изоляции в лесных фрагментах во время ледниковых периодов в районе бассейна Амазонки.

Профессор получил премию ЮНЕСКО в области науки и окружающей среды в 2001 году и премию в области интеллектуальной Бразилии в 2011 году, а также премию Жабути и большой крест Национального ордена за научные заслуги. Из-под его пера вышло около 480 публикаций, в основном научных.

«Азиз Аб'Сабер, несомненно, был одним из величайших географов Бразилии. Его глубокое знание географии и его непоколебимая приверженность бразильскому народу были источником вдохновения для всех нас», — высказался о нем президент Бразилии Луис Инасиу Лула да Силва.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Абелян Р. В.**
Оценка туристического потенциала Краснодарского края..... 109
- Асаева О. Н.**
Развитие и совершенствование системы мер обеспечения устойчивости банковской системы Российской Федерации 111
- Борова З. Ф.**
Актуальные проблемы, перспективы развития и повышение доступности кредитования малого и среднего бизнеса в России на современном этапе 114
- Булгакова Т. П.**
Основные методы учета внеоборотных активов в России и в зарубежных странах..... 116
- Виноградов П. А.**
Проблема внедрения стратегического управленческого учета на предприятии 118
- Гаранина В. В.**
Основные тенденции развития хлебопекарной отрасли в современных условиях 122
- Горчилин И. А.**
Основные группы принципов оценки стоимости бизнеса 123
- Горчилин И. А.**
Методы оценки стоимости бизнеса в России... 125
- Журавлева К. А.**
Инвестиционный климат и его составляющие.... 127
- Золотухина В. В.**
Влияние логистических рисков на эффективность деятельности предприятий 128
- Имешева К. В.**
Процедура и этапы проведения аттестации персонала 131
- Кершис Е. А.**
Методика анализа финансовых активов по данным консолидированной отчетности..... 132
- Кидовская А. Д.**
Совершенствование методов оценки инвестиционной привлекательности компании 137
- Клинтух Е. П.**
Управление рисками в закупочной деятельности организации..... 141
- Козадаева В. В., Иванов С. А.**
SWIFT и проблемы минимизации рисков информационной безопасности международного финансового рынка..... 142
- Коломина А. В., Перфильева Е. М.**
Влияние корпоративной культуры на повышение эффективности деятельности предприятия (организации) 144
- Кондратьева К. В.**
Состояние и перспективы развития сетевой торговли 146
- Кондратьева К. В.**
Электронная коммерция в России..... 148
- Кондратьева К. В.**
Состояние и перспективы развития розничной торговли в России 150
- Кондратьева К. В.**
Состояние и перспективы развития розничной торговли в Иркутской области 153
- Куделя С. Т.**
Оценка степени концентрации российского фондового рынка как индикатор уровня систематического риска 154
- Куркуедов В. В.**
Актуальность управления и организации инвестиционного проектирования в строительстве в современной России 157
- Леонова И. В.**
Инструменты личного инвестирования 159
- Ли Чжипэн**
Методы оценки уровня безработицы в мегаполисах России и Китая 162
- Макарова З. В.**
Безработица. Религия на пути к финансовому успеху 165

Макеева Е. С., Сапига В. О. Маркетинговые стратегии выхода предприятий на внешние рынки как одно из важнейших направлений инновационного развития бизнеса 168	Сосунова Л. А., Зеленова Е. С. Нейромаркетинг, или Манипуляция сознанием покупателя в гипермаркетах 191
Мамаева О. А., Ежова А. А. Анализ проблемы реализации федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» в городском округе Самара 170	Стерпул В. А., Смолянинов С. В. Совершенствование методики оценки финансовой устойчивости АО «ПЗ Красногвардейский» 193
Межекова К. Ю. Подделка произведений изобразительного искусства 172	Тимиргазина А. М. Пути снижения себестоимости продукции на нефтегазовом предприятии 196
Сирожиддинов И. К., Ботирова Р. А. Возможности развития экспорта фруктов и овощей в Наманганской области Узбекистана 174	Трумм В. Р. Анализ конкурентных и движущих сил на российском рынке ценных бумаг 198
Перехрестюк В. М. Методология управления объектами недвижимости различного функционального назначения 176	Хабибуллин М. И. Проблемы повышения уровня производительности труда 200
Потапов А. И. Отток капитала как основной тормоз развития современной России 179	Хирьянова А. И. Бизнес-план как специфический документ 202
Ростова С. Г. Учет затрат в строительстве: прямые или косвенные расходы? 186	Хирьянова А. И. Функционирование малой организации в современных условиях хозяйствования 203
Сапрыкина Т. В., Круговцова Е. В. Пути снижения налоговой нагрузки организаций 188	Шагаева Д. Р. Безналичный расчет в Российской Федерации 205
	Шефер Е. О. Исследование стратегий инновационного развития и выбор стратегии на примере томской компании ООО «Монета» 207
	Юренкова А. А. Оценка налоговой нагрузки 208

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Оценка туристического потенциала Краснодарского края

Абелян Римма Владимировна, студент магистратуры

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

Краснодарский край представляет собой регион, который обладает высоким уровнем туристического потенциала, а также способностью региона повышать свои возможности в сфере туризма. Поэтому необходимо качественно и эффективно осуществлять деятельность по выявлению оценки данных показателей, так как это будет способствовать повышению не только туристической привлекательности региона, но и выявлению слабых мест в развитии данного направления экономической деятельности, что в своем конечном итоге окажет положительное влияние на развитие рекреационно-туристического комплекса на территории Краснодарского края.

Ключевые слова: туристический потенциал, климатические условия, географическое положение, привлекательность региона, показатель роста туристического потенциала, факторы, оказывающие влияние на рост туристической привлекательности.

Сегодня Краснодарский край представляет собой центр внутреннего туризма среди всех курортных регионов Российской Федерации. Следует особо отметить то обстоятельство, что развитие туристического комплекса на территории Краснодарского края — это приоритетное направление развития края, которое преимущественно ориентировано на создание максимально благоприятных условий для качественного и эффективного использования богатого природно-климатического потенциала, а также расширения материально-технической базы туристических организаций.

Следует особо отметить то обстоятельство, что в связи с проведением XXII Зимних Олимпийских и XI Паралимпийских игр в 2014 г. в значительной степени была расширена и усовершенствована не только инфраструктура, но и гостиничный комплекс города-курорта Сочи. Динамичному развитию рынка туристических услуг на территории Краснодарского края способствует также и целый ряд внешних факторов, а именно дорогие туры на европейские курорты, небезопасность осуществления туристических поездок в результате наличия нестабильного характера политической ситуации на наиболее популярных у российских граждан государств, таких как Египет и Турция [3].

В процессе изучения ресурсного потенциала для развития сектора туризма на территории Краснодарского края было установлено, что территория Краснодарского края обладает всеми необходимыми ресурсами для развития различных видов туристической деятельности таких

как детский туризм, активный отдых, как на побережье, так и в горах, пляжный, курортно-оздоровительный отдых, экскурсионный, горнолыжный, экскурсионный туризм.

Также следует отметить, что в результате проведения исследования основных показателей развития туризма на территории Краснодарского края в 2006–2014 гг. была фактически выявлена объективная необходимость дальнейшего улучшения состояния качества всей инфраструктуры туристического комплекса, включая постепенное повышение качества предоставляемых услуг, уровня подготовки персонала, а также ориентации территории курортов края на иностранных туристов.

Сегодня Краснодарский край — это самый популярный курортно-туристический субъект Российской Федерации, являющийся практически единственным приморским бальнеологическим и курортно-рекреационным центром в результате функционального сочетания благоприятных климатических условий, а также фактического наличия минеральных источников и лечебно-грязевых.

За счет создания на территории Краснодарского края особой экономической зоны туристическо-рекреационного типа фактически осуществляется реализация потенциала, как санитарно-курортного, так и туристического комплекса Краснодарского края.

Сегодня Краснодарский край занимает лидирующую позицию по общему количеству обслуживающих туристов — 13, 18%, от общего количества всех отдыхающих россиян. Качественное и эффективное развитие туристического по-

тенциала позволит в значительной степени увеличить туристический поток на территорию региона, обеспечив довольно высокий рост налоговых поступлений в региональный бюджет, а также приведет к динамичному развитию, как смежных отраслей экономики, так и существенно понизит показатель безработицы на территории региона [2].

Развитый рынок туризма, оказывая позитивное влияние на народное хозяйство в целом, в активной форме способствует значительному улучшению показателей экономики регионов Российской Федерации, являясь важнейшей статьей создания валового регионального продукта.

Следует особо подчеркнуть то обстоятельство, что в целях оперативного распространения положительной информации о туристических возможностях и потенциале Краснодарского края в крупных городах и районах Российской Федерации на постоянной основе осуществляется рекламная компания.

Однако на территории Краснодарского края существует целый комплекс проблем, решенных не в полном объеме, которые препятствуют эффективному не только функционированию, но и развитию туристического комплекса в Краснодарском крае:

- недостаточный уровень развитости градостроительной документации на курортах;
- отсутствие необходимого объема инвестиционных вложений в благоустройство территорий пляжей, а также улучшения экологического состояния курортов;
- неэффективное использование редких, как лечебных, так и туристических природных ресурсов;
- отсутствие необходимого уровня экспертного мониторинга состояния уровня экологической обстановки на территории курортов;
- неудовлетворительный уровень подготовки рабочих туристического и санитарно-курортного комплекса;
- сезонность функционирования целого ряда организаций в туристическом комплексе;
- отсутствие необходимого уровня развитой инженерной и транспортной инфраструктуры.

Таким образом, качественное и оперативное решение вышеназванных проблем, которые непосредственно связаны с развитием туристического и санитарно-курортного комплекса на территории Краснодарского края — это одно из приоритетных направлений социального и экономического развития региона.

Особое внимание необходимо уделить тому обстоятельству, то на туристическом потенциале Краснодарского края положительно сказались зимние олимпийские игры в феврале 2014 г., так как в процессе осуществления непосредственной подготовки к ним были произведены самые крупные инвестиционные вложения в туристический потенциал региона Кубани [5].

Негативной тенденцией является рост цен на черноморском побережье Краснодарского края и это притом, что уровень сервиса остается потенциально неизменным. Объективными ограничения остаются также климатические условия и недостаток развития транспортной инфраструктуры, а также коммунальной и энергетической инфраструктуры вдоль береговой линии.

Руководство края в новых условиях делает большую ставку на круглогодичное развитие туризма, а именно сельского, бальнеологического, винного, горного, а также на повышении уровня и качества обслуживания. Это, как минимум, должно позволить удержать довольно высокие показатели в отрасли. В этой связи довольно знаковыми стали события 2017 г. — открытия первого казино «Сочи казино и курорт» на территории новой игровой зоны около Красной Поляны, а также осуществление активной деятельности по оборудованию пляжей WIFI.

В 2019 г. перспективы туристического потенциала Краснодарского края по-прежнему будут находиться в прямой зависимости от целого ряда внешних факторов и условий, преимущественно от курса рубля. Фактическое введение в мае 2018 г. курортного сбора в размере 10 рублей в сутки пока не окажет какого-либо заметного воздействия на туристический поток.

Если анализировать долгосрочную перспективу развития туристической отрасли, то они четко сформулированы в Концепции развития санаторно-курортного и туристического комплекса Краснодарского края до 2030 гг. Так в данном нормативном акте Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия ставятся следующие задачи: к данному сроку: туристический поток должен составлять 20 млн человек, то есть + 26,6% к уровню 2016 г., общее число средств размещения 5 тыс. (+27,2%), общий объем туристических услуг — 200 млрд. руб. (+77, 3% соответственно), поступления в региональный бюджет составят — 10 млрд руб (+51, 5%). Фактически реализовать данный план, как считает Министерство, возможно только при условии постоянного увеличения ежегодных инвестиций в отрасль с текущих 11,1 млрд до 30 млрд руб. к 2030 г.

Таким образом, территория Краснодарского края представляет собой одну из самых значимых и перспективных регионов России, так как курортно-рекреационный комплекс Кубани — это одна из ведущих отраслей экономического развития этого субъекта Федерации, поскольку он фактически обладает, как климатическим, так и культурными условиями, для осуществления практически всех без исключения видов туристической деятельности. Поэтому сегодня важно особое внимание уделять оценки и перспективам развития туристического потенциала на территории Краснодарского края.

Литература:

1. Арвах Ю.И. Перспективы устойчивого развития туризма на курорте Геленджик: Сочинский гос. ун-т. туризма и курортного дела — Краснодар: Б.И. — 2018—243 с.

2. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2017. 304 с
3. Карманов А., Трифонов А. О некоторых положениях правового регулирования туристического бизнеса в Краснодарском крае // Кубань-бизнес. — 2017 — № 42.
4. Министерство экономики Краснодарского края. [Электронный ресурс] Режим доступа в Интернет: <http://economy.krasnodar.ru>
5. Рудченко Н. А. Перспективы развития туризма в Краснодарском крае: экономическое значение // Электронный ресурс // Режим доступа <https://scienceforum.ru/2018/article/2018002911> (дата обращения 07.12.2018)

Развитие и совершенствование системы мер обеспечения устойчивости банковской системы Российской Федерации

Асаева Ольга Николаевна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Терновская Елена Петровна, кандидат экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассмотрены основные факторы финансовой устойчивости банковского сектора в России, а также развитие системы мер в целом, обеспечивающих устойчивость банковской системы Российской Федерации в условиях современной экономики. Автор освещает тенденции совершенствования механизмов, применяемых Центральным Банком Российской Федерации в целях получения наиболее благоприятных условий для устойчивости банковского сектора в будущем, дает оценку развитию такого инструмента, как стресс-тестирование.

Ключевые слова: *устойчивость банковской системы, система мер банковского надзора и регулирования, пруденциальные меры, совершенствование механизмов, развитие стресс-тестирования.*

Устойчивость банковской системы — это залог развития экономики государства в целом. В ней заинтересованы как граждане, так и предприятия, как общество, так и правительство, как надзорные органы, так и организации, непосредственно составляющие саму банковскую среду. Хорошо отлаженный механизм оборота капитала, что, собственно, и представляет собой цель функционирования банковского сектора, обеспечивает финансовую стабильность в обществе и позволяет направлять кредиты и инвестиции на развитие рыночной экономики. Именно поэтому необходимо постоянно совершенствовать систему мер, направленных на обеспечение устойчивости банковского сектора. Банковские институты должны отвечать общественным потребностям и выполнять определенные социальные обязательства, ведь капиталы на их счетах — это средства, принадлежащие обществу, конкретным юридическим и физическим лицам. Комплекс взаимосвязанных мероприятий государственного регулирования, поддерживающих стабильность и устойчивость национальной банковской системы, и обеспечивающих эффективное функционирование финансового рынка, а также защиту интересов кредиторов и вкладчиков, называют банковским регулированием.

Каковы же факторы финансовой устойчивости банковского сектора? Есть мнение, что факторы финансовой устойчивости являются исключительно финансово-экономическими, макро (внешними) или микро (внутренними), но все же относящимися к категории цифр. Это

частично подтверждается тем, что наиболее развиты пруденциальные меры, представляющие собой требования, к соблюдению нормативов, ограничивающих риски, то есть величины расчетные. Так, например, в целях обеспечения стабильности функционирования банковского сектора, Банком России установлены обязательные нормативы — показатели предельно-допустимых рисков — экономически обоснованные требования, предъявляемые к банкам для повышения их финансовой устойчивости.

На основании предоставляемой кредитными организациями отчетности Центральный Банк России анализирует показатели их деятельности в виде информации о соблюдении банками обязательных экономических нормативов, то есть осуществляет банковский надзор, и оценивает показатели устойчивости банковского сектора в целом. Это позволяет надзорному органу выявлять признаки возникновения банковских рисков и разрабатывать предупредительные меры, то есть осуществлять банковское регулирование, которое в свою очередь, заключается в своевременном и оперативном реагировании на нарушения установленных требований, а также иные возникающие проблемы в банковском секторе. К макропруденциальным показателям деятельности банковской системы относятся:

- достаточность капитала;
- оценка кредитного риска;
- оценка ликвидности;
- рыночный риск;

– финансовый результат банков за отчетный период.

Действительно, такой подход может обеспечивать стабильность банковского сектора, так как финансовая устойчивость, а скорее, стабильность — это соблюдение экономических нормативов, но нельзя согласиться с тем, что этого достаточно. Факторы, обеспечивающие финансовую устойчивость банковской системы, а тем более, влияющие на ее развитие в современных условиях, имеют не только финансовый характер, а представляют собой целый комплекс, в котором, помимо экономических, можно условно выделить следующие направления:

- законодательство и право, и не только банковское;
- техническая база и технологии, применяемые среди участников банковской сферы;
- квалификация персонала и деловая репутация, как сотрудников, так и непосредственно владельцев банков.

Рассмотрим вкратце тенденции их развития. Законодательное регулирование, реализуемое нормативно-правовыми актами, которые носят, как правило, пруденциальный характер, является фундаментом банковского регулирования и надзора, осуществляемого Банком России с целью обеспечения устойчивости банковской системы. За относительно небольшой промежуток времени сделан огромный шаг в этом направлении обеспечения устойчивости банковской системы. Так, например, всего лишь пятнадцать лет назад с принятием Федерального закона «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» от 23.12.2003 № 177-ФЗ начал формироваться такой важный в обеспечении устойчивости банковского сектора механизм, как система страхования вкладов. Постоянно актуализируются основополагающие законодательные акты. Согласно Отчету о развитии банковского сектора и банковского надзора, в 2017 году были внесены изменения в Федеральный закон от 02.12.1990 № 395–1 «О банках и банковской деятельности» касающиеся вариации регулятивной нагрузки на банк в зависимости от размера его собственного капитала.

Также нормативная база развивается в направлении регулирования взаимодействия — корректировки Федерального закона от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» направлены на создание информационного ресурса — личных кабинетов кредитных организаций, и унифицирование требований информационного обмена между ними и Банком России.

Не остается без внимания регулятора и такое направление, как профессионализм и качественная репутация банковского сообщества. Совершенствуются требования к контролю деловой репутации руководителей и владельцев кредитных организаций, расширяется перечень должностных лиц, подлежащий такому контролю.

Таким образом, можно отметить существующую тенденцию совершенствования механизмов банковского регулирования, применяемых Центральным Банком в целях создания наиболее благоприятных условий для устойчивости банковского сектора.

Но банковское регулирование не способно полностью исключить вероятность банкротства, и кроме того, на функционирование банковской системы зачастую влияют факторы, не поддающиеся регулированию государством. В таких случаях задача Банка России спрогнозировать ситуацию и составить комплекс мер, способствующих минимизации банковских рисков и предупреждающих банкротство кредитных организаций, то есть сохраняющих устойчивость банковской системы. В рамках этой задачи немаловажной является оценка устойчивости банковского сектора. Относительно новым и динамично развивающимся инструментом для реализации указанного мероприятия считается стресс-тестирование. Стресс-тестирование — это механизм, позволяющий мониторить устойчивость банковского сектора, выявить банки, наиболее подверженные рискам, показать «слабые места», которые нужно поддержать при возникновении форс-мажора в экономике. Оно проводится надзорным органом на базе сценарного анализа с использованием макро моделирования. Необходимо отметить, что результаты стресс-тестирования являются не совсем прогнозом, а представляют собой возможные сценарии негативных событий. Кроме того, из-за постоянно изменяющихся показателей, применяемых в качестве индикаторов, а именно: ВВП, курс рубля к инвалютам, инфляция, агрегированные доходы населения, инвестиции в капитал, цена на нефть и другие, варианты реализации событий постоянно меняются.

Такой инструмент, как стресс-тестирование, применяется Банком России с 2003 года. Так, в 2017 году регулятором на постоянной основе проводилась аналитическая работа по выявлению негативных тенденций и потенциальных проблем в деятельности банков. А именно: ежедневно анализировались индикаторы, которые в ряде случаев сигнализировали о возможных негативных событиях в деятельности отдельных банков. В рамках этого мониторинга проводилась оценка потенциального влияния рисков на соблюдение банками пруденциальных норм, прежде всего нормативов достаточности капитала и снижения ликвидности. При этом банки, в деятельности которых достаточно часто выявлялись негативные тенденции, дополнительно анализировались на предмет необходимости ужесточения надзорного режима.

Тема устойчивости финансовой системы и ее институтов открыто обсуждается в мировом сообществе и не ограничивается узким кругом экономистов и банкиров. Так, в период с сентября 2015 года по июнь 2016 года Банк России принимал участие в Программе оценки российского финансового сектора, проводимой Международным валютным фондом и Всемирным банком. По ее итогам Банк России приступил к разработке методики макропруденциального стресс-теста для финансового сектора с использованием макросценариев. Данный вид стресс-тестирования имеет ряд принципиальных отличий от ранее применяемых Банком России, например, расширенный круг объектов, а не только кредитные органи-

зации; различные временные горизонты — от двух дней до двух лет в зависимости от вида риска; максимально возможная детализация показателей, в том числе по источникам получения; оценка эффектов обратной связи между экономикой и финансовым сектором и другие. Частично совершенствование данного инструмента было реализовано уже в прошлом году. Например, при оценке кредитного риска в модели в качестве объектов были включены не отдельные кредитные организации, а однородные группы банков. Также совершенствовалась методика стресс-теста риска ликвидности — применялся горизонт 30 дней, реализована более высокая детализация оттоков.

Курс на развитие и совершенствование надзорно-регулятивной функции поддерживается Банком России и в ближайшем будущем. Согласно Основным направлениям развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019–2021 годов (Проект, версия от 18.10.2018 г.) в целях поддержания стабильности банковского сектора планируется продолжить поэтапное реформирование законодательства, а также внедрение новых регулятивных подходов, важным инструментом в которых станет стресс-тестирование, и моделирование бизнес-процессов в отдельных банках. Кроме того, для повышения качества надзора продолжится его централизация и внедрение новых стандартов. Одновременно с этим, продолжится развитие института профессиональных суждений, что совместно с совершенствованием методики проведения стресс-тестирования (в том числе макропруденциального), и распространением практики его использования, обеспечит превентивность надзору, оперативность надзорному реагированию и будет способствовать выявлению проблем на ранних стадиях, как в деятельности отдельных кредитных организаций, так и потенциальных системных рисков банковского сектора в целом.

Дополнительно, устойчивость инфраструктуре банковской системы планируется придать внедрением новых режимов восстановления финансовой устойчивости. Так,

например, в 2017 году уже претерпел изменения такой инструмент банковского регулирования, как оздоровление банков — усовершенствован механизм санации: данная функция передана от Агентства по страхованию вкладов специально созданной организации — Фонду консолидации банковского сектора.

Таким образом, на фоне положительной динамики в развитии системы мер, обеспечивающих устойчивость банковской системы и с учетом намеченных Банком России направлений развития финансового рынка России на ближайшие три года, явно прослеживается приоритетная необходимость развития и применения такого инструмента как макропруденциальное стресс-тестирование. Причем, «устойчивость» и «стабильность» не совсем равнозначные понятия, и целью стресс-тестирования, на наш взгляд, необходимо обозначить именно достижение устойчивости, то есть устойчивого развития банковского сектора, нежели стабильности или, другими словами, неизменности в развивающейся экономике. Поэтому требуется не только изменять круг объектов стресс-тестов — от системно значимых банков до ассоциаций и иных финансовых союзов, и расширять перечень учитываемых в стресс-тестировании показателей, вводя в большей степени макроэкономические и дополняя их, так называемыми, «системными», такими как:

- достаточность нормативно-правовой базы и ее соответствие текущей ситуации и действующим нормам законодательства,

- технический и технологический уровень обеспеченности банковской сферы и ее элементов,

- профессионализм и деловая репутация сотрудников банков и банковского сообщества в целом.

Следует также варьировать периодичность применения стресс-тестов в зависимости от условий возникновения признаков нестабильности, скачков отдельных показателей и тем более при возрастании вероятности наступления форс-мажора в экономике либо иных критических ситуаций.

Литература:

1. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395–1 «О банках и банковской деятельности», <http://www.consultant.ru>
2. Федеральный закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», <http://www.consultant.ru>
3. Устойчивость банковской системы и развитие банковской политики, Лаврушин О. И., Варламова С. Б., Валенцева Н. И., Бровкина Н. Е., Авис О. У., Ларионова И. В., 2014 г.
4. Аналитическая записка Департамента финансовой стабильности Банка России «Макропруденциальное стресс-тестирование финансового сектора: международный опыт и подходы Банка России», сентябрь 2017 г., <http://www.cbr.ru>
5. Аналитический портал «Отрасли права», статья Мейтарджян Д. А. «Деятельность государства по обеспечению стабильности банковской системы», 2015 г.
6. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2017 году, <http://www.cbr.ru>
7. Проект от 18.10.2018 «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019–2021 годов», <http://www.cbr.ru>
8. <https://www.kommersant.ru>, материалы 2018 г.
9. <https://www.banki.ru>, раздел «Новости», 2018 г.

Актуальные проблемы, перспективы развития и повышение доступности кредитования малого и среднего бизнеса в России на современном этапе

Борова Злата Федоровна, студент магистратуры
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Статья посвящена анализу основных актуальных проблем кредитования субъектов малого и среднего бизнеса в России, предлагается также рассмотреть перспективы развития и повышение доступности кредитования малых и средних предприятий на современном этапе.

Ключевые слова: экономика, банки, банковское кредитование, малый и средний бизнес.

Сектор малого и среднего бизнеса является одним из ключевых элементов рыночной экономики. Малые и средние предприятия выступают внутренним источником устойчивого экономического развития, а также обеспечивают материальное благосостояние населения государства в условиях рыночного хозяйствования.

Малое и среднее предпринимательство представляет собой не только определенную форму ведения дел, но и в целом является важным инструментом реформирования экономики и основой для ее стабильного развития. Малые и средние предприятия способствуют созданию новых рабочих мест, снижению безработицы, наполнению рынка новыми услугами и товарами. Развитие сектора малого и среднего бизнеса дает возможность создать внутренний устойчивый платежеспособный спрос, позволяет также улучшить качество жизни населения благодаря формированию рынка труда в условиях конкуренции.

Малые и средние предприятия в западных странах повышают рыночную конъюнктуру, способствуют формированию устойчивой конкурентной среды. В европейских странах сектор малого и среднего бизнеса служит источником инновационного роста экономики и быстро адаптируется к внешним изменениям.

В России малые и средние предприятия от всего экономически активного населения составляют не столь многочисленную часть. По сравнению с западными странами данная ситуация является аномалией и представляет научный интерес.

По данным Федеральной налоговой службы, в настоящее время в секторе малого и среднего бизнеса в России занято порядка 16 млн человек, работающих на 6,118 млн предприятий.

В 2017 году доля малого и среднего бизнеса в ВВП России составила около 20%. Данный показатель в большинстве развитых стран на данный момент уже достиг значения в 50% и выше. На данном этапе стоит задача увеличения доли малых и средних предприятий в ВВП России до 40% к 2025 году. Вопрос развития сектора малого и среднего бизнеса является актуальным и необходимым.

Большинство предприятий в процессе деятельности сталкиваются с проблемами, которые связаны с финансированием их хозяйственных операций. Опыт нашей страны, а также зарубежных государств показывает, что

при поиске внешнего финансирования, субъекты малого и среднего бизнеса основное внимание уделяют банковскому кредитованию.

Функционирование малого и среднего предпринимательства сопряжено со значительными финансовыми вложениями, которые можно произвести в основном за счет привлечения заемных средств. Малые и средние предприятия чаще всего берут кредит на приобретение основных средств, увеличение производственной базы, на покрытие текущих расходов и кассовых разрывов, на расширение собственного дела. Поэтому, на сегодняшний день, доступность и наличие кредитных ресурсов играет важную роль в развитии субъектов малого и среднего бизнеса.

На начало 2018 года, согласно данным Банка России, доля сегмента МСБ в общем портфеле кредитов, которые были выданы индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам, составила 14,3%. Говоря о текущей ситуации на рынке кредитования субъектов малого и среднего бизнеса, необходимо отметить, что, после резкого и значительного падения объемов кредитования малым и средним предприятиям с середины 2014 года, вызванного кризисными явлениями в экономике, положение начало стабилизироваться в 2016 году. В течение 2017 года восстановление объемов кредитования малого и среднего предпринимательства продолжалось. По сравнению с 2016 годом, объем кредитов, которые были предоставлены банковским сектором субъектам малого и среднего бизнеса, показал увеличение на 15,4% [1].

Доля просроченной задолженности в общем портфеле кредитов малым и средним предприятиям, по состоянию на 01.01.2018 года, составила 14,9% (для сравнения, доля просроченной задолженности по кредитам физическим лицам — 7%) [2]. В результате, малые и средние предприятия имеют более высокий уровень отказов по кредитным заявкам, нежели другие заемщики. Более двух третей субъектов малого и среднего бизнеса, которые испытывали необходимость в получении заемных средств, либо получали отказы по своим заявкам, либо не брали кредит по причине ужесточенных требований банков, по сравнению с одной третью крупных предприятий.

Факторами, которые в той или иной мере могут повлиять на снижение доли просроченной задолженности в портфеле кредитов для малого и среднего бизнеса являются: стабилизация экономической ситуации, рост уровня

финансовой грамотности и дисциплины предпринимателей, а также, со стороны банковских организаций, применение более совершенных моделей оценки кредитоспособности заемщиков.

Кредиты малым и средним предприятиям, в том числе долгосрочные, несколько более активно выдают кредитные организации, входящие по величине активов в топ-30, в отличие от других участников рынка кредитования МСБ.

Основные ограничения доступа субъектов малого и среднего бизнеса к финансовым услугам, в том числе, к получению кредитных ресурсов, включают в себя факторы, которые связаны с определенными особенностями малых и средних предприятий, данными об их деятельности, а также нормами, регулирующими кредитование сектора МСБ.

В целом, сегмент кредитования малого и среднего бизнеса остается достаточно проблемной сферой. На сегодняшний день, многие предприятия при получении заемных средств коммерческих банков сталкиваются с целым рядом проблем. Более того, определенные сложности появляются не только у самих субъектов малого и среднего бизнеса, но и у банковских организаций, для которых кредитование МСП все еще является довольно рискованным направлением деятельности.

При кредитовании малых и средних предприятий серьезной проблемой для банков выступает непрозрачность деятельности заемщиков. На практике существует некая доля организаций, ведущих неофициальную бухгалтерскую отчетность, скрывающих подлинную информацию о ведении бизнеса и имеющейся просроченной задолженности, что, как следствие, снижает возможность получения ими заемных средств.

Также субъекты малого и среднего бизнеса далеко не всегда обладают высоколиквидным залоговым обеспечением или же надежным поручителем. При рассмотрении банком заявки на получение кредита вопрос наличия качественного залога у малых и средних предприятий стоит достаточно остро. Большинство экспертов в сфере банковского кредитования считают, что отсутствие надежных залогов является одной из основных причин отказов в выдаче кредитов субъектам малого и среднего бизнеса.

Другими актуальными проблемами кредитования сегмента МСБ, с точки зрения коммерческих банков, являются:

- недостаточный уровень финансовой и юридической грамотности предпринимателей;
- высокий уровень просроченной задолженности по кредитам МСП;
- риск потенциального банкротства заемщика;
- риск невозврата кредита банковской организации от предпринимателей;
- развитая не в полной мере система государственной поддержки малых и средних предприятий.

Сами же представители сектора малого и среднего бизнеса считают, что для них основными проблемами выступают высокие процентные ставки по кредитам, длительные сроки рассмотрения заявок, завышенные требования бан-

ковских организаций и неполнота информации при получении кредитных ресурсов.

На сегодняшний день многие предприниматели отмечают, что уровень доступности кредитования сектора МСБ низкий или же, в лучшем случае, средний. Следовательно, повышение доступности кредитования малых и средних предприятий на современном этапе является одной из важных задач.

Банк России в октябре текущего года разработал новую дорожную карту по развитию финансирования малых и средних предприятий, в том числе, по поддержке кредитования для субъектов МСБ. Мероприятия по развитию банковского кредитования МСП включают оптимизацию подходов к резервированию по кредитам, а также внесение изменений, касающихся требований к ссудам, которые могут быть включены в портфель однородных [3].

Для повышения уровня доступности финансовых услуг в Банке России также считают необходимым оптимизировать взаимодействие кредитных организаций с Федеральной налоговой службой и Бюро кредитных историй.

В ЦБ отмечают, что предлагаемые меры должны снизить операционные затраты банковских организаций и привести к росту портфеля кредитов малым и средним предприятиям.

Координация работы территориальных подразделений Банка России по взаимодействию с кредитными организациями в части проведения регулярных мероприятий (тренингов, вебинаров, онлайн-зачетов) по повышению уровня финансовой грамотности предпринимателей должна также оказать влияние на рост эффективности кредитования субъектов малого и среднего бизнеса.

Перспективы кредитования сектора МСБ определяются динамикой его развития. На данный момент времени ситуацию в сегменте можно назвать неоднозначной, но в целом дающей надежду на некое улучшение.

Малым и средним предприятиям в нашей стране необходимо дальнейшее развитие по ряду направлений. К данным направлениям можно отнести: улучшение условий кредитования для субъектов малого и среднего бизнеса, снижение процентных ставок, создание новых кредитных продуктов, проведение мероприятий по повышению доступности кредитования малых и средних предприятий.

Кредитным организациям в целях оказания влияния на дальнейшее развитие субъектов малого и среднего бизнеса также необходимо:

- правильно реагировать на экономическую ситуацию на национальном рынке в целом и, в отдельности, на региональных рынках;
- принимать определенные меры по управлению рисками для создания условий эффективной работы малых и средних предприятий;
- раскрывать на систематической основе информацию о масштабах и направлениях работы с субъектами малого и среднего бизнеса;
- внедрять новые технологии для повышения доступности, скорости и качества банковских услуг для МСП.

Для того, чтобы снизить риски, банковским учреждениям нужно совершенствовать методики оценки кредитоспособности заемщиков, учитывая минимизацию затрат на их проведение. Также, для стимулирования спроса и общей заинтересованности предприятий в использовании заемных средств, банкам необходимо разрабатывать специализированные кредитные программы для открытия бизнеса и тех заемщиков, которые еще не обладают кредитной историей.

Таким образом, при сложившихся в настоящее время экономических условиях, кредитование субъектов малого и среднего бизнеса представляет собой важное направление деятельности банковских организаций. Малые и средние предприятия всегда испытывали и будут испытывать потребность в дополнительных финансовых ресурсах, поэтому развитие рынка кредитования МСБ является приоритетной задачей.

Литература:

1. Стратегия повышения финансовой доступности в Российской Федерации на период 2018–2020 годов. // http://www.cbr.ru/Content/Document/File/37470/str_30032018.pdf
2. Кредитование МСБ: противоречивый рост. // <https://bosfera.ru/bo/kreditovanie-msb-protivorechivyy-rost>
3. Дорожная карта Банка России по развитию финансирования субъектов малого и среднего предпринимательства. // http://www.cbr.ru/statichtml/file/17579/road_map_development.pdf

Основные методы учета внеоборотных активов в России и в зарубежных странах

Булгакова Татьяна Петровна, студент
Московский гуманитарный университет

Регламентирование в учете основных средств и нематериальных активов в российском и международном стандартах различаются по многим аспектам. В ряде из них отличия связаны с техническими тонкостями, однако, есть и существенные. Рассмотрим основные сходства и отличия в учете основных средств в данной статье.

Ключевые слова: внеоборотные активы, бухгалтерский учет, МСФО, основные средства, нематериальные активы.

Регламент учета основных средств в МСФО формируется отдельным стандартом, а именно МСФО (IAS) 16 «Основные средства». По российским стандартам учета ему соответствует ПБУ 6/01 «Учет основных средств».

В соответствии с МСФО 16, а также ПБУ 6/01 к основным средствам относят активы, по которым сроки использования превышают один год. При этом, стоимость основных средств списывается посредством амортизации.

Таблица 1. Основные сходства и различия в учете основных средств по системе РСБУ и МСФО

Характеристика	Сходства	Отличия
Определение основных средств	Совпадает	—
Критерии признания основных средств	—	В ПБУ 6 в отличие от МСФО (IAS) 16 отсутствуют критерии признания основных средств
Первоначальная оценка основных средств	Совпадает, за исключением, отличий	По МСФО (IAS) 16 в первоначальную стоимость включается сумма резерва на демонтаж в конце срока полезной службы, рассчитанный по МСФО (IAS) 37; Затраты на привлечение заемных средств включаются в первоначальную стоимость только в случае применения альтернативного подхода по МСФО (IAS) 23; При приобретении основных на условиях отсрочки платежа первоначальная стоимость определяется как дисконтированная сумма будущего платежа
Последующая оценка основных средств	Возможность учета по первоначальной или переоцененной стоимости	ПБУ 6/01 не допускает переоценку земельных участков; Различны подходы к отражению результатов переоценки и реализации сумм дооценки

Характеристика	Сходства	Отличия
Отражение обесценения основных средств	—	МСФО (IAS) 16 требует, чтобы балансовая стоимость основных средств не превышала возмещаемую стоимость (тестирование на обесценение по МСФО (IAS) 36)
Срок полезной службы	Правила определения отсутствуют	—
Амортизация	Соответствие методов амортизации	По РСБУ базой для начисления амортизации является фактическая стоимость приобретения объектов основных средств (п. 17–19 ПБУ 6/01) В МСФО амортизация начисляется с разницы между первоначальной стоимостью и ликвидационной стоимостью. Ликвидационная стоимость — сумма, которую организация рассчитывает получить за объект основных средств в конце предполагаемого периода его использования за вычетом затрат по ликвидации/выбытию объекта (п. 6 IAS16)
Раскрытие информации в отчетности	Совпадают отдельные показатели	В ПБУ 6/01 отсутствует требование раскрытия отдельных показателей, в том числе информации об убытках от обесценения; способов и дат переоценок; факта привлечения профессиональных оценщиков и др.

По международным стандартам нет ограничений по стоимости основных средств. По российским стандартам, в соответствии с ПБУ 6/01, в случае не превышения стоимости актива по сумме в 40 000 руб., его можно отнести на материально-производственные запасы. Поэтому большинство организаций применяют данное разрешение.

Также в системе российского учета в основные средства включаются объекты социальной инфраструктуры, в том случае, если они не дают дохода. По МСФО объекты, которые не приносят прибыль, не считаются основными средствами.

Согласно и МСФО, и РСБУ, основные средства оцениваются по фактической себестоимости на момент приобретения или постройки объекта. Стоимость определяется из первоначальной (покупной) цены, налогов и пошлин, которые не возмещаются, а также прочих затрат, понесенных при приобретении актива, и т.д.

Однако если у компании существует обязанность демонтировать в будущем данные основные средства, по МСФО в первоначальную стоимость включается резерв под демонтаж. Величина резерва формируется из затрат на демонтаж, ликвидацию актива и восстановление площадки для производства, на которой он находился. При создании резерва используется специальный МСФО 37 (IAS) «Резервы, условные обязательства и условные активы». [1, с. 44].

Также, в системе МСФО свои правила определения первоначальной стоимости основных средств, в случае, когда они приобретаются с отсрочкой платежа. Это связано с тем, что МСФО 16 прописывает: фактическая себестоимость — это вариант стоимости основных активов при их срочной оплате на дату признания. Следовательно, первоначальную стоимость основного средства, который будет оплачен в рассрочку, рассчитывают с учетом того, что предприятие будет иметь возможность использовать

данную сумму, которая в результате единовременной оплаты могла бы быть отправлена продавцу. Поэтому все планируемые выплаты дисконтируются посредством определенных коэффициентов к текущему моменту. Так происходит формирование стоимости основного средства, по которой он ставится на бухгалтерский учет. Получаемая в результате разница, учитывается в виде процентных расходов.

Главные различия в учете основных средств заключаются в сроке, в течение которого амортизируется объект. По МСФО управлению предприятия дается право определять сроки службы основных средств в соответствии с тем, на протяжении какого временного периода предприятие планирует получать доход от их использования.

Хотя аналогичное положение зафиксировано в ПБУ 6/01, на практике в целях бухгалтерского учета до сих пор используются нормы амортизации, которые были еще установлены постановлением Совмина СССР от 22 октября 1990 г. № 1072 или постановлением Правительства РФ от 1 января 2002 г. № 1. И также на практике все объекты основных средств используются значительно дольше предполагаемого срока. А возможность пересмотра срока амортизации возможна лишь после проведения модернизации, либо реконструкции».. [2, с. 333].

По нематериальным активам, согласно МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы» и ПБУ 14/2000 «Учет нематериальных активов», наблюдается соответствие друг другу.

Различия в признании нематериального актива по данным РСБУ и МСФО приведем в таблице 2.

Однако по РСБУ обозначены правила для признания нематериального актива, согласно которых требуются документы, подтверждающие наличие нематериального актива и исключительные права на него у организации. По МСФО 38 главным критерием отнесения актива к нема-

Таблица 2. Различия признания нематериальных активов по МСФО и РСБУ

Объекты учета	Классификация объектов учета согласно	
	ПБУ 14/2000	МСФО 38
Деловая репутация	НМА	Выведена из сферы действия стандарта и регулируется IFRS3
Товарные знаки, бренды	Могут быть учеты в составе НМА	Могут быть учеты в составе НМА, за исключением созданных организацией
Лицензии	Не относятся к НМА	Могут быть учтены в составе НМА
Организационные расходы при образовании юридических лиц	НМА	Не относятся к НМА

териальным есть способность предприятия извлекать экономическую выгоду от использования нематериального актива. Акцента на наличие документов не сделано». [3, с. 101],

Также по МСФО нет ограничения по сроку использования нематериальных активов. В регламенте же ПБУ 14/2000, нематериальные активы должны применяться сроком более 12 месяцев.

По ПБУ 14/2000 к нематериальным активам можно отнести организационные расходы, которые понесла организация при создании юридического лица. Имеются в виду расходы, которые признаны в соответствии с уч-

редительными документами долей вклада учредителей в уставный капитал организации. А МСФО 38 не считает организационные расходы как нематериальные активы, так как они непосредственно не связаны с получением дохода.

Другие отличия учета нематериальных активов по международным стандартам от российских стандартов идентичны отличиям в основных средствах. Имеется в виду различие в методах амортизации, необходимость согласно МСФО проверять активы на обесценение, возможность изменять срок использования и метод амортизации — по международным стандартам.

Литература:

1. Кирьянова З. В., Седова Е. И. (2013) Анализ финансовой отчетности М.: Юрайт, С. 44
2. Нечитайло А.И. (2013) Бухгалтерская финансовая отчетность // учебник. М.: Изд. 2-е, доп. и перераб., С. 333.
3. Филатова Т. В. (2013) Финансовый менеджмент: Учебное пособие.. М.: ИНФРА-М, С. 101.

Проблема внедрения стратегического управленческого учета на предприятии

Виноградов Павел Андреевич, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Мировая и отечественная практика показывают, что стратегическое управление дает возможность снизить влияние неопределенности на деятельность предприятия, повысить его способность противостоять непредвиденным ситуациям и определить приоритетные направления деятельности.

В наше время в экономических исследованиях используются различные разработки, посвященные проблематике стратегического управленческого учета как инструмента формирования стратегической цели функционирования и управления предприятием. Исследованию сущности стратегического управленческого учета, определению его составляющих, методических аспектов и принципов функционирования, а также рассмотрения проблематики о необходимости и значимости его организации на хозяйствующих субъектах уделяли существенное

внимание множество ученых. Однако, несмотря на количество разработок по методике управленческого учета, все еще много проблем существует по его прикладному внедрению и реализации в хозяйстве предприятий.

Целью исследования является обоснование необходимости реализации процесса внедрения стратегического управленческого учета и основных принципов его построения у субъектов хозяйствования для обеспечения роста эффективности функционирования каждой отдельной хозяйствующей единицы на основе принятия оптимальных стратегических и тактических управленческих решений.

Учетно-аналитическая система стратегического типа определяется как интегрированная система учета, планирования, контроля и анализа, обеспечивает систематизацию информации для оперативных управленческих решений и координации будущего развития предприятия.

Безусловно, что важной составляющей этой системы является стратегический учет [2].

Однако до сих пор в достаточной мере не сформировано системное обоснование экономической сущности страте-

гического управленческого учета. Современные подходы к трактовке экономической сущности понятия «Стратегический управленческий учет» отечественными и зарубежными учеными систематизированы в табл. 1.

Таблица 1. Трактовка экономической сущности понятия «стратегический управленческий учет» (Обобщенно на основе источников: [1, с. 158; 3, с. 254; 5, с. 462; 6, с. 85; 7, с. 242; 8, с. 78; 12, с. 312])

№	Автор	Трактовка сущности понятия
1.	Е.И. Костюкова	Это учет, который сосредотачивается на внешних факторах (таких, как доходность конкурентов, удельный вес на рынке и т.д.), тогда как для традиционного учета характерна сосредоточенность на внутренних процессах и явлениях.
2.	М.А. Вахрушина	Учетная система, адаптированная к современности производственной среды, включая многомерную стратегию связей с помощью каналов распространения и определения потребностей потребителей.
3.	О. Д. Каверина	Определенное сочетание управленческого учета с системами финансовой отчетности, ориентированное на принятие стратегических решений.
4.	Н. П. Кондраков	Стратегический управленческий учет должен отражать относительные финансовые результаты, достигнутые бизнесом по конкурентам, поставщикам и, возможно, потребителям.
5.	В.Э. Керимов	Это система управленческого учета, направленная на принятие управленческих решений.
6.	Семина Л. А.	Учет, предоставляет и анализирует финансовую информацию о рынках (на которых фирма реализует свои продукты), расходы конкурентов, структуру расходов и мониторинг стратегии предприятия и стратегий конкурентов на этих рынках.
7.	Шеремет А. Д.	Стратегический учет формирует собственные информационные ресурсы прогностического характера. Информационные ресурсы стратегического учета имеют связь с традиционным учетом, но им не ограничиваются. В частности, для стратегического управления необходимы данные не только о деятельности предприятия, но и о внешней среде, имеет чрезвычайно важное значение для предсказания траектории развития предприятия.

Необходимо отметить, что к предпосылкам ведения эффективного стратегического управленческого учета относятся:

- понимание и заинтересованность со стороны владельца бизнеса в необходимости применения системы для принятия управленческих решений;
- согласование с финансовым и бухгалтерским (налоговым) учетом;
- наличие квалифицированных специалистов по стратегическому управленческому учету и согласованность их деятельности;
- формирование своевременного информационного обеспечения;
- определение основных объектов управления и проблемных вопросов, которые требуют принятия управленческих решений по их решению.

Важнейшей информацией, которую необходимо использовать в стратегическом управленческом учете, является информация, сформированная в результате мониторинга внешней среды предприятия. В то же время в стратегическом учете осуществляется систематизация информационных ресурсов для осуществления мониторинга внутренней среды. Проведена систематизация основных задач стратегического управленческого учета (рис. 1).

Важно, что системы финансового и стратегического управленческого учета должны быть неотъемлемыми эле-

ментами деятельности каждого отдельного предприятия. Вместе с тем, каждая такая система имеет собственные сферы применения, свои цели, принципы, объекты учета, структуру и тому подобное. В отличие от финансового учета в системе управленческого стратегического учета очень много приблизительных оценок, объектом этого учета может быть отдельный вид продукции (работ, услуг), или отдельный центр ответственности. Использование составляющих стратегического управленческого учета позволит рассчитать прибыль или маржинальный доход как результат деятельности отдельного центра ответственности или отдельного вида продукции.

Вместе с тем, эффективным управленческим решением руководства предприятия должны быть присущи такие характерные особенности [4]:

- управленческие решения, связанные с финансовыми ресурсами, должны носить комплексный характер, то есть каждое отдельно принято решение оказывает влияние на окончательный финансовый результат деятельности предприятия в целом;
- процесс управления на предприятии должен носить динамичный характер, развиваться и подстраиваться под влияние внешних факторов;
- руководство предприятия должно разработать и применить действенный инструментарий, предоставлять возможность обеспечения такой организации си-

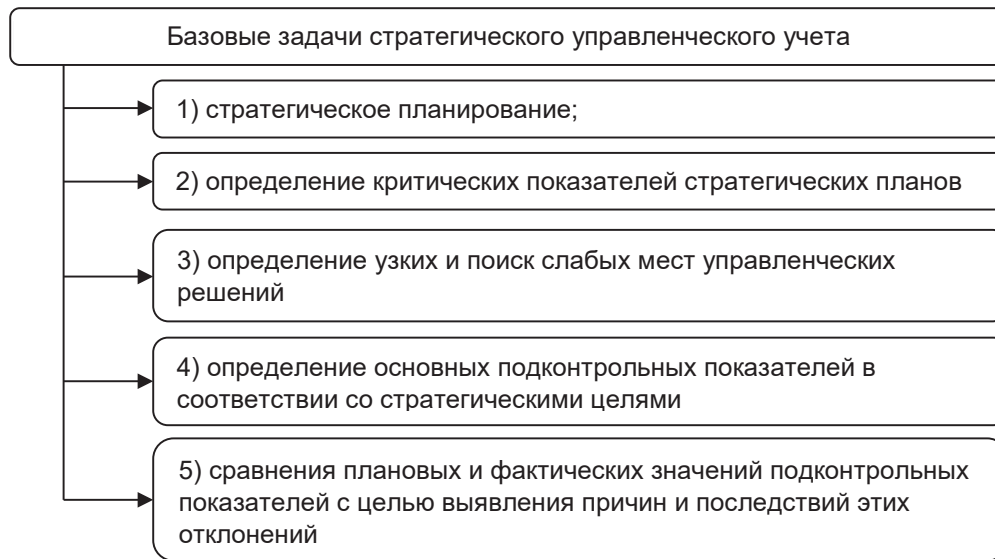


Рис. 1. Основные задачи стратегического управленческого учета

системы управления, чтобы она не противоречила, а способствовала достижению поставленных стратегических целей.

Далее систематизированы основные методы стратегического управленческого учета, выделенные в экономической литературе (рис. 2) [3].

Выявлено, что общая организационная модель по оценке эффективности и результативности функционирования системы стратегического управленческого учета предприятия охватывает систему последовательных этапов [5].

Первый этап такой организационной модели включает процесс мониторинга, направленный на определение и оценку:

- качества управленческой информации;
- наличие основных элементов системы стратегического управленческого учета и качества их взаимодействия и согласованности;
- оптимальности организационной системы и целесообразности выбранного варианта системы стратегического управленческого учета;
- степени совместимости действующей системы стратегического управленческого учета с современными требованиями уровня развития производства и конкуренции;
- степени зависимости от финансового учета.

Второй этап — определение эффективности и ответственности стратегического управленческого учета, ох-



Рис. 2. Методы стратегического управленческого учета

ватывающий оценивание: нормативной эффективности, которая позволяет определить степень реализации целей и задач системы стратегического управленческого учета; уровня выполнения стратегического плана развития системы стратегического управленческого учета на предприятии; а также относительной эффективности, определенной на основании соотношения выгод и издержек, понесенных при внедрении системы стратегического управленческого учета на предприятии.

Подытоживая, необходимо заметить, что стратегический управленческий учет, как составная системы управления предприятием в аспекте формирования учетно-аналитического обеспечения процесса принятия управленческих решений, предназначен для обеспечения процесса планирования будущей стратегии функционирования хозяйствующего субъекта; измерения и оценивания уровня результативности его хозяйствования и корректировки управляющих воздействий на ход реализации выбранной руководством стратегии.

Стратегический управленческий учет сконцентрирован на внешних факторах макросреды функционирования предприятия, ориентирован на учет неопределенности и базируется на избранных стратегиях деятельности данного хозяйствующего субъекта, которые уже реализуются или запланированы для реализации. Наиболее основательным информационным ресурсом, применяемым для реализации в стратегическом управленческом учете, является информация, полученная в результате мониторинга внешней среды функционирования предприятия.

Определение относительной эффективности по применению системы стратегического управленческого учета базируется на сопоставлении выгод и расходов, которые предприятие способно получить по результатам реализации процесса его внедрения. При этом, основная проблематика определения относительной эффективности заключается в выявлении и идентификации степени участия системы стратегического управленческого учета в формировании общей величины прибыли, полученной предприятием за определенный исследуемый период.

Кроме того считается, что особое внимание при внедрении стратегического управленческого учета и проведении мероприятий, направленных на его улучшение, следует уделять внутренней управленческой отчетности, что выступает объектом управленческого учета и систематизирует информацию, необходимую для обеспечения деятельности управляющей подсистемы предприятия [11]. Следует отметить, что именно от удачной организации документооборота для нужд стратегического управленческого учета зависит качество и обоснованность принятия управленческих решений менеджментом данного хозяйствующего субъекта. По проблематике структуры и содержательной наполненности внутренней отчетности для нужд стратегического управленческого учетного процесса, то, по моему мнению, она должна соответствовать операционному, тактическому и стратегическому уровням управления предприятием.

Литература:

1. Бухгалтерский учет и анализ: учебное пособие / Е.И. Костюкова, С.А. Тунин, О.В. Ельчанинова, А.Н. Бобрышев, И.Б. Манжосова, С.В. Гришанова; под общ. редакцией Е.И. Костюковой. — М.: КНОРУС, 2014. — 408 с.
2. Варфоломеев В.Н., Умрихина С.В., Современные проблемы методов и способов организации управленческого учета в компании / В.Н. Варфоломеев, С.В. Умрихина // Экономический анализ: теория и практика. — 2012. — № 27.
3. Вахрушина М.А. — 8-е изд., испр. — М.: Издательство «Омега-Л», 2010. — 570 с.
4. Кавич, А.Ю. Проблемы внедрения управленческого учета в организации / А.Ю. Кавич, В.Ф. Трунина // Экономика, управление, финансы: материалы II междунар. науч. конф. — Пермь: Меркурий, 2012. — С. 125–128.
5. Каверина О.Д. Управленческий учет: теория и практика [Текст]: учеб. пособие. / О.Д. Каверина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2014. — 488 с. — ISBN978-5-9916-2994-2.
6. Кондраков Н.П. Бухгалтерский управленческий учет [Текст]: учеб. пособие / Н.П. Кондраков. — М.: Проспект, 2011. — 504 с. — ISBN978-5-392-01750-8.
7. Керимов, В.Э. Бухгалтерский управленческий учет / В.Э. Керимов. — М.: Дашков и К, 2009. — 281 с.
8. Лысенко Д.В. Бухгалтерский управленческий учёт: Учебник / ред. Лысенко Д.В. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 478 с.
9. Николаева О.Е. Классический управленческий учет. / О.Е. Николаева, Т.В. Шишкова. — М.: Красанд, 2014. — 400 с.
10. Семина Л.А. Проблемы постановки и внедрения системы управленческого учета в организациях // Аудиторские ведомости. — 2015. — № 6. — С. 77–83.
11. Суйц В.П. Проблемы организации и технологии управленческого // Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика. — 2012. — № 3. — С. 94–102.
12. Шеремет А.Д. Управленческий учет. — М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2014. — 517 с.

Основные тенденции развития хлебопекарной отрасли в современных условиях

Гаранина Василина Владимировна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье раскрываются тенденции развития хлебопекарной отрасли. Также проведена оценка объемов производства хлеба и хлебобулочной продукции. Предложены пути решения проблем рынка хлебопекарной отрасли.

Ключевые слова: хлеб, хлебобулочные изделия, тенденции развития, инновации, технологии производства, хлебопекарное производство.

В настоящее время хлеб и хлебобулочная продукция выступают одним из главных элементов питательного рациона населения нашей страны.

Современный рынок хлеба и хлебобулочных изделий диктует жесткие требования к производителю. Чтобы выжить и быть успешным, необходимо выработать широкий ассортимент изделий. По мнению экспертов, представителям хлебопекарной и кондитерской отраслей следует обращать особое внимание на качество своей продукции, а также учитывать специфику и привычки потребителей [1, с. 52].

Как показывают исследования, изменяется структура потребляемых хлебобулочных изделий, уменьшается потребление традиционных сортов хлеба и увеличивается потребление новой и полезной для здоровья продукции.

Важность хлебопекарной отрасли трудно переоценить, во все времена хлеб являлся основным продуктом на столах людей, но в последнее время наблюдается отрицательная динамика производства данного продукта.

На основании таблицы 1 можно отметить отрицательную тенденцию производства хлебопекарной продукции. Общий объем производства снизился на 440 тыс. тонн, темп снижения составил 6%.

Данная динамика сложилась преимущественно за счет уменьшения производства продукции недлительного хранения на 491 тыс.тонн, что в относительном отклонении составляет 7%.

По другим статьям воспроизводства продукции отмечается положительная динамика: хлебобулочная продукция длительного хранения увеличилась на 17% (15,3 тыс. тонн), хлебобулочные изделия пониженной влажности возросли на 10% (23 тыс.тонн).

На рис. 1 представлена динамика производства в хлебопекарной отрасли Российской Федерации.

На основании рисунка 1 можно заметить снижение производства хлеба и хлебобулочных изделий на протяжении рассматриваемых периодов с 2013–2017 г.г.

В настоящее время многие люди обеспокоены состоянием своего здоровья, поэтому потребление хлебобулочной продукции снижается в динамике, следовательно, объемы производства также будут уменьшаться.

Разработано значительное количество разнообразных хлебобулочных изделий для лечебного питания; имеется широкий ассортимент изделий для профилактического питания, предназначенных для людей, имеющих предрасположенность к тем или иным болезням. [2, с.16].

Работники хлебопекарной отрасли сталкиваются с рядом проблем:

- 1) недостаточная квалификация рабочих на производстве;
- 2) условия труда, не соответствующие уровню производства;
- 3) устаревшее оборудование.

Таблица 1. Динамика объема производства хлебных изделий в Российской Федерации, тыс.т. [5]

Вид изделия	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонения 2017 г. к 2015 г.	
						тыс.тонн	%
Хлеб и хлебобулочные изделия, в том числе:	7255	7066	6965	6829	6815	-440	94
Хлебобулочные изделия недлительного хранения	6816	6626	6513	6369	6325	-491	93
Хлебобулочные изделия длительного хранения упакованные	91,7	89,5	103	102	107	15,3	117
Хлебобулочные изделия пониженной влажности	231	235	236	240	254	23	110
Хлеб и изделия хлебобулочные, прочие	116	115	114	118	128	12	110

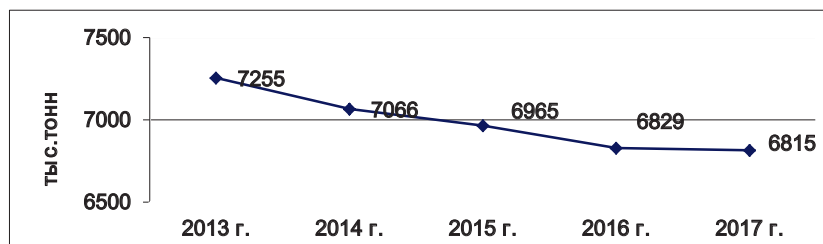


Рис. 1. Динамика производства хлебопекарной продукции

Тем не менее, покупателям на продажу поступает вкусная и свежая хлебобулочная продукция, так как производственные предприятия пытаются обеспечить цеха современным мощным оборудованием, нанимают квалифицированных рабочих.

Стоит отметить следующие негативные тенденции развития рынка хлебопекарной отрасли:

- 1) уменьшение объемов производства хлеба и хлебобулочной продукции;
- 2) отставание от мировых трендов в области производственного оборудования, а также подверженность его физическому и моральному износу;
- 3) недостаточные инвестиции в производственные мощности предприятий;
- 4) малая рентабельность продаж;

Литература:

1. Алферов, А. Рынок хлеба и хлебобулочных изделий: реалии, перспективы, тенденции развития / А. Алферов // Хлебопродукты. — 2016. — № 2. — С. 60.
2. Гран, Х. Ситуация на рынке хлебопекарного производства в России и перспективы его развития / Х. Гран // Хлебопечение России. — 2016. — № 3. — С. 16.
3. Терентьев, Н. Т. Производство и рынок хлеба — 2017. — № 2. — С. 10.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики //http://www.gks.ru [Электронный ресурс] (дата обращения 28.11.2018 г.)

Существуют следующие пути решения проблем рынка хлебопекарной отрасли:

1. Провести обновление основных производственных фондов на хлебных предприятиях (в первую очередь станков и оборудования);
2. Нарастивать объем инвестиций, позволяющий вести научные разработки, а также направлять денежные средства на техническое и технологическое совершенствование отрасли;
3. Направить региональные усилия на производство хлеба для разных категорий здоровья людей.

Таким образом, для того, чтобы обеспечить больший объем производства хлебопекарной отрасли необходимо обновить устаревшее оборудование, модернизировать машины, привлекать инвестиции в производство.

Основные группы принципов оценки стоимости бизнеса

Горчилин Иван Андреевич, студент

Российский государственный университет имени Косыгина А. Н. (Технологии. Дизайн. Искусство) (г. Москва)

В данной статье я буду рассматривать основные группы принципов оценки стоимости бизнеса, при какой необходимости будет целесообразно воспользоваться тем или иным принципом и чем они различаются.

Ключевые слова: бизнес, группа, принцип, замещение, полезность, рынок, конкуренция, зависимость.

Теоретической базой для оценки бизнеса служит набор оценочных принципов.

Принципы оценки стоимости бизнеса — это основные положения теории оценки стоимости объектов, соблюдение которых необходимо в условиях неопределенности, которые присущи рыночной экономике.

Выделим три группы взаимосвязанных между собой принципов оценки стоимости бизнеса. Первая группа прин-

ципов, в неё входят принципы, основанные на представлениях собственника. В первую группы принципов входят:

Принцип полезности: Объект (предприятие, имущество) обладает стоимостью, если оно может удовлетворить потребности реального или потенциального владельца в течение определенного промежутка времени.

Принцип замещения: Данный принцип сообщает, что максимальная стоимость бизнеса на открытом рынке

с большим количеством конкуренции не может быть больше наименьшей цены, за которую может быть приобретен или создан с нуля другой объект, обладающий такими же качествами.

Принцип ожидания: Рыночная стоимость предприятия отражает представления о его полезности, о его будущих выгодах. Этот объект будет стоить ровно столько же, сколько и принесет дохода.

Перейдем к второй группе принципов. Вторая группа принципов включает в себя принципы, которые связаны с особенностями объекта оценки и его эксплуатацией. Ко второй группе относятся такие принципы как:

Принцип вклада: когда рыночная стоимость бизнеса увеличивается при появлении новых факторов, которые формируют доход бизнеса.

Принцип добавочной продуктивности: когда добавочная продуктивность определяется чистыми доходами, которые относятся к земле, после всех компенсаций затрат на труд капитал и управление. В теории и на практике владелец бизнеса может рассчитывать на дополнительный доход, за счет того, что его бизнес расположен в очень выгодном месте.

Принцип предельной производительности: когда изменяется тот или иной фактор нашего производства это может влиять на стоимость нашего бизнеса. Обычно по мере добавления ресурсов стоимость бизнеса сначала возрастает, но потом прирост стоимости по отношению к своим затратам уменьшается, далее прирост стоимости прекращается.

Принцип сбалансированности: принцип состоит из того, что тип собственности полностью соответствует оптимальному сочетанию всех факторов производства.

Рассмотрим третью группу принципов. Принципы состоящие в третьей группы, обуславливаются воздействием окружающей среды.

Принцип зависимости: принцип гласит, что стоимость оцениваемой собственности зависит от назначения и стоимости имущества. Пример: в элитных жилых кварталах дом будет стоить намного дороже чем в обычном спальном районе.

Принцип соответствия: принцип гласит, максимальная стоимость достигается только в том случае, если особенности и характер использования бизнеса соответствует требованиям и ожиданиям местного рынка.

Принцип конкуренции: когда рынок расширяется и на рынке появляется множество крупных игроков, обостряется конкуренция. За счет чего конкуренция устанавливает справедливую рыночную стоимость товару, т.к. как предложений на рынке много и любой бизнес бьется за своего покупателя.

Наилучшее и наиболее эффективное использование предприятия определяется использованием объекта оценки, при котором его стоимость будет максимальной.

Затратный подход основан на принципах: замещения, наилучшего и наиболее эффективного использования, сбалансированности, экономической величины и разделения.

Единую базу оценки стоимости любого объекта, в том числе и имущества предприятия, составляют принципы оценки бизнеса. Принципы оценки бизнеса лежат в основе методов расчета стоимости бизнеса, которые относятся к двум группам: динамическим и статическим. Статические методы не охватывают вниманием будущее развитие бизнеса, используются для оценки имущества и недвижимости, бизнеса новых компаний, а также инвестиционных холдинговых компаний. Динамические методы дают возможность специалистам оценочных компаний сравнивать доходы оцениваемой компании с денежными средствами аналогичных компаний.

Таким образом, принципы оценки бизнеса будут способствовать получению достоверной, обоснованной величины стоимости бизнеса.

Литература:

1. Бусов, В.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учеб. для бакалавров, для студентов вузов, обучающихся по экон. направлениям и специальностям / В.И. Бусов, О.А. Землянский, А.П. Поляков; под общ. ред. В.И. Бусова. — Москва: Юрайт, 2012. — С. 134–137.
2. Гусев, А.А. Оценка бизнеса: учеб. — метод. комплекс / А.А. Гусев; Рос. Акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. — Москва: Изд-во РАГС, 2010. — С. 54–67.
3. Оценка бизнеса: учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / Финансовая акад. при Правительстве Рос. Федерации; под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — Москва: Финансы и статистика, 2012. — С. 159–176
4. Оценка бизнеса: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / под ред. В.Е. Есипова, Г.А. Маховиковой. — 3-е изд. — Санкт-Петербург: Питер, 2010. — С.140–156.
5. Щербаков, В.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В.А. Щербаков, Н.А. Щербакова. — 2-е изд. испр. — Москва: Омега-Л, 2014. — С. 93–144.
6. Валдайцев, С.В. Оценка бизнеса: учеб./ С.В. Валдайцев. — 2-е изд., перераб. И доп. — Москва: Проспект, 2010. — 360с.
7. Ричард Брейли, Стюарт Майерс, Принципы корпоративных финансов. Библиотека «Тройки Диалог». Издательство Олимп-Бизнеса, 2007.
8. Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли, Инвестиции. Издательство Инфра-М, Москва, 2009.

Методы оценки стоимости бизнеса в России

Горчилин Иван Андреевич, студент

Российский государственный университет имени Косыгина А. Н. (Технологии. Дизайн. Искусство) (г. Москва)

Относительно недавно, многие директора больших компаний на вопрос « что является главным критерием успешной компании?» ответили бы: « темпы роста прибыли». Затем их ответ звучал следующим образом « Увеличение доли рынка и рост прибыли». В настоящее время все сошлись на том, что главный критерий успешности компании-её стоимость. Давайте выделим три основных подхода оценки стоимости бизнеса в России.

Каждый подход имеет свои методы, плюсы и недостатки, давайте рассмотрим их поподробнее.

Ключевые слова: капитализация, стоимость, бизнес, доход, методы, оценка, актив, доходный.

Доходный подход к оценке бизнеса

Доходный подход в оценки стоимости бизнеса применяют в таких случаях когда владелец компании имеет желание свой бизнес или наоборот усовершенствовать его и ввести новые инвестиционные проекты. Так или иначе, в реальности всех теоретических покупателей нашего бизнеса/инвесторов не интересует продукт который производит бизнес, услуги, здания и оборудования. Их интересует только объем дохода который покупатель может получить если вложит деньги в наш бизнес. Этот подход определяет прибыль компании, эффективность, благосостояние. [1]

В доходном подходе существует 2 метода оценки стоимости бизнеса, давайте их рассмотрим.

Метод прямой капитализации

Рыночную стоимость нашего предприятия можно оценить с помощью формулы $V=D/R$.

D-годовой доход компании.

R-коэффициент капитализации нашего предприятия.

Формула подразумевает под собой, что мы уже владея информацией на отрезок времени вперед. Этот метод подойдет для компаний, которые уверены в своем стабильном доходе и рассчитывают на то, что их рентабельность будет повышаться в дальнейшем времени. [5]

Метод дисконтирования предполагаемых денежных потоков доходов

В этом случае мы производим дисконтирование будущего потока по ставке дисконта.

Суть метода заключается в том, что количество денежных средств, которая у компании есть сейчас стоит больше, чем такая же сумма денежных средств в будущем. Причин множество, начиная от форс мажора заканчивая инфляцией. Для того чтобы провести оценку по данному методу нужно оценить наши будущие потоки и правильно рассчитать ставку дисконта. Дисконтирование часто используют в таких случаях, когда мы можем предполагать, что прибыль нашего предприятия через какое-то количество времени будет отличаться от текущей

прибыли. [7] Этот метод пользуется эффективностью для оценки крупных коммерческих предприятий.

С доходным подходом для оценки стоимости бизнеса в России мы пришли к логическому выводу. Давайте рассмотрим, как работает затратный подход к оценке стоимости бизнеса.

С точки зрения затратного подхода бизнес рассматривают с позиции понесенных издержек. Когда балансовая стоимость активов компании различается с её рыночной стоимостью. Это подразумевает необходимость корректировки баланса. [3]

Данный подход используют в случаях, когда компании не приносит стабильной прибыли. Когда предприятие недавно образовано или находится на стадии ликвидации. Мы определяем рыночную стоимость каждого актива в отдельности, а затем вычитываем из суммы всех активов величину обязательств компании. Исходя из данной информации, мы получаем собственный капитал. Затратный подход к оценке стоимости бизнеса включает в себя три метода.

Метод чистых активов

Когда определяется чистая рыночная стоимость активов предприятия, а после вычитают величину ее обязательств. Корректировки в таком случае вносятся в статьи бухгалтерского баланса.

Метод ликвидационной стоимости

Для данного метода рассчитывают всю сумму, которую владелец предприятия получит если ликвидирует свой бизнес и продаст все свои активы по отдельности. В данном методе рассчитывают затраты на демонтаж, выплаты посредникам, комиссионные, налоги на продажу.

Сравнительный подход к оценке стоимости бизнеса

В данном подходе мы рассчитываем информацию о компаниях и сопоставляем с компанией, которая подлежит оценке.

Точность расчетов зависит напрямую от достоверности информации, которую мы собрали о конкурентах. Срав-

Подход	Преимущества	Недостатки
Доходный	Учитывает инвестиционные ожидания и экономическое старение предприятия. Позволяет оценить будущие доходы с учетом ситуации на рынке.	В основе — прогнозирование, а не четкие факты. Возможны ошибки в расчете ставки дисконта из-за неполноты данных и отсутствия стабильности в экономике.
Затратный	Наиболее надежный метод при оценке новых объектов. Привлекателен для предпринимателей, которые ориентируются на строительство, а не покупку готового объекта. Позволяет оценить, насколько эффективно используются земельные участки.	Затраты не всегда эквивалентны рыночной стоимости объектов. Сложно рассчитать стоимость воспроизводства устаревших сооружений. Землю приходится оценивать отдельно от сооружений. При расчетах не принимают во внимание перспективы развития предприятия. Методы затратного подхода сложны для применения на практике.
Сравнительный	Основан на достоверной информации, отражает реальные результаты работы компании. Показывает величину спроса и предложения на конкретный объект с учетом рыночной ситуации.	Расчет основан на ретроспективе. Потенциал предприятия не учитывается. Расчеты трудоемки с большим количеством корректировок. Методы эффективны только при наличии обширной финансовой информации по конкретному предприятию и его аналогам.

Рис. 1

нительный подход используется редко, так как найти относительно одинаковые компании довольно-таки затруднительно.

Сравнительный подход содержит в себе три метода:

Метод рынка капитала — в его основе лежат цены, которые были сформированы на фондовых рынках. Рассчитывая стоимость одной акции предприятия, оценщик в данном случае ориентируется на стоимость одной акции компании конкурента.

Метод отраслевых коэффициентов

В данном методе мы опираемся на расчеты соотношения стоимости нашего бизнеса и рядом комплексов финансовых параметров.

Для этого метода требуется информация о том на каких условиях были проданы предприятия с определенными финансовыми показателями.

Здесь разговор идет о достаточно длительных наблюдениях, которые в итоге позволяют нам выработать формулы для оценки активов компании.

Сильные и слабые стороны каждого подхода для оценки стоимости бизнеса представлены на рис. 1

Теория гласит, что независимо от того, какой подход выбран в качестве основного, результат — а именно стоимость бизнеса — должен быть одинаков. На практике такое едва ли возможно. Рынок далек от идеальных моделей, конкуренция несовершенна, а количество показателей в основе формул слишком велико. Поэтому разные подходы, скорее всего, покажут разные результаты. Выбирать нужно тот, который в большей степени подходит к характеристикам конкретного бизнеса. Кроме того, широкое применение находит опционная модель. Она допускает, что стоимость компании может быть величиной переменной, напрямую зависящей от внешних факторов.

Литература:

1. Асват Дамодаран, Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. Альпина Паблишер, 2010 г.
2. Дамодаран в своей работе использует термин фирма, что является тождественным нашему термину компания.
3. З. Кристофер Мерсер и Трэвис У. Хармс, под научной редакцией В. М. Рутгаузера, Интегрированная Теория Оценка Бизнеса. Издательство Маросейка, 2008.
4. И. В. Косорукова, С. А. Секачев, М. А. Шуклина, Оценка стоимости ценных бумаг и бизнеса. МФПА, 2011.
5. Косорукова И. В. Конспект лекции. Оценка стоимости бизнеса. ИФРУ, 2012.
6. Ричард Брейли, Стюарт Майерс, Принципы корпоративных финансов. Библиотека «Тройки Диалог». Издательство Олимп-Бизнеса, 2007.
7. Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли, Инвестиции. Издательство Инфра-М, Москва, 2009.

Инвестиционный климат и его составляющие

Журавлева Ксения Андреевна, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

В экономике инвестиции играют важную роль. Как экономическая категория они осуществляют важнейшие функции, в отсутствии которых невозможно нормальное, эффективное экономическое развитие, так как инвестиции затрагивают наиболее глубокие основы хозяйственной деятельности, определяя процесс экономического роста в целом. Инвестиции объективно необходимы, так как в современных условиях они выступают важнейшим средством обеспечения структурных сдвигов в экономике, реализации достижений технического прогресса и увеличения качественных показателей хозяйственной деятельности, в следствии чего определяет экономический потенциал в целом и способствует социально-экономическим преобразованиям, повышающим жизненный уровень населения.

Часто в экономической литературе инвестиционный климат и инвестиционная привлекательность трактуются как синонимы. Но первое понятие более широкое и ёмкое. Это базовая характеристика среды инвестирования в стране, регионе, экономическом районе, отрасли. Только лишь с учетом рейтинговой оценки инвестиционного климата инвестору целесообразно переходить к оценке инвестиционной привлекательности конкретного объекта или инвестиционного проекта.

Инвестиционный климат — это обобщенная характеристика совокупности социальных, экономических, организационных, правовых, политических, социокультурных предпосылок, предопределяющих инвестирование в региональную хозяйственную систему [2].

Понятие «инвестиционный климат» отражает степень благоприятности ситуации, складывающейся в той или иной стране (регионе, отрасли) по отношению к инвестициям, которые могут быть направлены в страну (регион, отрасль).

В современном экономическом словаре существует определение термину инвестиции — это размещение капитала с целью получения прибыли [3]. Они являются неотъемлемой частью современной экономики.

Согласно положению Закона «Об инвестициях», под инвестиционной деятельностью понимается вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [1].

Инвестиционный климат формируется под воздействием комплекса факторов, определяющих условия инвестиционной деятельности и степень риска вложения инвестиций.

Факторы инвестиционного климата носят, как объективный характер, так и субъективный характер. Факторы объективного характера весьма многообразны. К первым факторам относятся природно-климатические условия,

наличие сырьевых ресурсов и энергетических ресурсов, географическое положение, демографическая ситуация и другое.

Вследствие того, что воздействие объективных факторов на инвестиционный климат изменить сложно, в таком случаи при анализе серьезное внимание уделяется субъективным факторам. Они связаны с деятельностью человека. К субъективным факторам относятся: экономическая стабильность; уровень соблюдения законности и правопорядка; уровень развития и доступность объектов инфраструктуры; качество налоговой системы и уровень налогового бремени; качество банковской системы и других финансовых институтов.

При этом можно выделить моменты, положительно и негативно влияющие на инвестиционный климат. К обстоятельствам, способствующим созданию благоприятного инвестиционного климата и повышению инвестиционной активности в стране, относятся:

- высокий потенциал внутреннего рынка;
- низкий уровень конкуренции;
- высокая норма прибыли;
- низкая стоимость ресурсов (сырьевых, трудовых, финансовых);
- стабильная налоговая система;
- эффективная поддержка государства.

К факторам, препятствующим развитию инвестиционных процессов и тем самым ухудшающим инвестиционный климат в стране, относятся:

- политическая нестабильность;
- социальная напряженность (забастовки, войны мафиозных структур, этнические и религиозные распри и т.д.);
- высокие ставки рефинансирования;
- высокий уровень инфляции;
- высокий уровень внешнего и внутреннего долга;
- дефицит бюджета;
- неразвитость законодательства, в том числе неисполнение законов, регулирующих инвестиционную сферу;
- пассивное сальдо платежного баланса;
- высокие транзакционные издержки.

Следовательно, инвестиционный климат можно рассматривать в разрезе совокупности политических, социально-экономических, организационно-правовых, финансовых, и географических факторов, привлекающих или отталкивающих потенциальных инвесторов.

Инвестиционный климат относится к наиболее важным параметрам, которые обуславливают принятие решений о вложении средств (инвестиций). К основным составляющим относятся 2 основных функционально взаимосвязанных элемента:

- инвестиционная активность;
- инвестиционная привлекательность.

Соотношение данных элементов и дает возможность принимать объективные решение о возможности ведения эффективной инвестиционной деятельности.

Инвестиционная активность — это фактическая реализация инвестиционного потенциала, учитывая уровень сопутствующих инвестиционных рисков. Она отражает динамику привлечения инвестиций, их структуру, а также соотносит некоторые макроэкономические показатели, которые описывают и характеризуют степень изменчивости инвестиционной деятельности.

Под инвестиционной привлекательностью понимают наличие таких условий инвестирования, которые оказывают большое влияние на предпочтения инвестора в вы-

боре того или иного объекта инвестирования. Объектом инвестирования может выступать отдельный проект, предприятие в целом, корпорация, город, регион, страна.

Можно сделать вывод, что на развитие инвестиционного климата оказывают большое влияние различные факторы: природно-климатические условия, состояние окружающей среды, географическое положение, научный потенциал, экономическое положение, законодательная и нормативная база, фактор риска, трудовые ресурсы, социальная инфраструктура. Оценивая инвестиционную привлекательность, следует принимать во внимание очевидный факт определенных противоречий, характеризующих как саму систему факторов и показателей инвестиционного климата региона, так и эту систему в отношении к иным целям и приоритетам социально-экономического развития.

Литература:

1. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 г.
2. Гладкий, Ю. Н. Экономическая география России: учеб. / Ю.Н Гладкий, В.А Доброскок, С. П. Семенов — М.: Наука, 2009.
3. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева — М.: Инфра — М, 2006.

Влияние логистических рисков на эффективность деятельности предприятий

Золотухина Вероника Витальевна, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Определено, что управление рисками логистической системы предприятия следует рассматривать как целенаправленный процесс воздействия субъекта логистической системы предприятия на возможность возникновения опасности в работе звеньев логистической цепи с помощью специальных методов и средств.

В статье дано определение логистическому риску, выделены методы оценки рисков в логистике, способы воздействия на риски, выделены виды логистических рисков.

Ключевые слова: логистика, оценка логистических рисков, система управления логистическими рисками, анализ, эффективность, предприятие, прибыль.

The impact of logistics risks on the performance of the enterprise

Zolotukhina V. V.

It was determined that the risk management of the logistics system of an enterprise should be considered as a targeted process of influence of the subject of the enterprise logistics system on the possibility of danger in the work of the links of the logistics chain with the help of special methods and means.

The article defines logistical risk, outlines methods for assessing risks in logistics, ways to influence risks, identifies types of logistical risks.

Keywords: logistics, assessment of logistics risks, a system of management of logistics risks, analysis, efficiency, company, profit.

Как показывает мировая практика, на современном этапе хозяйствования эффективность и результатив-

ность деятельности предприятия прежде всего зависит от взвешенности и обоснованности выбранной им логисти-

ческой стратегии и использования логистических принципов в управлении.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что применение логистического подхода на практике позволяет существенно повысить прибыльность и качество логистического обслуживания, что, в свою очередь, обеспечивает предприятию существенные конкурентные преимущества. Наряду с применением логистического подхода возникает необходимость учета рисков в функционировании логистической системы.

Под логистическим риском понимают опасность возникновения задержки в работе цепи поставки, срыв поставок или нарушения в работе одной или нескольких звеньев цепи [1].

Логистическая система находится под влиянием рисков, сопровождающих функционирование любого рыночного субъекта [2].

Появление рисков, присущих всем звеньям логистической цепи (от поставки материальных ресурсов поставщиками до доставки готовой продукции потребителям) в логистической деятельности связано с ошибками или просчетами

в управлении материальными и сопутствующими потоками, неучитыванием определенных рыночных условий (опоздание поставок сырья на предприятия, некомплектности заказов, неправильно рассчитан объем закупок и т.д.).

Подсчеты специалистов показали, что сокращение логистических издержек на 1% эквивалентно около 10% увеличению объемов продаж. Судя по приведенным показателям, можно без сомнения утверждать о важности правильной, компетентной, образованной организации логистических процессов предприятия.

Возникновение рисков ситуаций с осложнением логистического процесса неизбежно привлекает пристальное внимание к проблемам управления логистическими рисками. Систематизировав все классификационные признаки, можно выделить следующие основные группы рисков в процессе функционирования логистических систем: политические, макроэкономические, коммерческие, риски реализации, риски таможенного оформления, транспортные. Следует подробнее остановиться на приведенных группах риска. Классификация рисков логистических систем приведены на рисунке 1.



Рис. 1. Классификация рисков логистических систем

Возможность оценки риска на этапе планирования и выполнения логистических процессов является необходимой особенностью для активного управления рисками. Чтобы обеспечить упреждающее управление рисками в сложных логистических системах, необходимо провести хорошо структурированный и широкий анализ рисков [3]. Целью этого анализа рисков является идентификация информации, которая имеет отношение к оценке риска. Именно начало процесса управления рисками является основой для всех последующих процессов. На ранней стадии идентификация риска позволяет оказывать влияние на логистический процесс, поэтому можно избежать или снизить риск, который может поставить под угрозу

успех процесса. По этой причине необходимо выявить все возможные факторы риска.

Исследование процессов управления логистическими рисками целесообразно начинать с создания команды экспертов. В группу экспертов для оценки рисков необходимо пригласить специалистов из разных сфер деятельности: менеджеров, экономистов, математиков, программистов, страховщиков тому подобное. Эти специалисты анализируют и оценивают понятие «риск» (в логистике) на основе собственного опыта и профессиональной компетенции. Необходимо достичь однозначности в подходах к рискам, которая устанавливается регламентами компании и внутренней документацией организации.

В большинстве случаев невозможно полностью устранить риск, его можно только снизить до приемлемого уровня, когда он перестает быть опасным. Если риск является приемлемым, то логистическое решение может быть принято, если он представляет опасность, то требуется применение методов управления рисками, которые могут снизить его до приемлемого уровня.

Целями управления рисками являются систематический поиск рисков, связанных с конкретными процессами, анализ выявленных рисков и их полная ликвидация или, по крайней мере, снижение уровня выбора предельного риска и осуществление надлежащей безопасности и гарантий.

Процесс управления рисками включает применение логических и систематических шагов. Чтобы достичь максимальной выгоды, необходимо управлять рисками (идентификация опасности, оценка рисков, риски лечения, мониторинг рисков...) так, чтобы они были инициированы на первом этапе проекта и продолжать управлять рисками на всех остальных этапах [4].

Анализ рисков — это процедура выявления факторов рисков и оценки их значимости. Анализ рисков включает оценку рисков и методы снижения рисков или уменьшения связанных с ним неблагоприятных последствий. Оценка рисков — это определение количественным или качественным способом величины (степени) рисков.

Американский эксперт Б. Берлимером предложил при анализе использовать некоторые предположения: Потери от риска независимы друг от друга. Потеря в одной области деятельности не обязательно увеличивает вероятность потери в другой (за исключением форс-мажорных обстоятельств). Максимально возможный ущерб не должен превышать финансовых возможностей участника [5].

Эффективное управление — это ключ к успеху, особенно в управлении цепочками поставок. В последнее время все больше и больше предприятий поручают часть своей деятельности внешним субподрядчикам. Предприятия используют аутсорсинг в основном для оп-

тимизации своих расходов. Роль аутсорсинга логистики для всех или части логистических операций организации постоянно растет. Основным движущим фактором аутсорсинга логистики является внешнее управление процессом интеграции цепочки поставок, развитие основного бизнеса, снижение эксплуатационных расходов и необходимость улучшения качества логистических услуг [6].

В качестве примера транспортного аутсорсинга можно рассмотреть компанию Avon. В начале 90-х. Avon (мировой лидер на рынке парфюмерии и косметики с годовым объемом продаж в 8 миллиардов долларов) построила и сохранила свой собственный парк автомобилей. Однако, постепенно руководство компании пришло к решению оптимизации этого процесса как с точки зрения качества, так и с точки зрения стоимости предоставления услуг. Так как основным бизнесом Avon является прямая продажа продуктов, а не их доставка. Благодаря передачи функций доставки на аутсорсинг, компания значительно сократила затраты на управление автопарком, ускорила обслуживание клиентов и повысила лояльность покупателей.

Таким образом, транспортно-логистические компании в своей хозяйственной деятельности сталкиваются с большим количеством рисков, которые необходимо выявить, оценить и минимизировать. Расходы на предупреждение рисков меньше, чем убытки от их последствий. А значит, обеспечить экономическую эффективность системы доставки грузов можно, только потратив определенные средства на предотвращение или минимизацию рисков. Основная проблема оценки рисков транспортно-логистических компаний является выявление перечня рисков и выбор метода воздействия на него. Управлять всеми рисками невозможно, поскольку это требует значительных финансовых и кадровых затрат. Так что в дальнейших исследованиях необходимо классифицировать виды логистических рисков по степени их важности, оценить последствия их реализации, размеры ущерба и определить способы минимизации рисков.

Литература:

1. Что такое логистика [Электронный курс]: определение логистики. URL: <http://www.ec-logistics.ru/logistika.htm>
2. Ennouri W., Risks management: new literature review // Polish journal of management student, 2013.
3. Сергеева В. И., Корпоративная логистика // Книга для студентов, 2013.
4. Дудинская М. В., Управление логистическими рисками в цепях поставок металлургических компаний // Диссертация кандидата экономических наук, 2009.
5. Jens Schumacher, Methods of Risk Assessment and their suitability in a logistic environment // ResearchGate, 2005.
6. Jiangye Zhao, Zhu Zhu, Risk investigation of logistics management and logistics method in the Chinese non-metallic mineral industry // Hogskolan I Gavle, 2013.

Процедура и этапы проведения аттестации персонала

Имешева Кристина Владимировна, студент
Самарский институт управления

В статье рассматриваются процедура и этапы проведения аттестации персонала.

Ключевые слова: аттестация, персонал, задача аттестации, проведение аттестации.

Аттестация персонала — процедура, проводимая с целью выявления степени соответствия качеств работника, количественных и качественных результатов его деятельности определенным требованиям.

Процедура аттестации персонала может рассматриваться как широко (Рис. 1), так и более узко. В узком понимании она включает:

- 1) подготовка к аттестации;
- 2) проведение аттестации;
- 3) подведение итогов аттестации.

Широкое понимание, рассмотренное в труде у Боровой С. Е., наиболее полно отражает суть аттестации.

1. **Цель.** Вначале ставится цель, которая не только поможет понять, зачем вообще проводится аттестация, но и обрисовать её будущие границы.

2. **Анализ ситуации.** После постановки цели проводится анализ ситуации как внутри самой фирмы, так и за её пределами — в отрасли и во всём экономическом секторе. Это в дальнейшем поможет наметить некоторые дополнительные задачи в аттестации и выделить качества работника, важные при нынешнем положении дел.

3. **Кто проводит, кого оценивают.** Тут нужно быть очень внимательным. Во-первых, нельзя ставить в качестве оценщика неподготовленного человека, который не знает как ни тонкостей методов оценки, так и не имеет понятия о целях аттестации. О возможной некомпетентности оценщика уже можно и не говорить. Во-вторых, нужно определиться оцениваются ли отдельные работники или группы, и если группы, то отобранные по какому признаку, составить списки аттестации и предупредить

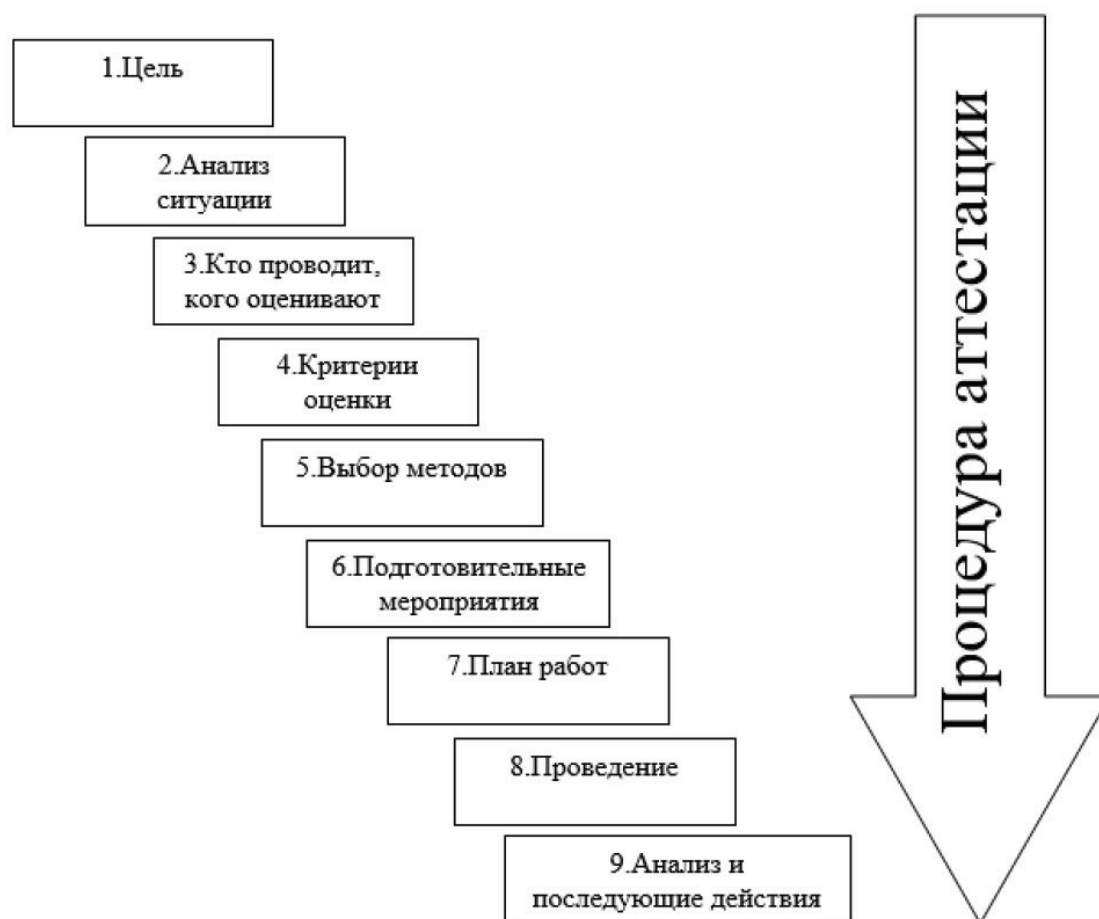


Рис. 1. Состав процедуры аттестации [2, с. 178]

аттестуемых и руководителей их подразделений за 2 месяца, если иное не предусмотрено в Трудовом договоре.

4. **Критерии оценки.** Они продиктованы задачами аттестации, а также особенностью сложившейся ситуации и функциями конкретного работника в организации. Их необходимо заранее определить, пояснить их суть и зафиксировать в каком-либо документе желательнее в связи со шкалой оценок, которые также должны быть разработаны на этом этапе.

5. **Выбор методов.** Он связан с задачами аттестации и зависит от возможностей организации. Например, не каждая организация может позволить себе организацию Assessment Center'a. Также важна требуемая точность — от этого зависит, например, выбор между трехразрядным семантическим дифференциалом и шкалой Лайкерта. Оценщики должны хорошо представлять себе суть методов, дабы избежать их неверного применения.

6. **Подготовительные мероприятия.** По сути включает предыдущие пункты, если они по какой-либо причине ещё не выполнены. Также необходимо проверить подготовленность оценщиков к аттестации, утвердить аттестационные списки, подготовить бланки, используемые в процессе аттестации, выбрать оптимальные методы

обработки и систематизации данных, полученных в процессе аттестации.

7. **План работ.** Документ, описывающий сам процесс проведения аттестации и захватывающий направленность анализа его итогов. Также должен быть заверен и выставлен для ознакомления с ним рабочих. Носит полупропагандистский характер, поэтому наибольший упор в нём должен делаться на отражение целей аттестации.

8. **Проведение.** Представление работника, знакомство с его краткой характеристикой от руководителя или коллег по работе, проведение аттестационных интервью, аттестационных тестов или иных методов аттестации, заполнение бланков аттестации уполномоченными на это людьми так, чтобы потом было удобно анализировать полученные данные.

9. **Анализ и последующие действия.** Анализ полученной информации в соответствии с выбранными критериями и шкалами оценки, который включает в себя подсчёты баллов, сравнение характеристик, проецирование этой информации на задачи аттестации и общую ситуацию на предприятии, донесение до работника итоговой оценки аттестации. Дальнейшие действия выполняются в увязке с итогами аттестации так, чтобы ставившаяся цель была выполнена.

Литература:

1. Андреев А. А. Управление персоналом организации. — М.: Диалог-наука, 2014. — 291 с.
2. Борисова С. Е. Управление персоналом для современных руководителей — СПб: Питер, 2003—448 с.
3. Веснин В. Р. Управление персоналом. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 656 с.
4. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. — М.: КноРус, 2014. — 360 с.
5. Шаш Н. Н. Управление персоналом. — М.: Юрайт, 2014. — 368 с.

Методика анализа финансовых активов по данным консолидированной отчетности

Кершис Екатерина Александровна, студент магистратуры
Московский гуманитарный университет

Содержание статьи раскрывает особенности методики анализа финансовых активов, производимого на основании консолидированной отчетности.

Ключевые слова: *финансовый анализ, финансовые активы, консолидированная отчетность, ликвидность, рентабельность, фундаментальная стоимость.*

Важнейшим информационным источником, на основании которого принимаются различного рода управленческие решения, является финансовая отчетность. В процессе изучения сведений огромное внимание уделяется оценке финансовых активов компании.

Финансовые активы — это финансовые ресурсы, которые представляют собой совокупность имущественных ценностей предприятия, таких как:

- денежные средства, находящиеся в кассе учреждения, а так же на банковских счетах;
- ценные бумаги: акции, опционы, фьючерсы, паи других компаний и.т.п.;
- финансовые вложения и предоставленные займы;
- дебиторская задолженность, расчетные документы в пути, и.т.д.

С помощью данных элементов возможно проанализировать становление фундаментальной стоимости предприятия, что позволит:

- увеличить доходы предприятия, диверсифицируя источники их получения;
- повысить кредитоспособность, за счет использования данных финансовых ресурсов, как залог;
- установить возможность управления продажами (так как включают дебиторскую задолженность);
- обеспечить высокую ликвидность.

В настоящее время некоторые аспекты анализа финансовых активов остаются не проработанными. Это происходит по причине отсутствия комплексной методики анализа, произведенного на основании консолидированной отчетности. При таком анализе могут возникнуть трудности, такие как: отсутствие возможности полной достоверности прогноза доходности по данным активам, потому как отчетность включает в себя некоторые отличающиеся элементы, к которым невозможно применить стандартные методики. Стоимость финансовых активов может отличаться, это усложняет оценку влияния таковых на финансовое состояние, финансовые результаты и стоимость корпорации.

Представленная ниже методика может применяться для анализа финансовых активов корпорации и некоторых отдельных элементов, с точки зрения их влияния на финансовые результаты существующей деятельности.

Данная методика подразумевает работу, разделенную на следующие этапы:

Этап № 1. Классификация финансовых активов: по причине многообразия финансовых составляющих, для эффективного анализа в первую очередь необходимо проанализировать структуру финансовых активов по различным признакам, которые можно оценить согласно данным консолидированной отчетности. Пример такой классификации можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1. Классификация финансовых активов (МСФО (IFRS) 9)

Признак классификации	Классификационные группы
Учетная стоимость	Активы, оцениваемые по амортизированной стоимости. Активы, оцениваемые по справедливой стоимости
Цели приобретения и использования	Спекулятивные. Инвестиционные. Транзакционные (расчетные инструменты)
Уровень и гарантированность дохода	Активы, приносящие гарантированный доход. Активы, приносящие неопределенный доход. Активы, не приносящие дохода
Срок обращения	Краткосрочные. Долгосрочные.
Уровень ликвидности	Высоколиквидные. Ликвидные. Низколиквидные

Этап № 2. Оценка влияния финансовых активов на финансовое состояние предприятия: такая оценка производится с помощью расчета занимаемой доли этих активов в совокупных инвестициях, а также доли доходов или расходов, полученных от финансовых активов.

Оценка влияния данных активов на финансовое состояние предприятия очень важна, так как они обеспечивают высокую ликвидность. Для такой оценки необходимо рассчитать коэффициенты, указанные ниже:

$$k_{ML} = \frac{C}{CL}$$

Где,

k_{ML} - коэффициент мгновенной ликвидности;

C - денежные средства и их эквиваленты;

CL - краткосрочные обязательства.

Коэффициент мгновенной ликвидности рассчитывается, как отношение денежных средств (и прочих эквивалентов) к величине краткосрочных обязательств. В числитель не стоит включать такие показатели, как инвестиции, которые предназначены для продажи, так как они не могут быть мгновенно трансформированы в денежные средства.

Для расчета коэффициента промежуточной ликвидности необходимо составить отношение денежных средств, сложенных с дебиторской задолженностью к величине краткосрочных обязательств.

$$k_{PL} = \frac{C + AR_{FI}}{CL}$$

Где,

k_{PL} - коэффициент промежуточной ликвидности;

AR_{FI} - дебиторская задолженность покупателей, векселя к получению, задолженность по краткосрочным займам, прочая дебиторская задолженность, относящаяся к финансовым активам.

В числитель не стоит включать такие показатели, как авансы поставщикам, НДС (Налог на добавленную стоимость) к возмещению, а также другие налоги.

Стоит подчеркнуть, что при расчете коэффициентов мгновенной и промежуточной ликвидности в качестве числителя формулы должны использоваться только финансовые активы.

Расчет коэффициента текущей ликвидности рассчитывается, как отношение оборотных активов (которые включают как финансовые, так и нефинансовые активы) к краткосрочным обязательствам. При этом важно определить влияние на значение показателя текущей ликвидности, который можно рассчитать по следующей формуле:

$$k_{CL} = \frac{C + AR_{FI} + AR_{NFI} + FI_S + FI_T + FI_D + INV}{CL}$$

Где,

k_{CL} - коэффициент текущей ликвидности;

AR_{NFI} - дебиторская задолженность, не относящаяся к финансовым активам, в том числе авансы поставщикам, НДС к возмещению и др.;

FI_S - инвестиции, имеющиеся в наличии для продажи;

FI_T - инвестиции, предназначенные для торговли;

FI_D - прочие краткосрочные финансовые активы, в том числе безотзывные банковские депозиты;

INV - запасы и прочие оборотные активы.

Этап № 3. Анализ движения финансовых активов и оценка интенсивности операций с финансовыми активами: высокие показатели интенсивности операций характерны для инвестиций, предназначенных для торговли. Они позволяют получать краткосрочную прибыль, для оценки которой необходимо определить коэффициенты приобретения и продажи.

Коэффициент приобретения финансовых активов можно рассчитать по формуле:

$$k_P = \frac{P_{FI}}{FI_N}$$

Где,

P_{FI} - платежи в счет приобретаемых финансовых активов;

FI_N - величина финансовых активов за вычетом займов, дебиторской задолженности, депозитов, денежных средств и их эквивалентов.

Коэффициент продажи финансовых активов рассчитывается по следующей формуле:

$$k_S = \frac{S_{FI}}{FI_N}$$

Где, S_{FI} - поступления от продажи финансовых активов.

Этап № 4. Оценка эффективности финансовых активов: для расчета такого существенного аспекта, как эффективность финансовых активов, необходимо произвести расчет показателей рентабельности инвестиционных и спекулятивных финансовых активов, и расчет оборачиваемости транзакционных финансовых активов.

При расчете рентабельности необходимо соотнести доходы, полученные от финансовых активов с их стоимостью:

$$r_{FA} = \frac{IN_{FI}}{FI_N} 100$$

Где,
 IN_{FI} - доходы от финансовых активов.

Для расчета периода оборота транзакционных финансовых активов, необходимо воспользоваться формулой:

$$P_T = \frac{FI_{TR}}{TR} T$$

Где,
 FI_{TR} - транзакционные финансовые активы, в том числе дебиторская задолженность, денежные средства и их эквиваленты;
 TR - выручка;
 T - длительность календарного периода.

После, для проведения анализа инвестиционных и спекулятивных активов, необходимо произвести оценку изменения справедливой стоимости. Они могут отражаться в составе отчета о прибылях и убытках, а также в составе прочего совокупного дохода (по инвестициям в наличии для продажи). Если данные изменения принять к учету в составе прибылей и убытков, они повлияют на показатели рентабельности. Если они учитываются в составе прочего совокупного дохода, то необходимо проанализировать изменения справедливой стоимости финансовых активов отдельно.

Для этого нужно рассчитать темп прироста справедливой стоимости: необходимо произвести отношение изменения справедливой стоимости к справедливой стоимости инвестиций (которые имеются в наличии для продажи):

$$r_S = \frac{\Delta FI_S}{FI_S} 100$$

Где, ΔFI_S - изменение справедливой стоимости инвестиций, имеющих в наличии для продажи, отражаемое в составе прочего совокупного дохода.

Стоит отметить, что при оценке финансовых активов темп прироста справедливой стоимости и рентабельность сравниваются с рыночными процентными ставками, учитывается темп инфляции, индекс фондового рынка и рентабельность основной деятельности корпорации. Так же стоит обратить внимание на то, что рентабельность вложений в финансовые активы может иметь низкие и порой отрицательные значения.

Этап № 5. Оценка влияния финансовых активов на рентабельность инвестированного капитала: финансовые активы реализуются за счет показателей рентабельности и оборачиваемости.

Взаимосвязь между показателями эффективности финансовых активов и фундаментальной стоимостью предприятия можно увидеть на схеме, представленной ниже.



Рис. 1. Влияние финансовых активов на фундаментальную стоимость

Для расчета рентабельности инвестированного капитала, которая необходима для анализа влияния финансовых активов, необходимо воспользоваться следующей формулой:

$$ROIC = \frac{NROS_{EBIFA} + NROS_{FA}}{P_{NFA} + P_{FA} - P_{AP}} T$$

Где,

$NROS_{EBIFA}$ - чистая рентабельность продаж по прибыли до вычета процентов и до учета доходов (расходов) от финансовых активов;

$NROS_{FA}$ - чистая рентабельность продаж по доходам (расходам) от финансовых активов;

P_{NFA} - период оборота нефинансовых активов;

P_{FA} - период оборота финансовых активов;

P_{AP} - период оборота кредиторской и приравненной к ней задолженности;

T - количество дней в календарном периоде.

При анализе влияния финансовых активов на первичный фактор стоимости в числителе необходимо указать сумму таких показателей, как:

- чистая рентабельность продаж, полученная от финансовых активов;
- чистая рентабельность продаж от основной и прочей деятельности, за исключением доходов от финансовых активов.

В знаменателе формулы выделен период оборота финансовых активов. Положительное влияние финансовых активов на устанавливаемую стоимость обусловлено высокой рентабельностью инвестиционных и спекулятивных финансовых активов, а так же высокой оборачиваемостью транзакционных финансовых активов.

Литература:

1. Бернштейн Л. А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация. М.: Финансы и статистика, 2016—623с.
2. Ендовицкий Д. А., Исаенко А. Н., Лубков В. А. Экономический анализ активов организации: Учебник. М.: Эксмо, 2015—608с.
3. Любушин Н. П. Экономический анализ: Учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2017—423с.
4. Малицкая В. Б. Анализ финансовых активов как одной из основных групп показателей финансового состояния организации. Аудит и финансовый анализ. М.: Эксмо, 2016—89 с.

Совершенствование методов оценки инвестиционной привлекательности компании

Кидовская Анна Дмитриевна, студент магистратуры
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В экономическом анализе под категорией «инвестиционная привлекательность» обычно понимают обобщенную характеристику преимуществ и недостатков объекта инвестирования. В качестве объектов инвестирования могут рассматриваться любые капиталовложения, имеющие своей целью получение экономических и иных выгод. Инвестиции могут быть реальными, если они предполагают создание, реконструкцию, модернизацию производственных мощностей, или портфельными, если в качестве объекта инвестирования выступают ценные бумаги. Понятие «инвестиционная привлекательность» применяется также к бизнесу, который ведет определенный хозяйствующий субъект или их группа. Сложность оценки инвестиционной привлекательности обусловлена как разнообразием самих объектов инвестирования, так и множеством возможных подходов к их характеристике.

Важнейшей задачей анализа инвестиционной привлекательности компании является последовательный сбор данных и выбор такой системы показателей, которая бы всесторонне и сбалансировано характеризовала ее производственно-хозяйственную деятельность.

В отечественной практике применяются различные методики анализа и оценки инвестиционной привлекательности компаний. Каждая из методик имеет свои особенности, но все они предназначены для того, чтобы установить, целесообразно ли инвестирование средств в рассматриваемую компанию. Наиболее известна методика оценки инвестиционной привлекательности на основе финансовых показателей [17—19].

Для оценки инвестиционной привлекательности используют различные финансовые коэффициенты. Ко-

личество рассчитываемых коэффициентов и временные рамки анализа зависят от его целей и необходимой глубины, на которую, в свою очередь влияют масштабы и сроки планируемых инвестиций. Следует подчеркнуть, что коэффициенты несут наибольший смысл в том случае, когда можно проследить их динамику за определенное время, например, 3—5 лет, или провести сравнительный анализ, например, до и после реализации конкретного инвестиционного проекта.

Оценка финансового состояния компании, занятой в производственной сфере, как правило, состоит из следующих этапов [19]:

- 1) оценка имущественного состояния компании и динамики его изменения;
- 2) оценка финансовых результатов деятельности компании;
- 3) оценка ликвидности баланса;
- 4) анализ деловой активности;
- 5) анализ платежеспособности (финансовой устойчивости);
- 6) анализ рентабельности (общий и по видам выпускаемой продукции).

Не вдаваясь в особенности расчета каждого показателя, отметим, что глубина и достоверность анализа инвестиционной привлекательности компании не находятся в прямой зависимости от количества рассчитанных финансовых коэффициентов. Тем более динамика разных показателей может характеризовать инвестиционную привлекательность противоположным образом. Актуальной проблемой в данном случае является агрегирование результатов расчета множества показателей в единый содержательный результат.

Характерной особенностью большинства методик анализа хозяйственной деятельности является их одномерность, то есть направленность на интерпретацию наблюдаемого значения отдельного показателя [18]. Даже один из наиболее важных принципов, принцип комплексности, реализуется в одномерном варианте: предметом анализа выступает совокупность показателей, но каждый из них анализируется в отдельности с последующим взаимным согласованием результатов. Другой подход заключается в анализе комбинаций экономических показателей, агрегированных в некоторое математическое выражение. Агрегирование позволяет перейти от одномерного анализа к многомерному, что имеет существенное преимущество.

На каждом предприятии в процессе обычной производственно-хозяйственной деятельности складываются взаимосвязанные пропорции использования экономических ресурсов: фондо- и материалоемкость производства, себестоимость продукции, численность персонала. При стабильном функционировании предприятия они являются устойчивыми. Данные пропорции в количественном измерении отражаются в совокупности экономических показателей. Их нарушение может иметь негативные последствия для экономики предприятия, что выразится в снижении его инвестиционной привлекательности. Каждый показатель несет в себе информацию об экономическом состоянии предприятия, но при обособленном одномерном анализе не прослеживается его связь с другими показателями. При анализе агрегатных показателей этот недостаток может быть в некоторой степени устранен. Наряду с преимуществом агрегирование имеет отрицательный аспект: при комбинировании различных показателей теряется размерность результата.

Агрегатный показатель является безразмерной величиной, представляющей собою комбинацию первичных и расчетных экономических показателей, приводимых к сопоставимому виду с помощью статистических коэффициентов приведения: $A = (X_1, X_2, \dots, X_n)$, где X_i — экономические показатели, — математическое выражение, содержащее кроме переменных X_i числовые константы. Чаще всего математическое выражение является линейным относительно входящих в него переменных, при этом $A = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \dots + \alpha_n X_n$, где α_i — числовые константы. Примером линейного агрегатного показателя является Z-счет Алтмана, который используется для прогнозирования банкротства предприятия [2].

Поскольку в формировании инвестиционной привлекательности компании принимает участие множество факторов и составляющих, интегральный показатель для ее измерения должен быть агрегатным. В настоящее время нет единой методики агрегирования экономических показателей. В большинстве случаев для этой цели используют методы многомерного статистического анализа. Одним из них является метод главных компонент.

Суть метода главных компонент состоит в следующем [1]. Пусть имеется m однородных объектов анализа,

каждый из которых описывается вектором из n показателей (X_1, X_2, \dots, X_n). Таким образом, каждому показателю соответствует m его фактических значений. Внутренние взаимосвязи между показателями отражает ковариационная (корреляционная) матрица размерностью $n \times n$, след которой равен их полной дисперсии. С помощью метода главных компонент можно получить n новых показателей f_i , каждый из которых является линейной комбинацией исходных: $f_i = \alpha_{i1} X_1 + \alpha_{i2} X_2 + \dots + \alpha_{in} X_n$, $i = 1, 2, \dots, n$, где α — статистические коэффициенты. Дисперсия главных компонент f_i равна полной дисперсии исходных показателей X_i . Таким образом, главные компоненты могут заменить исходные показатели для описания объектов анализа, потому что несут в себе ту же информацию. Как правило, для анализа отбираются не все главные компоненты, а только наиболее значимые. В этом случае объект анализа характеризуют уже не n исходными показателями X_i , а меньшим числом главных компонент. Такое уплотнение информации бывает полезно, если число n велико. Каждая главная компонента f_i представляет собой агрегатный безразмерный показатель. Однако после получения он должен быть идентифицирован. Идентификация означает определение физического смысла и аналитической ценности главной компоненты. Методические рекомендации к интерпретации экономического содержания агрегатных показателей, полученных методом главных компонент, отсутствуют. Идентификация компонент осуществляется самим исследователем на основе анализа знаков и значений статистических коэффициентов α при исходных показателях в каждой компоненте. Как показывает практика, не все компоненты могут быть идентифицированы из-за внутренней противоречивости. Необходимость последующего отбора и идентификации главных компонент, а также потребность в большом количестве статистических наблюдений ограничивают область применения данного метода макроэкономическим анализом. Он используется специалистами в области многомерной статистики для агрегирования экономических показателей множества компаний на уровне отраслей экономики. Конкретная компания может воспользоваться результатами анализа главных компонент, полученными по их совокупности, для анализа собственной инвестиционной привлекательности на основе бенчмаркинга [4].

Для агрегирования экономических показателей на уровне конкретной компании необходимо использовать ретроспективную информацию. Временной горизонт ретроспективной информации не может быть слишком большим из-за несопоставимости экономических условий. Годовые выборки берутся, как правило, за 3–5 лет. При таком малом количестве наблюдений агрегирование методом главных компонент невозможно из-за низкой достоверности результата. В этом случае может быть применен метод таксономии или сравнения индексов. Пусть имеются выборки из n экономических показателей работы компании (X_1, X_2, \dots, X_n) за m лет. Для агрегирования могут использоваться только показатели-цели, то

есть такие, желательные значения которых либо возрастают по абсолютной величине, либо убывают. Таким образом, для любого показателя за m лет можно указать наилучшее и наихудшее значения. Каждый год анализируемого периода представляется вектором из n индексов (I_1, I_2, \dots, I_n) . Индекс определяется как отношение фактического значения экономического показателя в данном году к его наихудшему значению за m лет для показателей с желательным ростом, и обратной величиной — для показателей с желательным убыванием. Агрегирование заключается в получении выражения $A = \alpha_1 I_1 + \alpha_2 I_2 + \dots + \alpha_n I_n$, где α — статистические коэффициенты. Очевидно, минимальное (наихудшее) значение агрегатного показателя A достигается в том случае, когда $I_i = 1, i = 1, 2, \dots, n$: $A_{\min} = \alpha_1 + \alpha_2 + \dots + \alpha_n$. Предположим, что нижняя граница агрегатного показателя равна единице, $A_{\min} = 1$, тогда коэффициенты α будут характеризовать значимость исходных показателей в агрегатном. Максимальное (наилучшее) значение соответствует максимальным значениям каждого из индексов: $A_{\max} = \alpha_1 I_{1_{\max}} + \alpha_2 I_{2_{\max}} + \dots + \alpha_n I_{n_{\max}}$. Максимум агрегатного показателя неизвестен и подлежит определению из условия $A_{\max} \text{ ® } \max$. Для i -ого года агрегатный показатель равен: $A_i = \alpha_1 I_{i1} + \alpha_2 I_{i2} + \dots + \alpha_n I_{in}$. Существует $m(m-1)/2$ простых соотношений $A_i A_j$, где i, j — несовпадающие порядковые номера лет. Статистические коэффициенты α определяются путем решения задачи линейного программирования:

$$\begin{aligned} A_{\max} &= \alpha_1 I_{1_{\max}} + \alpha_2 I_{2_{\max}} + \dots + \alpha_n I_{n_{\max}} \text{ ® } \max; \\ A_{\min} &= \alpha_1 + \alpha_2 + \dots + \alpha_n = 1; \end{aligned} \quad (1)$$

$$A_i A_j; \alpha_i \geq 0; i = 1, 2, \dots, n; j = 1, 2, \dots, n; i \neq j.$$

Важным моментом в решении задачи является определение соотношений $A_i A_j$. Для оценки соотношений необходимо проранжировать годы анализируемого периода от наихудшего по экономическим соображениям к наилучшему. Если ранг j -ого года выше, чем i -ого, то $A_i > A_j$. Ранжирование могут выполнить эксперты. Кроме того, ранги могут быть присвоены по значениям некоторого исходного доминирующего показателя X_i . Если последовательно полагать доминирующим каждый из n исходных показателей X_i , то получится до n наборов статистических коэффициентов α , по которым затем могут быть рассчитаны средние значения.

Применение данного метода рассмотрим на условном примере. Компании требуется оценить тенденции изменения инвестиционной привлекательности, исходя из своего финансового состояния и структуры капитала. Упрощенно структуру капитала характеризуют три коэффициента: коэффициент покрытия $Kп$, представляющий собой отношение стоимости оборотных активов к величине краткосрочных обязательств; коэффициент финансовой стабильности $Kфс$, определяемый как соотношение собственных и заемных средств, и коэффициент абсолютной ликвидности $Kал$, равный отношению суммы денежных средств и их эквивалентов к сумме краткосрочных обязательств. Все коэффициенты определяются по балансу предприятия. В таблице 1 приведены исходные значения коэффициентов на 01.01.16, на 01.01.17 и 01.01.18, их динамика по годам разнонаправлена.

Таблица 1. Исходные данные для агрегирования финансовых коэффициентов

Показатель	Значения показателей			Наилучшее значение	Наихудшее значение	Максимальный индекс, гр.5/гр.6	Индекс		
	01.01.16	01.01.17	01.01.18				01.01.01, гр.2/гр.6	01.01.02, гр.3/гр.6	01.01.03, гр.4/гр.6
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коэффициент покрытия	1,12	1,14	1,16	1,16	1,12	1,04	1,00	1,02	1,04
Коэффициент финансовой стабильности	1,40	1,20	1,15	1,40	1,15	1,22	1,22	1,04	1,00
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,25	0,30	0,18	0,30	0,18	1,67	1,39	1,67	1,00

Для каждого коэффициента при прочих равных условиях желательно увеличение. Необходимо объединить их в агрегатный показатель инвестиционной привлекательности $A_{ип}$. Следуя изложенной методике, в гр.5 и гр.6 таблицы 4 приведены соответственно наилучшие и наихудшие значения коэффициентов за 3 года, в гр. 8–10 для каждого года рассчитаны

индексы фактических значений к наихудшим. Агрегатные показатели инвестиционной привлекательности компании должны быть проранжированы по годам. Пускай наиболее значимым для оценки инвестиционной привлекательности компании является коэффициент покрытия (доминирующий показатель), тогда $A_{ип}(01.01.16) < A_{ип}(01.01.17)$,

$A и п (0 1 . 0 1 . 1 6) < A и п (0 1 . 0 1 . 1 8)$,
 $A и п (0 1 . 0 1 . 1 7) < A и п (0 1 . 0 1 . 1 8)$. Строим модель (1):

$$A и п_{max} = 1,04\alpha_1 + 1,22\alpha_2 + 1,67\alpha_3 \text{ @ max};$$

$$A и п_{min} = \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 = 1;$$

$$\alpha_1 + 1,22\alpha_2 + 1,39\alpha_3 < 1,02\alpha_1 + 1,04\alpha_2 + 1,67\alpha_3;$$

$$\alpha_1 + 1,22\alpha_2 + 1,39\alpha_3 < 1,04\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3;$$

$$1,02\alpha_1 + 1,04\alpha_2 + 1,67\alpha_3 < 1,04\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3;$$

$$\alpha_1 \geq 0; \alpha_2 \geq 0; \alpha_3 \geq 0.$$

Результаты расчета коэффициентов α для данной модели приведены в таблице 2, там же показаны коэффициенты, получающиеся при выборе других доминирующих показателей.

Таблица 2. Результаты расчета коэффициентов агрегатного показателя инвестиционной привлекательности компании

Доминирующий показатель	Значение коэффициента		
	α_1	α_2	α_3
Коэффициент покрытия	0,86	0,12	0,02
Коэффициент финансовой стабильности	0,00	0,61	0,39
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,00	0,00	1,00
Среднее значение коэффициентов	0,29	0,24	0,47

После определения средних значений коэффициентов α получаем итоговый агрегатный показатель инвестиционной привлекательности:

$$A и п = 0,29 \frac{Kп}{1,12} + 0,24 \frac{Kфс}{1,15} + 0,47 \frac{Kал}{0,18},$$

$$A и п = 0,26Kп + 0,21Kфс + 2,61Kал,$$

Чем больше значение агрегатного показателя, тем выше инвестиционная привлекательность компании. Его пороговая величина равна 1, что соответствует одновременному достижению коэффициентами наилучших значений, наблюдаемых в анализируемом периоде. По годам анализируемого периода агрегатный показатель финансового состояния равен: 01.01.16—1,23; 01.01.17—1,33; 01.01.18—1,01, что позволяет проследить тенденцию его улучшения в 2016 году и ухудшения в 2017 году.

Дальнейший анализ агрегатного показателя инвестиционной привлекательности компании заключается в построении регрессионных моделей зависимости от влияющих факторов.

Литература:

1. Кизима А., Кушнирик И. Прогнозирование вероятности банкротства на основе «Z-счета Альтмана» // Экономика Украины. — 1999. — № 12. — С. 82
2. Тихомиров Н. П., Тихомирова Т. М., Умашев О. С. Методы эконометрики и многомерного статистического анализа. Учебник — М.: Экономика, 2011. — 568 с.
3. Андерсон Д. Канбан. Альтернативный путь в Agile — М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2016. — 336 с.
4. <http://www.grandars.ru/student/marketing/benchmarking.html>

Изложенный метод агрегирования экономических показателей компании по ретроспективной информации имеет ряд особенностей. Во-первых, в полученном агрегатном показателе наиболее значимыми будут исходные показатели с максимальным размахом вариации. Это имеет следующий аналитический смысл: в рассмотренном примере на инвестиционную привлекательность компании самое большое влияние окажет наиболее неустойчивый показатель. Во-вторых, количество агрегируемых показателей не должно превышать значение $m(m-1)/2$, поскольку при большем количестве коэффициенты α при них примут нулевое значение (особенность решения задачи линейного программирования).

Научная новизна предлагаемого метода заключается в использовании таксономии и многомерного статистического анализа для получения комплексной оценки инвестиционной привлекательности компании на основе агрегатного показателя. Практическая значимость результатов состоит в возможности выполнения расчетов по предлагаемой методике непосредственно в самих компаниях по их статистическим и бухгалтерским данным.

Управление рисками в закупочной деятельности организации

Клинтух Екатерина Павловна, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время законодательство подвергается постоянным изменениям, условия на рынке также не стабильны из-за экономического кризиса последних лет, следовательно, для достижения лучших результатов необходимо производить всесторонний анализ возможных рисков, что в конечном итоге должно привести к повышению эффективности закупочной деятельности предприятия [1].

На современном этапе хозяйствования эффективность и результативность деятельности предприятия прежде всего зависит от взвешенности и обоснованности выбранной им модели управления рисками [2]. В соответствии с опытом работы международных компаний для минимизации негативных рисков в рамках любой модели закупок важна регламентация процессов закупок [3].

В статье сравниваются централизованная, соответствующая лучшим глобальным практикам в области закупок, и децентрализованная системы закупок, а также показано влияние элементов этих систем на управление рисками.

Централизованная модель закупок внедрена и успешно функционирует во многих международных компаниях — лидерах в своих сегментах, например Vodafone (телекоммуникации), Volkswagen (автомобилестроение) и других. В основу данного подхода взято управление закупками по категориям [4]. Создается отдельная структура, которая является сервисной по отношению к заказчику, куда входят закупщики и это является их основной деятельностью. Данная система позволяет осознанно подойти к закупкам, а не просто удовлетворять текущую потребность в товарах и услугах.

Децентрализованная модель закупок предполагает проведение закупок непосредственно самим заказчиком. То есть закупочная деятельность является для него дополнительной, а не основной, что иногда может позволять действовать неправильно.

Инициатор закупки. Инициатором закупки в обеих моделях является заказчик (функциональное подразделение), поскольку товары/услуги им необходимы, чтобы реализовывать свои непосредственные функции, которые вносят ценность в функционирование компании.

При инициации закупки очень важно понимать, что данные требования действительно отражают потребность организации, что позволит увеличить конкуренцию среди поставщиков и повысить экономию от проведения закупки. Таким образом, можно уменьшить риски «малой» экономии и снизить риск коррупционной составляющей.

В централизованной модели закупок указанные параметры могут быть полностью реализованы, поскольку закупщик сможет высказать профессиональное суждение по указанным параметрам. Спецификации в обязательном

порядке согласуются между заказчиком и закупщиком, то есть результат процессов считается объективным.

В случае децентрализованной модели такое решение о закупке утверждается закупочной комиссией, все члены которой, как правило, не понимают специфики закупок той или иной категории. Таким образом, они не могут добавить ценность, что ведет к увеличению сроков проведения закупки и дополнительной нагрузке на персонал.

Организатор закупки (проведение закупки). Организатор закупок в централизованной модели закупок — закупщик, который готовит документацию и проводит процедуру. В некоторых случаях подразделение по безопасности останавливает закупку, если видит признаки коррупции или умышленного снижения конкуренции.

В децентрализованной модели организатором конкурса является само функциональное подразделение, которое готовит всю документацию, подлежащую утверждению со стороны закупочной комиссии при принятии решения о закупке.

Согласование решений. В централизованной модели решение о результатах тендера и выборе победителя принимает закупщик, оно обязательно согласовывается с заказчиком. По некоторым закупкам более эффективно, если решение будет приниматься коллегиально. Таким образом, спорные вопросы между заказчиком и поставщиком могут выноситься на рассмотрение данного органа.

В децентрализованной модели решение о закупке принимает закупочная комиссия, которая утверждает отчет о выборе поставщика. В этом документе описывают все существенные условия, на которых данное решение принимается (цена, условия/сроки поставки, условия оплаты, штрафы и др). Таким образом, могут быть минимизированы риски, связанные с условиями будущего контракта [5]. Но, несмотря на прозрачность, отрицательный момент в том, что при принятии коллегиальных решений затрудняется поиск виновных в случае нарушений.

Согласование и подписание договора. В централизованной модели закупок ответственный за составление и подписание договора — закупщик, он несет ответственность за договор от имени компании. При этом документ должен быть согласован с заказчиком, так как закупка идет в его интересах. Таким образом, ответственность за договор может быть дифференцирована: заказчик отвечает за предмет договора, а закупщик — за условия, где основными являются ценовые параметры.

В случае децентрализованной модели это сложно реализовать, поскольку функция не заинтересована в систематизации их параметров, так как ее основной интерес — максимально оперативно заключить договор, необходимый для реализации ее основных функций. Здесь

каждый договор согласуется со стороны контролирующей структуры.

Контроль закупок. В централизованной системе закупок контроль осуществляется по факту проведения закупок и фокусируется на двух аспектах. Первый включает в себя экономико-правовой анализ содержания договоров, вторая же часть — соответствие фактического процесса тому, как это должно быть реализовано в соответствии с нормативной базой. Данный контроль осуществляется со стороны отдельной структуры, которая не входит в блок по управлению закупками и имеет прямое подчинение руководителю компании.

В децентрализованной модели контроль осуществляется в режиме реального времени при проведении закупки со стороны отдельной структуры. Сотрудник подразделения входит в состав закупочной комиссии, которая утверждает параметры закупки и принимает решение о результате, а также согласует договор [6].

Сервисные функции закупок. Категорийный подход — основной принцип управления в централизованной закупочной системе. Он состоит в том, что управление категорией находится вне зависимости от географии заказчика, т.е. закупщик по категории отвечает за закупки не только на уровне корпоративного центра, но и региональных структур и дочерних компаний.

Для облегчения доступа к информации и повышения эффективности закупок в целом, структура по управлению закупками может предлагать внедрение сервисных функций, к которым относятся планирование, анализ эффективности деятельности и система управления поставщиками. Данные инструменты являются элементами обратной связи результатов работы закупщиков [7].

Подводя итог вышесказанному, можно сказать, что в рыночных условиях закупки становятся одним из главных факторов успеха работы организаций, и управление рисками данной деятельности должно быть важным аспектом функционирования компании [8].

Децентрализованная модель закупок в большей степени ориентирована на контроль и необходимость соответствия требованиям, которые предъявляются к определенному виду деятельности. При этом ее конструкция не позволяет целиком раскрыть возможности, которые могут принести закупки организации. Централизованная же модель, широко внедренная в странах Западной Европы и США, предполагает реализацию возможностей и стратегических мероприятий, приводящих к повышению экономии от закупочной деятельности, что в долгосрочной перспективе более эффективно для управления рисками в данном направлении.

Литература:

1. Абрамов А. А. Управление рисками в процессе закупок сырья по импорту на примере кондитерских предприятий: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / А. А. Абрамов. Самара, 2005.
2. Доржиева Е. Д. Управление рисками в закупках // Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XXXI международная студенческая научно-практическая конференция № 20(31). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/20\(31\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/20(31).pdf)
3. Захаров К. В. Логистика, эффективность и риски внешнеэкономических операций / К. В. Захаров, В. П. Бочарников, В. В. Липовский, А. К. Захаров, А. В. Циганок — Киев: Эльга, Ника-центр, 2004
4. Азарян Е. М. Международный маркетинг / Е. М. Азарян — Студцентр, 2003. С. 202.
5. Кулиш М. С. Теория развития закупочной деятельности // Проблемы экономики и менеджмента. — 2015. № 6. С. 71–74.
6. Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 N223-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/
7. Шибанов А. А. Международный подход в управлении закупками как эффективный инструмент управления рисками закупочной деятельности организации // Международное публичное и частное право, — 2013. № 1. С. 19–24.
8. Черкасов В. В. Проблемы риска в управленческой деятельности. — М: Рефл-Бук, 1999. С. 287.

SWIFT и проблемы минимизации рисков информационной безопасности международного финансового рынка

Козадаева Виктория Владиславовна, студент магистратуры;
Иванов Сергей Анатольевич, кандидат юридических наук
Тамбовский государственный технический университет

Появление единой системы SWIFT — это закономерная реакция на увеличение количества проводимых международных сделок в области торговли. По-

требность в быстрой межбанковской коммуникации и сокращении путей движения информации была удовлетворена с помощью автоматизации банковского сек-

тора. Система всемирных межбанковских финансовых телекоммуникаций позволила стандартизировать передачу данных, значительно ускорить осуществление операций.

С введением системы SWIFT был решен целый спектр задач банковской системы.

- 1) был открыт доступ услуг для корпоративных клиентов и физических лиц в различных регионах;
- 2) развитие получил ретейлорный бизнес;
- 3) произошел реинжиниринг систем управления финансовыми организациями и их деятельностью;
- 4) транспарантной бизнеса поднялась на новый уровень.

В 2001 году после сентябрьского теракта в США, доступ к информации системы с целью защиты баз от атак террористов получили ЦРУ, ФБР и Министерство финансов Штатов. В 2006 данные были опубликованы в *New York Times*. Обнародованные сведения вызвали возмущение членов общества, в связи с чем компания SWIFT приняла решение о переводе архитектуры в распределенный режим. Сообщение, передаваемые посредством системы, начали направляться в операционные центры в Соединенных Штатах Америки и Голландии.

С целью повышения эффективности управления SWIFT постоянно внедряются методы контроля и усиления прозрачности банков. Для этого простраиваются процедуры контроля рисков деятельности, оптимизируются издержки внутрибанковских операций. В SWIFT проводится финансово-стоимостный анализ, а также анализ прибыльности для оценки новых продуктов и услуг.

2,5 миллиарда платежных сообщения ежегодно курсируют через SWIFT. Подобные объемы информации необходимо защищать от взломов. До 2016 года компания SWIFT использовала стандартные средства обеспечения безопасности данных. Однако в 2016 хакеры обнаружили слабое место в программном коде системы и взломали его. Тогда из Центрального банка Бангладеш ушел 81 миллиард долларов.

В 2017 компания обнародовала требования для банков и сервис провайдеров — SWIFT Customer Security Controls Framework (далее — CSCF). При создании списка учитывались международные стандарты PCI DSS и ISO27001. Всего в перечень входит 27 требований. 16 пунктов были обязательны, 11 — рекомендованы к исполнению. Они классифицированы по 8 принципам и 3 целевым направлениям. Соответствие организаций подтверждалось специальными документами, выпущенными в том же году. До конца 2017 все банки и сервис-провайдеры были обязаны провести оценку собственного соответствия требованиям, результаты выгружались в программу SWIFT. С начала 2018 года к организациям, не выполнившим предписания, применяются ограничительные меры.

Согласно требованиям компании SWIFT, сервис-провайдеры и банки должны внедрить сетевые экраны с целью отделения компонентов SWIFT от прочих банковских систем. Системные администраторы ограничиваются

в своих полномочиях, за исключением определенных служебных. Организациям необходимо было вести учет изменений технологической инфраструктуры. Передача по сети критичных данных обязательно должна выполняться с шифрованием. Все настройки ИТ-систем производятся исключительно по рекомендациям производителя.

Одним из важнейших факторов обеспечения безопасности SWIFT выделила многофакторную аутентификацию. Пароли для доступа к критичным данным должны быть максимально усложненными. Специалистами банков должен обеспечиваться контроль целостности баз данных и программ. Обязательным было и внедрение антивирусного программного обеспечения для защиты от программ-шифровальщиков.

Все инциденты и аномальная активность в работе ИТ-систем должны быть отслежены, а данные о них мгновенно передаваться в компанию SWIFT. Непосредственно банки и сервер-провайдеры обязывались разработать систему реагирования на подобные случаи. Персонал, в свою очередь, должен быть обучен. Требования к уровню готовности сотрудников к отражению кибератак различного рода повышались.

Выполнение требований SWIFT усложняло работу банков, поскольку острым вопросом стала необходимость внедрения сложных программных продуктов, возросли затраты на квалифицированных специалистов и обучение сотрудников.

Для пользователей SWIFT был создан специализированный сервис по управлению взаимоотношениями, он же RMA (Relationship Management Application). Им осуществляется контроль передаваемой информации. Транзакции с помощью этого сервиса проверяются, благодаря чему предотвращаются несанкционированные переводы средств. Использование RMA смягчает риски, связанные с несоблюдением требований компании.

Помощь пользователям направлены и ежедневные отчеты по валидации. Механизмы отслеживания мошенничества усиливаются за счет независимых средств проверки сообщений. Отчеты получаются на следующий день после проведения транзакций, а потому являются вторичным способом контроля.

Рыночная практика также позволяет регулировать отношения между контрагентами. Важность изучения выписок на конец дня была изложена в информационном бюллетене SWIFT от 2016 года. Уже в 2017 РМРГ (Группой по анализу практики платежного рынка) были разработаны специальные рекомендации по рыночной практике для осуществления отмены подозрительных мошеннических транзакций.

На конец 2017 года SWIFT сообщил о подтверждении 89% организаций соответствия выдвинутым требованиям безопасности. Подтвержденные банки выполняют практически 100% финансовых операций. Компании предстоит дальнейшее совершенствование систем безопасности. В конце 2018 года банки обязаны пройти переекспертизу. О финорганизациях, не соответствующих

требованиям SWIFT, компания сообщает в местные надзорные органы, принимающие решения по дальнейшей работе структур. Повторные проверки проводятся ежегодно с целью максимальной защиты данных от хакерских атак и незаконного проникновения.

На территории Российской Федерации вопросами ответственности организаций требованиям занимается Центрбанк и Россвифт. На данный момент, все банки

прошли проверку, подтвердив возможность своего участия в работе системы SWIFT. Угрозы отключения России от сети привели к необходимости создания собственной системы финансовых телекоммуникаций. Безопасность отечественного аналога осуществляется схожими механизмами. Впрочем, российская система пока не способна конкурировать со SWIFT как в отношении функциональных возможностей, так и в плане защиты от рисков.

Литература:

1. Ерыкхайлова А. N., Bass A. B. Risks of using international payment systems in the Russian banking system // Инновационная наука. 2015. № 7—1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/risks-of-using-international-payment-systems-in-the-russian-banking-system> (дата обращения: 01.12.2018).
2. Журавлева Надежда Владимировна, Хачпанов Гия Вячеславович Операции swift на рынке банковских услуг // Сервис +. 2011. № 1. С. 100—107.
3. Крахмалев С. В. Swift — глобальная телекоммуникационная система, обеспечивающая проведение международных финансовых операций // Финансы и кредит. 2007. № 9 (249). С. 21—28.
4. Программа безопасности пользователей SWIFT — усиление безопасности финансовой экосистемы // «BIS Journal» 2(29)/2018. URL: <https://journal.ib-bank.ru/post/667>.
5. Рудакова О. С. Банковские электронные услуги. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. С. 160—161.

Влияние корпоративной культуры на повышение эффективности деятельности предприятия (организации)

Коломина Анастасия Валериевна, студент магистратуры;
Перфильева Елена Михайловна, студент магистратуры
Владимирский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний России

Ключевые слова: корпоративная культура, культура организации, система корпоративных ценностей.

Курс на демократизацию общественной жизни, формирование правового государства, политические и социальные преобразования в России повлекли за собой глобальные экономические и политические изменения. Существующая экономика обусловила изменения форм собственности, а также изменения взаимоотношений между субъектами (участниками) социально-экономических отношений, а именно достижение конкурентных преимуществ и получение максимально возможной прибыли

в минимальные сроки. В этой связи становится очевидным, что корпоративная культура есть один из действенных инструментов повышения эффективности работы любого предприятия и управления персоналом, а также один из главных источников конкурентной способности любой организации.

С целью раскрытия обозначенной проблематики, в рамках данной статьи, видется необходимым определить сущность основополагающего понятия — «корпоративная культура» и степень воздействия на управление персоналом.

Итак, в научной литературе большинство исследователей определяют корпоративную культуру как совокупность общих ценностей, норм поведения, установок, отличающих одну организацию от подобной [1].

Так например, исследователь Герш М. В., утверждает: «корпоративная культура — это убеждения, нормы поведения, установки и ценности, разделяемые большинством членов организации, которые являются неписаными правилами, определяющими, как должны работать и вести себя люди в данной организации...» [2].

В своем исследовании по управлению персоналом Ивановская Л. В. отмечает, что корпоративная культура есть социально-духовное поле компании, формирующееся под воздействием материальных и нематериальных, явных и скрытых, осознаваемых и неосознаваемых процессов и явлений, взаимодействие людей в котором происходит на основе общей идеологии, философии, ценностей, подходов к решению проблем и норм поведения персонала [3].

Шольц К. определяет корпоративную культуру как не-явное, невидимое и неформальное сознание организации,

которое управляет поведением людей и, в свою очередь, само формируется под воздействием их поведения [4].

Наконец, Шейн Э. понимает корпоративную культуру как совокупность коллективных базовых правил, избранных, открытых или выработанных определенной группой людей по мере того, как она училась решать проблемы, связанные с адаптацией к внешней среде и внутренней интеграцией, и разработанных достаточно хорошо для того, чтобы считаться ценными. Следовательно, новых членов группы следует обучать этим правилам как единственно правильному способу постигать что-либо, думать и чувствовать в ситуациях, связанных с решением подобных проблем [5].

Исходя из сказанного представляется возможным сформулировать базовое рабочее определение корпоративной культуры как систему ценностей и установок, поределеляющих нормы поведения работников в организации.

Система ценностей выражается:

1. в базовых представлениях корпоративной культуры организации;
2. на уровне формирования целей стратегического развития организации;
3. через «артефакты» — «видимые, непосредственно осязаемые элементы культуры, которые имеют свое определенное значение только в рамках организации, в рамках своей культуры...» [6]; в этом отношении к артефактам можно отнести все внутренние документы, определяющие корпоративную культуру организации (регламенты, положения, приказы и т.д.)

Стоит отметить, что имперические исследования показали, что корпоративная культура способна регулировать поведение сотрудников, именно от культуры организации зависит способ разрешения конфликтных ситуаций между работниками (работником и работодателем), способ решения поставленных задач персоналом, способ организации обслуживания клиентов, реагирования на деятельность конкурирующих организаций и стремление к достижению успеха. Следовательно корпоративная культура есть неотъемлемый элемент любой современной организации, ставящей перед собой задачу развития и процветания.

В этой связи хотелось бы упомянуть модель управления, которая была разработана американским социологом Т. Парсонсом [7]. Данная модель наглядно демонстрирует тесную взаимосвязь между корпоративной культурой и результатами эффективности деятельности организации. Ее основная суть заключается, в том, что для выживания и процветания организации она должна быть адаптирована к постоянно меняющимся условиям и потребно-

стям общества, ставить цели и добиваться их, объединять свои части в единое целое, стараться найти признание среди конкурентов и клиентов. При этом главенствующая роль в этом процесс принадлежит культуре организации.

Другими словами «разделяемые в организации верования и ценности помогают организации адаптироваться, достигать целей, объединиться и доказать свою полезность людям и другим организациям, то очевидно, что такая культура будет влиять на организацию в направлении успеха...».

В ходе исследования корпоративной культуры ряда предприятий общественного питания г. Владимира представляется возможным утверждать, что данные феномен включает в себя миссию организации, ценности, корпоративную философию, кодекс этики и культуры поведения и внешние атрибуты.

Результаты опроса сотрудников показали, что руководство стремится развивать и спланировать корпоративный дух и поддерживать ценности в организации. Однако, во многих организациях отсутствует кодекс корпоративного поведения, который четко бы определял нормы и правила поведения и общения сотрудников, обслуживания клиентов и взаимоотношений с партнерами. Кроме того, недостаточно развиты совместные мероприятия (тимбилдинги, корпоративы, поездки на природу и т.д.)

В этой связи, с целью развития и поддержания корпоративной культуры организаций предлагаем следующие мероприятия:

- во-первых, выработать устойчивую систему ценностей, приемлемых для всего трудового коллектива. Система ценностей организует внутренний стержень корпоративной этики. Чем крепче ценности в культуре данной организации, тем сильнее они оказывают влияние на поведение сотрудников;
- во-вторых, предлагаем создать корпоративный кодекс организации, в котором будет изложено, что организация реализовывает свою деятельность в соответствии с законодательством, и все сотрудники руководствуются правилами ведения бизнеса. Соответственно, корпоративные ценности будут сообщаться каждому новому сотруднику в самом начале его работы.
- в-третьих, предлагаем ввести систему проведения тренингов с персоналом, направленных на поддержание корпоративной культуры и сплочение трудового коллектива; ввести интерактивные курсы по культуре деловых взаимоотношений для каждого сотрудника;
- Наконец в четвертых, рекомендуем разработать систему методов мотивации персонала с учетом изменений в экономике и на рынке труда.

Литература:

1. Репина Е.А., Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю. Основы менеджмента: учебное пособие. — М.: НИЦ ИНФРА-М, Академцентр, 2013. — С. 62.
2. Герш М.В. Корпоративная культура / М.В. Герш // Отдел кадров коммерческой организации. — 2015. — № 3. — С. 11.

3. Ивановская Л. В. Управление персоналом организации: учебник / А. Я. Кибанов, И. А. Баткаева, Л. В. Ивановская. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — С. 45.
4. Виханский О., Наумов А. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. Перераб. и доп. М.: Экономистъ, 2006. — С. 19.
5. Shein E. H. Organizational Culture and Leadership: A dynamic view. San Fransisco: Jossey-Bass, Inc., 1985.
6. Симонова И. Ошибки кадровой политики: пути преодоления / И. Симонова // Кадровик. Кадровый менеджмент. — 2015. — № 2. — С. 14.
7. Магура М. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М. Магура // Управление персоналом. — 2006. — № 1. — С 23–34.

Состояние и перспективы развития сетевой торговли

Кондратьева Ксения Владимировна, студент магистратуры
Иркутский государственный университет

На сегодняшний день конкуренция на рынке розничной торговли невероятно высока. Консолидация — одна из главных тенденций современного рынка. Можно выделить лидеров данного сегмента на сегодняшний день: FMCG «Магнит» и X5 Retail Group. Лидеры могут похвастаться выручкой в 1 трлн рублей по итогам года прошлого года. Они стараются увеличивать свои доли на рынке, вытесняя небольших региональных игроков.

InfoLine сообщает о том, что 2016 году 10 крупнейших розничных сетей занимали 25% рынка (примерно 4 трлн рублей), а уже к 2017 году этот показатель вырос до 28%. Это объясняется тем, что некоторые сети не выдерживают конкуренции и покидают рынок. Например, сеть супермаркетов «ИБИС», главные офис находилась в городе Кемерово. Данная сеть была открыта в далеком 1992 году, было открыто 160 магазинов. Магазины располагались в регионах Сибирского федерального округа, Красноярском крае и в Хакасии. Так же торговая сеть «Лента» приобрела магазины бренда K-Ruoka, которые принадлежали финской компании «Kesko». Очень крупные торговые сети «Техносила», «Эльдорадо» и «М. Видео» объединились. Теперь данные сети входят в состав группа компаний «Сафмар». Это большое событие для сектора

бытовой техники и электроники. Ведь по оценкам аналитиков «ВТБ Капитал», суммарная доля рынка «Эльдорадо», «Техносила» и «М. Видео» составила около 25%. Лидеры рынка уступили специализированным магазинам, однако сохранили свои лидерские позиции [2,35].

Согласно рейтингу крупнейших по выручке ритейлеров за 2017 год (см. рис 1.1.) по выручке лидирует «Магнит» (1070млрд руб.), следом за ним идет X5 RetailGroup (1026млрд руб.), далее следует Auchan (360 млрд руб.), ГК «Дикси» (310 млрд руб.), «Лента» (307 млрд руб.) и другие. Если сравнить данные прошлых лет, то можно отметить, что состав крупнейших игроков на рынке не меняется. Однако сеть магазинов «Красное & белое», которая специализируется на продаже алкоголя имеет очень высокие темпы роста выручки. Данная сеть заняла 11 место в рейтинге среди крупнейших ритейлеров (таблица 1.1), так как за последний год чистая выручка сети увеличилась почти на 77%. Отсюда можно сделать вывод, что потребитель меняет свои предпочтения в пользу специализированных магазинов.

Также высокие темпы роста выручки у сетей «Детский мир» (32%), X5 RetailL Group (28%), Leroy Merlin (25%), «Лента» (22%) и Globus (21%).

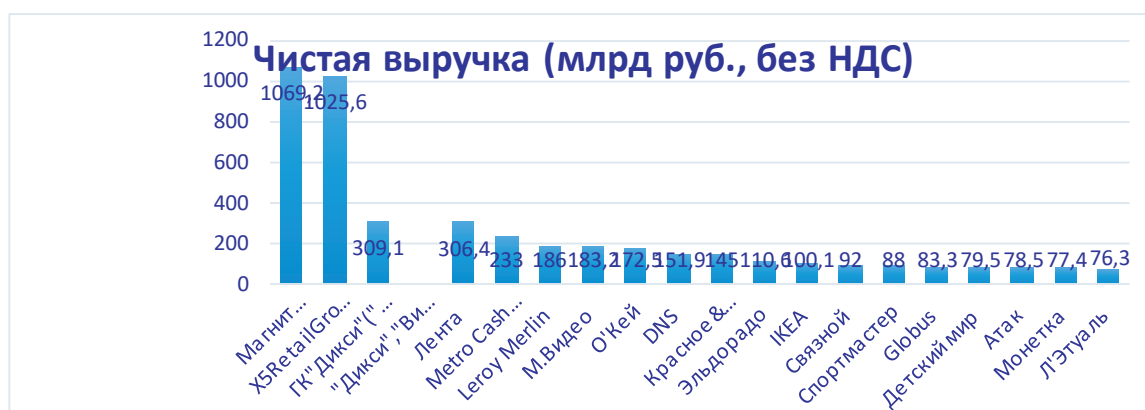


Рис 1. Рейтинг крупнейших по выручке ритейлеров

Таблица 1. Крупнейшие розничные сети России

Место в рейтинге	Название сети
1	Магнит (включая «Магнит Косметик»)
2	X5RetailGroup («Карусель», «Пятерочка», «Перекресток», «Перекресток-Экспресс», «Перекресток Гипер»)
3	ГК«Дикси» («Мегамарт», «Минимарт»,
4	«Дикси», «Виктория», «Квартал», «Дешево», «Кэш»)
5	Лента
6	Metro Cash & Carry
7	Leroy Merlin
8	М.Видео
9	О'Кей
10	DNS
11	Красное & белое
12	Эльдорадо
13	ИКЕА
14	Связной
15	Спортмастер
16	Globus
17	Детский мир
18	Атак
19	Монетка
20	Л'Этуаль

Таким образом, среди 20-ти крупнейших розничных сетей России наиболее высокие результаты по темпу прироста чистой выручки в 2017 году продемонстрировали специализированные магазины: «Красное & Белое» (+75,8%) и «Детский мир» (+31,4%).

Конкурентные преимущества розничных торговых сетей очевидны. Крупные сетевые магазины могут «давить» на переговорах, ведь объемы закупок у них достаточно велики. Поэтому сети получают преимущества, например, высокий уровень сервиса, поставки нового товара, поддержку продаж и конечно же самое главное преимущество — это самые выгодные цены на товар [4,63].

А также лидеры рынка могут получить право на продажу эксклюзивного товара и добиться того, что поставщики будут производить товар под собственной торговой маркой розничной сети. Например, для сети супермаркетов «Пятерочка» производится продукция под торговой маркой «Красная цена». А торговая сеть «Метро» имеет семь брендов, относящихся к разным ценовым сегментам и группам товаров: Aro, Fine Life (Fine Food, Fine Dreaming), HoReCa Select, H-Line, Rioba, Tarrington House и Sigma. Aro & FairLine.

Так же еще одно преимущество сетей в том, что они могут выполнять функцию оптовой торговли и добиваться тем самым высокой экономической эффективности. Закупают товар большими партиями у производителя, занимаются транспортировкой и хранением товара, посещают выставки поставщиков и первыми узнают о новинках. Это

только несколько примеров функций оптовой торговли, с которыми розничные торговые сети справляются отлично. Для высокой эффективности работы нескольких магазинов можно централизованно делать закупки и принимать решения, закупать очень крупные партии специализированного оборудования, фирменной одежды работников, а также можно пользоваться большими общими складами.

Сети обладают большими ресурсами, поэтому они могут использовать компьютеризированные процедуры при заказе и приеме товара, прогнозирования, расчета за покупки (при выбивании чеков) и ведении бухгалтерии. Это позволяет повысить эффективность и снизить общие расходы [1,86].

Крупные торговые сети, имея финансовую возможность могут позволить себе дорогостоящие рекламные акции в различных средствах массовой информации — начиная от телевидения и заканчивая газетами и журналами.

Особые проблемы связаны с тем, что конкуренция в данной отрасли невероятно высока. Необходимо следить за всеми предложениями конкурентов, следить за изменяющимися предпочтениями покупателей.

Проанализировав все преимущества и недостатки розничных торговых сетей можно сделать вывод, что перспективы получения прибыли в данной отрасли благоприятные. Однако конкуренция в розничной торговле очень высокая, поэтому следует четко следить за конкурентами и спросом покупателей.

Литература:

1. Гребнев А. И. Экономика торгового предприятия. Учебник. — М.: Экономика, 2016.
2. Дашков А. П., Памбухчианц В. К. Коммерция и технология торговли. — М.: Дашков и Ко, 2015. — 700 с.
3. Евстигнеев Е. Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия., М, Просвещение, 2016.
4. Ермишин П. С. Особенности создания торговых предприятий // Современная Торговля. — 2015. — № 3..
5. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. — М: Финансы и статистика, 2014. — 576с.
6. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для бакалавров / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. — М.: Юрайт, 2015. — 672 с.
7. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Учеб. Для вузов. — 4-е изд., пераб. и доп. — Мн.: Выш. шк., 2016.
8. Мунши А. Ю., Александрова Л. Ю., Мунши Ш. М. состояние и динамика развития розничной торговли в России // Современные проблемы науки и образования. — 2017. — № 1–2.;
9. Розничная торговля: организация и управление / Пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского — СПб.: Питер, 2014. — 216–220с.
10. Саршор Т. Л. Совершенствование стратегии менеджмента. Логистика и система. — 2015. — № 5. — 216–42с.
11. <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19748> (дата обращения: 14.11.2018).

Электронная коммерция в России

Кондратьева Ксения Владимировна, студент магистратуры
Иркутский государственный университет

Современная экономика очень быстро развивается, предприниматели расширяют свои горизонты и открывают для себя новые пути ведения бизнеса. Информационные технологии и сеть Интернет становятся неотъемлемой частью нашей жизни в связи с этим создаются новые условия для осуществления бизнеса: создание новых предложений; возникновение принципиально новых рынков; формирование спроса на новые товары и услуги.

Под электронной коммерцией понимается сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций. Электронная коммерция также включает в себя электронный обмен информацией, электронное движение капитала, электронную торговлю, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг и электронные страховые услуги.

Электронная коммерция потерпела большие изменения за последние двадцать лет, однако появился данный вид бизнеса еще в 60-х годах прошлого века.

Электронная коммерция непосредственно зависит от глобальной сети Интернет, ведь чем больше пользователей в сети, тем больше потенциальных покупателей в интернет-магазинах.

Как сообщает Международный союз электросвязи (МСЭ) к концу 2017 года 55% населения земли являются пользователями глобальной сети. Конечно, лидирующие позиции занимает Китай, ведь эта страна является

лидером по количеству населения. Следом идет Индия, а затем Соединённые Штаты Америки. Российская Федерация занимает лишь шестое место в рейтинге после Бразилии.

В России аудитория онлайн-пользователей в возрасте от 18 лет на данный момент насчитывает около 90 млн человек. Из-за активного распространения девайсов, россияне стали больше пользоваться услугами электронной коммерции. В 2016 году количество Интернет пользователей на мобильных девайсах составило около 55 млн человек. Количество онлайн-пользователей на мобильных телефонах с 2014 года увеличилось на 27% и составило 40%, пользователей Интернета на планшетах составила 20% населения, что больше на 17% [9].

Причиной роста объёмов рынка е-коммерции является большой прирост онлайн-пользователей. Агентства eMarketer сообщает, что в мире в год средние темпы роста составляют около 25%, в Российской Федерации эта цифра составляет 19%. Это примерно 5% от общего ритейла в России, когда средний уровень в мире составляет примерно 7% [6].

Согласно статистике 89% онлайн-пользователей осуществляли покупки в интернет-магазине, а остальные 11% ознакомившись информацией о предложенном товаре, цене отправлялись в оффлайн-магазин и затем приобретали товар там [11].

Российское исследовательское агентство Data Insight, являющееся специалистом в области онлайн-торговли, сообщает, что по итогам 2017 года объем рынка элек-

тронной коммерции составил 700 млрд рублей, что на 70 млрд рублей больше, чем в прошлом году. Количество заказов в онлайн-магазинах составило 185 млн заказов [5]. Эксперты J’son & Partners Consulting прогнозируют рост рынка онлайн-торговли на 25% ежегодно. Предполагается, что к 2020 объем российского рынка онлайн-коммерции составит более 2200 млрд руб. [10].

Россияне чаще всего в онлайн-магазине покупают одежду, обувь, что составляет 41% от общих покупок. На втором месте по популярности находится потребительская электроника (25%). На третьем месте по популярности находится книги и журналы (15%), меньше всего интернет-покупатели приобретают уходовые средства (5%) и билеты на мероприятия (4%).

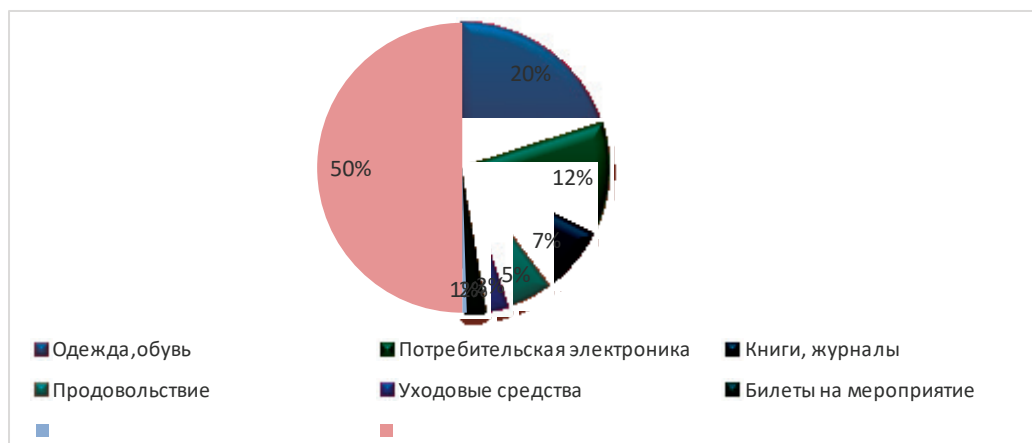


Рис. 1. Рейтинг товаров, приобретаемых в онлайн-магазинах

Важно знать, что на российском рынке электронной коммерции существует некий дисбаланс развития по регионам. Больше всего интернет-магазинов располагается в центральной части страны, в крупнейших городах, таких как Москва и Санкт-Петербург. Мелкие города провинциальных регионов отстают в данном показателе из-за отсутствия доступного Интернета. Также существует проблема приспособленности онлайн-покупателей к среде интернет-шопинга, у большинства россиян, а именно 50% на освоение уходит в среднем 3 года, и только 11% начинает совершать покупки в интернет-магазине сразу после регистрации в сети Интернет интернету [1].

Стоит отметить, что и трансграничная торговля растет: 64% российских онлайн-потребителей хотя бы раз приобретали товары в зарубежных онлайн-магазинах, а 7% отметили, что совершают покупки только в таких магазинах [5].

Для интернет-предпринимателей создание онлайн-магазина тоже имеет ряд преимуществ, в первую очередь, более низкие издержки по сравнению с обычным магазином, так как интернет-магазин не нуждается в аренде торговых площадей, не нужно создавать большой коллектив продавцов и закупать дорогостоящее торговое оборудование.

Но не стоит забывать, что онлайн-торговля в России имеет ряд особенностей. При создании собственного интернет-магазина у неопытного специалиста или предпринимателя может возникнуть ряд вопросов по поводу создания, регистрации своего онлайн-магазина и уплаты соответствующих налогов.

Продажа товаров через сеть Интернет относится к категории «Розничная торговля, осуществляемая через телемагазины и компьютерные сети» — 52.61.2, по классификатору код ОКВЭД.

1. Когда необходимо начинать официальное оформление онлайн-магазина?
2. Какую форму собственности выбрать — ИП или ООО?
3. Какие налоги необходимо будет уплачивать и в каком размере?

Официальное оформление онлайн-магазина можно производить с того момента, как было принято решение о его создании, когда еще нет ни сайта, ни контрагентов, ни покупателей. Этот вариант наиболее предпочтительный, так как официально зарегистрированный предприниматель может начать свою деятельность по поиску необходимых для него поставщиков, а затем и заключать с ними официальные договора и прописывать в них все обязанности сторон.

Возможен и другой вариант — зарегистрироваться уже после создания интернет-магазина. Этот вариант возможен по нескольким причинам. Во-первых, решение всех технических вопросов по созданию сайта и его непосредственный запуск могут занять достаточно большое количество времени. Во-вторых, важную роль играет товарооборот, если он будет очень низким, то магазин и вовсе придется закрыть из-за того, что бизнес нерентабелен. Но данный вариант регистрации сайта имеет свои сложности, связанные с органами налоговой инспекции.

При открытии онлайн-магазина предпринимателю стоит выбрать в качестве формы собственности — инди-

видуальное предпринимательство и использовать упрощенную систему налогообложения.

Объемы рынка онлайн-торговли быстро растут, исследовательские агентства проводят расследование в попытках предсказать будущее электронной коммерции.

Онлайн торговля в России является лидером по наращиванию оборотов во всей Европе. В связи с этим растет количество молодых онлайн-покупателей. Эксперты говорят, что в 2021 году объем рынка вырастет до 2190 млрд рублей и будет лидировать над многими другими торговыми отраслями [12]. Как предсказывают эксперты, к 2021 году в центральных городах России количество интернет заказов вырастет на 40%, а в других регионах страны средний рост составит примерно 55%.

Однако, помимо положительных моментов интернет торговля имеет и свои проблемы, которые замедляют развитие данной отрасли и это может привести к несбыточности прогнозов экспертов.

Будущее электронной торговли во многом будет зависеть от решения участниками рыночных отношений некоторых задач. Непосредственно на российском рынке онлайн-ритейла необходимо решить следующие задачи:

1) Необходимо обеспечить все регионы страны высокоскоростным доступным интернетом. Особенно государству необходимо обратить внимание на отдаленные регионы, такие как Дальний Восток, Сибирский Федеральный округ, Урал. В данных регионах часто возникает проблема с энергообеспечением населения. Также есть

проблема с доступом к мобильному интернету, ведь пользователей девайсов все больше и больше с каждым днем, а также растет количество мобильных приложений для онлайн-торговли.

2) Еще одной важной проблемой является обеспечение безопасности личных данных покупателей, данных банковских карт, обеспечение возврата товаров/денег за товар.

Онлайн-предприниматели, в свою очередь, для привлечения новых покупателей должны обеспечить их преимуществ над офлайн-торговлей, например, быстрый срок доставки, минимальные цены на товар, за счет того, что издержки меньше, чем у обычных магазинов. Ассортимент должен быть шире, ведь не нужно арендовать большие площади для выставки в магазине. Возможность любого вида оплаты, а также высокая степень юзабилити онлайн-магазина и создание мобильного приложения. Интернет-предпринимателям необходимо обратить свое внимание на региональные рынки и стараться делать акцент на этом виде потенциальных покупателей, ведь аудитория этого сегмента очень велика. На сегодняшний день только 24% из ведущих 30 онлайн-ритейлеров работают в городах-миллионниках, 9% — в городах от 500 тысяч до миллиона жителей, а в городах с населением меньше 500 тысяч работает всего 5% ритейлеров и меньше [9]. Со своей стороны, покупателям необходимо приобретать навыки владения инструментами глобальной сети, а также культуры покупок в онлайн-среде.

Литература:

1. Дашков А. П., Памбухчиянц В. К. Коммерция и технология торговли. — М.: Дашков и Ко, 2016. — 700 с.
2. Евстигнеев Е. Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия., М, Просвещение, 2016.
3. Ермишин П. С. Особенности создания торговых предприятий // Современная Торговля. — 2017. — № 5.
4. Классификатор ОКВЭД 2015. URL: <http://regforum.ru/okved>
5. Розничная торговля: организация и управление /Пер.с англ. под ред.Ю.Каптуревского — СПб.: Питер,2013. — 216—220с.
6. <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19748>(дата обращения: 14.02.2018).
7. Мунши А. Ю., Александрова Л. Ю., Мунши Ш. М. Состояние и динамика развития розничной торговли в России // Современные проблемы науки и образования. — 2017. — № 1—2.;
8. Розничная торговля: организация и управление /Пер.с англ. под ред.Ю.Каптуревского — СПб.: Питер,2016. — 216—220с.
9. Саршор Т. Л. Совершенствование стратегии менеджмента. Логистика и система. — 2015. — № 5. — 216—42с.
10. <http://www.gks.ru/> (дата обращения 11.11.2018)

Состояние и перспективы развития розничной торговли в России

Кондратьева Ксения Владимировна, студент магистратуры
Иркутский государственный университет

Розничная торговля стремительно развивается, но все мы помним, что пару десятков лет назад магазины были совсем другими.

Приходилось часами стоять в очереди за товаром, ассортимент продукции был невероятно мал, обслуживание по талонам, полупустые полки магазинов и дефицит.

Сейчас мы даже и представить себе не можем, как бы жили мы в таких условиях.

Современная экономика очень быстро развивается, предприниматели расширяют свои горизонты и открывают для себя новые пути ведения бизнеса. Государство перестало тотально контролировать торговлю и дала свободу частному сектору. Теперь каждый производитель стал бороться за своего покупателя. Дефицит товаров ушел в прошлое, магазины могут похвастать широким ассортиментом товаров, отличным обслуживанием. Существуют разные ценовые сегменты для того, чтобы постоянно меняющийся спрос был удовлетворен.

Для привлечения покупателей разрабатываются различные системы скидок, системы накопления бонусов и т.д. Для удобства покупателей создаются новые формы оплаты товаров с использованием кредитных и дебитных банковских карт, новая система бесконтактной оплаты товаров также пользуется огромным спросом у покупателей.

Преображаются и магазины. В каждом торговом зале теперь можно увидеть современное оборудование, продуманный торговый зал с указателями для комфорта покупателей. Изменил культура и качество обслуживания покупателей. Некоторые супермаркеты на своей торговой площади размещают зоны общественного питания и отдыха, все для того, чтобы покупатель смог сделать свой выбор никуда не торопясь.

Состояние и тенденции развития розничной торговли отражают число и состав организаций, участвующих в продаже продукции конечным потребителям. В Российской Федерации розничная торговля осуществляется разнообразными типами розничных торговых предприятий. В составе организаций преобладают магазины: специализированные и неспециализированные, однако происходит ежегодное увеличение внемагазинных форм розничной торговли — на рынках, по почте, через телемагазины, Интернет, в палатках и др. Особенно сильное увеличение произошло в последние 2 года, это связано с появлением большого количества интернет-магазинов [4].

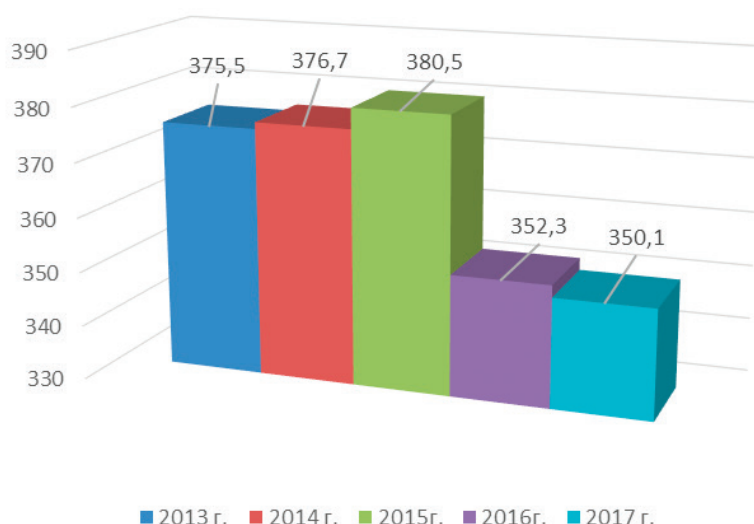


Рис. 1. Количество организаций, осуществляющие розничную торговлю РФ в 2013–2017 гг.

Современная экономика очень быстро развивается, предприниматели расширяют свои горизонты и открывают для себя новые пути ведения бизнеса. Информационные технологии и сеть Интернет становятся неотъемлемой частью нашей жизни в связи с этим создаются новые условия для осуществления бизнеса: создание новых предложений; возникновение принципиально новых рынков; формирование спроса на новые товары и услуги. За период с 2013 года по 2017 год число организации, осуществляющих розничную торговлю снизилось на 6,8% и составило 350,1 тыс., однако снижение происходило в течение последних двух лет (рис..2.).

Так же и снизилось число индивидуальных предпринимателей на 2,9% и составило 1400,2 тыс. человек (рис. 2). Также снизилось число розничных рынков и торговых мест. Снижение всех показателей могло быть вызвано

действующими санкциями в отношении нашей страны, которые как раз и были введены в 2014 году, в котором и наблюдается резкий спад данных показателей.

Наибольшее снижение в 2017 году (более 0,5%), объемов розничного товарооборота, по отношению к 2016 году, среди крупнейших субъектов РФ продемонстрировала Центральный федеральный округ (−0,83%), Сибирский федеральный округ (−0,85%), Уральский федеральный округ (−0,61%). Снижение в пределах 0,5% отмечалось в Приволжский федеральный округ (−0,43%). Наибольший рост (более 0,5%) продемонстрировали Южный федеральный округ (0,52%). Также можно отметить присоединившими к нам в 2014 году Крымский федеральный округ, в 2017 годы объем розничного товарооборота составил 0,91%, что на 0,22% больше, чем в 2016 году.

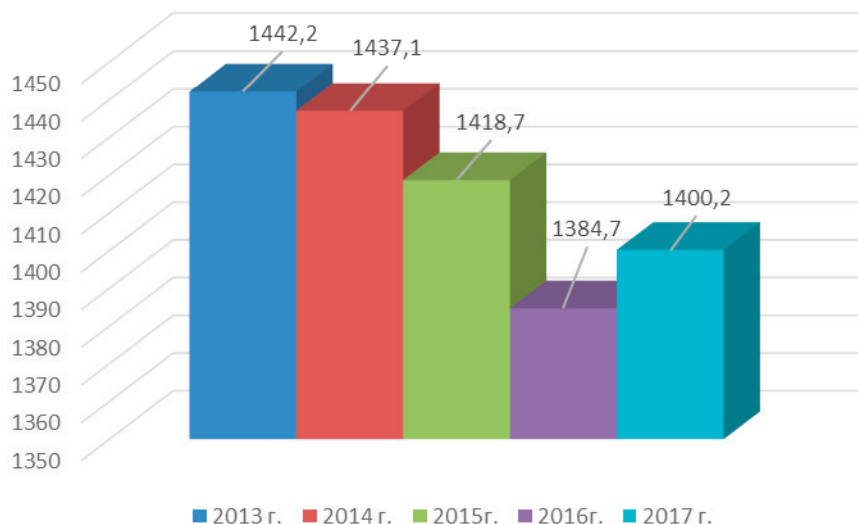


Рис. 2. Количество индивидуальных предпринимателей, осуществляющие розничную торговлю РФ в 2013–2017 гг.

Таблица 1. Региональная структура оборота розничной торговли России

Регион	Анализируемый период					Изменение 2015 г. к 2011 г.
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение, проц.
Центральный федеральный округ, проц.	34,52	34,06	33,93	34,21	33,69	-0,83
Северо-Западный федеральный округ, проц.	9,13	9,20	9,07	9,04	9,48	0,35
Южный федеральный округ, проц.	8,91	8,97	9,01	9,13	9,43	0,52
Северо-Кавказский федеральный округ, проц.	4,96	5,10	5,11	5,09	5,46	0,49
Приволжский федеральный округ, проц.	18,16	18,29	18,48	18,41	17,73	-0,43
Уральский федеральный округ, проц.	9,63	9,65	9,72	9,24	9,02	-0,61
Сибирский федеральный округ, проц.	10,80	10,89	10,79	10,23	9,95	-0,85
Дальневосточный федеральный округ, проц.	3,88	3,83	3,90	3,96	4,32	0,43
Крымский федеральный округ, проц.	-	0,70	0,92	1,2	1,3	-

Развитие розничной торговли имеет большое значение, как для отдельных регионов, так и для экономики страны в целом. Несмотря на кризисную ситуацию, эта сфера экономики активно развивается, что видно по об-

щему уровню товарооборота. Постоянные положительные изменения в этой сфере все больше привлекают иностранных инвесторов, что, несомненно, носит положительный характер для развития экономики страны

Литература:

1. Гребнев А. И. Экономика торгового предприятия. Учебник. — М.: Экономика, 2013.
2. Мунши А. Ю., Александрова Л. Ю., Мунши Ш. М. состояние и динамика развития розничной торговли в России // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1–2.;
3. Розничная торговля: организация и управление /Пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского — СПб.: Питер, 2011. — 216–220с.

4. <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.05.2016).
5. <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19748> (дата обращения: 14.05.2016).

Состояние и перспективы развития розничной торговли в Иркутской области

Кондратьева Ксения Владимировна, студент магистратуры
Иркутский государственный университет

Розничная торговля является лидирующей отраслью в Российской Федерации. Розничное торговое предприятие осуществляет деятельность, связанную с продажей товаров покупателю для личного потребления.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что розничная торговля является одной из главных отраслей экономики любой страны.

Приходилось часами стоять в очереди за товаром, ассортимент продукции был невероятно мал, обслуживание по талонам, полупустые полки магазинов и дефицит. Сейчас мы даже и представить себе не можем, как бы жили мы в таких условиях.

Современная экономика стремительно развивается, бизнесмены расширяют свои горизонты и открывают для себя новые пути ведения бизнеса. Государство перестало тотально контролировать торговлю и дала свободу частному сектору. Теперь каждый производитель стал бороться за своего покупателя. Дефицит товаров ушел в прошлое, магазины могут похвастать широким ассортиментом товаров, отличным обслуживанием. Существуют разные ценовые сегменты для того, чтобы постоянно меняющийся спрос был удовлетворен.

Системы скидок, накопительные системы разрабатываются и внедряются для привлечения большего количества покупателей. Создаются новые формы оплаты товаров с использованием кредитных и дебитных банковских карт, новая система бесконтактной оплаты товаров также пользуется огромным спросом у покупателей.

Иркутская область имеет площадь 777 846 км², что составляет 4,52% от всей площади нашей необъятной страны. Стоит отметить, что территория всей области неравномерно заселена и экономически освоена. Это вызвано большой протяженностью региона, а также суровым климатом некоторых его частей. Проанализировав экономическую карту региона, можно сделать вывод, что на ней четко выделяются крупные города, промышленные и сельскохозяйственные районы, слабозаселенные северные территории, а также территории, прилегающие к железнодорожным, автомобильным и водным магистралям.

Соответственно, уровень экономического и социального развития данных территорий значительно отличается друг от друга. В зависимости от этого происходит размещение предприятий розничной торговли. На территориях с высоким экономическим уровнем развития находится самое большое количество магазинов.

Для Иркутской области характерно преобладание мелких торговых предприятий в отдаленных и малозаселенных районах региона. Крупные торговые сети размещают свои магазины неравномерно по всему региону, а в основном в крупных городах.

В городах, расположенные вдоль Транссибирской и Байкало-Амурской железнодорожных магистралей, сосредоточены основные товаропотоки. В данных населенных пунктах создана соответствующая инфраструктура, наличие подъездных железнодорожных путей, товарные склады и т.д.

Иркутск, Братск, Ангарск — три самых крупных торговых центра Иркутской области. На долю этих городов приходится около 65% основного товарооборота региона.

Иркутская область соседствует со следующими регионами: Красноярский край, республика Бурятия, Якутия и Тыва, а также Читинская область. С данными регионами у Иркутской области налажены межрегиональные торгово-экономические связи.

С появлением рыночных отношений розничная торговая сеть Иркутской области стала более разнообразной: появились новые формы розничной торговли и образовались современные магазины. Сегодня большинство отечественных магазинов мало чем отличается от западных как по ассортименту и качеству товаров, так и по культуре обслуживания покупателей.

В Иркутской области суммарная площадь розничных магазинов за 2017 год составила почти 2 400 000 квадратных метров. тыс.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области на 1 января 2018 года на территории Иркутской области 17136 предприятий, осуществляющих деятельность, связанную с розничной торговлей.

В регионе действует 10 розничных рынков.

Оборот розничной торговли за текущий год увеличился на 10% по сравнению с предыдущим.

Доля крупных сетевых магазинов в обороте розничной торговли составила 30%.

Исполнительным органом государственной власти Иркутской области, осуществляющим регулирование торговой деятельности, является служба потребительского рынка и лицензирования Иркутской области.

Иркутская область каждый год встречает огромное количество китайских туристов, которые приезжают по-

смотреть на красоты города Иркутска и озера Байкал. Туристы благоприятно влияют на развитие розничной торговли, ведь во многих магазинах появились вывески на китайском языке. Также туристы из КНР приобретают большое количество российских товаров.

Розничная торговля имеет большое значение для отдельного города, региона, так и для экономики большой страны. Несмотря на постоянно расширяющийся список санкций и на тяжелую ситуацию в стране, это сфера экономики бурно развивается. Такой вывод можно сделать, проанализировав данные товарооборота по стране. Развитие данной сферы все больше привлекает зарубежных инвесторов, что носит весьма положительный характер для страны.

В розничной торговле региона наблюдаются структурные изменения. В последние годы традиционные магазины прекращают свою деятельность, на смену им приходят магазины нового формата, такие как интернет-магазин, дискаунтеры и т.д. Увеличивается и количество магазинов, которые принадлежат федеральным торговым сетям. Эксперты утверждают, что к 2021 году

организации современной торговли будут занимать 85% от общего числа магазинов розничной торговли, а магазины федеральных торговых сетей будут занимать почти 50% рынка.

Решения на макроуровне об уменьшении налоговой нагрузки предприятий, осуществляющих деятельность, связанную с розничной торговлей, а также отмена торговых сборов, доступность финансовых ресурсов. Это придаст ускорение темпов развития данной отрасли.

Развитие розничной торговли невозможно без совершенствования деятельности самих розничных торговых предприятий, за счет расширения ассортимента товаров, корректировки цен, обеспечения эффективности торгового маркетинга и логистики

В последнее время происходит ряд негативных тенденций, связанных со снижением темпов роста объема оборота розничной торговли, оборота розничной торговли в расчете на душу населения как в текущих, так и сопоставимых ценах; наличием на розничном рынке товаров ненадлежащего качества и др.

Литература:

1. Гребнев А. И. Экономика торгового предприятия. Учебник. — М.: Экономика, 2013.
2. Мунши А. Ю., Александрова Л. Ю., Мунши Ш. М. состояние и динамика развития розничной торговли в России // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1–2.;
3. Розничная торговля: организация и управление / Пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского — СПб.: Питер, 2011. — 216 — 220с.
4. <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.05.2016).
5. <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19748> (дата обращения: 14.05.2016).

Оценка степени концентрации российского фондового рынка как индикатор уровня систематического риска

Куделя Сергей Тарасович, студент магистратуры
Ростовский государственный экономический университет «РИНХ» (г. Ростов-на-Дону)

Важнейшими характеристиками уровня развития рынка ценных бумаг являются объемы торгов и число котирующихся на основных торговых площадках акций. При этом нельзя не учитывать и структуру рынка или доли отдельных эмитентов в суммарных показателях. Очевидно, нельзя считать достаточно развитым рынок, на котором на долю небольшого числа эмитентов приходится большая часть сделок в стоимостном выражении. Более того, высокая концентрация фондового рынка может рассматриваться в качестве индикатора уровня систематического риска. Более концентрированный рынок сильнее реагирует на системные шоки, у инвесторов снижаются возможности по диверсификации портфеля, что также повышает их риск. Для анализа структуры российского фондового рынка с этих позиций рассмотрим воз-

можности применения показателей концентрации и централизации.

Проблемам оценки состояния и развития фондового рынка на современном этапе посвящены работы многих ученых и исследователей, например Абрамова А., Радыгина А., Черновой М. [1], Корзовой К. [2] и других. При этом исследования, посвященные оценке уровня централизации и концентрации фондового рынка встречаются не так часто [3, 4].

Оценка степени концентрации изучаемого признака или неравномерности его распределения по единицам или группам единиц совокупности — одна из задач статистического исследования структуры. Сосредоточение относительных объемов признака у отдельных единиц соответственно приводит к пропорциональному уменьшению

относительных объемов у единиц оставшейся части совокупности, вызывает неравномерность распределения. Такая неравномерность имеет место не только в распределении оборота или инвестиций, но и в распределении капитала, доходов, трудовых ресурсов, результатов производственной деятельности и т.п. Поэтому наряду с универсальным термином «концентрация» в конкретных предметных областях могут использоваться и другие термины, например, «локализация» или «дифференциация».

Оценка степени концентрации наиболее часто осуществляется по кривой концентрации (Лоренца) и рассчитываемым на ее основе характеристикам, в частности, коэффициента Джини [3]:

$$G = 1 - 2 \sum_{i=1}^k d_{xi} d_{yi}^H + \sum_{i=1}^k d_{xi} d_{yi} \quad (1)$$

где d_{xi} — доля i -й группы в общем объеме совокупности;

d_{yi} — доля i -й группы в общем объеме признака;

d_{yi}^H — накопленная доля i -й группы в общем объеме признака.

Для расчета данного коэффициента также может использоваться следующая формула (формула Брауна):

$$G = \left| 1 - \sum_{i=1}^{k-1} (d_{xi}^j - d_{xi-1}^j) (d_{yi}^j - d_{yi-1}^j) \right| \quad (2)$$

d_{xi}^j — накопленная доля i -й группы в общем объеме совокупности;

d_{yi}^j — накопленная доля i -й группы в общем объеме признака.

Наряду с концентрацией оборота торгов важно точно оценивать и анализировать динамику уровня централизации рынка. В этих целях может быть использован обобщающий показатель централизации. Понятия «концентрация» и «централизация» очень близки. Под концентрацией понимается степень неравномерности распределения изучаемого признака, не связанная ни

с общим объемом совокупности, ни с численностью отдельных групп. Даже если признак сконцентрирован всего в двух группах, но при этом распределен между ними равномерно, показатели концентрации будут нулевыми. Централизация же означает сосредоточение объема признака именно у отдельных единиц совокупности. С увеличением объема совокупности, т.е. числа единиц, централизация в целом снижается [3,5].

Степень концентрации и централизации рынка может быть оценена за некоторый период времени. Так как торги проводятся каждый день, оценка может быть проведена, например, за месяц по агрегированным данным, либо за день по фактическим данным объемов торгов и количества сделок.

Оценка за день является «моментным» срезом ситуации, однако, если есть основания полагать, что день в определенной степени является типичным для исследуемого периода, по проведенной дневной оценке можно судить о степени концентрации рынка. Это связано с тем, что концентрация рынка не имеет тенденции к быстрому изменению, и дневная оценка будет являться показательной.

Была проведена оценка степени концентрации основного российского фондового рынка — Московской биржи, — по состоянию на 1.08.2018. Рассматривались сделки по Т+: Основной режим. Для оценки степени концентрации рынка были построены кривые Лоренца для показателей количества сделок (рис. 1) и объема торгов (рис. 2).

Как видно на рисунках, площадь под линией равномерного распределения значительная для обеих кривых.

Графический анализ кривых Лоренца, таким образом, позволяет сделать вывод о высокой степени концентрации российского фондового рынка.

Для более точной количественной оценки степени концентрации рынка были проведены расчеты коэффициента Джини и обобщающего показателя централизации, представленные в таблице 1.

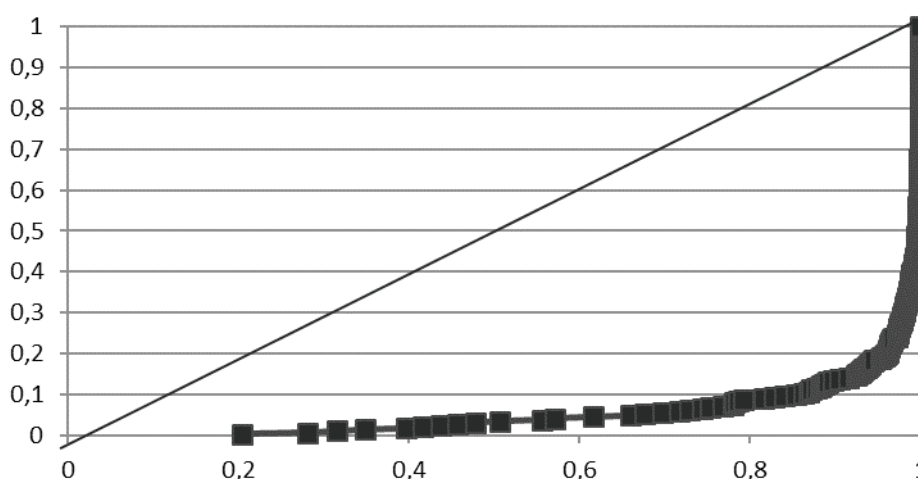


Рис. 1. Кривая Лоренца для числа сделок, Московская биржа, 1.08.2018

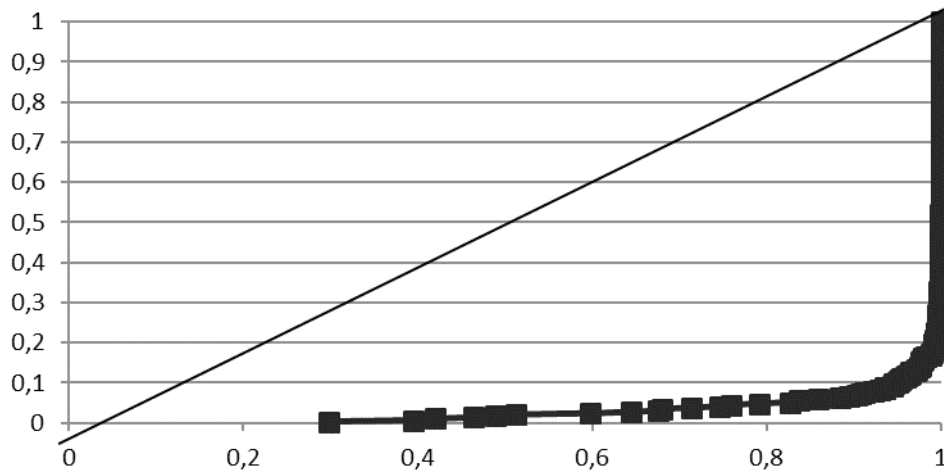


Рис. 2. Кривая Лоренца для объема торгов, Московская биржа, 1.08.2018

Таблица 1. Показатели концентрации и централизации Московской биржи, 1.08.2018

Показатель	Коэффициент Джини (формула (1))	Коэффициент Джини (формула Брауна (2))	Обобщающий показатель централизации
Количество сделок	0,89323	0,997249	0,065153
Объем торгов	0,94067	0,99757	0,11882

Как видно из таблицы 1, концентрация российского фондового рынка является крайне высокой — значения коэффициентов Джини близки к 1, особенно при расчете с помощью формулы Брауна. Централизация достигает почти 7 и 12%. При этом концентрация и централизация по объему торгов выше, чем по количеству сделок. Около 50% сделок по обоим показателям приходится всего лишь на 16 акций из 304 торгуемых на бирже.

Таким образом, концентрация и централизация российского фондового рынка являются высокими, активные торги идут по незначительному числу акций, что с одной стороны говорит об их привлекательности для инвесторов и спекулянтов, а с другой — об ограниченной возможности и недостаточном использовании диверсификации для снижения уровня риска. Инве-

стор, старающийся диверсифицировать портфель посредством приобретения акций, сделки по которым происходят редко, получает новый риск — неликвидности части портфеля. Поэтому большинство участников рынка предпочитают вкладывать в наиболее торгуемые ценные бумаги, что повышает уровень рыночной концентрации.

Такая высокая степень концентрации может рассматриваться, как свидетельство высокого уровня систематического риска. Факт, что большая часть сделок приходится на незначительное число активов, можно интерпретировать, как недостаточный уровень диверсификации со стороны инвесторов. Это свидетельствует о необходимости дополнительной оценки систематического риска в части отдельных его компонентов.

Литература:

1. Абрамов А., Радыгин А., Чернова М. Регулирование финансовых рынков: модели, эволюция, эффективность // «Вопросы экономики», № 2, 2014 г., сс.33–49
2. Корзова К. Р. Проблемы российского рынка ценных бумаг на современном этапе / К. Р. Корзова // Устойчивое развитие российских регионов: экономическая политика в условиях внешних и внутренних шоков: сборник материалов XII международной научно-практической конференции, г. Екатеринбург, 17–18 апреля 2015 г. — Екатеринбург: [УрФУ], 2015. — С. 1270–1275.
3. Минашкин, В.Г. Статистика фондового рынка. Учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] / В. Г. Минашкин. — М.: Евразийский открытый институт, 2008. — 119 с.
4. Борисенко Л. А. «Оценка уровня концентрации и централизации фондового рынка России» // Материалы 8-й Международной научной практической конференции «Научный потенциал света», г. София: 2012–0,16 п.л.
5. Малая энциклопедия трейдера [Текст] / Э.Л. Найман. — 9-е изд., перераб. и доп. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — 456 с.

Актуальность управления и организации инвестиционного проектирования в строительстве в современной России

Куркуедов Виктор Викторович, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Развитие российской экономики на современном этапе предполагает достижение одной из важнейшей цели — обеспечение стабильного экономического роста. Основной составляющей данного стремления является активная работа в данном направлении каждого конкретного предприятия страны. Для решения данной задачи на предприятии определяющее значение имеют инвестиции.

Определение инвестициям дано в одном из основополагающих законодательных актов Российской Федерации в сфере инвестиционной деятельности — «денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [1]. Предприятия, осуществляющие деятельность в отрасли строительства на территории Российской Федерации, вносят значительный вклад в развитие экономики страны — соотношение оборота данных предприятий в фактически действовавших ценах в 2017 году составляет 4,28% к общему обороту организаций страны. Также частично обороты по другим отраслям деятельности связаны со строительством (производство и реализация строительных и прочих материалов, транспортные услуги и т.п.), вследствие обеспечения деятельности строительной отрасли. Законодательно также определена инвестиционная деятельность в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений. Как следует из закона: под капитальными вложениями понимается — «инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты» [1]. Таким образом, инвестиционная деятельность, осуществляемая в форме капитальных вложений, в основном обеспечивается предприятиями строительной отрасли. Инвестиции являются важным фактором реализации стратегии стабилизации предприятия. В случае, если основной стратегией предприятия является развитие (к чему и должны стремиться предприниматели), то без инвестиций ее не осуществить.

Инвестиционная деятельность в строительной отрасли имеет не только большое экономическое значение в пределах страны, но и социальное, так как обеспечивает развитие социальной инфраструктуры (школы, детские сады, больницы, спортивные сооружения и т.д.). В настоящее время, в Российской Федерации состояние инвестиционной деятельности предприятий оста-

ется неудовлетворительным, однако данные статистики (за 2016 год — имеющиеся на сегодня) показывают, что в отрасли строительства есть хорошие перспективы развития данного направления. Так, объемы работ, выполненных по виду экономической деятельности «строительство», выросли с 6 125,2 млрд руб. в 2014 году до 7 204,2 млрд руб. в 2016 году. В процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах) данный показатель имеет негативную тенденцию — 97,7%; 96,1%; 97,8% (в 2014, 2015, 2016 годах, соответственно), но является свидетельством стабильности (без резких падений). Значительно выросло количество строительных организаций на конец года — на 19,75% (с 226,8 тыс. в 2014 году до 271,6 тыс. в 2016 году). Наличие основных фондов в строительстве за последние годы выросло и стабилизировалось — 1 032,7; 1 152,0; 1 150,5 (в 2014, 2015, 2016 годах, соответственно) млрд руб. (по полной учетной стоимости; на конец года). Также об улучшении экономического климата для предприятий отрасли строительства свидетельствует рост таких показателей, как:

1. Сальдированный финансовый результат в строительстве (прибыль минус убыток) — с -75,1 млрд руб. в 2014 году до 39,8 млрд руб. в 2016 году;

2. Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг), в процентах — с 3,4% в 2014 году до 4,2% в 2016 году;

3. Удельный вес прибыльных организаций в общем числе организаций, в процентах — с 68,1% в 2014 году до 68,9% в 2016 году.

О развитии инвестиционной деятельности строительных организаций свидетельствует положительная тенденция обновления основных фондов предприятий отрасли строительства. Так, коэффициент обновления основных фондов (в постоянных ценах), в процентах вырос с 3,8% в 2014 году до 9,4% в 2016 году, а степень износа основных фондов (на конец года), в процентах снизилась с 51,2% в 2014 году до 48,4% в 2016 году. Видовая структура инвестиций в основной капитал (в фактически действовавших ценах), в процентах выросла: в жилища с 14,5% в 2014 году до 15,4% в 2016 году; в здания (кроме жилых) и сооружения с 40,8% в 2014 году до 45,2% в 2016 году. Динамика инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (в фактически действующих ценах) свидетельствует об увеличении вложения предприятиями собственных средств, относительно привлеченных. Так в 2014 году данное соотношение равнялось 45,7% к 54,3% (4742,3 и 5637,3 млрд руб., соответственно), а в 2016 году оно составляет 50,9% к 49,1% (5738,0 и 5529,0 млрд руб., соответственно).

На основе анализа данных материалов выборочного обследования можно сделать вывод о снижении негативного влияния большего числа факторов, ограничивающих производственную деятельность строительных организаций по состоянию на IV квартал 2016 года по сравнению с IV кварталом 2015 года. К таким факторам можно отнести: «высокий уровень налогов; высокую стоимость материалов, конструкций, изделий; неплатежеспособность заказчиков; конкуренцию со стороны других строительных фирм; недостаток финансирования; высокий процент коммерческого кредита; недостаток квалифицированных рабочих» [2]. Однако, такие факторы как: «недостаток заказов на работы; недостаток материалов; нехватка и изношенность строительных машин и механизмов» [2], по данным на IV квартал 2016 года (в сравнении с IV кварталом 2015 года) увеличили свое негативное влияние на ограничение производственной деятельности предприятий строительной отрасли. Исследуя данные распределения организаций по оценке факторов, ограничивающих инвестиционную деятельность (в процентах от общего числа организаций), можно сделать вывод, что за период с 2014 по 2016 годы пагубное влияние основных факторов («недостаточный спрос на продукцию, недостаток собственных финансовых средств, высокий процент коммерческого кредита, сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов, инвестиционные риски, неудовлетворительное состояние технической базы, низкая прибыльность инвестиций в основной капитал, неопределенность экономической ситуации в стране, несовершенная нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционные процессы» [2]) стало больше ограничивать инвестиционную деятельность предприятий.

В итоге проведенного анализа статистики можно сделать выводы о важном значении как инвестиционной политики государства в целом, так и особенно рациональной эффективной организации инвестиционной деятельности каждого конкретного предприятия. В настоящее время стоит уделять большее внимание организации и оценке эффективности инвестиционной деятельности предприятий, а не только обоснованию и оценке эффективности инвестиционных решений. Важнейшим элементом управления всей производственно-хозяйственной деятельностью предприятия является управление его инвестиционной деятельностью. Инвестиционные ресурсы предприятий ограничены, вследствие чего необходимо совершенствовать планирование инвестиционной деятельности, повышать эффективность инвестиционных ресурсов, кардинально улучшать их использование. Увеличение уровня инвестиционной активности предприятия обеспечит повышение эффективности его деятельности в долгосрочной перспективе, темпов развития и конкурентоспособности. Организация инвестиционного проектирования в строительстве включает в себя теоретические основы и исследование основных показателей и элементов проекта инвестиций, принимая во вни-

мание рыночную модель управления экономикой. Необходимо определить принципы и основные характеристики проекта, выбрать его месторасположение и участок для строительства, оценить его осуществимость и жизнеспособность, ожидаемую выгоду от реализации. Основное содержание и суть инвестиционного проектирования в строительстве составляют технико-экономические исследования и обоснование выполнимости инвестиционного проекта с желаемым экономическим результатом при условии осуществления деятельности при наличии неопределенности и рисков. При осуществлении организации инвестиционного проектирования обязательно нужно оценить, проанализировать и обосновать необходимый объем инвестиций для осуществления проекта, разработать финансовую схему проекта, обеспечивающую формирование инвестиций в объеме, необходимом для осуществления проекта и выполнения обязательств перед займодателями (так как в большой степени финансирование инвестиций производится за счет заемных средств) в рамках доходов (прибыли) от проекта. Базовыми механизмами инвестиционного проектирования можно назвать: формирование идеи инвестиционного проекта и создание плана работ по его осуществлению; организацию и осуществление предваряющих инвестиции исследований; проведение анализа инвестиционного проекта; создание концепции проекта; проведение экономических исследований и оценку эффективности будущего проекта; управление рисками и их анализ. Также важное значение имеет управление инвестиционным проектированием, успешным результатом осуществления которого является эффективная реализация конкретного инвестиционного проекта. Управление предусматривает достижение целей инвестиционного проекта и получение максимальной выгоды от его осуществления за счет эффективного администрирования процесса его реализации и использования выделенных ресурсов более рационально. Основные задачи управления инвестиционными проектами имеют цель — успешно завершить инвестиционный проект в определенные сроки, с учетом объема необходимых ресурсов для его реализации и как можно более полного удовлетворения требований инвестора.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что актуальность управления и организации инвестиционного проектирования в строительстве в современной России обуславливается нехваткой ресурсов, ускоренным техническим обновлением и ужесточением конкуренции. Вследствие влияния этих факторов предприятиям просто необходимо осуществлять обоснованную, продуманную и рациональную инвестиционную деятельность и как следствие, эффективно организовывать и управлять этой деятельностью. Инвестиционная деятельность является движущей силой развития и повышения надежности как страны в целом, так и каждого конкретного предприятия в отдельности, а практическая польза и ценность любого хорошо разработанного инвестиционного проекта состоит в том, чтобы воплотить конкретную задумку в жизнь.

Литература:

1. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: Федеральный конституционный закон от 25 фев. 1999 г. № 39-ФЗ // Собрание законодательства. — 1999. — № 9, (1 март.). — ст. 1096;
2. Инвестиции в России. 2017: статистический сборник / А.Л. Кевеш, И.В. Безрукавая, В.А. Бессонов и др. — Москва, 2017. — 188 с.;
3. Организация управления инвестиционными проектами в строительстве / С.В. Придвижкин, О.В. Баженов // Дискуссия. — 2017. — № 4. — С. 45–49.;
4. Россия в цифрах. 2018: краткий статистический сборник / А.Е. Суринов, Э.Ф. Баранов, Т.С. Безбородова и др. — Москва, 2018—522 с.;
5. Павлов, А.С. Экономика строительства в 2 ч.: учебник и практикум для СПО / А.С. Павлов. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 314 с.;
6. Стоппе Е.В. Проектирование инвестиций: Курс лекций / Е.В. Стоппе. — Москва: Издательский дом МИСиС, 2010—136 с.
7. [https://moluch.ru/archive/107/25504/;](https://moluch.ru/archive/107/25504/)
8. [https://studopedia.info/1-16038.html;](https://studopedia.info/1-16038.html)
9. [https://uchebnik.online/investirovanie-biznes-besplatno/organizatsiya-investitsionnogo-proektirovaniya-63991.html.](https://uchebnik.online/investirovanie-biznes-besplatno/organizatsiya-investitsionnogo-proektirovaniya-63991.html)

Инструменты личного инвестирования

Леонова Ирина Васильевна, кандидат экономических наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

Джордж С. Клейсон в своей книге «Самый богатый человек в Вавилоне» писал об инвестициях: «Существует много ремесел и занятий, которые позволяют человеку зарабатывать деньги. Каждое из них — золотой ручеек, от которого можно сделать ответвление, так чтобы часть золота стекала в ваш кошелек. В зависимости от вашего умения и способностей поток золота может быть большим или маленьким. Разумно начать строить свое богатство, основываясь на том источнике дохода, который есть у каждого» [1]

Личное инвестирование — это накопление «богатства» частными лицами, т.е. вложение свободных денег населения, индивидуальных инвесторов, в различные инструменты с целью их сохранения и увеличения.

Индивидуальный инвестор это, как правило, физическое лицо, распоряжающееся собственным капиталом, руководствующееся личными интересами. На данный момент времени индивидуальные инвесторы — это одна из наиболее динамично формирующихся групп инвесторов.

Преимущества личного инвестирования:

- свобода выбора — это значит, что инвестор сам выбирает себе объект инвестирования и стратегию инвестирования;

- получение пассивного дохода — получение дохода зависит от наличия капитала и инвестиционного решения, а не от времени, проведенного на работе.

Недостатки личного инвестирования:

- как правило, рискованные капиталовложения при отсутствии гарантии сохранения денег, что связано с непрофессионализмом инвесторов;

- индивидуальные инвесторы располагают не-большим капиталом, что ограничивает их возможности.

Стиль и поведение инвестора зависит многих факторов: характера человека, квалификации, финансовой грамотности, воспитания, готовности рисковать, привычек, определенного давления окружающей среды и ситуации на рынке. Человеческая природа такова, что в ситуации кризиса из-за неопределенности и чувства страха потерять свои сбережения выводят свои активы из финансовых сбережений и переводят их в реальные или замораживают в наличном виде до того момента, пока все не стабилизируется. Другая часть людей в кризисе видит возможность заработать: покупают инвестиционные продукты по сниженной цене, берут кредиты по меньшим ставкам, открывают короткие позиции по уменьшающимся в цене акциям и т.д.

Инвесторов принято подразделять на следующие типы:

1) Консервативные инвесторы — заинтересованы в получении стабильного дохода в течение длительного периода времени. Они предпочитают непрерывный поток платежей в виде дивидендных, и процентных выплат и, как правило, ограничивают свой риск до минимума.

2) Умеренные инвесторы — не ограничивают период инвестирования, в состав дохода включают как процентные и дивидендные выплаты, так и разницу курсов ценных бумаг. Подразумевают наличие определенного рассчитанного риска.

3) Агрессивные — нацелены на получение максимальной курсовой разницы от каждой сделки, где посто-

янно присутствует высокий риск и период инвестирования ограничен. [2]

Цели инвестирования могут быть различны. Человек может начать инвестировать, чтобы накопить на крупную покупку, на которую не хватает ежемесячного заработка; накопить на безбедную жизнь в будущем, когда выйдет на пенсию или обеспечить в будущем своих детей.

Основными целями могут быть, в частности, безопасность вложений, их доходность, рост капитала и ликвидность.

Под безопасностью понимается «неуязвимость капитала от потрясений на рынке и стабильность получения дохода». Безопасность обычно достигается в ущерб доходности и росту вложений. Самыми надежными и безопасными являются государственные ценные бумаги, которые практически исключают риск инвестора. Более доходными считаются ценные бумаги акционерных компаний, но в них заключена и большая степень риска. Самыми рискованными являются вложения в акции молодых наукоемких компаний, зато они могут оказаться самыми выгодными с точки зрения прироста капитала (на основе роста курсовой стоимости).

Ликвидность необязательно связана с другими инвестиционными целями, она лишь означает способность к быстрому и безубыточному обращению ценных бумаг в деньги. Приоритет тех или иных целей определяет тип портфеля.

Инвестиционный портфель составляется в зависимости от готовности человека рисковать, ожидаемой им доходности и размера средств для вложений. Портфель позволяет диверсифицировать, что и позволяет добиться нужного результата.

Для формирования инвестиционного портфеля могут быть использованы различные финансовые активы.

Финансовые активы — это активы, которые представляют финансовые требования, дающие право их владельцу (кредитору) на получение платежа или серии платежей от другой институциональной единицы (должника) в соответствии с заключенными договором.

Всё многообразие финансовых инструментов может быть классифицировано по тем или иным качествам. Главное из них — рынок, на котором они работают или, как говорят финансисты, обращаются.

Основными финансовыми инструментами кредитного рынка являются:

а) Денежные активы, составляющие основной объект кредитных отношений между кредитором и заемщиком;

б) Чеки, представляющие денежный документ установленной формы, содержащий приказ владельца текущего счета в банке (или другом кредитно-финансовом институте) о выплате по его предъявлению обозначенной в нем суммы денег;

в) Аккредитивы, представляющие собой денежное обязательство коммерческого банка, выдаваемое им по поручению клиента-покупателя произвести расчет в пользу покупателя или другого коммерческого банка

в пределах определенной в нем суммы против указанных документов;

г) Векселя, представляющие собой безусловное денежное обязательство должника (векселедателя) уплатить после наступления обозначенного в нем срока определенную сумму денег владельцу векселя (векселедержателю).

д) Залоговые документы. Они представляют собой оформленное долговое обязательство, обеспечивающее полученный финансовый или коммерческий кредит в форме залога или залога.

Основными финансовыми инструментами рынка ценных бумаг являются:

а) Акции. Они представляют собой ценную бумагу, удостоверяющую участие ее владельца в формировании уставного фонда акционерного общества и дающую право на получение соответствующей доли его прибыли в форме дивиденда.

Акция — эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца, на получение части прибыли акционерного общества.

б) Облигации. Они представляют собой ценную бумагу, свидетельствующую о внесении ее владельцем денежных средств, и подтверждающую обязанность эмитента возместить ему номинальную стоимость этой ценной бумаги в предусмотренный в ней срок с выплатой фиксированного процента (если иное не предусмотрено условиями выпуска).

Облигация — эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее держателя на получение от эмитента облигации в предусмотренный срок ее номинальной стоимости и зафиксированного в ней процента от этой стоимости или иного имущественного эквивалента.

В зависимости от правового статуса эмитента облигации могут быть государственными, муниципальными и корпоративными. Наибольший объем сделок совершается с корпоративными облигациями.

По способу получения дохода различают купонные (доход выплачивается с периодичностью, установленной в условиях выпуска), дисконтные (облигации с нулевым купоном, доход выплачивается за счет того, что она продается ниже номинала), смешанные (купон с фиксированным доходом, плюс облигация продается с дисконтом) и доходные облигации (доход выплачивается компанией только в том случае, если у нее есть прибыль).

Существуют в зависимости от принадлежности эмитента облигации внутреннего рынка и международные облигации. Международные подразделяются на иностранные (часть внутреннего рынка, выпущенных иностранными эмитентами, которые регулируются местными законами и номинируются в местной валюте) и еврооблигации — продаются вне страны в валюте номинала. Рынок еврооблигаций курирует ассоциация рынков международных ценных бумаг (ISMA).

в) Сберегательные (депозитные) сертификаты. Они представляют собой письменное свидетельство банка

(или другого кредитно-финансового института, имеющего лицензию на их выпуск) о депонировании денежных средств, которое подтверждает право вкладчика на получение после установленного срока депозита и процента по нему.

г) Деривативы — финансовые инструменты, базовым активом которых являются ценные бумаги, валюта и другое. Это относительно новая для нашего фондового рынка группа ценных бумаг, получавшая уже отражение в правовых нормах. К числу основных из этих ценных бумаг относятся: опционные контракты; фьючерсные контракты; форвардные контракты, контракты «своп» и другие.

Фьючерсный контракт — обязательство по договору купли — продажи биржевого актива через определенный срок в будущем по цене, установленной сроками сделки в момент заключения.

Опционный контракт — договор, в соответствии с которым одна из сторон имеет право, но не обязательство в течение определенного срока продать или купить у другой стороны соответствующий актив по цене, установленной в момент заключения договора. Опцион — колл — покупка, опцион — пут — продажа.

Основными финансовыми инструментами валютного рынка являются:

а) Валютные активы, составляющие основной объект финансовых операций на валютном рынке;

б) Документарный валютный аккредитив, используемый в расчетах по внешнеторговым предприятиям (платежи по этому документу производятся при условии предоставления в банк требуемых коммерческих документов: счета-фактуры, транспортных и страховых документов, сертификатов качества и других);

в) Валютный банковский чек, представляющий собой письменный приказ банка-владельца валютных авуаров за границей своему банку-корреспонденту о перечислении оговоренной в нем суммы с его текущего счета держателю чека;

г) Валютный банковский вексель, представляющий собой расчетный документ, выставленный банком на своего зарубежного корреспондента;

д) Переводной валютный коммерческий вексель, представляющий собой расчетный документ, выписанный им портером на кредитора или прямого экспортера продукции;

е) Валютный фьючерсный контракт, представляющий собой финансовый инструмент осуществления сделок на валютной бирже;

ж) Валютный опционный контракт, заключаемый на валютном рынке с правом отказа на покупку или продажу валютных активов по ранее предусмотренной цене;

з) Валютный своп, обеспечивающий паритетный обмен валютами разных стран в процессе осуществления сделки;

Основными финансовыми инструментами страхового рынка являются:

а) Контракты на конкретные виды страховых услуг (страховых продуктов), составляющие основной объект финансовых операций с клиентами на страховом рынке;

б) Договоры перестрахования, используемые при формировании финансовых взаимоотношений между страховыми компаниями;

Основными финансовыми инструментами рынка золота являются:

а) Золото как авуары, составляющее основной объект финансовых операций на этом рынке;

б) Система разнообразных деривативов, используемых при осуществлении сделок на бирже драгоценных металлов (опционы, фьючерсы и т.п.).

Задача инвестора заключается в выборе подходящих активов, которые войдут в портфель, а также из последующей оценке и комбинации.

С 2015 года государство пытается заинтересовать население в инвестировании на финансовом рынке и предлагает новый путь — Индивидуальный инвестиционный счет (ИИС), позволяющий инвесторам вкладываться на рынке ценных бумаг и при этом получать государственные налоговые льготы. [3]

Индивидуальный инвестиционный счет — счет внутреннего учета, который предназначен для обособленного учета денежных средств, ценных бумаг клиента.

Физического лица, обязательств по договорам, заключенным за счет указанного клиента.

Согласно статье 10.2–1 «Особенности осуществления профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, связанные с ведением индивидуальных инвестиционных счетов».

Индивидуальный инвестиционный счет открывается и ведется брокером или управляющим на основании отдельного договора на брокерское обслуживание или договора доверительного управления ценными бумагами, который предусматривает открытие и ведение индивидуального инвестиционного счета.

Физическое лицо вправе иметь только один договор на ведение индивидуального инвестиционного счета. В случае заключения нового договора на ведение индивидуального инвестиционного счета ранее заключенный договор на ведение индивидуального инвестиционного счета должен быть прекращен в течение месяца.

Индивидуальный инвестиционный счет (ИИС) позволяет частным клиентам гарантированно увеличивать свои доходы от инвестиций на фондовом рынке.

С 2015 г. частные лица могут открывать ИИС и получать дополнительный доход от инвестиций в ценные бумаги — 13% годовых (в форме налоговых льгот). Данный доход гарантирован государством и является дополнительным к основному доходу, который можно получить на рынке ценных бумаг.

Для получения налоговых льгот через ИИС необходимо обратиться в лицензированную брокерскую компанию для заключения договора на открытие специального брокерского счета.

Гражданам предоставляется 2 варианта ИИС:

1) положить деньги на личный инвестиционный счет и с государственной гарантией получить 13% от вложенной суммы за счет возврата налога (НДФЛ). И дополнительно каждый год получать инвестиционный доход от финансовых продуктов;

2) избавить от налогообложения всю свою прибыль, полученную от инвестиций на фондовом рынке через счет ИИС.

Следует учесть, что, налоговые льготы по отношению к ИИС действуют только при условии сохранения средств на счете в течение трех лет.

В этом случае возникает вопрос, кого из профессиональных участников рынка ценных бумаг выбрать в качестве организатора — брокера или управляющую компанию.

Если инвестор обладает опытом и временем, чтобы следить за фондовым рынком, и готов самостоятельно принимать решения во что вкладываться — можно отдать предпочтение ИИСу в брокерской компании. Если инвестор не готов самостоятельно следить за рынком, принимать решения и ему проще передать все эти действия кому-то, кто будет в этом разбираться, то лучше открыть счет в управляющей компании.

Существенным отличием управляющей компании является возможность размещать средства в депозит. Если инвестор рассматривает депозит как один из вариантов размещения части средств на инвестиционном счете, то лучше отдать предпочтение управляющей компании. Доля средств, которая может быть размещена в депозит, сейчас не ограничена. С 2016 года на депозит можно разместить не более 15% от суммы средств на ИИС, поэтому

стоит рассматривать инвестиционные инструменты, а не депозиты, как основную возможность.

При открытии индивидуального инвестиционного счета профессиональный участник (управляющая компания или брокер) направляет в 3-дневный срок уведомление в налоговые органы об открытии инвестору счета. Таким образом, налоговая инспекция знает, что гражданин является владельцем ИИС и при подаче декларации по итогам года сможет принять заявление на вычет.

Данный инструмент является привлекательным для инвесторов, так как он дает возможность получить дополнительные 13% к доходности самого портфеля. Если ранее НДФЛ физическим лицом уже уплачивался.

С июня 2017 года максимальная сумма вложений на ИИС составляет 1 миллион рублей в год, ранее — 400 тысяч рублей в год.

Частные лица могут участвовать в сделках купли — продажи, как на рынке ценных бумаг, так и на внебиржевом секторе. Но и в том, и в другом случае для осуществления сделки необходим посредник, профессиональный участник рынка, в лице брокера, дилера или управляющей компании.

Наличие посредника в инвестировании позволяет произвести большую диверсификацию портфеля, что в свою очередь может повысить доход и снизить риск.

Дополнительным плюсом от посредника является его возможность предоставлять профессиональное консультирование в сфере инвестиций, что повышает доступность финансовых инвестиций для индивидуального инвестора, который не обладает необходимой квалификацией и грамотность в сфере финансов. Также это способ снизить время, которое инвестор должен потратить для отслеживания тренда.

Литература:

1. Клейтон Дж. Самый богатый человек в Вавилоне / Дж. Клейтон — М.: Слава, 2009, с. 9.
2. Гитман Л., Джонк М. Основы инвестирования. — М: ДЕЛЮ, 2006, с. 127
3. Сайт АО «Открытие Брокер» [Электронный ресурс]/.— Электрон. дан. — Режим доступа: [https:// journal.open-broker.ru/investments/](https://journal.open-broker.ru/investments/)

Методы оценки уровня безработицы в мегаполисах России и Китая

Ли Чжипэн, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье произведено сравнение российской модели, основанной на методах Международной организации труда, и китайской национальной модели оценки уровня безработицы. На основе исследований установлена причинно-следственная связь показателей уровня безработицы в мегаполисах с характером ведения экономической политики государства. В статье выдвигается гипотеза о том, что менее развитые регионы государства должны обеспечивать потоки готовой продукции в мегаполисы и являются центром развития первичного и вторичного секторов экономики. В свою очередь мегаполисы — потребительские и финансовые центры, где происходит пересечение национальных и международных денежных и товарных потоков, что требует квалифицированных специалистов для третичного сектора экономики.

Ключевые слова: мегаполисы, безработица, рабочая сила, трудовое законодательство, Китай, Российская Федерация.

Мегаполисы представляют собой экономически важные субъекты не только на национальном, но и на международном уровне, поскольку именно через них проходят международные потоки капитала. По этой причине мегаполисы с точки зрения социально-экономического развития являются международными финансовыми центрами (МФЦ) и должны соответствовать требованиям постиндустриальной экономики.

К таким требованиям относится так называемый третичный сектор экономики, представленный сетью про-

водимых финансовых операций, инноваций, высокой предпринимательской активностью в сфере услуг и высоким уровнем грамотности населения. Соотношение секторов экономики в различных регионах мира представлено на рисунке 1.

В постиндустриальной экономике третичный сектор должен обеспечиваться развитыми источниками создания благ, формирующих денежные потоки и потоки готовой продукции, производство которых экономичнее располагать в регионах страны.

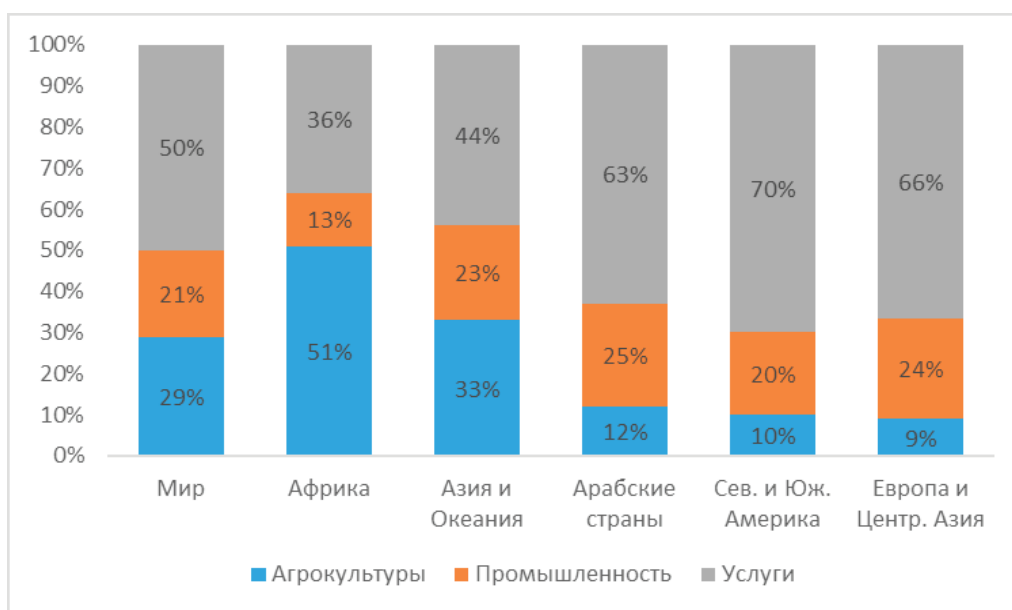


Рис. 1. Доля вклада секторов экономики в общий ВВП стран различных регионов [9]

По этой причине значительную роль играют параметры функционирования рынка труда и в частности распределение экономически активного населения среди субъектов государства с целью минимизации уровня безработицы и максимизации эффективности использования рабочей силы.

Безработица — социально-экономическое положение, при котором часть трудоспособного населения не может найти работу [3].

В разных странах источники генерации денежных потоков разные, потому экономические требования к рынку труда отличаются. Например, в России большую роль играет нефтяная промышленность и для страны будет характерна структурная безработица, связанная с изменением соотношения необходимых единиц труда и капитала (автоматизация производства) и циклическая безработица, связанная с падением спроса на рабочую силу в результате макроэкономических факторов, например, цены и спроса на нефть. В Китае хорошо развито сельское хозяйство, что

приводит к сезонным колебаниям на рынке труда, на которые влияет сезонный спрос на продукцию сельскохозяйственного сектора. Однако для МФЦ по причине развитой сферы услуг такая международная закономерность не работает, потому в мегаполисах нет преобладающего вида безработицы. Тем не менее, характеристика источников потоков между регионами, МФЦ и трансграничными направлениями определяет подходы к формированию критериев безработицы, представленных в таблице 1.

В России оценка уровня безработицы происходит по стандартам Международной организации труда (МОТ) с учетом законодательства РФ. Метод исследования — опрос. С января 2017 года ежемесячно опрашивается около 77 тыс. человек в возрасте от 15 лет (0,06% от численности населения обследуемого возраста) во всех субъектах РФ в соответствии с долями этих субъектов в структуре населения страны [6].

Опрос проходит среди частных домашних хозяйств (быт, организованный отдельным лицом или группой

Таблица 1. Критерии статуса «безработный» в России и Китае [1,2,5]

Российская Федерация (МОТ)	Китайская Народная Республика
<ul style="list-style-type: none"> — возраст в диапазоне 16–55 для женщин и 16–60 для мужчин (16–60 и 16–65 соответственно с 2019 г.); — не имеющие занятия, приносящего доход и ищущие работу в течение месяца или дольше; — готовые приступить к труду в момент исследования; — ожидающие ответа от потенциального работодателя на сделанное обращение в течение месяца и менее; — обучающиеся и пенсионеры, активно ищущие работу и готовые к ней приступить. 	<ul style="list-style-type: none"> — возраст в диапазоне 16–60 лет; — имеющие способность к труду; — обучающиеся, активно ищущие работу; — зарегистрированные в службах занятости, которые имеют право получать пособия по безработице; — временно уволенные ввиду перехода из одной организации в другую; — договорившиеся о трудоустройстве и приступающие к работе в течение 30 дней и раньше; — временно нетрудоспособные (по причине временных проблем со здоровьем); — не нашедшие работу в срок свыше 30 дней с момента увольнения или восстановления трудоспособности; — получающие пособие по безработице менее 2-х лет.

лиц [3]. Такой метод не отличается большой точностью расчетов и является достаточно трудоемким, однако позволяет производить международные сравнения. На рисунке 2 представлена динамика безработицы в мегаполисах России и Китая.

В Китае безработным является часть трудоспособного населения в возрасте от 16 до 60 лет, которая имеет возможность работать, активно ищет работу, но не может найти ее по требуемому уровню заработной платы. В это

число включены подсобные рабочие, труд которых оплачивается за счет государственных вливаний [7].

Данные о количестве зарегистрированных безработных в городских районах собираются через систему отчетности по статистике обучения и занятости, которая предоставляется Министерством трудовых ресурсов и социального обеспечения, т.е. учебные заведения информацию и центры занятости предоставляют информацию из каждого крупного региона. У такого метода есть свой

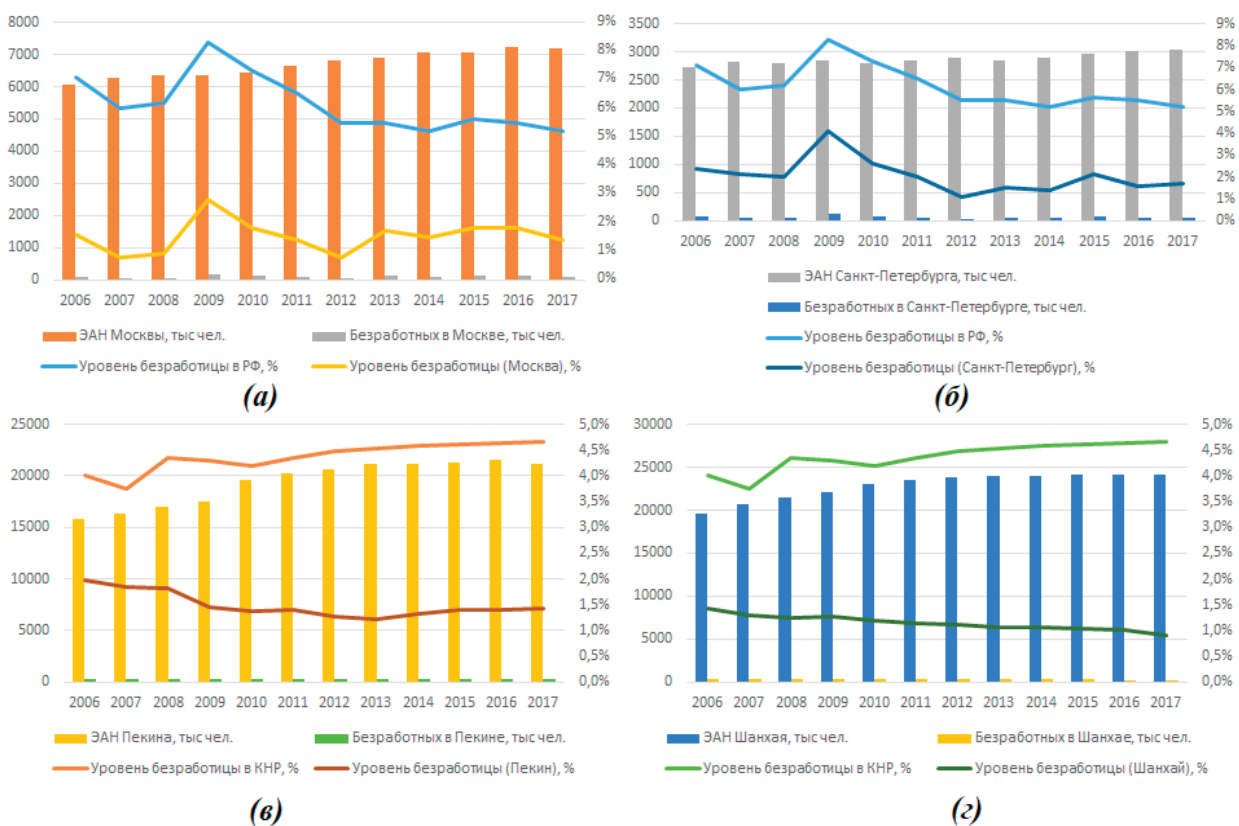


Рис. 2. Динамика уровня занятости населения за период 2006–2017 гг. в Москве (а), Санкт-Петербурге (б), Пекине (в) и Шанхае (г) [4,7,8]

существенный недостаток: он не учитывает ту часть населения, которая мигрировала обратно в сельские поселения, например, после обучения в вузе.

Из данных рисунка 2 можно увидеть, что во всех мегаполисах уровень безработицы ниже, чем в целом по стране и в России, и в Китае. В России тенденции безработицы в мегаполисах и по стране в целом имеют единое направление, и в период 2008–2009 гг после кризиса уровень безработицы увеличивался и в стране, и в городах федерального значения. Это связано с тем, что на фоне финансового кризиса российские предприятия, особенно ведущие меж-

дународную деятельность, стали терпеть убытки. Потому организации были вынуждены сокращать персонал.

В Китае данные тенденции разнонаправленные. Менее зависимое от мировых колебаний сельское хозяйство составляет значительную долю экспорта. К тому же финансовые центры данных предприятий расположены в пунктах непосредственного производства, но, несмотря на это, товарные потоки все равно проходят через Пекин и Шанхай. Инфраструктура данных МФЦ позволяет развивать третичный сектор и поддерживать потоки капитала и продукции даже в кризисные времена.

Литература:

1. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032–1 (ред. от 03.07.2018) «О занятости населения в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2018)
2. Федеральный закон от 03.10.2018 № 350-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам назначения и выплаты пенсий»
3. Тощенко, Ж. Т. Социология труда: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Ж. Т. Тощенко, Г. А. Цветкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 472 с.
4. Классификация статистических данных о составе рабочей силы, экономической активности и статусу в занятости за 2017 год [Электронный ресурс] // Росстат. — Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/B99_10/IssWWW.exe/Stg/d000/i000080r.htm, свободный. — Загл. с экрана. — (Дата обращения: 15.11.2018).
5. Критерии безработного гражданина в Китае [Электронный ресурс] // Китайская электронная энциклопедия Baidu. — Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/>, свободный. — Загл. с экрана. — (Дата обращения: 15.11.2018).
6. Методология учета безработицы в РФ [Электронный ресурс] // Росстат. — Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/met-Tr6.htm, свободный. — Загл. с экрана. — (Дата обращения: 15.11.2018).
7. Методология учета безработицы в Китае [Электронный ресурс] // Сайт национальной статистики Китая. — Режим доступа: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsjsj/2017/indexeh.htm>, свободный. — Загл. с экрана. — (Дата обращения: 15.11.2018).
8. Университетская информационная система «Россия». Данные о занятости населения за 2017 год [Электронный ресурс] // УИС «Россия». — Режим доступа: https://uisrussia.msu.ru/stat/Publications/Rabcil2018/Rabcil2018_07_/Rabcil2018_07_000.htm, свободный. — Загл. с экрана. — (Дата обращения: 15.11.2018).
9. ILO Labour Force Estimates and Projections (LFEP) 2018 Key Trends [Electronic source] // ILO. — Access: <https://www.ilo.org/ilostat-files/Documents/LFEPbrief.pdf>, free. — Title on screen. — (date of reference: 15.11.2018).

Безработица. Религия на пути к финансовому успеху

Макарова Злата Вячеславовна, студент

Поволжский государственный технологический университет (г. Йошкар-Ола)

Безработица — часто встречаемое явление 21 века, века конкуренции и технологий. Поиск работы для человека это не только вопрос материального статуса, но и проблема поиска своего места в жизни. Безработица несет как финансовую бедность, так и деградацию души человека. Если главной причиной отказа в работе становится религия, это говорит о невежестве, черствости современного общества.

Ключевые слова: безработица, религия.

Введение. Ненависть, восприятие чужого, как неприятного, причина вражды по национальному, религиозному признаку — ксенофобия, разновидность которой вылились в исламофобию и христианофобию. Вне-

дрение этих понятий во все сферы человеческой жизни, в том числе и экономическую, влечет за собой безработицу, которая включает в себя и так огромное количество проблем рынка труда, например, соответствие коли-

чества специалистов, выпускаемых высшими учебными заведениями, и наличия вакансий, «отток» квалифицированных специалистов за рубеж, миграция, что в сочетании с этими фобиями становится острой проблемой человечества.

Методология. Сравнить показатели безработицы, связанные с верованиями людей, во Франции, высокоразвитой стране, и в Пакистане, развивающейся стране.

По данным ведущего социологического центра WIN/Gallup International, который опросил более 63 тыс. людей из 65 стран, больше половины человечества причисляют себя к определенной конфессии. Во время исследования не опрошенными остались такие регионы, как Африка и Ближний восток. Это связано с тем, что подавляющее большинство людей, проживающее на этих территориях считают себя религиозными.

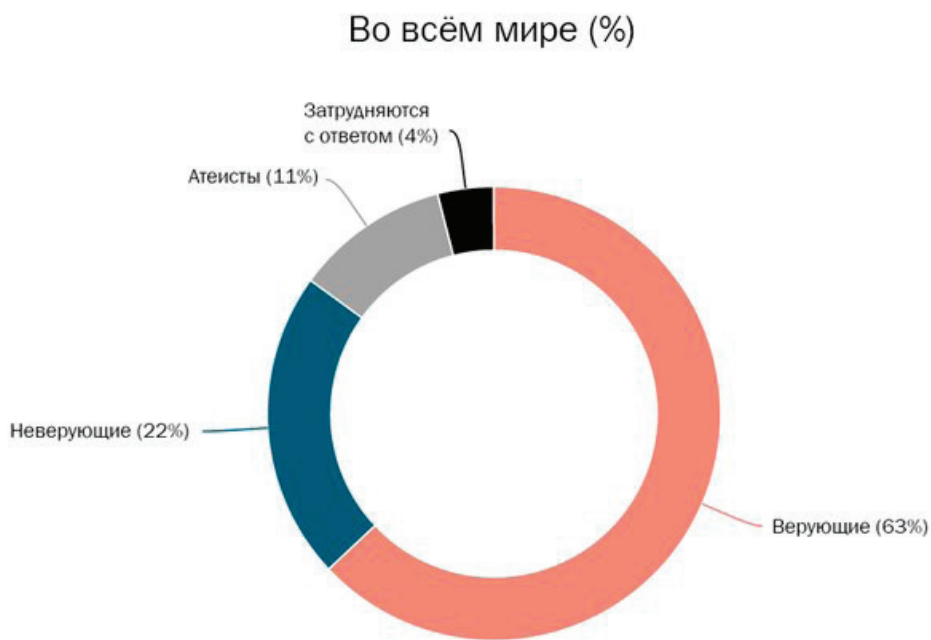


Рис. 1. Во всем мире (%)

Секуляризм оказывает серьезное давление на устоявшуюся религию, поскольку, чем обеспеченнее человек, тем

менее он религиозен. Из этого следует, что доход является одним из наиболее значительных факторов веры в Бога.

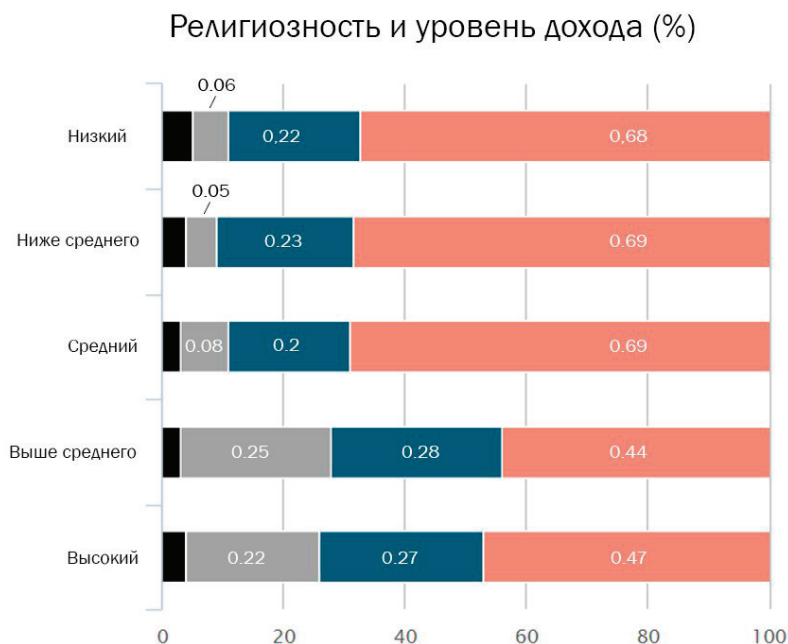


Рис. 2. Религиозность и уровень дохода (%)

Наблюдается серьезный разрыв между теми людьми, чей доход составляет выше среднего и теми, чей далек от этого показателя. Это ярко заметно по данным атеизма.

Процентное соотношение религиозных безработных преобладает над неверующими безработными более, чем в два раза.

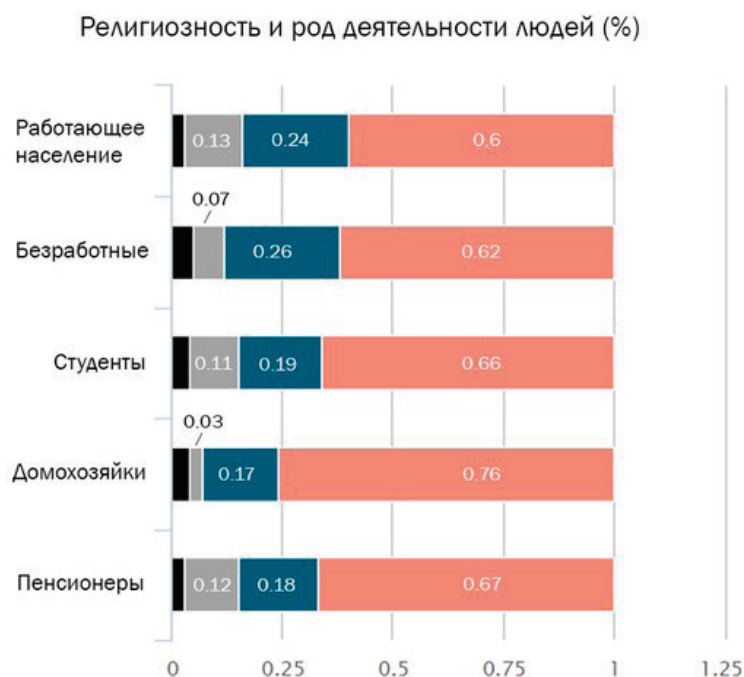


Рис. 3. Религиозность и род деятельности людей (%)

Это может быть связано с некоторыми особенностями религии и соблюдением ее канонов, например, у иудеев суббота является не рабочим днем, что может быть не приемлемым в рамках политики компании; молитва несколько раз в день у мусульман может вызвать замедление производственного процесса. Приверженцами этих стереотипов могут являться люди, занимающие руководящие должности, что усложняет трудоустройство граждан, чья

вера отличается от традиционной религии государства, на территории которого размещено предприятие.

Самой распространенной религией является христианство, что составляет 33% от общих показателей. Вторым по популярности считается ислам (21%). По рисунку 4 можно понять, что некоторые религии охватывают целые материки, и когда другие мигрируют, могут возникать конфликты на почве вероисповедания.

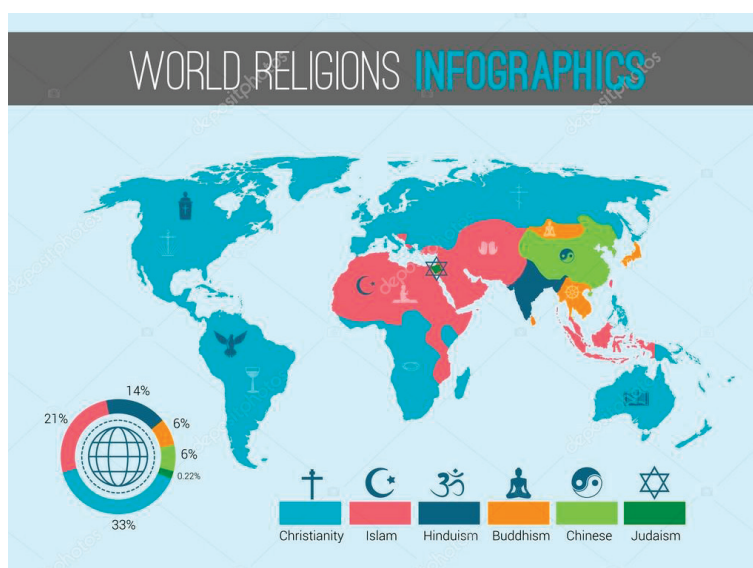


Рис. 4. Мировые религии

53% из 7 миллионов иммигрантов, переселившихся в Евросоюз в 2010–2016 годах, составляют мусульмане. Численность мусульман, проживающих на территории Евросоюза, с 2010 года выросла на 32%, то есть каждый 20 житель — мусульманин.

Франция — страна с наибольшей численностью мусульман, которая составляет 5 миллионов человек, что составляет 4,3% от всего населения Франции по данным 2017 года.

При обладании на своей территории такого количества иммигрантов-мусульман, правительству страны не удалось найти подходящий способ коммуникации. Все действия французского правительства имеют строго односторонний характер. Результатом такого подхода стала фактическая маргинализация большей части переселившихся мусульман. Она проникает как в социальную, так и экономическую сферу их жизни из-за отсутствия возможности влиять на политические решения относительно их положения. На рынке труда иммигрантам-мусульманам достаются самые неприглядные должности. Уровень безработицы среди мусульман выше, чем среди французских граждан. Основная концентрация мусульман расположена в пригороде. Это связано и с тем, что правительство ставит рамки на проживание в своих районах и с низкими доходами. При приеме на работу резюме мусульман дискредитируются даже из-за их имен.

Пакистан — страна, граничащая с Афганистаном и Индией. Население страны около 180 миллионов человек, из которых 97% составляют мусульмане. Пакистан с 1990 года продвигает в Организации исламского сотрудничества и Организации объединенных наций идею о при-

нятии во всем мире законов, наказывающих за «исламофобию». Тем не менее, Пакистан известен, как любитель двойных стандартов и является лидером среди стран, где меньшинствам приходится тяжелее всего. Слова бывшего министра по делам меньшинств Шахбаза Бхатти: «У нас нет ни голоса, ни земли, мы — чужаки в собственной стране» говорят о том, как несправедлива политика страны по отношению к не исламским религиозным группам. По закону в Пакистане христианам предназначено 5% рабочих мест в государственных организациях, но на территории страны происходят демонстрации, связанные с невыполнением данной квоты. Одно из выступлений было связано с тем, что власти решили ограничить число христиан, служащих в полиции. Из 730 вакансий, открытых в 2013–2014, лишь 4 достались христианам. Было подано 153 заявки, проведено 37 собеседования.

Вывод. Страны, не относящиеся к отсталым в экономическом плане, деградируют в духовном, дискредитируя людей из-за их веры, не давая возможности достойно обеспечивать себя и свою семью, быть конкурентоспособным как на рынке страны, так и на мировом уровне. Такая политика создает новые проблемы государству и путь к их решению — воспитание человечности. «Разница между исламофобией и христианофобией заключается в том, что с первой повсюду ведется борьба «благодаря» давлению мусульманских стран, а вторая неизменно встречает терпимое отношение: в первую очередь это касается западных государств, которые отказались от христианских корней в пользу самоубийственного культурного релятивизма и искупительного коллективного мазохизма» (Александр Дель Валь)[1, с.5].

Литература:

1. Александр Дель Валь «Пакистан: ад для христиан» <https://persecutionchrist.wordpress.com/tag/пакистан/>
2. Ветеренская А. В. «Мусульмане во Франции: особенности интеграционной модели» <https://cyberleninka.ru/article/v/musulmane-vo-frantsii-osobennosti-integratsionnoy-modeli>
3. Мусаев А. И. «Выпускная квалификационная работа на тему: Факторы этнорелигиозной напряженности в современной Европе» Санкт-Петербург, 2016 <https://nauchkor.ru/uploads/documents/587d36905f1be77c40d59288.pdf>
4. <http://www.sedmitza.ru/text/4800229.html>
5. Zachary Davies Boren «7 charts that reveal the most — and the least — religious people across the world... and how it is the young who are the biggest believers» <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/7-charts-that-reveal-religions-role-around-the-world-10170978.html>

Маркетинговые стратегии выхода предприятий на внешние рынки как одно из важнейших направлений инновационного развития бизнеса

Макеева Елена Сергеевна, студент магистратуры;

Сапига Виктор Олегович, студент магистратуры

Воронежский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

И нновационная деятельность в той или иной степени присуща любому бизнесу, поскольку она представляет собой один из наиболее важных аспектов функционирования компании. Круг вопросов, решаемых этим видом функционального управления предприятием обширен, так как инновационные решения неразрывно связаны со всеми остальными видами деятельности. Одним из возможных вариантов инновационного развития бизнеса является выход компании на международный уровень. На принятие данного решения влияют две группы факторов: во-первых, это факторы выталкивания, которые вызваны недостатками возможностей развития компаний на локальном рынке в связи какими-либо ограничениями; во-вторых, это факторы втягивания, обусловленные лучшими условиями для развития бизнеса за рубежом.

Каждая фирма и рынок специфичны, поэтому в данной статье рассмотрен опыт выхода различных компаний на зарубежные рынки. Ученые Дэвид Б. Монтгомери, Такеико Исобе и Шиге Макино (Isobe, Makino и Montgomery) провели исследование, основной целью которого было выявить, имеют ли первопроходцы и технологические лидеры превосходные результаты в развивающихся экономических регионах. Авторы использовали данные японских компаний, вышедших на китайский рынок в виде совместных предприятий. Изначально данные были собраны методом опроса, и затем был применен обобщенный метод наименьших квадратов. Ранний вход на рынок («первопроходец») и вложение значительных ресурсов оказали статистически значимое положительное воздействие на финансовый результат компании. Более того, исследование показало, что наличие продвинутой инфраструктуры не является решающим фактором для иностранной фирмы на развивающемся рынке для продвижения своих товаров. Наоборот, результаты анализа говорят о противоположном. Одно из возможных объяснений этому — что, когда инфраструктура уже сформировалась, компании-первопроходцу уже слишком поздно выходить на рынок [1].

Ал-газу Али Ахмед Мохамед считает, что формирование маркетинговых стратегий — один из самых существенных и сложных этапов процесса маркетинга. Он утверждает, что маркетинговая стратегия — это основа действий предприятия в рыночных условиях, что определяет способы применения маркетинга для расширения целевых рынков и достижения эффективных результатов. Основное назначение маркетинговой стратегии заключается в том, чтобы согласовать маркетинговые

цели предприятия с его возможностями, требованиями потребителей, использовать слабые позиции конкурентов и свои стратегические преимущества. Сложные условия ведения деятельности, изменения в технике, растущие требования потребителей вынуждают предприятия формировать маркетинговые стратегии для эффективного выхода на международные рынки. Автор предлагает систематизировать маркетинговые стратегии выхода предприятий на рынки зарубежных стран и выделяет [2]:

- 1) косвенный экспорт — продажа товаров на внешнем рынке с помощью независимых посредников;
- 2) прямой экспорт — экспорт через посредников;
- 3) лицензирование (франчайзинг);
- 4) совместное предпринимательство;
- 5) прямое инвестирование (полное владение)

Отличительными признаками стратегий выхода на внешние рынки являются следующие: форма движения капитала; уровень расходов, связанных с выходом на зарубежный рынок; степень привлекательности инвестирования.

Разработка стратегии выхода на зарубежный рынок начинается с его предварительного изучения. В стране, где планируется начать осуществление деятельности, необходимо изучить политическую обстановку, уровень государственного регулирования рынка, экономические факторы, социокультурные факторы, причем последние играют далеко не последнюю роль в принятии или непринятии товара потребителями. Затем принимается решение о целесообразности выхода на зарубежный рынок. Оно основывается на результатах исследования и целях фирмы. Приняв решение заниматься сбытом в той или иной стране, фирма решает, каким образом она будет осуществлять свою деятельность [3].

Важно понимать, что работа на международном рынке характеризуется большим по сравнению с внутренним рынком уровнем риска из-за различий в культурных, экономических, политических, правовых условиях, более высоким уровнем конкуренции и требований к качеству товара, упаковке, маркировке, а также более высоким уровнем затрат, связанных с международными маркетинговыми исследованиями и реализацией продукции. Все это определяет необходимость проработки внешнеэкономической стратегии компании, тщательного планирования деятельности и проведения маркетинговых исследований рынка [4].

В настоящее время, все больше и больше компаний стремятся выйти на глобальный рынок, тем самым под-

тверждая позицию лидерства в отрасли. Можно выделить следующие причины выхода компаний на внешние рынки:

1. Привлечение новых клиентов.
2. Сокращение издержек и повышение конкурентоспособности.
3. Преимущества за счет ключевой компетенции.
4. Снижение риска за счет диверсификации.
5. Увеличение рыночной капитализации компании.
6. Удовлетворение требований акционеров по расширению деятельности компаний на глобальном уровне.

Литература:

1. Montgomery, David & Isobe, Takehiko & Makino, Shige. (2000). Resource Commitment, Entry Timing, and Market Performance of Foreign Direct Investments in Emerging Economics: The Case of Japanese International Joint Ventures in China. *Academy of Management Journal*
2. Ал-газу Али Ахмед Мохамед Систематизация маркетинговых стратегий выхода промышленных предприятий Украины на зарубежные рынки / Али Ахмед Мохамед Ал-газу. // Эффективна економіка. — 2010. — № 5. — Режим доступа: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek>
3. Кацевман П. Разработка стратегий выхода на зарубежные рынки // Материалы IV Международного научного студенческого конгресса «Россия и WTO: экономические, правовые и социальные аспекты» — Москва — Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации — 2013 — С 707–715
4. Карагулян, Е. А. Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки»: методическое пособие / Е. А. Карагулян — Екатеринбург: ООО «Пресс групп», 2015. — 40 с.
5. Чан, В.Л. Стратегии выхода компаний на новые внешние рынки // Молодой ученый. — 2011. — № 7. Т. 1. — С. 121–124. — URL <https://moluch.ru/archive>

Критерием классификации стратегий выхода на новый рынок на международный уровень может выступать степень риска управления, которой подвергается компания. Чан В.Л. выделяет такие виды риска, как риск потери контроля над основными функциями, такими как производство, маркетинг и т.д.; риск несоответствия реализации оперативной стратегии по сравнению с головной компанией; риск потери контроля над ноу-хау, что составляет главное конкурентное преимущество компании [5].

Анализ проблемы реализации федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» в городском округе Самара

Мамаева Ольга Анатольевна, доцент;
Ежова Анастасия Алексеевна, студент магистратуры
Самарский государственный технический университет

Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды» создан, чтобы обеспечить комплексное развитие современной городской инфраструктуры на основе единых подходов.

Основная цель проекта — создать условия для системного повышения качества и комфорта городской среды на всей территории России путем реализации ежегодного комплекса первоочередных мероприятий по формированию современной комфортной городской среды в регионах России [3].

Проект предполагает системный подход к городской среде, который включает в себя несколько составляющих [5]:

- региональная и муниципальная программы на 2017 год;
- региональные и муниципальные программы на 2018–2022 год;
- утверждение современных правил благоустройства;
- образовательная программа;

— комплексное видение.

В рамках приоритетного проекта Фондом единого института развития в жилищной сфере разработана система оценки качества городской среды, которая обеспечивает возможность формирования индекса качества городской среды. Цель индекса качества городской среды состоит в том, чтобы оценить город и понять, какие пространства наиболее остро нуждаются в изменениях.

Всего в систему оценки входит 6 индикаторов: жилье и прилегающие пространства; озелененные и водные пространства; уличная инфраструктура; Общественно-деловая инфраструктура; социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства; общегородское пространство [1]. Данные индикаторы делятся еще на 120 критериев. Оцениваются деловая и жилищная инфраструктура, общегородское пространство, озеленение и водное пространство, доля аварийного жилого фонда, вывоз мусора, стоимость жилья и многое другое [2].

Уровень развития городской среды Самары по индексу качества на 2018 год составил 40%, общая оценка — 120 баллов (плохое состояние городской среды). Для сравнения: Казань — 49% (147 баллов), Уфа — 43% (128 баллов).

Чтобы улучшить качество и комфорт городской среды, федеральный проект предлагает любому гражданину стать участником программы. Для этого необходимо подать заявку на благоустройство двора или включение объекта в программу, также стать участником общественной комиссии, осуществлять контроль выполнения работ, участвовать в выборе объекта благоустройства.

Чтобы благоустроить дворы, проект предлагает следующие шаги [6]:

1. Провести общее собрание собственников о включении в программу: выбрать перечень нужных работ; определить форму соучастия собственников; решить, включать ли благоустроенные объекты в общее имущество, готовы ли дальше его содержать; выбрать официального представителя.

2. Подать заявку в муниципалитет.

3. Принять участие в работах и их контроле.

Анализ реализации федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» в 2017 году в Самаре показал ряд проблем.

19 апреля на сайте городской администрации появилось сообщение об отборе дворов в программу «Комфортная городская среда» на 2017 год. Жителям и другим заинтересованным лицам было предложено в срок до 28 апреля направлять свои предложения по указанному адресу [4].

В действительности оказалось, что за 10 календарных дней оформить предложение является сложной задачей.

Предложение (заявку) на благоустройство двора можно было оформить только на «бумажном носителе», только по одному адресу. График приема заявок также был строго ограничен. Данное решение администрации города не способствует соучастию жителей в программе благоустройства, а напротив, ограничивает возможности горожан, которые желают повлиять на судьбу своего дворового пространства.

Согласно приложению № 2 к Постановлению № 197 администрации Самары, посвященному реализации проекта «Формирование комфортной городской среды», за 10 календарных дней заявители должны были выполнить ряд мероприятий и собрать пакет документов, а именно: осмотреть двор совместно с представителем управляющей организации и составить акт по форме, содержащей 47 позиций; составить план благоустройства двора со схемой размещения площадок, дорожек, малых

архитектурных форм, озеленения, и т.д.; схему согласовать с отделами архитектуры и отделами по ЖКХ и благоустройству районных администраций (план должен содержать перечень работ и их объемов); рассчитать стоимость работ, составив смету; провести общее собрание собственников жилья и составить протокол, который содержит решение об обращении с предложением по включению двора в программу на 2017 год, перечень работ по благоустройству двора, форму участия (финансовое и/или трудовое) и долю участия заинтересованных лиц в благоустройстве, ФИО представителя интересов жителей, контролировать выполнение и качество работ [6].

Если учесть тот факт, что для проведения общего собрания собственников их необходимо известить за десять дней до даты проведения собрания, то можно сделать вывод, что отведенного времени для подачи заявки не хватает.

Как считают эксперты, реализовать громоздкую процедуру могут только специалисты, которые знали об этом порядке заранее. Следовательно, в очередной раз ощущается имитация вовлечения граждан в процесс благоустройства города.

Справедливости ради стоит отметить, что сообщение о программе благоустройства дворов впервые появилось на сайте правительства Самарской области 12 апреля 2017 г. Однако сообщение носило формальный характер — горожан информировали об участии Самары в федеральном проекте «Формирование комфортной городской среды».

Тем не менее, по итогам проведенной работы в Программу включили 196 дворовых территорий многоквартирных домов. Получается, что работа по сбору заявок на благоустройство дворов была проведена заранее. При этом горожанам, впервые узнавшим о программе, встроиться в неё со своей инициативой не удалось в силу того, что созданы условия, которые исключают участие людей, действительно нуждавшихся в этом проекте.

Общий объем финансирования мероприятий по благоустройству дворовых территорий в городском округе Самара составил 318 145,91 тыс. руб. Также в рамках федерального проекта проводилось благоустройство трех крупных общественных зон: Струковского парка, площади Куйбышева и 4-й очереди набережной г. Самары [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что в осуществлении федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» в г.о. Самара есть проблемы и их необходимо решать. В рамках проекта необходима единая методика по отбору, включению любого объекта в программу благоустройства комфортной городской среды.

Литература:

1. Индекс качества городской среды // Правительство России. URL: <https://индекс.дом.рф/> (дата обращения: 09.09.2018).

2. Проект «Комфортная городская среда» // ЖКХ меняется. URL: <http://gorodsreda.ru/gorodskaya-sreda/> (дата обращения: 11.08.2018).
3. Утверждён паспорт приоритетного проекта по основному направлению стратегического развития Российской Федерации «Формирование комфортной городской среды» // Правительство России. URL: <http://government.ru/projects/selection/649/25517/> (дата обращения: 09.09.2018).
4. Формирование комфортной городской среды // Администрация городского округа Самара. URL: <http://samadm.ru/> (дата обращения: 10.09.2018).
5. Паспорт приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды».
6. Постановление № 197 Администрации городского округа Самара «О мерах по реализации на территории городского округа Самара приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды».

Подделка произведений изобразительного искусства

Межекова Карина Юрьевна, студент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Оценка стоимости произведений изобразительного искусства представляет собой комплекс мероприятий и этапов, направленных на выявление определенного вида стоимости произведения искусства.

Однако, их оценка обладает рядом специфических характеристик в некоторой степени, затрудняющих определение стоимости произведений искусства. Для определения стоимости объектов изобразительного искусства следует обладать знаниями в области искусства, уметь проводить искусствоведческую экспертизу объекта и применять, обосновывать использование подходов к оценке. Необходимы знания об авторе произведения, материала написания и принадлежность к определенному жанру.

Оценка стоимости культурных ценностей обладает специфическими чертами, отличными от оценки других видов собственности. Отличие в первую очередь заключается в практически полном отсутствии аналогов, во-вторых — в наличии довольно искусных подделок разного уровня схожести с оригиналом.

Такой набор компетенций позволит грамотно оценить предмет изобразительного искусства.

К объектам оценки произведений искусства и предметов антиквариата следует относить следующие категории:

- исторические ценности;
- археологические предметы;
- художественные ценности;
- старинные книги, издания, представляющие особый интерес (исторический, художественный, научный и литературный), отдельно или в коллекциях;
- редкие рукописи и документальные памятники.
- другие движимые предметы, в том числе копии, имеющие историческое, художественное, научное или иное культурное значение, а также взятые государством под охрану как памятники истории и культуры [3].

Безусловно, в основе оценки предметов изобразительного искусства лежат три подхода, которые затем приобретают специфические черты, связанные с особенностями предметов оценки: затратного (имущественного); сравнительного (рыночного); доходного.

Затратный подход целесообразно применять в тех случаях, когда объект уникален, не имеет аналогов, при этом его стоимость можно определить с высокой степенью достоверности.

Основные методы затратного подхода: метод ТЭС, метод Соловьева, метод Жарова, метод Индутного, метод Архипова, модель оценки художественных активов.

При применении сравнительного подхода следует придерживаться определенным последовательным действиям: подробно изучить характеристики объекта оценки, истории его автора, получить искусствоведческую и технико-технологическую экспертизы.

Основные методы сравнительного подхода: метод анализа иерархий Т. Саати; индексный метод; методы корреляционно-регрессионного анализа; метод парных продаж; метод матричной алгебры; метод прямого сравнения с аналогом.

Аналоги при применении сравнительного подхода должны соответствовать следующим требованиям: один автор, одна историческая эпоха, один стиль и сюжет, сопоставимые размеры, сопоставимый уровень торговой площадки, сопоставимая сохранность.

При применении доходного подхода проводится анализ наиболее эффективного использования и определение драйверов стоимости.

К основным методам доходного подхода относят: метод дисконтированных денежных потоков, метод прямой капитализации, метод остатка, метод избыточной прибыли и метод ценообразования опционов.

Таким образом, оценка культурных ценностей, в частности предметов изобразительного искусства значительно

отличается от оценки бизнеса, недвижимости или оборудования.

При этом иногда подделки могут являться самостоятельными и зачастую достаточно дорогостоящими предметами искусства. Автором были рассмотрены три основных подхода в оценке стоимости предметов изобразительного искусства. В рамках каждого подхода разработаны определенные методы, позволяющие оценить стоимость предмета изобразительного искусства.

В последнее десятилетие благодаря развитию рынка произведений искусства, в частности антикварного рынка, появилось большое количество подделок. Поскольку сам по себе рынок произведений искусства весьма специфичен (большинство заинтересованных лиц в покупке произведений искусства могут оставаться анонимными), это может быть сопряжено с теневой стороной данного бизнеса. Часто сделки по приобретению того или иного предмета искусства могут происходить в «неформальной обстановке», что с одной стороны помогает избежать уплаты налогов, а с другой связано с высоким риском приобретения подделки [4, с. 198].

Рассмотрим некоторые интересные факты: «Каземира Малевича и других художников русского авангарда имитируют так часто, что на Западе их картины перестали брать на аукционы» [4, с. 198].

Один из лидеров мировых аукционных торгов Sotheby's, выдает покупателям гарантию подлинности только на два года. Возможно, данный факт связан с тем, что подлинность произведения искусства проверяется временем.

Девяносто процентов картин, авторство которых приписывается Айвазовскому, — подделки (сам художник утверждал, что за свою жизнь написал порядка шести тысяч работ, тогда как на сегодняшний день официально признаны подлинными примерно шестьдесят тысяч его работ: если бы это было правдой, Айвазовскому прямо с рождения и до самой смерти пришлось бы писать в день по две картины).

Эксперты в области искусства и авторы подделок ведут постоянную борьбу. При оценке предмета искусства эксперт должен обращать внимание на мельчайшие детали, которые могут помочь ему выявить подделку. Авторы подделок в то же время стараются исправлять допущенные ошибки, и часто происходит так, что подделка приобретает самостоятельную художественную ценность, ничуть не уступающую оригиналу.

Литература:

1. Об оценочной деятельности от 22.04.1996 N135-ФЗ. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.
2. Гагарин А. Г. Об оценке произведений искусства / А. Г. Гагарин // Антикварное обозрение. — 2014. — №5. — С. 15–24.
3. Пашкус М. В. Инвестиции в произведения искусства: возможности и проблемы // М. В. Пашкус. — Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. — 2013, № 2, с. 196–214.
4. Обухова Л. А. Поточное копирование мировых шедевров живописи как возможное будущее искусства // Л. А. Обухова. — Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. 2017. — № 1 (1). С. 30–34.

Существует тонкая грань между тем, что называть подделкой и что считать репродукцией.

Разница между репродуктивной копией и подделкой в том, что подделка использует тот же материал и тот же носитель, что и оригинал, в то время как репродуктивная копия может иметь любую фактуру и любой носитель. Для подделки характерна полная имитация, неотличимость от оригинала, для репродукции — похожесть. Основная задача создания подделки — быть точной, неотличимой копией, в свою очередь репродукция создается для того, чтобы быть узнаваемой.

Подделка имеет своего второго автора. Сохраняя симулятивный намек на уникальность, подделка имеет большое преимущество перед оригиналом — продаваемость.

Массовое промышленное воспроизведение предметов искусства привело к утрате подлинности как неперемного условия для существования произведения искусства в качестве такового. Подлинность остается важной лишь в сфере коллекционного бизнеса (личные и музейные коллекции).

В современном обществе тотального потребления произведение искусства, чтобы быть ценным, должно быть покупаемым, причем непрерывно и в больших количествах. Но оригинал продается редко или вообще не продается, находясь в музейной экспозиции или в частной коллекции.

Риск приобретения подделки — покупка подделки возможна в результате мошенничества или добросовестного заблуждения. Этот риск затрагивает коллекционеров и всех, кто приобретает объект изобразительного искусства.

Риск удостовериться подлинность заведомой фальшивой работы высок из-за того, что аутентификация на рынке искусства построена на устаревших знаниях и старых справочниках и не отвечает объемам современного рынка искусства.

Таким образом, оценка культурных, исторических и художественных ценностей является сложной комплексной совместной работой различных специалистов — экспертов и оценщиков. Такая работа должна начинаться с определения подлинности объекта оценки. Существует несколько видов экспертизы, которые могут дать ответ на главные вопросы: авторство, время создания, материалы. И только после проведения всего комплекса исследований можно приступать к изучению рынка, его анализу и собственно к оценке стоимости объекта оценки.

Возможности развития экспорта фруктов и овощей в Наманганской области Узбекистана

Сирожиддинов Икромиддин Кутбиддинович, кандидат экономических наук, доцент;

Ботирова Рахимахон Абдужабборовна, кандидат экономических наук, доцент

Наманганский инженерно-строительный институт (Узбекистан)

В статье исследованы возможности развития производства и повышения экспортного потенциала садоводства, виноградарства и овощеводства в Наманганской области Узбекистана.

The article explores the possibilities of developing production and increasing the export potential of horticulture, viticulture and vegetable growing in the Namangan region of Uzbekistan.

Начиная с 2017 года в Узбекистане дан новый импульс проводимым социально-экономическим преобразованиям. Страна более ускоренно интегрируется в мировое хозяйство, значительно повысилась открытость экономики. Аграрный сектор во все большей степени ориентируется на обеспечение продовольственной безопасности и благосостояния сельского населения.

Как известно, Узбекистан располагает благоприятными условиями для производства достаточно конкурентоспособной плодоовощной продукции, фруктов и винограда. Так, в 2017 году в Узбекистане было произведено 23 млн тонн плодоовощной продукции, в том числе 2,1 млн тонн бахчевых, 3 млн тонн картофеля, 3,1 млн тонн фруктов и ягод, 1,8 млн тонн винограда. По официальным данным в расчете на душу населения потребление овощей в год превышает 270 килограммов, фруктов — 140, картофеля — 55, мяса и мясopодуктов — 40, сахара — 30, яиц — 210 штук, молока и молочных продуктов — 270 литров, растительного масла — 25. По рекомендациям Всемирной организации здравоохранения нормы потребления фруктов и овощей для взрослого человека составляют 400 граммов в сутки. Значит, по данному показателю, в Узбекистане жителям обеспечивается рацион в пять раз превышающую эту норму.

Однако, экспортные возможности отрасли пока используются не в полной мере. В 2017 году экспортировано 860 тыс. тонн фруктов и овощей на 620 млн долларов, т.е. менее 4 процентов от общего объема производства. В 2018 году ожидается экспорт в объеме 1 млн тонн и на 1 млрд долларов, а в 2019 году объем экспорта должен возрасти в 1,5 раза. Предпринимаемые в последние годы меры позволяют достичь этого. Так, в Узбекистане в 2017 году в рамках реализации мер Стратегии приоритетных направлений развития Республики Узбекистан было создано 13 тыс. га интенсивных садов и 7,3 га виноградников, осуществлена реконструкция 15,4 тыс. га садов и 9 тыс. га виноградников, выполнены 147 проектов в области переработки фруктов, овощей и мяса на сумму общей стоимостью 147 млн долларов. Это происходило за счет площадей под хлопчатником на 49 тыс. га и под пшеницей — на 10 тыс. га. Кроме того, площади картофеля увеличились на 8,1 тыс. га, овощей — на 27,2 тыс. га, ин-

тенсивных садов — на 5,9 тыс. га, виноградников — на 2,9 тыс. га, масличных культур — на 4 тыс. га.

Особенно в Ферганской долине, природно-климатические условия региона благоприятны для обеспечения высокой питательной ценности производимых фруктов и овощей: а) здесь сравнительно длительный вегетационный период (накопление в продукте полезных элементов происходит длительное время); б) сумма эффективных температур (количество дней с температурой почвы выше 10 градусов) достаточно большая (это важно для высокой концентрации ценных элементов в продукте); в) имеются земельно-водные ресурсы для развития отрасли и естественное плодородие почвы; г) фон естественной солнечной радиации способствует большему накоплению полезных питательных элементов в урожае; д) уровень естественных осадков оптимален для садоводства. Садоводство и овощеводство располагают достаточно большим количеством трудоспособного населения, необходимым уровнем общего образовательного уровня и квалификацией рабочей силы, наличием системы подготовки кадров (профессионально-техническое образование) и, кроме того, труд в садоводстве традиционно пользуется высоким уважением и считается престижным занятием.

В Ферганской долине, как в стране в целом, наблюдается тенденция постепенного улучшения экономических и организационных условий для ведения садоводства и овощеводства: а) в домашних хозяйствах сохранены и продолжают исторические традиции, агротехническая культура и навыки выращивания плодоовощных культур, фруктов и винограда; б) организуются специализированные фермерские и дехканские хозяйства данного направления; в) происходит постепенная переориентация многих других фермерских хозяйств в таком направлении; наблюдается ускорение агропромышленной интеграции в производстве овощей, фруктов и винограда (фермеры стремятся переработать продукцию в собственном хозяйстве, получают распространение мини технологии); г) во все большей степени проявляют себя положительные тенденции в агротехническом и технологическом обновлении отрасли; д) значительно расширяются объемы кредитования фермерских и дехканских хозяйств, сельского

семейного предпринимательства; е) постепенно вводится снижающийся режим налогообложения; ж) расширяется государственное финансирование производственной инфраструктуры сельского хозяйства; з) либерализуется рыночная инфраструктура для реализации продукции отрасли; и) наличие спроса на продукцию во внутреннем и внешнем рынках; к) продукция отрасли по себестоимости и потребительским качествам является конкурентоспособным на внутреннем и внешнем рынках. Кроме того, с 1 ноября 2018 экспорт продукции отрасли происходит практически в полном свободном режиме — отменена предоплата, обязательное наличие экспортного контракта и постановка его на учет, упрощены таможенные процедуры и, что тоже очень важно, государство отказалось от монополизации экспорта фруктов и овощей.

В 2018 году в Наманганской области намечено реализуются 360 проектов, прямо или косвенно связанных с расширением экспортного потенциала продовольственного комплекса региона. В их числе, в Туракурганском районе предстоит освоить 1250 млрд сумов инвестиций. Основная часть которых приходится на крупное садоводческое хозяйство — ООО «Gold Fresh Fruits», которое почти полностью экспортирует свою продукцию.

Ускоренное развитие отрасли наталкивается на определенные проблемы. Материально-техническая оснащенность отрасли не отвечает современным требованиям, ощущается нехватка специализированной техники, ее цены недостижимы для основной части производителей сельхозпродукции, не полностью удовлетворяются потребности в минеральных удобрениях и средствах биологической и химической защиты, на них установлены монополично высокие цены, современная агротехника тиражируется медленно.

Литература:

1. «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан». Указ Президента Республики Узбекистан, 7 февраля 2017 года. — Народное слово, 8 февраля 2017 года.
2. Ботирова Р., Сирожидинов И. Инновационные факторы экономического развития и их особенности в регионе. — Молодой ученый, № 11, 2016. С. 1063–1065.
3. Жураев Э. С. Мировой опыт по кредитованию малого бизнеса // Высшая школа. — 2017. - № 11. - С. 14–17.3.
4. Сирожидинов К., Зайлиев А. Усиление роли инновационных факторов в экономическом развитии. — Высшая школа, № 2, 2018. С.

Нельзя не отметить также сложности в сфере реализации продукции. Оптовые покупатели внутреннего рынка и крупные переработчики закупают продукцию по неоправданно заниженным ценам, что обусловлено их монопольным положением и недостаточным развитием каналов оптовой торговли. Добровольно-принудительное закрепление производителей к крупным закупщикам их продукции и обязанности предварительного заключения договоров на поставку сводит на нет маркетинговую деятельность производителей продукции. Изучением внешних рынков занимаются структуры, у которых нет прямой заинтересованности в результатах производства. Сохраняются трудности в доставке продукции дальним потребителям. Мощности по хранению, несмотря на их ускоренное расширение пока недостаточны для длительного хранения продукции в больших объемах, что вынуждает производителя реализовать свою продукцию и при низких ценах и усиливает сезонный характер производства и диспропорции между спросом и предложением на рынке. Вышеперечисленные обстоятельства значительно затрудняют более полную реализацию экспортных возможностей и потенциала региона по производству продукции садоводства и виноградарства.

На наш взгляд, дальнейшее ускорение развития отрасли и повышения ее экспортного потенциала связаны, как и в развитых странах, созданием крупных хозяйствующих субъектов путем стимулирования добровольного объединения фермерских и дехканских хозяйств в современные аграрно-промышленные корпорации или крупные кооперативы. Кроме того, необходимо обеспечить полную прозрачность финансовых отношений внутри отрасли, максимально либерализовать и упростить процедуры экспорта продукции.

Методология управления объектами недвижимости различного функционального назначения

Перехрестюк Виктория Михайловна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье рассмотрена проблема управления объектами недвижимого имущества, исследованы ключевые этапы их жизненного цикла и методология менеджмента в зависимости от выполняемого им функционала, а также динамика ключевых прерогатив застройщиков и инвестирующих в развитии их проектов компаний. В ходе исследования была зафиксирована значимость концепции менеджмента коммерческими и объектами недвижимости для достижения высокой эффективности.

Ключевые слова: объекты недвижимости, жизненный цикл объектов недвижимого имущества, инвестиционная и операционная недвижимость, управление и методология менеджмента недвижимого имущества.

Менеджмент в сфере недвижимости в последние годы приобрел особое значение в деятельности домохозяйств и бизнес сообществ. Недвижимость стала приобретаться не только для удовлетворения базовых социальных потребностей в жилищных условиях, но и с целью инвестирования свободных денежных средств и извлечения прибыли.

Для более полного понимания понятия «недвижимость» обратимся к статье 131 Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) [3], в которой говорится о том, что право собственности и другие вещные права на недвижимые вещи, ограничения данных прав, их возникновение, переход и прекращение подлежат регистрации в едином государственном реестре органами, осуществляющими регистрацию прав на недвижимость и сделок с ней. Государственной регистрации подлежат объекты, перешедшие к владельцу в результате наступления права собственности, прав оперативного управления и хозяйственного ведения, прав пожизненного наследуемого владения или постоянного пользования, ипотеки, сервитутов и иных прав в случаях, предусмотренных ГК РФ и иными законами.

В соответствии с ГК РФ «недвижимость» принято рассматривать нескольких ипостасях:

1) *Как натуральный (естественный) объект:* земельные участки, недра, карьеры, месторождения полезных ископаемых и иных природных ресурсов;

2) *Как физически и правовой объект,* непосредственно расположенный на земельных участках и тесно связанный с ними: сооружения, жилые и нежилые здания, строения и т.п.;

3) *Как объект, не относимый юридически к таковым* — совокупность движимого и недвижимого имущества предприятий, значащаяся у них на балансе или арендуемая у аналогичных субъектов с целью осуществления производственно-хозяйственной деятельности;

4) *Как объект, относимый к таковым в соответствии с законом:* морские суда и суда внутреннего плавания, объекты космической и военно-воздушной отраслей [5].

В нормативно-правовых документах, законодательных и методических актах наиболее часто встречается клас-

сификация объектов недвижимого имущества в зависимости от следующих признаков:

1) *В соответствии с физическим статусом:*

1.1) Земельные участки;

1.2) Здания, сооружения, строения;

1.3) Помещения.

2) *В зависимости от места расположения:*

2.1) Районная недвижимость;

2.2) Региональная недвижимость;

2.3) Недвижимость в разных зонах города и т.д.

3) *По размеру площади:*

3.1) Малогабаритные объекты;

3.2) Среднего габарита объекты;

3.3) Крупногабаритные объекты.

4) *В зависимости от вида собственности:*

4.1) Частные;

4.2) Государственные;

4.3) Общественные;

4.4) Коллективные.

5) *В соответствии с присвоенным юридическим статусом:*

5.1) Приобретенное посредством договора купли-продажи;

5.2) Полученное на основании договора дарения или в наследство;

5.3) Переход в собственность в результате приватизации и т.п.

6) *В соответствии с выполняемыми функциями:*

6.1) Производственного назначения;

6.2) Непроизводственного назначения.

7) *По происхождению:*

7.1) Выполнимые — здания, сооружения, строения, лесные массивы;

7.2) Невосполнимые — земля, недра, месторождения полезных ископаемых и иных ресурсов.

На протяжении всего своего жизненного цикла объекты недвижимого имущества физически и морально изнашиваются, а также претерпевают правовые и экономические изменения, что можно охарактеризовать как систему последовательных и упорядоченных взаимодействий отдельных этапов функционирования объектов,

определяющих для их собственников стоимостную значимость [4].

Объекты недвижимого имущества, за исключением земель и недр, проходят через следующие ключевые этапы жизненного цикла:

1) *Формирование недвижимости* — сделка или действие, в результате которых объект перешел в собственность владельцу (покупка, дарение, строительство и т.п.);

2) *Разработка, эксплуатация, использование* (ремонт, реорганизация, расширение и т.д.);

3) *Смена владельца*;

4) *Прекращение существования* в результате ликвидации, стихийного или естественного разрушения, износа.

В данной связи, тема эффективного управления фондом недвижимости актуальна в современном мире с его частыми кризисными явлениями и угрозами сокращения части ресурсов [10]. В первую очередь, данная проблема касается сектора коммерческой недвижимости, выступающего лидером отрасли по показателю доходности. Как известно, данная категория недвижимости является наиболее предпочитаемой с целью инвестирования населением и представителями бизнеса своих свободных денежных средств.

Деятельность по управлению объектами недвижимого имущества осуществляется в трех аспектах: правовом, экономическом и техническом [7].

Правовой аспект предусматривает применение наиболее удачного сочетания прав на недвижимость и методов эффективного использования объектов.

Экономический аспект характеризуется через грамотное распределение расходов и доходов, поиск путей оптимизации затрат и повышения прибыли

Технический аспект подразумевает своевременное проведение целого комплекса мер по поддержке в эксплуатационном состоянии объектов недвижимого имущества и предотвращения их преждевременного износа.

В данной связи многими компаниями уделяется особое внимание роли менеджмента, ключевые цели которого могут быть как финансовыми (получение прибыли), так и не стоимостными [6].

К *финансово-экономическим целям управления объектами недвижимого имущества* относят: инвестиции для извлечения прибыли; сдача в наем (аренду); ведения производственно-хозяйственной деятельности.

К *не стоимостным целям* перечисляют: использование объекта по прямому назначению (проживание, например); для открытия объектов образования, здравоохранения и иных социальных учреждений; создания объектов инфраструктура.

Однако в жизненных реалиях крайне трудно встретить перечисленные выше цели в своем изначальном виде. Чаще всего, две из них, а порой и более, пересекаются между собой. В качестве примера можно привести

покупка с целью инвестирования свободных денежных средств объекта коммерческой недвижимости, который впоследствии сдается в аренду для извлечения его владельцем прибыли. При этом одна из целей является первостепенной (высшей), а остальные уже рассматриваются в качестве средств ее достижения.

Методология управления напрямую зависит от субъекта, оказывающего воздействие на недвижимое имущество. Она представлена следующим арсеналом инструментов:

1) *Регулирование рынка государственными органами* посредством инструментов прямого административного менеджмента (утверждение правовых норм, законов и постановлений в части контроля ведения сделок с объектами недвижимости, лицензирования компаний в данной сфере и т.п.), косвенного воздействия (налогообложение, предоставление льгот, внедрение целевых программ), решения вопросов пользования землей, её передачи в руки частных предпринимателей и развития на её территории инженерной инфраструктуры;

2) *Общественное воздействие*, что предусматривает определение базы для разработки нормативных положений на основе реакции наиболее обширных слоев общества, среди которых профессиональные участники рынка недвижимости;

3) *Менеджмент объектов недвижимости*, способных приносить своим собственникам наиболее высокие доходы;

4) *Управление государственной собственностью* — муниципальной недвижимостью, земельными ресурсами, лесным фондом и т.п. [1]

Действие системы управления недвижимого имущества базируется на таких принципах, как:

1) Разграничение по типам (формам) объектов;

2) Классификации объектов;

3) Регистрация имущественных прав и оценка недвижимости;

4) Учет отраслевой специфики менеджмента в сфере недвижимости;

5) Согласования политики в области управления недвижимыми объектами.

Управление недвижимыми объектами осуществляется как самим его владельцем, так и с привлечением управляющей компании. С целью принятия наиболее оптимального решения по данному вопросу, целесообразно провести сравнительный анализ предполагаемых задач и целей по управлению с имеющимися финансовыми, временными и иными ресурсами.

При выборе методов управления объектов недвижимого имущества также учитываются их функциональное назначение.

В менеджменте *объектов операционной недвижимости*, чьи владельцы используют в основном для ведения бизнеса и производственной деятельности важно, в первую очередь, своевременно принять меры и провести комплекс мероприятий, направленных на

поддержание объекта в эксплуатационном состоянии. Такое управление объектами посилено всем собственникам и редко требует привлечение управляющих компаний.

Для объектов инвестиционной недвижимости, ключевым критерием приобретения которых, как упоминалось выше, выступает максимальное извлечение прибыли, целесообразнее будет передача их в доверительное управление профессиональным участникам данного рынка [9].

Инструментами управления инвестиционной недвижимостью могут выступать:

1) *Ленд-девелопмент* — управление земельными участками, а именно их подготовка к началу строительного процесса. Наиболее оптимален в тех ситуациях, когда инвесторы не имеют желания заниматься процедурами перевода статуса находящейся у них в собственности земли, согласование интересов разных сторон на стадии покупки объекта и т.п. В классическом понимании ленд-девелопмент можно представить как комплекс мер

по повышению уровня ликвидности и его привлекательности для инвесторов;

2) *Мастер-планирование* — процесс, в ходе которого предлагаются меры по строительству зданий на выбранном земельном участке, его наиболее выгодного освоения и развития на его территории различных элементов. По сути, это инструмент формирования и реализации высокоэффективной стратегии по физической, экономической и социальной трансформации [1];

3) *Риэлторские конторы*, чья деятельность позволяет им выступать в роли брокера, дилера, агента и посредника на рынке недвижимости, обеспечивая безопасность проводимых в его рамках сделок.

Таким образом, под управлением объектами недвижимости понимается комплекс инструментов менеджмента корпоративным имуществом, процессами эксплуатации зданий и земельных участков, связанной с ними инфраструктурой. При этом выбор методологии управления в секторе недвижимости напрямую зависит от преследуемых целей владельцами объектов.

Литература:

1. Асаул, А. Н. Экономика недвижимости: учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб: Питер, 2013—416 с.
2. Боровкова, В. А. Экономика недвижимости: Учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Боровкова, В. А. Боровкова, О. Е. Пирогова. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 417 с.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изменениями и дополнения, вступил в силу с 01.09.2018): Статья 131. Государственная регистрация недвижимости [Электронный ресурс].
4. Домнина, С. В. Оценка объектов собственности: учебник. Самара: НОУ ВПО Самарский институт — Высшая школа приватизации и предпринимательства», 2014—70 с.
5. Калмыкова, Е. Ю. Экономика недвижимости: учебное пособие / Е. Ю. Калмыкова, Томский полиграфический университет. — Томск: Издательство Томского политехнического университета, 2011. — 139 с.
6. Кобелева, С. А., Муромский А. С. Основы управления недвижимостью: учебное пособие. / С. А. Кобелева, А. С. Муромский. — Орел. ФГБОУ ВПО «Госуниверситет — УИНПК», 2012. — 85 с.
7. Мавлютова, А. Р. Внедрение методологии профессионального управления эксплуатацией объектов недвижимости различного функционального назначения. Российское предпринимательство. / А. Р. Мавлютова, ассистент кафедры экспертизы и управления недвижимостью, Казанский государственный архитектурно-строительный университет. — Издательство «Креативная экономика» — 2015.
8. Максимов, С. Н. Экономика недвижимости: Учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Максимов. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 402 с.
9. Юдина, Е. М. Применение методов экономико-теоретических исследований в практике формирования инвестиционных стратегий. Российское предпринимательство/ Е. М. Юдина. — 2015 г. — 82—89 с.
10. Преображенская, Е. Г. Методика оценки эффективности управления жилой недвижимостью в крупном городе. / Преображенская Е. Г. — Российское предпринимательство, 2014—99—106 с.

Отток капитала как основной тормоз развития современной России

Потапов Артём Игоревич, бакалавр

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

Анализ перемещения финансовых активов из России и их влияние на экономическое развитие страны в условиях глобализации мирового рынка капиталов, вызывает большой интерес. Несмотря на то, что миграция капитала осуществляется в разных формах, довольно острой, для национальной экономики страны, является проблема вывода финансовых активов за пределы государства в форме бегства. В нашей стране так и не удастся создать эффективную рыночную среду, следствием этого является бегство капитала. Попытки решения этой проблемы с помощью введения ограничений на экспорт капитала имеют ограниченный успех.

Ключевые слова: движение капитала, платёжный баланс, государственное регулирование, теневая экономика

Введение

Масштабность бегства капитала из России в 90-е годы в условиях перехода к рыночной экономике представляла угрозу экономической безопасности страны не в меньшей степени, чем ее внешний долг.

Государственный внешний долг Российской Федерации и его обслуживание, заставило превратиться страну в донора западной экономики, в связи с чем наблюдалось масштабное бегство капитала. Именно эта проблема показала примитивность и необходимость в изменении экономической и законодательной системы в России 20 века.

По сей день нам не удаётся решить проблему бегства капитала, это основная задача, которая стоит перед экономистами, юристами и финансистами нашей страны. Ее решение предполагает осознание национальных интересов, целей и приоритетов, ослабление жесткой зависимости от неблагоприятных внешних факторов, сведение до минимума неэквивалентного обмена и оттока ресурсов из страны, использование имеющихся ресурсов во благо обществу. Эту проблема нельзя решать частями, требуется решительные действия по оздоровлению всего государственного аппарата, по искоренению всех коррумпированных элементов и введению действенного контроля над движением капитала. Важнейшими условиями развития российской экономики является сокращение размеров бегства капитала и обязательный возврат всех незаконно созданных и незаконно вывезенных активов обратно в Российскую Федерацию.

Регулирование движения капитала

Важным направлением внешнеэкономических отношений государства является регулирование иностранных инвестиций и процесса вывоза капитала (зарубежных инвестиций резидентов). Государственное регулирование экспорта капитала должно быть направлено на сокращение объемов незаконного вывоза капиталов, для чего необходимо, прежде всего, осуществлять мероприятия по улучшению инвестиционного климата в стране.

С точки зрения регулирования можно выделить два направления государственного воздействия: иностранные инвестиции в национальной экономике и инвестиции резидентов в экономику других стран (зарубежные капиталовложения). Большинство стран мирового рыночного хозяйства проводят политику, направленную на привлечение иностранного капитала. В целом по способу воздействия на иностранные инвестиции можно выделить две группы методов: работающие на привлечение иностранных инвестиций и на их ограничение.

К первой группе относятся:

1. Налоговые и таможенные льготы;
2. Гарантии против национализации иностранной собственности;
3. Возможность репатриации прибыли;
4. Предоставление концессий.

Ко второй группе методов относятся:

1. Ограничение доли иностранцев в уставном капитале компаний;
2. Определение сфер экономической деятельности, доступных для иностранного капитала, в том числе при создании совместных предприятий;
3. Применение различных оговорок в отношении создания предприятий с иностранными инвестициями; применение ограничений в части репатриации прибыли и капиталов;
4. Установление условий, оговаривающих необходимость использования местных факторов и компонентов производств.

С целью создания благоприятного инвестиционного климата могут использоваться дополнительные инструменты, стимулирующие функционирование иностранных инвестиций. Можно выделить три вида данных инструментов:

1. Налоговые: льготы, ускоренная амортизация, изменение налоговых ставок для некоторых предприятий, таможенные льготы при импорте оборудования;
2. Финансовые: получение займов и кредитов, предоставляемых в зависимости от выполнения определенных условий, позволяющих решать некоторые социально-экономические задачи на уровне центрального или мест-

ного правительств, а также выделение средств на подготовку и переподготовку кадров, занятых на предприятиях с иностранными инвестициями (ПИИ);

3. Нефинансовые: позволяющие в целом улучшить инвестиционный климат и тем самым создать более благоприятные условия для иностранных и национальных инвесторов: создание телекоммуникационных сетей, средств связи, информационных систем, строительство дорог, организация свободных экономических зон (СЭЗ).

Особое место в системе государственного регулирования внешнеэкономической деятельности занимает валютное регулирование. Валютное регулирование может включать в себя валютные ограничения, которые являются частью валютного контроля, осуществляемого правительством и:

1. могут регламентировать операции резидентов и нерезидентов с валютой или валютными ценностями;
2. могут касаться и внешней торговли, и движения капиталов.

В условиях резкого ухудшения внешнеэкономического положения и увеличения дефицита платежного баланса даже промышленно развитые страны принимают меры к ужесточению валютных ограничений, особенно по отношению к вывозу капитала. Государственное регулирование импорта капитала. Иностранному инвестору почти во всех странах мира закрыты некоторые сферы инвестирования, в первую очередь, это касается, отраслей финансов и банков, энергетики, транспорта и связи, оборонной промышленности. Так, например, для компаний США под иностранным контролем существуют ограничения в добыче полезных ископаемых и покупке недвижимости (особенно земли), в воздушном и водном транспорте, энергетике, банковской и страховой деятельности. В Швейцарии за национальными компаниями зарезервированы такие отрасли, как, железнодорожный и авиационный транспорт, связь, производство алкогольных напитков и взрывчатки, а также ограничена деятельность компаний с иностранным капиталом в банковском и страховом деле, в гидроэнергетике и в атомной энергетике, нефтяной и газовой промышленности и даже кинопромышленности.

Россия, как член МВФ и ряда других международных организаций предоставляет зарубежным государствам международные кредиты и займы, оказывает гуманитарную помощь и предоставляет субсидии развивающимся странам и странам с переходной экономикой.

Так как международная миграция капитала — это глобальный общемировой процесс, а Россия является участницей международного движения капитала, следовательно, инвестиции можно и нужно привлекать в экономику страны. Это будет способствовать укреплению экономических связей России с другими странами, а также удовлетворять потребность страны в капитале, которая вне всяких сомнений имеется. Привлекая иностранные инвестиции, государство должно контролировать и регулировать этот процесс (например, нельзя допускать иностранный капитал в стратегически важные отрасли оборонно-промышленного комплекса, и т.д.).

Помимо привлечения капитала в Россию, также необходимо регулировать и отток капитала из страны. «Бегство» капиталов за границу России представляет собой перемещение капиталов различного происхождения с территории Российской Федерации на территорию любого другого государства.

Различаются следующие формы «бегства» капитала:

1. нелегальные (оставление за рубежом части валютной выручки, упущенная выгода на внешнеэкономических сделках, например, при бартерных сделках, авансовые платежи по фиктивным контрактам, контрабандный вывоз капитала и товаров и т.д.).

2. по легальным каналам (увеличение зарубежных активов предприятий, банков), приобретение недвижимости за рубежом, не декларируемый вывоз инвалюты и др.);

3. отмывание «грязных» денег, связанных с противоправными действиями юридических и физических лиц и внедрением их в легальные финансовые потоки.

Анализ оттока/притока капитала на российском рынке

Учитывая результаты расчетов бегства капитала в предыдущем пункте (разницу, как в учитываемых показателях, так и в выходных данных), предлагается проанализировать динамику изменения платежного баланса по всем секторам, с целью выявления тренда в бегстве капитала и примерного расчета объемов на следующий год.

Ввиду настоящей макроэкономической ситуации в стране и политической в мире, предполагается, что общий размер оттока капитала с 2013 года лишь увеличивается.

Для анализа будут использованы данные о платежном балансе за период 1994—2017 и макроэкономические показатели, влияющие на отток капитала.

В таблице № 1 представлены сальдированные данные по основным счетам аналитического представления платежного баланса за период 1994—2017 год, ввоз/вывоз капитала частным сектором.

Из данных таблицы 1 видно, что в 2006—2007 гг. имело место кардинальное изменение характера движения частного капитала: отток сменился притоком, причем объем притока достиг фантастически высокого объема в 2006 г. — 43, 7 млрд долл., а в 2007 г. — 87,8 млрд долл. США. Но на протяжении следующих и предыдущих лет мы видим отток капитала, начиная с 1994 по 2005 и с 2008 по 2017. В общей сумме за это время вывезли денег из страны — 827, 2 млрд долл. США.

По результатам таблицы 2, где основным рассчитываемым показателем является общий ввоз/вывоз (рассчитанный по таблице 1), видно, что статистические методы невозможно использовать при оценке, так как присутствуют выбросы в показателях.

Для дополнительного анализа были построены две регрессионные модели: одна включает все показатели та-

Таблица 1. Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором в 1994–2017 годах (по данным платежного баланса Российской Федерации), млрд долларов США [10]*

Год	Чистый ввоз (-) / вывоз (+) капитала частным сектором (2+5)	Банки			Прочие секторы			
		Чистый ввоз (-) / вывоз (+) капитала (3-4)	Чистое приобретение финансовых активов	Чистое принятие обязательств	Чистый ввоз (-) / вывоз (+) капитала (6-7-8)	Чистое приобретение финансовых активов**	Чистое принятие обязательств	«Чистые ошибки и пропуски» платежного баланса***
1994	12,7	-1,0	0,4	1,4	13,7	14,5	1,2	-0,3
1995	7,8	-5,5	-3,0	2,5	13,3	6,3	3,3	-10,3
1996	22,4	-2,8	1,7	4,4	25,1	26,0	8,4	-7,6
1997	18,4	-7,6	1,3	8,9	26,0	29,7	12,7	-9,0
1998	22,6	6,4	0,2	-6,2	16,2	14,6	8,3	-9,9
1999	19,6	4,4	3,3	-1,2	15,1	10,1	2,1	-7,1
2000	23,1	1,7	3,4	1,7	21,4	15,2	1,8	-8,1
2001	13,6	4,0	6,7	2,7	9,6	5,2	3,7	-8,1
2002	7,0	3,0	6,6	3,6	4,0	13,5	14,3	-4,9
2003	0,3	-12,8	-1,5	11,3	13,1	27,7	22,1	-7,4
2004	8,6	0,7	7,7	7,1	7,9	34,2	31,8	-5,5
2005	0,3	3,7	23,0	19,2	-3,4	46,8	55,2	-5,0
2006	-43,7	-27,9	23,2	51,1	-15,8	56,7	61,2	11,2
2007	-87,8	-50,5	20,4	70,9	-37,3	98,3	145,4	-9,7
2008	133,6	84,5	92,6	8,1	49,1	144,9	98,9	-3,1
2009	57,5	32,4	-9,8	-42,1	25,1	53,1	34,3	-6,4
2010	30,8	-22,8	-5,2	17,6	53,6	69,8	25,4	-9,1
2011	81,4	27,5	35,3	7,8	53,8	104,1	58,9	-8,7
2012	53,9	-7,9	25,3	33,3	61,8	91,2	39,8	-10,4
2013	60,3	17,3	37,7	20,4	43,0	128,3	94,2	-8,9
2014	152,1	86,0	48,5	-37,5	66,1	73,9	-0,2	8,0
2015	57,0	34,2	-25,8	-60,0	22,8	18,8	-7,3	3,3
2016	18,4	-1,1	-28,3	-27,1	19,6	31,1	16,0	-4,5
2017	24,8	24,9	-4,4	-29,3	-0,1	17,8	14,1	3,8

*Примечание: В отдельных случаях возможны расхождения между итогом и суммой слагаемых, что связано с округлением данных.

**Примечание: Исключена задолженность по товарным поставкам на основе межправительственных соглашений.

***Примечание: Статья в полном объеме отнесена к операциям прочих секторов. Имеется в виду, что наибольшие сложности при составлении платежного баланса возникают в связи с учетом финансовых операций по этим секторам.

блицы 2, другая — все, кроме кредитного странового рейтинга. Качество второй модели = 0,29, при этом все показатели являются незначимыми, кроме ВВП по ППС. Качество первой модели = 0,367, все показатели незначимы, F-статистика = 2,5, F-критические для 0,05 и 0,01 = 4,3 и 8 соответственно, улучшение модели является незначимым.

Для наглядности остроты проблемы необходимо обратить внимание на самые разные компоненты оттока (объемы законного и незаконного вывоза капиталов, расходы по обслуживанию официального внешнего долга, все внешнеторговые и прочие текущие операции с иностранной валютой), в том числе не имеющие отношения к капитализации доходов за рубежом. «В частности, по

Таблица 2. Расчет общего вывоза капитала

год	Общий ввоз (-) / вывоз (+) капитала	Курс рубля к доллару	Инфляция%	ВВП ППС млрд долл.	Цена на нефть руб/ барр	Фиктивная переменная	Кредитный рейтинг страны S&P
1994	42,6	3926	214	1419,3	22770,8	6	BB-
1995	14,4	3623	131	1389,5	61591	6	BB-
1996	77,6	4662	21,8	1363,8	96037,2	6	BB-
1997	80,4	5562	11	1406,3	106234,2	6	BB-
1998	52,2	20,825	84,5	1345,6	266,56	9	B-
1999	46,3	20,65	36,6	1452,9	367,57	15	SD
2000	60,2	27	20,1	1635,3	769,5	9	B-
2001	37,4	28,17	18,8	1757,7	687,348	8	B
2002	47,1	30,12	15,05	1869,3	749,988	6	BB-
2003	52,8	31,7844	12	2046,7	905,8554	5	BB
2004	92,5	31,8846	11,751	2253,9	1208,42634	4	BB+
2005	139,8	29,5	11	2474,8	1625,45	2	BBB
2006	116	28,82	9	2758,8	1902,12	3	BBB-
2007	149,7	26,3	12	3073,9	1912,01	3	BBB-
2008	608,6	24,57	13	3298,7	2417,688	1	BBB+
2009	144,1	36,4267	8,8	3063,8	2287,59676	2	BBB
2010	160,1	31,7798	8,8	3240,9	2548,73996	2	BBB
2011	360,1	32,6799	6,1	3441,7	3624,20091	2	BBB
2012	287	29,4285	6,6	3628,4	3222,42075	2	BBB
2013	392,3	33,4656	6,45	3734,2	3641,05728	2	BBB
2014	396,9	67,7851	7,13	3828,3	6744,61745	2	BBB
2015	43	72,8827	12,9	3759,7	3913,80099	3	BBB-
2016	24,1	83,5913	5,4	3799,7	3740,710675	4	BB+
2017	51,6	60,7503	4	4008	3341,2665	4	BB+
Средний темп роста с 2013	-85,175	6,821175	-0,6125	68,45	-74,947695		
Прогноз	-33,575	67,571475	3,3875	4076,45	3266,318805		

разным оценкам, в течение 1992–1996 гг. из России было вывезено активов на сумму от 60 млрд. (по данным Всемирного банка) до 150–200 млрд долл. (по данным МВЭС России), что, хотя и впечатляет, но не позволяет судить ни о размерах бегства капиталов, ни об ущербе, нанесенном при этом финансово-инвестиционному потенциалу страны» [8].

На сегодняшний день параметры трансграничного движения капитала в целом не являются объектом прогнозирования в органах исполнительной власти, несмотря на то, что эти потоки играют огромную роль в формировании инвестиций. Так, в прогнозах «социально-экономического развития, разрабатываемых Минэкономразвития, рассчитывается сальдо по текущему счету платежного

баланса, но движение капитала в прогнозах не затрагивается, хотя этот параметр оказывает влияние на объем инвестиций в основной капитал, который прогнозируется Министерством» [11]. Вместе с тем, в практике «деятельности органов исполнительной власти и финансово-кредитного регулирования РФ широко используются данные ЦБ РФ по ввозу и вывозу капитала частным сектором» [12], и нередко эти данные применяются для описания ситуации с общим оттоком капитала из страны. Без рассмотрения методологических отличий руководства РПББ [3] (несмотря на тот факт, что с момента выпуска прошло уже 9 лет, в отчете ЦБ РФ и рассмотрении платежного баланса использован этот метод) от РПБ5 отметим принципиальные особенности подхода ЦБ [13; 9]:

1. В расчет принимаются только частные потоки;
2. Суммируются сальдо по активным и пассивным операциям по финансовому счету платежного баланса отдельно по банковскому и прочим секторам экономики;
3. Суммируются сомнительные операции в категории ошибок и пропусков.

Основой для расчета чистого трансграничного движения капитала являются статистические данные ЦБ РФ, систематизированные в соответствии с категориями потоков платежного баланса. «В публикуемом ЦБ РФ аналитическом представлении платежного баланса в 2001, 2007 и 2012 имели место изменения в структуре группировки и детализации некоторых денежных агрегатов, связанные с методологией учета в РФ и МВФ». По состоянию на январь 2013 включительно из аналитического представления платежного баланса по методике РПБ5, а за 2012 г. — в оценке по методологии платежного баланса в редакции документа РПБ6 МВФ. Данные о ввозе/вывозе капитала частным сектором, рассчитанные согласно методологии ЦБ РФ, были получены путем суммирования сальдо по активным и пассивным операциям частного сектора по финансовому счету платежного баланса, включая сомнительные операции, а также сальдо ошибок и пропусков.

«Как показывает мировая практика, нельзя точно определить величину оттока капиталов в формах, не относящихся к официально регистрируемым операциям по перемещению финансовых ресурсов за рубеж. «Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором» — не является экономически продиктованным индикатором. Это бухгалтерский показатель, при его расчете не рассматривается экономическая суть транзакций. Приводя аналогию из экономики фирмы, сомнительным будет выглядеть суждение об успешности компании, которое бы базировалось на показателе увеличения внешних обязательств, но не на объеме выручки, прибыли, или свободном денежном потоке. Данный показатель в текущей формуле расчета может включать как операции, по экономической сути не являющиеся оттоком/притоком капитала из страны так и не включать те, которые ими являются. Например, воздушные суда, которые покупаются и используются Российскими компаниями на территории РФ, но зарегистрированы вне российской юрисдикции, согласно методике МВФ возможно учитывать, как прямые инвестиции, но используемая в России методика в данный момент этого не делает. Также, как пример можно рассмотреть сделки по слиянию и поглощению Российскими компаниями зарубежных активов по факту являются экспансией на международные рынки, а не бегством капитала» [4].

Согласно методике МВФ, о возрастании масштабов скрытого от государственного учета оттока ресурсов свидетельствует резкий рост показателя статьи «ошибки и пропуски» в статистике платежного баланса. Обычное для страны значение данного показателя принято считать статистической погрешностью,

а наблюдаемое превышение его величины над величиной погрешности — расценивать как примерный объем неучтенного вывоза капиталов. Примечательно, что в России неучтенный вывоз капиталов, улавливаемый через показатель статьи «ошибки и пропуски», официально рассматривается как вывоз капитала в нелегальных формах, связанных с сознательным уклонением от государственного учета и контроля. Если оценивать состояние бегства капиталов по статье «ошибки и пропуски», то обращает на себя внимание качественно новая для России тенденция: за весь 1995 г. показатель данной статьи в платежном балансе РФ составил 10,3 млрд, что свидетельствовал о продолжающемся оттоке ресурсов, а с первого полугодия 1996 г. он уже приобрел положительный характер 0,258 млрд долл. «По мнению экспертов ЦБ РФ, это означает наличие незарегистрированного притока в страну иностранного капитала. Как считают в Центробанке РФ, можно с достаточной степенью вероятности предположить, что ввозимый в страну «нестандартными путями» капитал — репатриация нелегально вывезенных в разные годы финансовых активов» [14].

Общепризнанным является тот факт, что одним из мощнейших каналов скрытого вывоза капитала из России служат внешнеэкономические операции, оформляемые через офшорные зоны, через Кипр. Одновременно, по данным российской статистики, Кипр формально является одним из крупнейших инвесторов в российскую экономику, входит в первую пятерку стран-инвесторов. Показательно также, что свыше 80% кипрских инвестиций приходится на долю прямых инвестиций, что является абсолютным рекордом. Следовательно, декларируемые в России иностранные инвестиции Кипра в действительности имеют не кипрское происхождение. Скорее всего, их источник — российский капитал, владельцы которого сначала нелегально его вывозят, легализуют, превращают в «иностранные» инвестиции и ввозят обратно в Россию. При этом власти Кипра об этом даже не знают; во всяком случае, не признают этого в официальных данных.

Кипр, безусловно, не является единственной офшорной зоной, через которую российский капитал возвращается в форме иностранных инвестиций. Бельгия также по данным официальной отчетности в отдельные периоды входила в число лидирующих иностранных инвесторов в России.

В целом достаточно затруднительно обосновать аккуратную оценку той части «убежавшего» из России капитала, которая возвращается под видом иностранных инвестиций. Представляется вероятным, что его доля в иностранных инвестициях весьма существенна и составляет значительную часть от фактически вложенных средств. С учетом значительного вывоза капитала из России проблемой является то обстоятельство, что лишь часть российского капитала возвращается для производственного использования.

Современные проблемы движения капитала в России

Для национальной экономики России сегодня необычайно остро стоит проблема вывоза капитала. Ежегодное движение капитала в мире оценивается примерно в 1 трлн долл. На этом фоне величина вывозимого из России капитала кажется незначительной: в период с 1994 по 2017 год во всех формах было вывезено 827, 2 млрд долл. Однако эта величина в масштабах России чрезвычайно велика: вывозимый ежегодно капитал сопоставим с доходной частью бюджета. Положительное сальдо торгового баланса РФ перекрывается отрицательным сальдо движения капитала, что ухудшает состояние платежного баланса в целом.

Как основную причину оттока денежного капитала стоит выделить неэффективность системы государственного управления. По оценкам экспертов ЦБ, общий уровень теневой экономики России в 2015 г. составил около 45% от ВВП, при том доля участников от общего числа занятых составляет порядка 20%, что указывает на несостоятельность государства.

Также стоит отметить высокую коррумпированность. В 2015 г. Россия заняла 119-е место из 167 в рейтинге самых коррумпированных экономик. Как показывает мировой опыт, наличие широкомасштабной коррупции свидетельствует о той или иной степени дисфункциональности экономики, то есть о серьезном нарушении в деятельности органов государственной власти и системы управления экономическими процессами.

Эти проблемы характерны и для России. В стране не создан надежный законодательный и административный механизм, обеспечивающий защиту прав инвесторов, отсутствует эффективный государственный контроль за движением капитала. Существующая денежно-кредитная политика Банка России не обеспечивает финансовую стабильность и не направлена на стимулирование экономического роста. В результате на протяжении длительного времени в стране сохраняется галопирующая инфляция и высокие инфляционные ожидания, системные риски спорадической, непредсказуемой, резкой девальвации национальной валюты. Для современной российской экономики стала привычной высокая волатильность валютного, финансового и фондового рынков.

В таких условиях частный капитал вывозится за рубеж не столько по классическим мотивам увеличения нормы прибыли, сколько с целью его сохранения в более стабильной и надежной экономической среде. На протяжении длительного периода времени вывоз капитала из России осуществлялся как законным (легальным), так и незаконным (нелегальным) путем. По официальным данным платежного баланса за 21 год (1994–2015 гг.), накопленный объем оттока капитала из России, рассчитанный как отрицательное сальдо счета операций с капиталом и финансовыми инструментами в частном секторе, оценивался в 803 млрд долл. США.

Согласно данным исследования, опубликованного в 2013 г. авторитетной международной компанией «Global Financial Integrity» (GFI), в период 1994–2012 гг. из России был незаконно вывезен 1341 млрд долл. США. В целом объем оттока капитала из России превышал как объем притока прямых предпринимательских иностранных инвестиций, так и займы, и кредиты международных финансовых организаций, и двустороннюю финансовую помощь промышленно развитых государств.

Схемы вывоза капитала из России многообразны, однако большая часть из них лежит во внешнеторговой сфере и, как правило, осуществляется через офшорные юрисдикции. Большинство российских предпринимателей создавали офшорные фирмы в европейских странах, прежде всего на Кипре, на острове Мэн (Великобритания), в Ирландии, Швейцарии, Лихтенштейне, а также в Панаме. В частности, по состоянию на 2012 г. на Кипре было зарегистрировано 14,4 тыс. российских компаний, которые имели дочерние фирмы в России. В последующие годы в связи с проводимой политикой деофшоризации экономики России количество таких компаний на Кипре несколько сократилось. На начало 2016 г. активы российской банковской системы на Кипре оценивались в десятки миллиардов долларов.

По данным исследования авторитетной международной некоммерческой организации «Tax Justice Network (TJN)», накопленный объем российского капитала в офшорных юрисдикциях за период 1990–2010 гг. составлял 798 млрд долл. США. По этому показателю Россия занимала второе место в мире, уступая только Китаю.

За период 2010–2015 гг., по данным официальной статистики Банка России, отток капитала из России составил 317 млрд долл. США. Основная масса вывоза капитала осуществлялась коммерческими банками через офшорные юрисдикции. Таким образом, по самым скромным подсчетам, за рубежом накоплено более 1 трлн долл. США российского капитала.

Следует отметить, что в динамике оттока капитала из экономики России с начала 90-х гг. прошлого столетия сохраняется достаточно высокая доля так называемых «сомнительных» операций. В настоящее время по методологии Банка России, разработанной в соответствии с международными стандартами, «сомнительные» операции делятся на три категории:

1. не полученная в срок экспортная выручка от продажи товаров и услуг за границу;
2. стоимость товаров и услуг оплаченных, но не полученных по импортным контрактам;
3. суммы денежных переводов за границу по фиктивным операциям с ценными бумагами, кредитами и др.

На протяжении последних 20 лет объем «сомнительных» операций в вывозе капитала рос достаточно высокими темпами. В частности, если за период 1994–2001 гг. объем таких транзакций составлял 42 млрд долл.

США, то за период 2001–2012 гг. их совокупный объем увеличился в 9 раз и составлял уже 341 млрд долл. США. Своего пика почти в 51 млрд долл. США объем «сомнительных» операций достиг в 2008 г. в период острой фазы мирового финансового кризиса. Доля таких операций в общем оттоке капитала составила 38%. Спустя пять лет, в 2013 г., по данным Банка России, объем «сомнительных» операций превышал 27 млрд долл. США. По оценкам экспертов, в 2014–2016 гг. ежегодный объем таких операций сохранялся примерно на том же уровне.

Большая часть «сомнительных» транзакций осуществлялась через схемы фиктивного импорта. Так, по данным Банка России, только в 2012 г. стоимость оплаченных, но не полученных товаров и услуг по импортным контрактам в торговле с Беларусью составляла 15 млрд долл. США, а в торговле с Казахстаном — 10 млрд долл. США.

В последние годы недобросовестные компании активно использовали возможности, связанные с облегченными процедурами перемещения товаров и услуг, принятыми сначала в рамках Таможенного союза, а затем в Евразийском экономическом союзе. По оценкам Банка России, в 2012–2013 гг. из России через страны, входящие в Таможенный союз, утекло за рубеж примерно 47 млрд долл. США.

Часто используемой противоправной схемой вывода капитала из России через офшорные юрисдикции является оплата внешнеторговых контрактов без исполнения договоров по поставке товаров. В 2013 г. объем невозвращенной из-за границы иностранной валюты по неисполненным экспортным договорам с офшорными контрагентами составил сумму, эквивалентную 88 млрд руб., в первой половине 2014 г. — 67 млрд рублей.

Вовлеченность коммерческих банков в «сомнительные» операции является одной из основных причин

отзывов у них лицензий на осуществление банковской деятельности. По данным Банка России, лишь за первую половину 2016 г. были отозваны лицензии у 61 банка, в 2015 г. — 93 банков, в 2014 г. — 73 банков, в 2013 г. — 29 банков, в 2012 г. — 19 банков, в 2011 г. — 19 банков и в 2010 г. — 26 банков.

В 2015 г. Банк России ужесточил существующий критерий «высокой вовлеченности банков в проведение «сомнительных» операций». В частности, был снижен порог размера «сомнительных» сделок по безналичному расчету с 5 до 3 млрд рублей, а также уменьшена доля «сомнительных» наличных операций с 5 до 4% дебетового оборота по счетам клиентов банка. Однако указанные меры носят косметический характер и не окажут существенного влияния на масштабы таких операций, поскольку их причины имеют более фундаментальный характер и связаны с общим состоянием инвестиционного климата страны.

Вывод

Главным образом, капиталодвижение определяется совокупностью качественных и количественных показателей, определяющих деятельность страны. Капитал является средством функционирования всех сфер экономики, а его отсутствие — причиной развития теневой экономики. В наше время капитал жизненно необходим не только на частном уровне, но и на государственном.

Замедление движения капитала, уменьшение возможных путей его поступления, снижение объемов капитала могут сыграть роковое значение в долгосрочной перспективе для любой, даже развитой страны. Потеря ликвидности на государственном уровне образует спираль сужения производства, значит, и инвестиций, следовательно, ухудшается общее положение в стране.

Литература:

1. Анализ методики расчета показателя чистого ввоза/вывоза капитала частным сектором в системе эмпирических оценок масштабов бегства капитала. https://www.cbr.ru/Content/Document/File/32957/40-48_Леонова.pdf
2. Январь-сентябрь 2017. Платежный баланс, инвестиционная позиция, и внешний долг РФ. https://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/bp.pdf
3. Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции, МВФ, Вашингтон, 2008
4. «Исследование оттока капитала из РФ: от мифов к реальности» Е&У, РФПИ.
5. Киреев А. П. «Международная экономика». В2-х ч. — Ч. I. «Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства». Учебное пособие для вузов. — М.: 286–302 с. 2017
6. Фишер С. Дорнбуш Р., «Макроэкономика»; Перевод с английского М.: «Дело ЛТД», 1993 С 303
7. Крылова Т. А. Анализ и структура российских прямых инвестиций за рубежом. <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-i-struktura-rossijskih-priamyh-investitsiy-za-rubezhom>
8. Международный банк. <http://www.worldbank.org/>
9. Платежный баланс. <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/platezhnyy-balans.html>
10. Аналитическое представление платежного баланса РФ за соответствующие годы (ЦБ)
11. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2013 год и плановый период 2014–2015 гг.
12. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2011 год и период 2012 и 2013 годов..

13. Монетаристский подход к платежному балансу <http://www.good-reklama.ru/megekonom/255.html>

14. ЦБ РФ <http://www.cbr.ru/>

Учет затрат в строительстве: прямые или косвенные расходы?

Ростова Снежана Германовна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Цель работы: обзор и анализ по теме особенностей учета затрат для предприятий строительной отрасли для целей налогового учета. Достижение цели работы осуществлялось на основе применения общенаучных методов исследования в рамках изучения источников информации и анализа полученных сведений.

Строительство как отрасль экономики состоит из длительных производственных циклов со значительным количеством видов работ и отличается многообразием сложных объектов. Главной задачей многих строительных компаний является контроль расходов на материалы, так как материалоемкость при различных видах строительства может достигать 85% сметной стоимости объекта.

Применительно к рассматриваемой строительной отрасли, очень важно отнести правильно те или иные расходы к прямым или косвенным: этот вопрос очень актуален в наше время. Глава 25 НК РФ [1] не содержит положений, ограничивающих налогоплательщика в данной теме. В то же время выбор предприятия должен быть обоснованным. При этом нужно обязательно учитывать, что в правоприменительной практике преобладает позиция о том, что выбор организацией метода распределения прямых и косвенных расходов должен быть обоснован технологическим процессом, экономически оправданным и зависит в первую очередь от вида осуществляемой деятельности.

Вопросам разделения расходов на прямые и косвенные для целей налогового учета посвящена ст. 318 НК РФ, обязывающая при применении метода начисления делить расходы на производство и реализацию на эти 2 вида расходов.

Косвенные расходы разрешено в полном объеме относить на уменьшение налоговой базы по прибыли в периоде их возникновения, а прямые будут уменьшать эту базу по мере реализации той продукции (работ, услуг), к которой они относятся. Исключение здесь составляет деятельность по оказанию услуг, дающая возможность прямым расходам по услугам учитывать в том же порядке, что и косвенные. Таким образом, прямые расходы в НУ, в отличие от косвенных, будут формировать не только себестоимость продаж, но и налоговую стоимость незавершенного производства, а также непроданной готовой продукции.

Такое влияние на базу по прибыли обязывает со всей тщательностью подходить к вопросу обоснования разделения расходов на прямые и косвенные. Право такого деления ст. 318 НК РФ оставляет за налогоплательщиком, рекомендуя в составе прямых расходов в налоговом учете учитывать:

- основные материалы, необходимые для производства;
- зарплату основного производственного персонала, задействованного в процессе производства;
- начисления на зарплату основного производственного персонала;
- амортизацию основных средств, занятых в производстве.

Все остальные расходы можно для целей налогового учета считать косвенными.

В 2018 году в судебной практике возросло число налоговых споров, связанных с квалификацией расходов [3]. Арбитры стали соглашаться с налоговыми органами в том, что с учетом конкретных обстоятельств к прямым расходам относятся:

- стоимость выполненных субподрядчиками работ;
- суммы арендной платы;
- лизинговые платежи и затраты на техническое обслуживание машин;
- стоимость брака.

Также неоднократно суды указывали, что организация не вправе считать косвенными расходами суммы амортизации, начисленные по объектам основных средств, которые в свою очередь участвуют в производстве продукции и выполнении работ.

Согласно п. 1 ст. 319 НК РФ налогоплательщик самостоятельно определяет порядок распределения прямых расходов на незавершенное производство и на изготовленную в текущем месяце продукцию (выполненные работы, оказанные услуги) с учетом соответствия осуществленных расходов изготовленной продукции (выполненным работам, оказанным услугам) [2]. В случае невозможности отнесения прямых расходов к конкретному производственному процессу по изготовлению определенного вида продукции (работ, услуг), налогоплательщик самостоятельно определяет механизм распределения указанных прямых расходов с применением экономически обоснованных показателей.

Нормы ст. 318 НК РФ не позволяют налогоплательщику самостоятельно и без какого-либо обоснования отнести производимые затраты к косвенным или прямым расходам. Затраты, напрямую связанные с производством товаров (выполнением работ, оказанием услуг), необходимо относить к прямым расходам. Учитывая то, что налогоплательщик самостоятельно формирует учетную политику, она не должна противоречить НК РФ.

Пункт 1 ст. 319 НК РФ предусматривает, что в случае, когда прямые расходы не представляется возможным отнести к определенному производственному процессу по изготовлению данного вида продукции (работ, услуг), налогоплательщик должен самостоятельно установить метод распределения таких прямых расходов, применив экономически обоснованные показатели.

Можно предположить, что в случае ведения организацией одного вида деятельности (пусть и позволяющего производить и продавать несколько видов продукции, работ и услуг) осуществляемые расходы, включая названные в ст. 264 «Прочие расходы, связанные с производством и (или) реализацией» НК РФ, необходимо квалифицировать как прямые. Таким образом, арбитры уже неоднократно признавали, что отдельные виды прочих расходов должны учитываться в качестве прямых расходов при условии, что они непосредственно связаны с производством продукции (выполнением работ).

Считаю, что указанная тенденция свидетельствует о том, что в качестве прямых расходов необходимо квалифицировать не только те затраты, которые названы в п. 1 ст. 318 НК РФ, но и иные затраты, непосредственно связанные с осуществляемой предприятием производственной деятельностью. Представленный в п. 1 ст. 318 НК РФ перечень прямых расходов на мой взгляд не обладает достаточной конкретизацией и аналитикой.

Состав прямых расходов в налоговом учете налогоплательщик вправе определить самостоятельно. Однако, как видно на практике, установление прямых расходов в минимально допустимом объеме приведет как к возраже-

ниям со стороны налоговых органов, так и к потере контроля за процессом формирования разниц между данными бухгалтерского и налогового учетов. Чтобы избежать такого рода последствий, в налоговом учете рекомендуем установить прямые расходы равнозначными с себестоимостью, определяемой в бухгалтерском учете как производственная [4].

Анализируя данный вопрос можно заключить, что инспекторы могут квалифицировать в качестве прямых расходов любые затраты, даже включая суммы оплаты труда директора, главного инженера, главного бухгалтера и подсобных рабочих. В строительной отрасли в случае осуществления одного вида деятельности и наличия незавершенного производства и нереализованной готовой продукции налогоплательщику, возможно, не удастся доказать необоснованность доначислений в связи с переквалификацией расходов.

На практике, с целью уменьшения прибыли, некоторые предприятия прибегают к решению большую часть расходов признать косвенными. Отсюда вытекают неприятные для ведения учета последствия: увеличиваются расходы между себестоимостью в бухгалтерском и налоговом учетах. Также, вследствие таких действий, будет затруднен анализ финансового состояния.

Вывод: согласно рекомендациям Минфина России и ФНС России следует включать в прямые расходы все затраты, которые участвуют в формировании себестоимости продукции (работ, услуг) в бухгалтерском учете. В связи с отсутствием реальной возможности отнесения затрат к прямым, налогоплательщик вправе отнести в таком случае данные затраты к косвенным, при этом обязательно применив экономически обоснованные показатели.

Правильная организация учета затрат поможет избежать лишних разногласий с законодательством. В качестве рекомендации можно сказать о том, что руководству организаций нужно всегда быть готовым ответить на любые претензии сотрудников налоговой инспекции, касающиеся квалификации прямых и косвенных расходов.

Литература:

1. «Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N117-ФЗ (ред. от 03.08.2018).
2. Положение по бухгалтерскому учету 10/99 Расходы организации. Утверждено Приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 33н.
3. Кошкина Т. Ю. Инспекция доказала, что стоимость запчастей, зарплаты директора и главбуха должны быть признаны прямыми расходами // Строительство: бухгалтерский учет и налогообложение. — 2018. — № 1 // URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 03.10.2018).
4. Прямые и косвенные расходы в налоговом учете (нюансы). // URL: <http://www.nalog-nalog.ru/> (дата обращения: 03.10.2018).

Пути снижения налоговой нагрузки организаций

Сапрыкина Татьяна Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Круговцова Екатерина Вячеславовна, студент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Процесс снижения налоговой нагрузки актуален на этапе формирования предприятия и в дальнейшей деятельности организации, так как экономическая выгода от данной оптимизации дает возможность роста активов предприятия на развитие финансово-хозяйственной деятельности. Роль снижения налоговой нагрузки существенна при формировании и развитии предприятия, при этом данная экономическая характеристика зависит от выбора экономической деятельности организации, режима налогообложения, экономического субъекта ведения деятельности и др.

Право налогоплательщиков на снижение налоговой нагрузки закреплено Конституционным судом Российской Федерации (Постановление от 27.05.2003 № 9 по делу о проверке конституционности положения статьи 199 Уголовного Кодекса в связи с жалобами граждан) [4].

В настоящее время выделяют следующие основные пути снижения налоговой нагрузки:

- переход на специальные режимы налогообложения экономических результатов деятельности организаций, самый распространённый из которых — это упрощенная система налогообложения. При данном режиме налогообложения применяемая ставка колеблется от 1 до 6% (при применении объекта налогообложения «доходы») и от 5 до 15% (при применении объекта налогообложения «доходы, уменьшенные на величину расходов») [1].

Индивидуальные предприниматели, применяющие единый налог на вмененный доход и упрощенную систему налогообложения правомочны уменьшить налоговые платежи на сумму уплаченных страховых взносов. Организации и индивидуальные предприниматели на едином налоге на вмененный доход до 2017 года не могли учитывать страховые взносы при расчете налога. В прошлом году в законодательстве произошли изменения, которые уравняли права индивидуальных предпринимателей на упрощенной системе налогообложения и индивидуальных предпринимателей на едином налоге на вмененный доход, так как при упрощенной системе налогообложения предприниматели могли уменьшить налог на сумму страховых взносов.

- освобождение от уплаты налога на добавленную стоимость при соблюдении установленных законом требований. Организации и индивидуальные предприниматели, применяющие общую систему налогообложения, имеют право получения освобождения от уплаты налога на добавленную стоимость в отношении не подакцизных товаров. Условие для получения освобождения — выручка от реализации без учета НДС за 3 месяца не должна

превышать 2 млн руб. рублей. Освобождение от уплаты налога на добавленную стоимость может применяется как по видам деятельности организации, так и по отдельным операциям деятельности организации;

- применение налоговых льгот, которые классифицируются на принципах изъятия, освобождения, скидках. Налоговые льготы по принципу изъятия дают возможность выведения из налогообложения определенных объектов, например, данной мерой освобождены предприятия общественного питания детских учреждений по налогу на прибыль организаций. Освобождение — льгота, которая влияет на налоговую ставку. Применение скидки базируется на изменении налоговой базы и, следовательно, суммы налога к уплате, самые распространённые из которых налог на доходы физических лиц и налог на прибыль;

- рациональное распределение материальных затрат организации: законно обоснованная учетная политика организаций позволяет привести к снижению налоговой нагрузки;

- применения налоговых каникул на основе Федерального закона № 477 от 29.12.2014 г. [3] могут осуществлять компании, ведущие деятельность в социальной сфере, занятые производственной деятельностью и деятельностью в области науки и позволяет применения нулевой ставки обложения налога на прибыль организаций, налога на добавленную стоимость, налога на имущество организаций;

- налоговый вычет на онлайн-кассу могут применить предприятия, ведущие деятельность на едином налоге на вмененный доход и применяющие патентную систему налогообложения. При этом максимальный размер налогового вычета равен 18000 рублей за каждый приобретенный аппарат.

В настоящее время предприятиями используются следующие схемы снижения налоговой нагрузки:

- метод замены отношений предусматривает, что организация при оформлении договоров с контрагентами выбирает гражданско-правовую норму с учетом налоговых последствий применения данных норм;

- метод разделения отношений предполагает замену части хозяйственной операции другим ее видом или ее разделение на несколько составных частей;

- метод делегирования ответственности базируется на передачи части экономических отношений другим юридическим лицам или дочерним предприятиям;

- отсрочка налоговых платежей предусматривает перенос момента возникновения объекта налогообложения на последующий налоговый период;

– метод сокращения объекта налогообложения преследует цель избавления от части налогооблагаемых операций или облагаемого имущества при сохранении и экономической обоснованности хозяйственной деятельности предприятия и др.

Рассмотрим конкретные примеры применения схем снижения налоговых обязательств.

1. Толлинговая схема снижения налоговой нагрузки, которая базируется на применении давальческих материалов. Толлинг — вид хозяйственной деятельности, при котором предприятие получает сырье по нулевой цене, производит обработку этого сырья и возвращает законченный продукт владельцу. Владелец сырья вознаграждает предприятие-толлинг за работу.



Рис. 1. Толлинговая схема снижения налоговой нагрузки

В данном случае в роли предприятия-давальца применяются иностранные компании, а Российская организация не закупает сырье, а выступает только производителем продукции. После переработки готовая продукция передается иностранному собственнику. Российская организация является только производителем сырья и уплачивает налоговые платежи только со стоимости произведенных работ, стоимость которых облагается налогом на добавленную стоимость при применении основного режима налогообложения или единым налогом при применении специального налогового режима.

Толлинговая схема возможна для решения вопроса о снижении налоговой нагрузки по причине того, что ввоз и вывоз давальческого сырья освобожден от уплаты та-

моженных пошлин, хотя стоимость по переработке сырья все же облагается таможенными пошлинами, согласно таможенному кодексу таможенного союза [2].

2. Схема перевода затрат без налога на добавленную стоимость на плательщиков данного налога предполагает снижение суммы уплачиваемых налоговых платежей налога на добавленную стоимость за счет максимального перевода затрат без входного налога на компании, применяющие специальные налоговые режимы: единый налог на вмененный доход и упрощенную систему налогообложения. Механизм действует и в обратном порядке, путем оформления максимального значения затрат с налогом на добавленную стоимость на основную компанию.

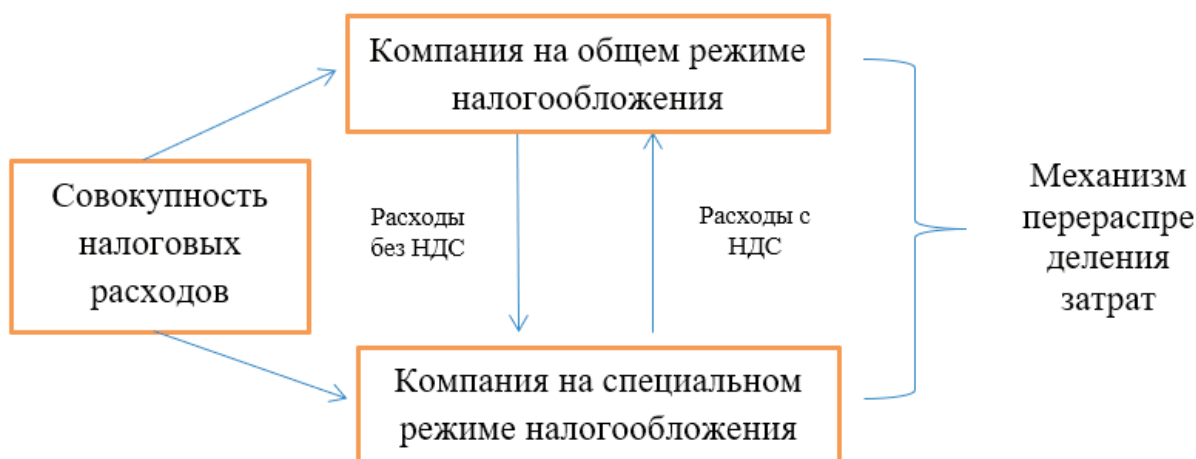


Рис. 2. Схема снижения налоговой нагрузки путем перевода затрат без налога на добавленную стоимость на плательщиков налога

Данная схема снижения налоговой нагрузки базируется на отнесение расходов без входного налога на добавленную стоимость на предприятие, применяющие специальный налоговый режим. Такими затратами могут служить: заработная плата, страховые взносы, проценты по кредитам и займам, амортизационные отчисления, налоговые платежи, а также затраты по любым приобретенным товарам в случае, если по ним не предъявлен налог на добавленную стоимость.

3. Схема снижения налоговой нагрузки за счет закупки товаров через закупочную организацию строится на принципе либо передачи товара с маленькой наценкой основной компании или предприятию на упрощенной системе налогообложения, либо как агент от своего имени, но за счет основной компании. Закупочная организация может выступать как основная компания, в случае если организация имеет налаженные договорные отношения с поставщиками.

Фискальными органами Российской Федерации ежегодно анализируется налоговая нагрузка организаций, таким образом производится мониторинг компаний и выявление недобросовестных налогоплательщиков. Выбранная схема снижения налогообложения должна основываться на принципах законности и экономической обоснованности.

Таким образом, процесс снижения налоговой нагрузки должен базироваться на следующих принципах:

- разработка правильной учетной политики;

- выбор наиболее подходящего режима налогообложения: рациональное рассмотрение режимов для налогообложения конкретной фирмы с целью минимизации налоговых отчислений;

- проверка добросовестности контрагентов с целью подтверждения реальности и законообоснованности хозяйственных операций;

- соблюдения правил хранения учетных, первичных документов организации, налоговой и бухгалтерской отчетности;

- соблюдение условий заключения договоров с контрагентами;

- соблюдение сроков сдачи отчетности.

Таким образом, пути снижения налоговой нагрузки являются механизмом действия налоговой оптимизации. Оптимизация налогообложения — это действенный способ снижения налоговой нагрузки. При выборе схем снижения налоговой нагрузки предприятие должно основываться на законных способах снижения налоговых затрат, должен иметь место сделан анализ деятельности компании в бедующих периодах.

Конечным итогом налоговой оптимизации должны являться: снижение размера уплачиваемых налоговых платежей, стремление к нулю налоговых санкций, максимальная отсрочка налоговых платежей, уменьшение налоговых рисков.



Рис. 3. Схема снижения налоговой нагрузки с помощью закупки через дружественную закупочную организацию. Составлено по материалам [5]

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. 30.03.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2016)
2. Таможенный кодекс Таможенного союза» (ред. от 08.05.2015) (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 N17)
3. Федеральный закон от 29 декабря 2014 года № 477-ФЗ «Налоговые каникулы 2015» Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172963/
4. Постановление от 27.05.2003 № 9 по делу о проверке конституционности положения статьи 199 Уголовного Кодекса в связи с жалобами граждан)
5. Пять проверенных методов оптимизации налогов в 2018–2019 годах Режим доступа: <https://www.business.ru/article/1438-5-proverennyh-metodov-optimizatsii-nalogov-v-2018-2019-godah>

Нейромаркетинг, или Манипуляция сознанием покупателя в гипермаркетах

Сосунова Лильяна Алексеевна, доктор экономических наук, зав. кафедрой;
Зеленова Екатерина Сергеевна, студент
Самарский государственный экономический университет

В данной статье рассматривается новое направление продаж, которое основывается на чувствах и сознании человека. Рассматриваются ситуации, в которых покупатель может спонтанно совершить покупку, под воздействием внешних факторов, которые находятся в магазине.

Ключевые слова: нейромаркетинг, маркетинг, покупатель, товар, реклама.

Sosunova L. A., Doctor of Economics, head department;
Zelenova E. S., student
Samara state University of Economics

This article discusses a new direction of sales, which is based on the feelings and consciousness of man. We consider situations in which the buyer can spontaneously make a purchase, under the influence of external factors that are in the store.

Keywords: neuromarketing, marketing, buyer, product, advertising.

Маркетинг в наши дни переживает тяжелые времена. Миллиарды долларов тратятся на маркетинг. За жизнь человек успевает посмотреть около двух миллионов рекламных роликов, т.е. шесть лет жизни по восемь часов в день уходит на просмотр рекламы. В условиях кризиса каждый вложенный доллар должен приносить прибыль. Нейромаркетинг делает вложения в рекламу сверхприбыльными.

Понятие нейромаркетинг объединяет в себе два других понятия «нейробиология» и «маркетинг». Нейробиология изучает устройство и функционирование нервной системы человека. Главное отличие нейромаркетинга от традиционного маркетинга заключается в том, что нейромаркетинг собирает и анализирует субъективные предпочтения потребителей. Также в нейромаркетинге применяются самые современные методики исследования мозга. Главная цель — понять механизм работы подсознания.

Процессы, происходящие в мозге, изучают главным образом врачи и ученые, но недавно к ним присоединились телевизионные разработчики рекламы и компьютерных игр. Нейромаркетинг сочетает достижение в области нейробиологии и приема классического маркетинга, где отслеживаются реакции мозга на новые явления, новые товары и рекламные компании. Нейромаркетинг способен влиять на продажу товаров той или иной марки [2, с. 2]. Достаточно проанализировать мозговые волны человека и для этого вовсе не нужно проводить опросы, так как данные поступают напрямую из мозга без искажений и ложных интерпретаций. Мозг покупателей может напрямую рассказать о его истинных желаниях.

В наши дни задача маркетологов значительно усложнилась. Им приходится прилагать немало усилий, чтобы вынудить человека потратить его деньги, время и внимание на то, что они предлагают. В последнее время традиционное для маркетинговых исследований анкетирование

и фокус-группы показали свою полную несостоятельность. Данные анкеты зачастую необъективны, а участники фокус-групп очень часто попадают под влияние какого-нибудь харизматичного лидера. В нейромаркетинге слова не нужны в этом и заключается его огромное преимущество. Современные бренды не оставляют людей равнодушными. Бренд — это чувство, которое ассоциируется у человека с товаром. Бренд является неосознаваемым, нематериальным. Бренды существуют лишь в голове человека, это и послужило мощным толчком к развитию нейромаркетинга. [1, с. 3]. Раньше производители товаров никак не могли подобрать ключ к подсознанию людей, а сейчас бренды ведут активную борьбу за то, чтобы утвердиться в памяти человека. Но, чтобы добиться запоминания бренда, необходимо понять механизм работы подсознания. Эмоции не контролируются сознанием и поэтому эмоции человека являются сущностью и основой любого бренда. В последние пару лет в мире рекламы возникла тенденция воздействия на эмоции, но эмоциональные чувства не всегда поддаются объективной оценки. На протяжении уже многих лет врачи и психологи пытаются измерить эмоции, но и маркетологи от них не отстают.

Внимание, эмоции и память — вот главные составляющие нейромаркетинга. [5, с. 2] Каждый показатель измеряется отдельно, но лишь объединив данные по всем трем параметрам можно оценить эффективность рекламы. Так есть ли гарантия, что человек купит товар, если ему запомнился рекламный ролик? Нет никаких гарантий, что товар будет приобретен, даже если реклама запомнилась. Запоминающиеся рекламы не гарантируют высоких продаж, но как же быть с эмоциями? Влияют ли они на решение о покупке? Огромное значение на решение о покупке после просмотра рекламы, влияет то, когда и в каком контексте была размещена реклама. Реклама становится эффективной, когда она попадает в удачный контекст, но если содержание рекламы никак не пересекается с содержанием передачи, то активность мозга человека гораздо меньше. В этом случае, мозг человека работает активнее и у него гораздо лучше кодируется информация, повышается внимание и яркость переживания. Поэтому размещать рекламу нужно со здравым смыслом, а не платить огромные деньги за выход ролика. На сегодняшний день почти 98% рекламы не вписывается в контекст, поэтому она раздражает людей. За всю свою жизнь человек просматривает около 2000 000 рекламных роликов и мозг человека сам выбирает рекламу, которая на нас действует. Но наш мозг фильтрует всю рекламу, которая нас окружает. Критерием выбора определенного бренда является лояльность покупателя. Разница реакции на бренд у каждого человека будет разной, так как каждый человек воспринимает бренд по-своему [4, с. 3]. Поклонники того или иного бренда могут сами способствовать его рекламе. Главная задача нейромаркетинга — найти картинку, сюжет или фильм способный пробудить в человеке определенные чувства, такие как радость, печаль

и т.п. Эти чувства в свою очередь запускают механизм принятия решения.

Человеческий мозг самая сложная система, которой очень тяжело управлять. Но нейромаркетинг способен найти рычаги воздействия. Например, MCDonalds — ресторан быстрого питания, мультинациональный бренд, функционирующий более чем в 140 странах. MCDonalds довольно сильно влияет на детей в возрасте от пяти лет и выше. Многие дети просят своих родителей посетить это место иногда вовсе не из-за еды, которая манит своим ароматом, а из-за игрушки. Около 95% посетителей приходят в MCDonalds только из-за своих детей. Этот бренд навсегда оставит след в сознании детей. Именно основатель MCDonalds Рэй Рок решил, что свою деятельность нужно сфокусировать на детях. Потому что если ребенок пришел в MCDonalds в возрасте пяти лет, то он еще вернется туда тогда, когда будет подростком, взрослым, а также в дальнейшем приведет туда своих детей. Поэтому первым маркетинговым шагом был запуск обедов в коробочке для детей с игрушкой внутри. Следующий шаг — реклама с детским вымышленным персонажем Дональдом Макдональдом, которая проводилась в школах, ресторанах, по телевидению и она достигла своей цели — вызывать у будущих потребителей положительные эмоции. Но, такие действия нельзя назвать рекламой, так как здесь бренд не заставляет детей делать какие-то действия. Здесь создается только посыл, который важен как для детей, так и для их родителей. В последние годы все меньше заметен Рональд Макдональд и главный геройем стала коробочка с едой, под названием «хеппи мил», которая является новым успешным инструментом маркетинга.

Годовой оборот MCDonalds составляет 47 миллионов долларов. Это достигается за счет того, что людям в голову поместили мысль о том, что если человек проголодался, то ему нужно быстро удовлетворить свой голод и поэтому он идет в MCDonalds. Это является методом продаж. Т.е чтобы человек пришел к определенному бренду, нужно сделать так, чтобы конкретный бренд сразу же возникал в голове потребителя. Крупные бренды знают, как добиться желаемого результата в подсознании потребителя с помощью нейромаркетинга. Будучи живящим с ранних лет в мозг такого бренда как MCDonalds, можно сделать человека зависимым от его продуктов.

Например, MCDonalds использует мозг своих клиентов, чтобы тестировать ароматизаторы. Чтобы скрыть неприятный запах от моющих средств в ресторане, было решено их ароматизировать под запахи еды, с целью распространения, а также выявления эмоций людей на новый запах. Соответственно запах, вызывающий положительные эмоции, увеличивает продажи. У запаха есть свойства проникать сначала в рациональную часть мозга, а затем в эмоциональную. Поэтому запах оказывает влияние на уровне мозга. Но когда бренд использует методы тестирования нового продукта на людях, то он не дает человеку права выбора в этом и заключается часть нейро-

маркетинга. Из этого можно сделать вывод, что маркетологи достаточно научились затрагивать эмоции людей. Исходя из этого, каждый человек делает покупку, которая не всегда ему нужна, например девушки следят за модой и покупают новые вещи, проголодавшиеся люди сразу выбирают ресторан быстрого питания, который лучшего всего отпечатался в их голове.

Нейромаркетинг способен определить потребность человека еще до того, как человек сам сделает свой выбор. Так, компания Coca Cola имеет свою собственную лабораторию, в которой ведется изучение отдельных кадров рекламных роликов, где в последствии, данные исследования помогут компании понять, какие кадры оказывают наибольшее влияние на человека.

Так же нейромаркетинг помогает разрабатывать не только рекламные ролики. Значительное влияние маркетологи оказывают на людей воздействуя на их слух, зрение, обоняние и вкус.

Большинство людей — визуалы, поэтому воздействие посредством зрения — это порой самый беспроблемный вариант. Британские ученые выяснили, что количество продаж товара с упаковкой имеющие яркие красные, желтые и зеленые цвета — значительно увеличивается, так как привлекают к себе внимание. Так, например, компания Coca Cola использует красный цвет в представлении своей продукции и это имеет огромный успех. Но не всем, даже успешным, компания подходит использование

таких ярких цветов. Для того, чтобы выбрать подходящий цвет, необходимо обратиться к деятельности компании. Например, при использовании матовой цветовой гаммы товары покупаются реже.

Воздействие на потребителей через слух. В большинстве магазинов играет музыка. От мелодии, которая звучит, может зависеть выбор покупателя и количество товара в его корзине. Так, яркая и динамичная музыка заставляет потребителя ходить быстрее, смотреть на большее количество товара и делать импульсивные покупки, а медленная и расслабляющая музыка сразу замедляет шаг человека, позволяет спокойнее рассматривать товар и делать свой выбор.

Воздействие через обоняние. На продажи так же можно воздействовать посредством ароматов, а точнее через аромамаркетинг. В супермаркетах обычно используется запах свежей выпечки, в обувных магазинах — запах натуральной кожи, в спа-салонах — запахи природы, цветов и т.п. Все перечисленные методы нейромаркетинга влияют на выбор и покупку потребителя.

В настоящее время у большинства людей сложилось неоднозначное отношение к нейромаркетингу. С одной стороны, нейромаркетинг помогает компаниям продавать и зарабатывать больше, а с другой, компании имеют доступ к подсознанию своих покупателей, что позволяет говорить о неэтичности маркетинга. Так как каждый человек имеет право выбора.

Литература:

1. Дули Р. Нейромаркетинг: Как влиять на подсознание потребителя // Р. Дули; пер. с англ. В. Рубинчик. — 3-е изд. — Минск: Поппури, 2017 г.
2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции, механизмы и защита. СПб.: Речь,
3. Цыганков В.Д. Нейрокомпьютер и мозг. Учеб. пособие. М.: синтег, 2016 г.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. СПб: АО Корона, АОЗТ Литера плюс, 2017 г.
5. Лурия А.Р. Основы нейропсихологии: Учеб. Пособие для студ. Высш.учеб. заведений. 3-е изд., стер. М.: Издательский центр академия, 2017 г.

Совершенствование методики оценки финансовой устойчивости АО «ПЗ Красногвардейский»

Стерпул Виктория Алексеевна, студент магистратуры;
Смолянинов Сергей Викторович, доктор экономических наук, профессор
Санкт-Петербургский государственный аграрный университет

В современных условиях залогом стабильного функционирования предприятия является его финансовая устойчивость, которая характеризует платежеспособность и надежность предприятия на основе результативного применения собственных и заемных ресурсов.

Финансовая устойчивость организации — это такое состояние хозяйствующего субъекта, когда он может функционировать, развиваться и сохранять равновесие активов и пассивов [1].

Финансовая устойчивость является итоговым показателем, что определяет финансовое положение хозяйствующего субъекта в целом. Она отображает подобное положение финансовых ресурсов, при котором организация, легко манев-

рируя финансовыми средствами, способна методом их действенного применения гарантировать бесперебойный процесс изготовления и реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также вовремя погашать долги перед заказчиками и кредиторами.

Исследование финансовой устойчивости компании ведется на конкретную дату за прошедший период. Как правило, анализ осуществляется с помощью относительных показателей — финансовых коэффициентов, либо на основе абсолютных показателей. Это дает возможность установить, насколько правильно в организации распоряжались финансовыми ресурсами за рассматриваемый промежуток времени в ходе их формирования, распределения и использования.

На сегодняшний день в системе Ленинградского агропромышленного комплекса животноводство является основной отраслью сельскохозяйственного производства. Объектом анализа финансовой устойчивости в научной статье выступает хозяйственная деятельность АО «ПЗ Красногвардейский» Ленинградской области.

Данное предприятие — одно из ведущих предприятий молочного направления на северо-западе Ленинградской области. Главной задачей для предприятия является удовлетворение потребностей населения в сельскохозяйственной продукции.

АО «ПЗ Красногвардейский» занимается производством продукции молочного скотоводства, разведением племенного скота голштинской породы, а кроме того, выращиванием зерновых и кормовых культур.

Рассмотрим методику оценки финансовой устойчивости предприятия. Проанализируем главные показатели, оказывающие большое влияние на конечное итоговое состояние предприятия и их нормативные значения.

1. Коэффициент концентрации собственного капитала (ККСК):

$$K_{\text{КСК}} = \frac{\text{Собственный капитал и резервы}}{\text{Валюта баланса}}$$

$$K_{\text{КСК}(2015г.)} = \frac{455619}{613968} = 0,74$$

$$K_{\text{КСК}(2016г.)} = \frac{568822}{788805} = 0,72$$

$$K_{\text{КСК}(2017г.)} = \frac{679092}{862186} = 0,79$$

Этот коэффициент свидетельствует о перспективах изменения финансового положения в ближайший период. Оптимальное значение коэффициента $\geq 0,5$ [2].

Исходя из расчетов видно, что за анализируемый период, данный коэффициент находится в норме. Это говорит о том, что предприятие финансово независимо и способно погашать собственные долги за счет собственных средств.

Коэффициент концентрации заемного капитала (КЗК):

$$K_{\text{ЗК}} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Валюта баланса}}$$

$$K_{\text{ЗК}(2015г.)} = \frac{139492 + 18857}{613968} = 0,26$$

$$K_{\text{ЗК}(2016г.)} = \frac{192356 + 27627}{788805} = 0,28$$

$$K_{\text{ЗК}(2017г.)} = \frac{174803 + 8291}{862186} = 0,21$$

Этот коэффициент свидетельствует, какая доля заемных средств находится в структуре капитала предприятия. Нормативное значение коэффициента — $\leq 0,5$ [2].

За анализируемый период наблюдается снижение заемного капитала в совокупном объеме финансовых ресурсов компании, что свидетельствует о более устойчивом финансовом его положении.

Коэффициент финансовой устойчивости (КФУ)

$$K_{\text{ФУ}} = \frac{\text{Собственный капитал} + \text{Долгосрочные обязательства}}{\text{Валюта баланса}}$$

$$K_{\text{ФУ}(2015г.)} = \frac{455619 + 139492}{613968} = 0,97$$

$$K_{\text{ФУ}(2016г.)} = \frac{568822 + 192356}{788805} = 0,96$$

$$K_{\text{ФУ}(2017г.)} = \frac{679092 + 174803}{862186} = 0,99$$

Минимальное значение КФУ $\geq 0,75$. Этот коэффициент демонстрирует, какая доля актива финансируется за счет устойчивых источников [2].

Проанализировав данный коэффициент, можно сказать, что АО «ПЗ Красногвардейский» имеет необходимые запасы финансовой устойчивости и почти независимо от внешних источников.

Коэффициент финансовой зависимости (КФЗ):

$$K_{\text{ФЗ}} = \frac{\text{Валюта баланса}}{\text{Собственный капитал}}$$

$$K_{\text{ФЗ}(2015г.)} = \frac{613968}{455619} = 1,35$$

$$K_{\text{ФЗ}(2016г.)} = \frac{788805}{568822} = 1,39$$

$$K_{\text{ФЗ}(2017г.)} = \frac{862186}{679092} = 1,27$$

Нормативное значение не должно превышать < 2. Коэффициент КФЗ свидетельствует о зависимости компании от внешних источников финансирования и показывает, сколько предприятие привлекло заемных средств на 1 руб. собственного капитала.

Коэффициент маневренности собственного капитала (КМСОК):

$$K_{\text{МСОК}} = \frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Собственный капитал}}$$

$$K_{\text{МСОК}(2015г.)} = \frac{178426 - 18857}{455619} = 0,35$$

$$K_{\text{МСОК}(2016г.)} = \frac{236053 - 27627}{568822} = 0,37$$

$$K_{\text{МСОК}(2017г.)} = \frac{229244 - 8291}{679092} = 0,32$$

Этот коэффициент свидетельствует, какая часть собственного капитала применяется для финансирования деятельности организации. Оптимальное значение коэффициента находится в пределах 0,2–0,5 [2].

Исходя из расчетов видно, что данный показатель находится в норме. АО «ПЗ Красногвардейский» с 2015 по 2017 год поддерживает уровень собственного оборотного капитала и в случае надобности может восполнить оборотные средства за счет собственных источников.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (КСЗИСС):

$$K_{\text{СЗИСС}} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}}$$

$$K_{\text{СЗИСС}(2015г.)} = \frac{139492 + 18857}{455619} = 0,35$$

$$K_{\text{СЗИСС}(2016г.)} = \frac{192356 + 27627}{568822} = 0,39$$

$$K_{\text{СЗИСС}(2017г.)} = \frac{174803 + 8291}{679092} = 0,27$$

Рекомендуемое значение КСЗИСС ≤ 1. Показатель характеризует структуру финансовых источников организации, показывает степень ее зависимости от заемных источников [2].

Проанализировав данный коэффициент, можно сказать, что с 2015 г. по 2016 г. данный показатель увеличился, что говорит нам о недостатке собственных средств. В 2017 г. данный показатель снова снизился, что благоприятно влияет на финансовую устойчивость предприятия.

При расчете шести основных коэффициентов, представленных выше, нами было классифицировано предприятие по различной степени надежности. В таблице 1 представлены значения коэффициентов. Каждому полученному действительному значению коэффициента присваивается конкретный балл, который относит компанию к конкретному классу.

Мы выделили пять уровней финансового состояния: «А-абсолютное», «В-нормальное», «С-неустойчивое», «D-предкризисное» и «Е-банкротство».

10 баллов. Присваивается класс А при достижении любых из критериев;

8 баллов. Присваивается класс В при достижении любых из критериев;

6 баллов. Присваивается класс С при достижении любых из критериев;

4 балла. Присваивается класс D при достижении любых из критериев;

2 балла. Присваивается класс Е при достижении любых из критериев.

Данные баллы по предприятию суммируются, и устанавливается итоговый балл (Таблица 2).

Предложенная методика анализа состояния АО «ПЗ Красногвардейский» показывает, что у предприятия нормальная финансовая устойчивость. На основании полученных итогов, можно рекомендовать предприятию применять и рассчитывать нормативы для оценки финансового состояния и разработки результативных управленческих решений для предотвращения кризиса.

Таблица 1. Градация значений финансовых коэффициентов

Коэффициенты	A	B	C	D	E
$K_{\text{КСК}}$	≥ 0.5	0.4–0.5	0.4–0.3	0.3–0.1	< 0.1
$K_{\text{КЗК}}$	≥ 0.1	0.1–0.3	0.3–0.4	0.4–0.5	≤ 0.5
$K_{\text{ФУ}}$	0.8–1.0	0.75	0.75–0.65	0.65–0.50	< 0.50
$K_{\text{ФЗ}}$	≥ 0.5	0.5–0.1	0.1–1.5	1.5–1.8	< 2.0
$K_{\text{МСОК}}$	≥ 0.5	0.2–0.5	0.1–0.2	0.1	< 0.1
$K_{\text{СЗИСС}}$	0.1–0.3	0.4–0.6	0.6–0.8	0.8–0.9	≤ 1.0

Таблица 2. Балльная оценка и определение степени финансового состояния предприятия

Баллы	Рейтинг	Описание
76–100	A	Абсолютная финансовая устойчивость
51–75	B	Нормальная финансовая устойчивость
26–50	C	Неустойчивое финансовое положение
16–25	D	Предкризисное финансовое состояние
1–15	E	Банкротство

Литература:

1. Бадмаева Д. Г., Мирончук К. М. Анализ финансовой устойчивости АО «КНАУФ ПЕТРОБОРД» // Научный поиск — 4: Сборник научных трудов магистрантов. (Институт технолого-экономический) — СПб: СПбГАУ, 2017 — С. 143–145.
2. Бычкова С. М., Бадмаева Д. Г. Бухгалтерский учет и анализ: Учебное пособие. 2-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб: Питер, 2018—528 с.

Пути снижения себестоимости продукции на нефтегазовом предприятии

Тимиргазина Альбина Муратовна, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

Постоянное снижение уровня себестоимости продукции расширяет возможности себестоимости в отношении развития, с ростом материального благосостояния населения. Актуальность определения уровня затрат обусловлена тем, что система управленческого учета затрат и калькулирования по расчетным статьям затрат относительно себестоимости дает возможность систематизировать основные инструменты управления затратами с целью оптимального управленческого контроля и дает основу для эффективного использования управленческого контроля относительно показателя себестоимости продукции.

С учетом определения основных причин повышения затрат на предприятии, выявить направления уменьшения себестоимости работ предприятия нами были произведены расчеты по определению причин роста статьи затрат относительно себестоимости на примере компании НГДУ «Нижнесортымскнефть» ПАО «Сургутнефтегаз».

Основная доля затрат приходится на материальные затраты:

- доля материальных затрат в сумме себестоимости на 2017 г. В процентном эквиваленте составила 56,82%, что в сравнении с 2016 годом меньше (75,01%), и ниже по сравнению с 2015 годом, где данный процент составил 71,85%;
- материальные затраты за 2017 г. В денежном эквиваленте составили 556620 тыс. руб., что меньше суммы по сравнению с 2016 годом на 465780 тыс. руб., соответственно в 2015 году рост материальных затрат в денежном эквиваленте составил 279000 тыс. руб.

Материальные затраты возросли по причине роста объема реализации продукции.

На втором месте по доле участия в себестоимости продукции выступает показатель отчислений на заработную плату работникам:

– удельный вес заработной платы в структуре в процентном эквиваленте в 2017 году составил 29,68%, что на 11,88% больше в сравнении с 2016 годом.

Увеличение заработной платы зависит от уровня производительности специалиста.

Увеличение заработной платы в 2017 году по сравнению с 2016 годом в денежном эквиваленте составил 48180 тыс. руб.

Важно учесть тот факт, что отчисления на социальные нужды в 2017 году в денежном эквиваленте возросли и составили на 28420 тыс. руб.

За 2015–2017 гг. удельный вес амортизации возрос:

– в 2016 году данный рост в среднем составил на 0,63% по сравнению с 2015 годом;

– в 2017 году данный рост в среднем составил 3,26% по сравнению с 2016 годом.

Рост амортизационных отчислений связан с ростом стоимости основных средств, по факту технического оснащения предприятия.

Снижение статей затрат по статье прочих расходов, говорит о финансовой стабильности предприятия [1].

Таким образом, с учетом роста структурных элементов затрат НГДУ «Нижнесортымскнефть» ПАО «Сургутнефтегаз» за 2016 год наблюдается рост себестоимости продукции в среднем на 328370 тыс. руб., а в 2017 году себестоимость снизилась на 383310 тыс. руб.

Снижение себестоимости связано с тем, что повысилась производительность труда и возросли затраты на 1 рубль продукции.

Анализ по основным статьям расходов показал, что: за исследуемый период на предприятии наблюдается перерасход по отчислениям на зарплату работникам предприятия [2], по суммам страхования управленческому персоналу, по амортизационным отчислениям.

В связи с чем, необходимо определить пути повышения производительности предприятия с ориентацией сокращения основных статей затрат, связанных с амортизационными отчислениями.

В связи с чем, предлагается разработать Фонд экономии затрат, который предусматривает:

– повышение уровня технологической оснащенности производства для того, чтобы на 12% увеличить объем производства нефти и газа;

– совершенствованию структурной составляющей управления компанией.

Фонд проектируется и разрабатывается по основным положениям, с учетом сокращения по отдельным категориям статей затрат, в рамках внедрения в систему управления и планирования ряда мероприятий по оптимизации производительности предприятия и повышения его финансовой устойчивости.

В рамках технической оснащенности предлагается обновить часть изношенного оборудования в компании, с целью снижения затрат на ремонтные работы.

Общим критерием эффективности выступает проведение ремонта скважины при обеспечении качества ремонта с минимумом трудовых и материальных затрат и денежных средств.

Экономический эффект от проведения ремонтно-исследовательских работ в скважинах заключается в том, что увеличился межремонтный период и снизилась себестоимость нефти.

Косвенные затраты за 2018 год составили 179740 тыс. руб.

Доходы и расходы от корректировки косвенных затрат

Статьи затрат	Сумма, тыс. руб.
Покупка скважины	470000
Модернизация автоматизированного оборудования управлением скважинами	70000
Итого затрат	540000

Сокращение затрат

Экономия	Сумма, тыс. руб.
Сокращение штатных единиц	25600
Амортизационные отчисления	24500
прибыль	850000
Итого	900100

Экономический эффект составит:

$E = 900100 - 540000 - 179740 = 180360$ тыс. руб.

Экономический эффект от снижения себестоимости 1 т. нефти

$$T = 388,2 - 345 = 43,2 \text{ сут.}$$

Экономический эффект от увеличения МРП

$$\mathcal{E}_1 = 33,2 * 1600 * 2,7 = 186624 \text{ руб.}$$

Экономический эффект от уменьшения себестоимости нефти

$$\mathcal{E}_3 = (2400 - 2270) * 1300 = 169000 \text{ руб.}$$

$$\mathcal{E} = 186624 + 169000 = 355624 \text{ руб.}$$

Общий экономический эффект составит:

$$\mathcal{E}_{\text{общ}} = 355624 + 180360 = 535984 \text{ руб.}$$

Таким образом, проведение ремонтно-исследовательских работ в данном случае является экономически выгодным.

Литература:

1. Ершова, М. В. Модель снижения себестоимости продукции на промышленных предприятиях [Текст] / М. В. Ершова, Р. В. Жариков, В. Д. Жариков // Организатор производства. — 2016. — № 2. — с. 68.
2. Кульбацкая, М. М. Классификация затрат для целей управления себестоимостью [Текст] / М. М. Кульбацкая, Т. П. Шамонина // Вестник научных конференций. — 2016. — № 4. — с. 84–87.

Анализ конкурентных и движущих сил на российском рынке ценных бумаг

Трумм Вероника Романовна, студент
Иркутский государственный университет

Стандартно для оценки конкурентной среды используют специальную модель, разработанную М. Портером, которая позволяет оценить конкуренцию с точки зрения влияния пяти основных сил [1]. Рассмотрим их в специфике российского фондового рынка:

1. **Угроза появления новых игроков** характеризуется барьерами входа, представленными в табл. 1.

2. **Давление со стороны покупателей.** Она подразумевает оценку затрат переключения потребителя и компании. В то время как поиск клиентской базы занимает до 80% усилий фирмы, предоставляющей инвестиционные продукты, клиент без затруднений может выполнять переключения между компаниями путем купли-продажи фондов или перевода активов (например, в варианте брокериджа).

Таблица 1. Оценка входных барьеров

Наименование	Характеристика входного барьера	Уровень
Государственные ограничения	Каждый вид деятельности требует получения лицензии профессионального участника. Тем не менее, не относится к основополагающим поскольку большой спрос на профессиональных участников породил специфический рынок купли-продажи компаний управленческого, депозитарного и брокерского направления. Кроме биржевого рынка.	Средний
Наличие эффекта масштаба производства	Специфика обслуживания фондового рынка заключается в практически полном отсутствии затрат, относимых на себестоимость. Поэтому наращивание мощностей существенно не влияет на изменение затрат.	Отсутствует
Невозможность доступа к информации	Информация на рынке доступна, но крайне трудно интерпретируема. Это создает возможности инвестиционным компаниям для манипуляций.	Средний
Значительный размер первоначальных инвестиций	Помимо организации деятельности, затраты на которую являются невысокими, новая компания, входящая на рынок, вынуждена затрачивать большие средства на расширение базы спроса, что затруднительно в силу отсутствия должной надёжности для клиентов.	Средний
Сложившаяся приверженность потребителей к определённым маркам	Входящие компании должны перекрыть лояльность клиентов к имеющимся биржам значительными инвестициями. Также необходимо отметить преимущественное доверие к зарубежным финансовым институтам из-за высокой изменчивости развивающегося российского рынка.	Высокий

3. **Давление со стороны поставщиков.** Рассматривая эту силу в разрезе рынка ценных бумаг необходимо подчеркнуть особую специфику. Она обусловлена тем фактом, что поставщика как такового в данной отрасли не существует. Однако отрасль инвестиций не относится к абсолютно автономным и поэтому входные данные имеют значение, если рассматривать их в динамике, в частности, как временные ряды биржевых значений различных индексов. Рассматриваемые в данном случае поставщики не способны согласованно оказывать влияние на фондовый рынок.

4. **Соперничество существующих в отрасли компаний** проявляется в следующих факторах: сильной стороной отрасли является то, что степень конкурентоспособности фирм высока, а сама конкуренция близка к совершенной. В рамках отдельных финансовых инстру-

ментов уровень стандартизации очень высок. Поэтому конкурирующим фирмам необходимо значительно вкладываться в маркетинговые мероприятия. Что касается выхода из отрасли — барьеры практически отсутствуют.

5. **Угроза появления субститутов.** Этой конкурентной силе в инвестициях также, как и поставщикам, отводится второстепенная роль. Возникновение дифференцированных продуктов обуславливается изменениями в законодательстве страны, а также в ее инвестиционном портфеле; ростом информационных технологий самого рынка, а также стоимостью денег.

Наряду с тем, как в отрасли меняются условия конкуренции, меняются и движущие их силы. Именно от них зависит характер перемен в отрасли. Для фондового рынка России свойственны следующие движущие силы (табл. 2.) [2].

Таблица 2. Оценка влияния движущих сил на отрасль

Движущие силы	Влияние на отрасль
1. Изменение в составе потребителей	Основная движущая сила. Привлечение новых инвесторов на фондовый рынок — ключевая задача отрасли, поскольку рост инвестиций означает и рост экономики.
2. Технологические изменения	Несущественная движущая сила. Данная отрасль не подвержена влиянию новых технологий для создания продуктов. Технологические изменения затрагивают в основном только организационную составляющую в проведении торгов.
3. Внедрение новых продуктов	Основная движущая сила. В стремительно развивающемся информационном сообществе необходимо быстро реагировать на тенденции и предлагать современные инвестиционные продукты.
4. Распространение ноу-хау	Несущественная движущая сила. В рамках мировой конкуренции российский рынок значительно отстаёт от рынков развитых стран, а также является чрезмерно волатильным. Поэтому распространение ноу-хау на мировой площадке, почти неосуществимо и к тому же малопривлекательно для инвесторов, которые и без того опасаются вкладывать деньги из-за повышенной изменчивости рынка.
5. Возрастающая глобализация отрасли	Несущественная движущая сила. Данный процесс завершается, российский фондовый рынок успешно вступил на мировую арену фондовых бирж.
6. Изменения в законодательстве	Основная движущая сила. Даже незначительные поправки в законах изменяют взаимоотношения на фондовом рынке.
7. Уменьшение влияния факторов риска и неопределенности	Основная движущая сила. Высокая волатильность рынка во многом отталкивает потенциальных инвесторов от вложений в данную отрасль. Снижение рисков означает приток новых клиентов и развитие экономики в целом.

Общим итогом можно отметить возможность анализа рынка акций с помощью модели пяти сил, с учетом нестандартности в виде невозможности сговора поставщиков и конкурентов. Вместе с тем, выявлена специфика фондового рынка, заключающаяся в том, что роль поставщиков берет на себя рыночная динамика. Также определена необходимость товаров-субститутов, которая, в отличие от классического постулирования Портера, повышает уро-

вень привлекательности отрасли. В качестве показателей, влияющих на состояние конкурентной среды, были рассмотрены движущие силы рынка ценных бумаг [3]. Основными из них являются: изменения в составе потребителей/способах использования товара; изменения, связанные с законодательством и политикой правительства, а также внедрение новых продуктов и уменьшение влияния факторов неопределенности и риска.

Литература:

1. Портер М. Э. Конкуренция. — М.: Вильямс, 2010. — 592 с.
2. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник / А. Дж. Стрикленд, ред.: Л. Г. Зайцев, ред.: М. И. Соколова, А. А. Томпсон. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 578 с. — Пер. с англ
3. Годовые отчеты и Отчеты о сделках с заинтересованность [Электронный ресурс]. URL: <https://www.moex.com/s1457>

Проблемы повышения уровня производительности труда

Хабибуллин Марат Ильясович, студент магистратуры

Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Наиболее важные моменты в социально-экономической политике России, влияющие на производительность труда. Факторы и основные цели необходимые для повышения эффективности труда.

Ключевые слова: проблемы повышения уровня производительности труда, производительность труда, эффективность труда, производительность труда в России, факторы, влияющие на производительность труда.

Производительность труда является одним из наиболее важных показателей страны. Производительность труда считается одним из наиболее важных факторов экономического роста и улучшения качества жизни населения страны.

Повышение производительности труда — один из эффективных экономических законов, присущих каждой общественно-экономической формации. Развитие производительных сил позволяет сократить затраты труда на изготовление различных продуктов, предназначенных для личного или общественного потребления. По мере открытия законов природы, овладения знаниями и их использования, накопления людьми опыта происходит последовательный рост производительности труда. По мнению министерства, к 2020 г. количество высокопроизводительных рабочих мест вырастет в полтора раза.

Процесс повышения производительности труда должен быть не только гармоничным, но и охватывать помимо экономики такие сферы как здравоохранение, образование, науку и государственное управление.

Производительность труда — важнейший экономический показатель, характеризующий эффективность труда в материальном производстве характеризующий

как отдельного работника, так и коллектива предприятия в целом.

В настоящее время наблюдается сильное отставание производительности труда в России от развитых стран мира. Так, данные Международной организации труда свидетельствуют о том, что отечественный показатель производительности труда (ВВП на одного занятого в экономике) составляет 26,8% показателя США, 40% от показателя Японии и Германии, 33,3% показателя Франции, 36% показателя Швеции.

Именно уровень производства и производительность труда влияет на увеличение ВВП. От эффективности производственной сферы зависит уровень развития страны, инновационной деятельности, удовлетворение потребностей общества.

Принято считать одним из основных факторов производительности труда уровень занятости населения. В Российской Федерации отмечено снижение численности населения (за 15 лет — на 4,5%), в том числе и экономически активной категории граждан (за 15 лет — на 4,7%). Это связано с демографической ситуацией. В РФ коэффициент рождаемости населения составляет 11,3, а коэффициент смертности — 14,6.

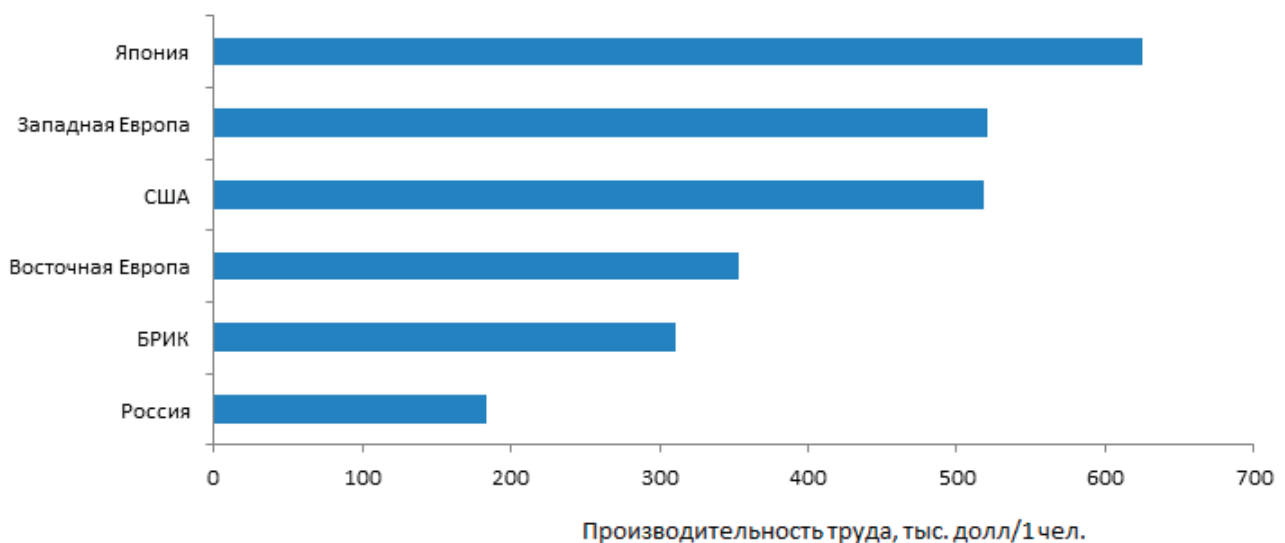


Рис. 1. Производительность труда в крупнейших компаниях России в сравнении с лидерами из стран Восточной Европы или БРИК в год

Большое влияние на производительность оказывает и изношенность отечественных производственных мощностей, использование устаревших и неэффективных техники и технологий. Согласно данным McKinsey Global Institute, доля высокотехнологичных отраслей промышленности в добавленной стоимости в России составляет 2%, что в 2 раза ниже, чем в США; в 4 раза ниже, чем в Китае; в 5,5 раз ниже, чем в Южной Корее

Так же можно выделить и низкую стоимость рабочей силы, что в свою очередь является сильным тормозящим фактором, технического перевооружения и модернизации. В отдельных крупных компаниях фонд оплаты труда составляет 15% валового дохода. По энергетическим компаниям этот показатель равен 5%. Но при этом, необходимо отметить, что рост заработной платы в России опережает рост производительности труда, что оказывает влияние на рост издержек предприятий. Увеличение оплаты труда должно сопровождаться с форсированным перевооружением экономики и ростом эффективности.

Несовершенство трудового законодательства так же оказывает огромное влияние на производительность труда. Жесткое трудовое законодательство формирует

на рынке труда модель с крайне неэластичной занятостью и консервирует экономическую неэффективность. В большей мере от этого страдает средний и малый бизнес.

Большое влияние на производительность труда оказывает квалификация производственных кадров. Например, средние специальные учебные заведения, готовящие поваров, выпускают все меньше кондитеров (за последние 4 года количество таких специалистов снизилось на 7,4%), очевидно, сейчас эта профессия не слишком популярна среди молодежи. Однако с сокращением числа средних специальных учебных заведений растет количество вузов (на 5,3%).

Для определения решения проблем эффективности труда, выделим основные цели и фактор производительности труда.

Главными целями, ведущими к увеличению эффективности производства, являются:

- сокращение издержек и увеличение прибыльности;
- снижение стоимости материалов
- повышение гибкости производства;
- повышение качества товаров и услуг;
- совершенствование технологических процессов производства.

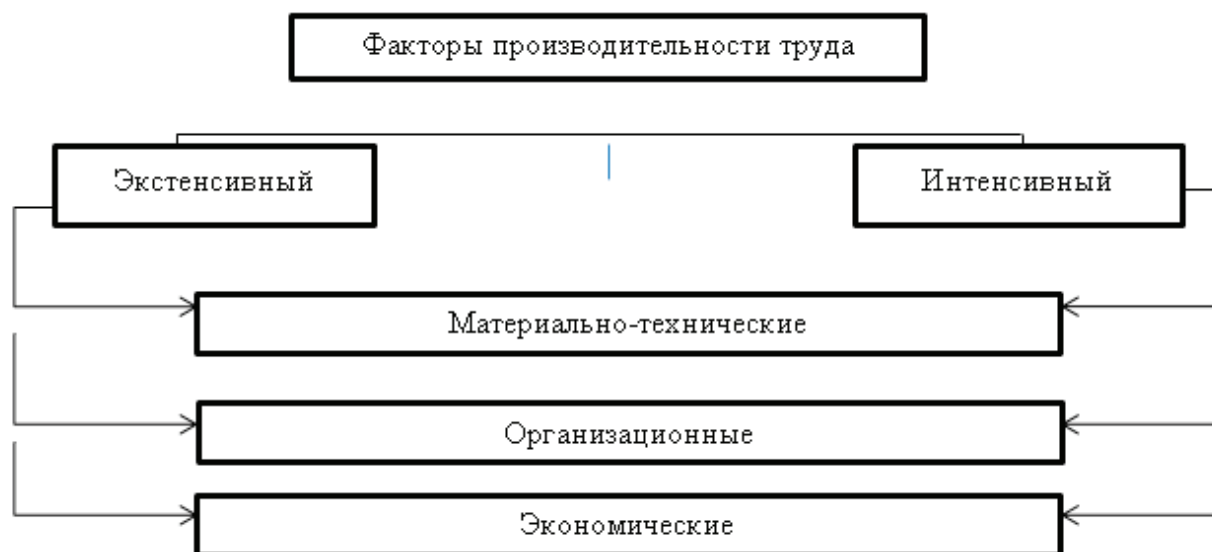


Рис. 2. Факторы, влияющие на производительность труда

Факторы, влияющие на производительность труда, могут быть объединены в четыре группы:

- Материально-технические.
- Организационно-экономические.
- Социально-психологические.
- Естественные и общественные условия, в которых протекает труд.

Для развития экономики России главным приоритетом является повышение производительности труда. А для решения этой задачи необходима правильная государственная политика в области стимулирования малого и среднего бизнеса и использование более гибкой

политики для быстрого реагирования на изменяющиеся внешние факторы. Использование высококвалифицированной рабочей силы и повышение фонда оплаты труда также должно быть важной задачей, для повышения производительности труда. Но, как было отмечено ранее, рост фонда оплаты труда не должен превышать рост производительности труда. Техническое перевооружение предприятий также наиболее значимая задача, которую необходимо решить для повышения уровня производительности труда. Всего министерство эконом развития ставит в 2017 г. десять основных целей: создание системы стратегического управления, поддержка экспорта, ком-

фортной предпринимательской среды, поддержка и развитие инноваций, повышение качества государственных услуг, развитие эффективности расхода бюджетных

средств и управления госимуществом, поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства (МСП) и продвижение интересов России за рубежом.

Литература:

1. «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период 2030 года». (разработан Минэкономразвития России).
2. Новашина Т. С., Карпунин В. И., Леднев В. А. Экономика и финансы предприятия: Учебник» под ред. Т. С. Новашиной) 2-е издание, переработанное и дополненное («Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014
3. Гребенюк А. А. «Проблемы повышения производительности труда и сокращения потребности в иностранной рабочей силе в РФ» / Российский стат. ежегодник. 2011: Стат. сб. М.: Росстат. 2011
4. Хазин М., О проблемах повышения производительности труда в России, 2014 — [Электронный ресурс] — режим доступа <http://worldcrisis.ru> (дата обращения 15.01.2015 г.
5. Серб Елена, Пути повышения производительности труда. / статья /15.12.2012г
6. Кибанов А. Я. управление персоналом организации. — М.: Изд-во ИНФРА-М, 2010.

Бизнес-план как специфический документ

Хирьянова Анна Игоревна, студент магистратуры

Российский государственный университет имени Косыгина А. Н. (Технологии. Дизайн. Искусство) (г. Москва)

В рыночной экономике бизнес-план является управленческим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства.

Ведь задача бизнес-плана заключается в описании процессов функционирования компании, указанием способов достижения целей и задач для повышения доходности бизнеса.

Хорошо проработанный план по развитию бизнеса помогает организации расти, завоевывать новые позиции на рынке, где она функционирует, составлять перспективные планы своего развития.

Бизнес-план не является статичным документом, он должен систематически обновляться сопряженно переменами, происходящими как внутри фирмы, так и на рынке.

Бизнес-планирование является процессом творческим и аналитическим и от того, насколько грамотно и объективно осуществляется работа по разработке планов развития бизнеса зависит его рыночная судьба.

В условиях нестабильности рыночного окружения бизнес-план можно назвать единственно постоянно разрабатываемой формой планирования, определяющей цели, задачи, время и направления их достижения.

В законодательстве нет пункта, касающегося нормативного содержания бизнес-плана, в результате чего встречается много вариаций данного документа.

Но несмотря на определенную степень допустимости творческого подхода к его разработке требования к качеству информации для всех составителей неизменны: достоверность, обоснованность, актуальность, точность в расчетах.

Традиционной является структура:

1. Резюме
2. Описание компании
3. Виды услуг
4. План маркетинга
5. Производственный план
6. Финансовый план
7. Анализ рисков
8. Приложения

Бизнес-план начинается с титульной страницы и оглавления.

Оглавление как наиболее читаемая часть бизнес-плана, должна начинаться с титульного листа и резюме.

Роль оглавления заключается в убедительном и кратком обосновании идеи.

На титульной странице бизнес-плана должна содержаться информация с назначением документа, физическим адресом организации, сведения об учредителях, затронуты вопросы конфиденциальности и указана дата начала разработки документа.

Поскольку бизнес-план является комплексным документом, он должен охарактеризовать все направления управления. И в первую очередь, резюме, целью которого является обоснование сути идеи и желаемых результатов.

Подчас в данном разделе уже кратко перечисляются прогнозные обобщенные экономические результаты деятельности организации.

От качества резюме иногда зависит судьба идеи, так как у инвестора не должно пропасть желание окупиться в более детальные разделы.

Далее следует раздел, описывающий организацию, его внешнее окружение с анализом возможных угроз и возможностей.

Важно затронуть вопросы исторического развития компании, типа и вида бизнеса.

Важным моментом при написании резюме является указание целей бизнеса: экономических, общественных, социальных.

Поскольку многие из указанных вопросов являются отчетными, то часто в разделе используется вторичная информация.

Следующим разделом является описание товара, работы или услуг, предлагаемых рынку.

В рамках данного раздела обязательно следует подробно описать преимущества предлагаемой рынку потребительской ценности. Акцент следует сделать на уникальности, качестве, отличительных преимуществах товара, работы, услуги.

Маркетинговый раздел является одним из важнейших, поскольку рыночное пространство наполнено субъектами, поведение которых подчас непредсказуемо.

Потребительский сектор, формирующий целевой рынок, сегмент или нишу, должен быть структурно изучен с позиции емкости и платежеспособности.

Производственный план отражает потенциальные возможности бизнеса. Его основной задачей является характеристика производственного процесса с указанием применяемой технологии.

Литература:

1. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы. — М.: Финансы и статистика, — 2016. — 248 с.
2. Майкл Ротер, Джон Шук. Учись видеть бизнес-процессы. Построение карт потоков создания ценности. — М.: АЛЬПИНА Паблишер, — 136 с.

Роль и значение плана по финансам является преобладающей над всеми разделами.

Притоки и оттоки денежных средств, сроки их окупаемости, рассчитанные на основе объективной прогнозной финансово-экономической информации: прогнозный баланс, прогнозный отчет и финансовых результатах, прогнозный отчет о движении денежных средств и прочие традиционные формы бухгалтерской отчетности.

Раздел, связанный с оценкой рисков, необходим для минимизации угроз, неминуемо появляющихся, как при организации нового направления деятельности, так и в условиях расширения существующей.

Политические, экономические, рыночные, социальные и прочие риски неизбежно проявятся с разной степенью воздействия.

Завершающим разделом бизнес-плана являются приложения.

Этот формат используется для систематизации информации, являющейся результатом маркетинговых исследований, размещения использованных в процессе исследования анкет, опросчиков, визуальная часть анализа конкурентов, сметы, калькуляции, контрактные соглашения и прочие документы, выступившие первоосновой.

Таким образом, бизнес-план как творческий управленческий инструмент, тем не менее, представляет собой четко сформированную и апробированную практикой хозяйствования структуру.

Функционирование малой организации в современных условиях хозяйствования

Хирьянова Анна Игоревна, студент магистратуры

Российский государственный университет имени Косыгина А. Н. (Технологии. Дизайн. Искусство) (г. Москва)

В настоящее время малый бизнес играет большую роль в экономике, его развитие влияет на экономический рост страны, на насыщение рынка необходимыми качественными товарами, на создание новых рабочих мест для населения, тем самым решает социальные, экономические проблемы. Государственная поддержка малого бизнеса положительно сказывается на росте малых организаций. Малый бизнес — это возможность реализовать инновационные идеи в любой сфере, внести свое видение в уже существующую систему при ограниченном капитале.

Бизнес — это инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение дохода и развитие собственного дела. Также бизнес можно охарактеризовать, как совокупность деловых отношений предприимчивых людей в целях удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли.

Бизнес может осуществляться частными лицами, предприятиями или организациями по извлечению природных благ, производству или приобретению и продаже товаров

или оказанию услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги. Иными словами, бизнес означает любое занятие, дело, приносящее доход. Человек, занимающийся бизнесом, является бизнесменом. В данной работе, бизнес рассматривается, как экономическая категория и деятельность организации.

Малый бизнес — это сформировавшийся элемент экономики, который не является промежуточной стадией перед перевоплощением в крупный бизнес. Бизнес малой организации имеет контролируемую структуру за счет небольшого числа работников и производственных объемов внутри организации, но в тоже время бизнес малой организации не настолько урегулирован со стороны государства и экономической политики, как крупный бизнес, поскольку сложнее проконтролировать деятельность из-за массовости таких организаций.

Как правило, все малые предприятия, чтобы эффективно существовать в суровой конкурентной борьбе, стремятся использовать только самые новые технологии. Одни организации в результате выживают и занимают устойчивое положение на рынке, а другие становятся банкротами. В этом состоит первый недостаток малого предприятия — чрезмерный риск, на который идут непосредственно собственники организации.

Одно из первых требований к владельцу малой организации состоит в том, что он должен обладать рядом компетенций в той сфере деятельности, в которой осуществляется его бизнес, а именно: знание отрасли, ее структуры, особенности перемен в текущий момент; обладание компетенциями в области технологии производства продукции и организации производственного процесса; понимание основных этапов развития организации и специфики бизнеса; обладание менеджерскими качествами.

Данные компетенции лежат в основе успеха управления малым бизнесом. Большую роль играют и личные качества предпринимателя в работе — работоспособность, коммуникабельность, организованность, идейность, стрессоустойчивость, нацеленность на результат, гибкость. Малый бизнес требует от владельца особенного подхода к подчиненным, так как малый бизнес подразумевает под собой небольшое число работников, требующих индивидуального подхода к коллективу, а именно: умение предвидеть события и подготовить к этому своих подчиненных, чтобы избежать сопротивления изменениям; формировать и развивать эффективные рабочие группы; заинтересовать подчиненных в развитии и обучении новому.

Анализируя бизнес малых организаций, можно выделить ряд преимуществ: низкий размер стартового ка-

питала; экономическая гибкость, адаптивность и оперативность в принятии управленческих и бизнес решений, быстрое реагирование на неожиданно изменяющуюся рыночную обстановку; повышенная скорость оборотного капитала; простая структура управления; качество сервиса; контроль над компанией со стороны владельца; мобильность и экономичное использование человеческих и экономических ресурсов.

Как и у любой деятельности, любого процесса существует ряд недостатков, на которые стоит обратить внимание, чтобы в момент организации малого бизнеса уделить им необходимое внимание и минимизировать негативное влияние на рабочий процесс: ограниченность финансовых средств, недоверие банков, угроза со стороны крупных фирм.

Рассмотрев преимущества и недостатки бизнеса малой организации, стоит сделать вывод, что положительных сторон все-таки больше. Именно поэтому, в настоящее время число малых организаций с каждым днем растет, они становятся более стабильными, конкурентно способными.

Перечислим важнейшие факторы, влияющие на развитие малого бизнеса: состояние экономики страны; меры поддержки малого бизнеса; правовое обеспечение малого бизнеса; налоговая политика и финансово-кредитная политика; цивилизованность предпринимательства.

Малый бизнес является инновационным по своей природе. Однако в условиях современной экономики, которая базируется на внедрении новых знаний и передовых технологий, это его качество усиливается, и он превращается в ключевой фактор трансформационных изменений. Малый бизнес ускоряет проведение научных разработок, способствует адаптации к изменению условий во всех сферах деятельности, а быстрой коммерциализации результатов исследований, что оказывает значительное влияние на темпы инновационного развития страны. Благодаря современным информационным технологиям обеспечивается доступ малых предприятий к новым видам деятельности и увеличивается доля малого бизнеса на мировом рынке товаров и услуг.

Малый бизнес является неотъемлемым элементом современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут эффективно существовать и развиваться. Роль малого бизнеса переоценить очень сложно, так как является одной из главных составляющих экономики страны, решает проблемы безработицы, пополняет государственный бюджет налоговыми отчислениями.

Литература:

1. Пашковский М. Ю., Симоненко Н. Н. Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и развитие производства // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. 2014. С. 79–81.
2. Малый бизнес — большая политика [Электронный ресурс] // Эксперт. 2005. № 28. URL: http://expert.ru/expert/2005/28/28ex-redcol1_956/ (дата обращения: 01.08.2015).

Безналичный расчет в Российской Федерации

Шагаева Диана Рамильевна, студент;

Научный руководитель: Жутаев Алексей Сергеевич, кандидат юридических наук, доцент
Саратовская государственная юридическая академия

В статье раскрываются общие вопросы по безналичному расчету в Российской Федерации, а также анализируется оплата по банковским картам. Подчеркивается преимущество безналичного расчета по сравнению с традиционным наличным расчетом. Указываются преимущества, а также недостатки безналичного расчета. Описывается о перспективах безналичных операций. Приведены примеры использования цифровых валют «криптовалюты».

Ключевые слова: безналичный расчет, банковская карта, криптовалюта.

Non-cash payment in the Russian Federation

Shagayeva Diana Ramilyevna, Student

Scientific adviser: Zhutaev Aleksey Sergeevich, Associate Professor
Saratov State Law Academy

The article reveals general issues of non-cash payment in the Russian Federation, as well as payment by bank cards is analyzed. The advantage of cashless payment is emphasized in comparison with traditional cash settlement. The advantages, as well as the disadvantages of cashless payments are indicated. Describes the prospects of non-cash transactions. Examples of the use of digital currencies «cryptocurrency».

Keywords: cashless payment, bank card, cryptocurrency.

Тема безналичных расчетов является важной и актуальной, поскольку количество безналичных платежей продолжает расти. Так, в 2017 году объем безналичных платежей по картам в стране вырос на 52,2%, годом ранее прирост составлял 47,2%.

Безналичная оплата по картам при этом продолжает расти, отмечается в новой волне исследования рынка эквайринга в РФ от «AnalyticResearchGroup». За последние несколько лет динамика операций изменялась скачкообразно: после взрывного роста объема оплаты в 2011 году (+89,7%) темпы роста сокращались, еще один скачок наблюдался в 2014 году (+51,4%). Последние 2 года безналичные карточные платежи в России вновь росли более активно: +47,2% в 2016 году и +52,2% в 2017 году [1].

Также отмечается и рост количества пластиковых карт, с помощью которых за первые три квартала 2018 г. совершилась хотя бы одна операция, выросло на 15% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года и составило 174 млн сообщил российский Центробанк.

«Популярность этого платежного средства у населения России продолжает расти, о чем говорит и снижение величины «среднего чека» по карточным операциям в организациях торговли и сервиса. На начало октября текущего года она составила 847 рублей, тогда как годом ранее была на уровне 891 рубля», — говорится в сообщении.

По данным ЦБ, продолжается также стремительный рост объемов переводов с карты на карту.

Несмотря на то, что доля этого сегмента в общем количестве операций по картам физических лиц пока не так ве-

лика — 13%, совокупный объем таких операций активно увеличивается и по итогам сентября составил 19,2 трлн руб., уже обогнав показатель за весь 2017 г [2].

Все это является благоприятным фактором для экономики и важно, чтобы количество безналичных платежей продолжало и далее увеличиваться.

Формы безналичных расчетов закреплены в ст. 862 ГК РФ [3]. Нормативно-правовым актом, который раскрывает и уточняет указанную статью ГК РФ является Положение ЦБ РФ от 19.06.2012 N383-П «О правилах осуществления перевода денежных средств» [4] (далее — Положение о переводе денежных средств), в котором формы безналичных расчетов перечислены п. 1.1 этого Положения. Еще одним законодательным актом, регулирующим безналичные расчеты, является Федеральный закон от 27.06.2011 N161-ФЗ «О национальной платежной системе» [5].

Термин «безналичные расчеты» объединяет весь процесс исполнения денежных обязательств через операторов по переводу денежных средств, к числу которых чаще всего относятся кредитные организации [6].

Безналичные расчеты заключаются в совершении нескольких связанных общей целью расчетных банковских операций.

Коротко остановимся на преимуществах и недостатках безналичных расчетов.

Укажем преимущества:

1. Денежный оборот находится под контролем финансового учреждения, что помогает избежать мошенничества противоположной стороны.

2. Отсутствуют расходы, связанные с оборотом наличных денег

3. Сроки платежей, даже если платежи производятся в другие города или страны.

4. Мультивалютность. Счета могут быть открыты как в рублях, так и в иных валютах.

Недостатки безналичных платежей:

1. Банковская комиссия, которая при значительном денежном обороте может достигать существенных величин.

2. Проблемы с ликвидностью банка могут сказаться на установлении лимитов по оборотам и снятию денег.

3. Возможный контроль со стороны государственных органов. Но если производятся операции в соответствии с законодательством, данный недостаток можно не учитывать.

4. Безопасность платежей — хоть платежи находятся под контролем банков, что предполагает определенные гарантии, однако современное развитие информационных технологий позволяет нарушать и банковские алгоритмы.

Кроме того, с точки зрения государства, безналичные операции ведут к развитию банковской системы, их значительно легче контролировать, чем наличный расчет, снижаются расходы на выпуск наличной денежной массы, валютное регулирование и валютный контроль, увеличение ресурсной базы банка за счет перевода наличных денежных средств, которые находятся на руках у населения, в денежные средства на счета пластиковых карт [7].

Важнейшая область, которая требует скорейшего законодательного регулирования, на мой взгляд, является область применения криптовалют. В настоящее время данная область никак не урегулирована, хотя популярность криптовалют продолжает расти. Как пишет Максуров А.А.: «Мы полагаем, что криптовалюта — разновидность цифровой «валюты», созданная на основе криптографии и обладающая в связи с этим повышенной надежностью и безопасностью, использующаяся как «прозрачное» для субъектов права, децентрализованное, анонимное и фактически неконтролируемое государ-

ствами средство обмена и накопления, отличающееся от обычных денег лишь своей непризнанностью (пока еще) со стороны государств» [8]. Деньги, это прежде всего, средство обмена. «Сам по себе долларový билет — вещь бесполезная; он приобретает стоимость лишь потому, что общество посредством своих законов и обычаев наделяет его способностью функционировать как средство обращения. Аналогичным образом морские раковины, которые использовались в некоторых сообществах в качестве денег, не имели бы стоимости, если бы общественная структура, которая их породила, не нуждалась бы в какой-то форме денег и не придавала бы им соответствующей роли» [9]. То есть, криптовалюты, поскольку являются средством обмена можно считать деньгами, которые по сути не контролируются государством.

Самыми распространенными криптовалютами является Bitcoin, Ripple, Ethereum, Dogecoin, Litecoin и многие другие, которые торгуются на криптобиржах, и которые можно обменивать на валюты разных стран.

Под криптовалютой понимают цифровые валюты, созданные на базе технологии блокчейна, которые не эмитируются центральными банками государств, не прикреплены к официальным валютам, добровольно принимаются участниками рынка в качестве средства платежа (обмена), передаются и сохраняются в электронном виде.

Отношение к криптовалютам очень разное, начиная от принятия кончая запретами. Например, В руководстве Федеральной резервной системы США заявили о том, что цифровые валюты, «такие как биткоин», представляют угрозу для финансовой стабильности в дальнейшем.

Об этом, выступая на конференции Financial Stability and Fintech Conference, заявил член совета управляющих ФРС Рэндал Куорлс [10].

Криптовалюты ускоряют, удешевляют и значительно упрощают расчеты, но сейчас они исключены из правового пространства. Требуется придание официального статуса криптовалютам, что будет способствовать дальнейшему развитию системы безналичных расчетов.

Литература:

1. Темп роста безналичных платежей в России продолжает увеличиваться // <https://marketing.rbc.ru/articles/10332/> (дата обращения: 09.12.18).
2. Центробанк: популярность безналичных платежей в РФ продолжает расти // <https://www.vestifinance.ru/articles/111697> (дата обращения 09.12.18)
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) // СЗ РФ. 1996. N5, ст. 410; СЗ РФ. 2018. N31, ст. 4814.
4. Положение о правилах осуществления перевода денежных средств (утв. Банком России 19.06.2012 N383-П) (ред. от 05.07.2017) // Вестник Банка России. N34, 2012; Вестник Банка России. N71, 2017.
5. Федеральный закон от 27.06.2011 N161-ФЗ (ред. от 27.06.2018) «О национальной платежной системе» // СЗ РФ. 2011. N27, ст. 3872; СЗ РФ. 2018. N27, ст. 3952.
6. См.: Ефимова Л.Г. Отдельные проблемы теории безналичных расчетов // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2016. N2. С. 28.
7. См.: Штевнина, Н. Система безналичных расчетов по розничным платежам в Беларуси // Банковский вестник. 2013. № 10. С. 3–11.

8. Максуров А. А. Криптовалюта как экономико-правовая категория // Современное право. 2018. №9. С. 68.
9. Харрис Л. Денежная теория / Пер. с англ.; общ. ред. и вступ. ст. В. М. Усоскина. М., 1990. С. 750.
10. ФРС: цифровые валюты — риск для финансовой системы // <http://www.vestifinance.ru/articles/94547> (дата обращения — 06.12.18).

Исследование стратегий инновационного развития и выбор стратегии на примере томской компании ООО «Монета»

Шефер Елизавета Олеговна, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В статье рассмотрена классификация стратегий инновационного развития. На основе проведенных исследований предложена обобщающая классификация инновационных стратегий. На основе данной классификации приведен пример выбора стратегии инновационного развития.

Ключевые слова: инновационное развитие, наступательная стратегия, оборонительная стратегия, стратегическое управление, высокий доход.

Выбор инновационной стратегии является важнейшим этапом стратегического планирования инновационного развития предприятий. Таким образом, эффективность достижения поставленных целей во многом определяется правильным выбором направлений инновационного развития. Недостаточная проработка стратегических подходов к планированию инноваций сдерживает предприятия в реализации краткосрочных инновационных целей, направленных, главным образом, на частичное совершенствование производства, но не позволяет использовать его инновационный потенциал. В теории и практике стратегического управления инновация рассматривается как одно из главных условий успеха, конкурентного преимущества компании.

Многие авторы занимались исследованиями в области стратегического управления, поэтому существуют различные классификации стратегий инновационного развития. Б. Санто выделяет 3 типа таких стратегий в зависимости от уровня управления, разделяя на пассивную, наступательную, стагнационную [3].

По отношению к условиям внешней среды и занимаемому компанией положению на рынке В. О. Василенко предложил разделить на оборонительную, наступательную, авангардную и имитационную стратегии [4].

Важно отметить, что И. Ф. Мухаррам и К. П. Янковский выделяют наступательную и оборонительную стратегии. Однако они относят агрессивные и умеренные подходы к наступательной стратегии, а остаточные и адаптивные к оборонительной стратегии инновационного развития [4].

Исследование указанных выше методов поведения компании позволяет сделать вывод, что виды инновационных стратегий во многом обладают схожими характеристиками и содержанием, но различным наименованием и наоборот. Так, например, наступательная стратегия Х. Фримана сочетает в себе черты активной

и острой наступательной стратегий [7], а по содержанию близка к стратегии «самостоятельного производства инноваций», введенной Б. Е. Фишманом [6].

Исследованная информация позволяет выделить черты, смысл оборонительной и наступательной стратегий, а также спрогнозировать возможные результаты внедрения той или иной стратегии. Обобщенная классификация стратегий инновационного развития отражена в таблице 1, составленной на основе [2; 5].

В качестве примера, можно рассмотреть Томскую компанию ООО «Монета», являющуюся дочерней организацией технологического холдинга «DI Group». Компания выводит на рынок инновационный продукт «SIMKIOSK», который представляет собой вендинговую машину, главной функцией которой является продажа SIM-карт с предустановленным тарифным планом [1]. Данный продукт уже существует на рынке и производится несколькими компаниями по всему миру, поэтому компания «Монета» внедряет различные модификации в проект и старается оставаться в списке последователей на рынке, создавая высокотехнологичные hardware-стартапы на базе собственных инвестиционных, инжиниринговых, производственных и маркетинговых ресурсов.

Данные характеристики указывают на то, что компания придерживается пассивной наступательной стратегии инновационного развития, что при правильном распределении усилий и ресурсов обеспечит стабильный и высокий доход.

В заключении можно отметить, что не существует обобщенной классификации всех типов стратегий инновационного развития. Однако правильный выбор стратегии при наличии тех или иных ресурсов может стать залогом успешной деятельности компании, так как постоянно изменяющаяся внешняя среда заставляет быстро реагировать на сложившиеся обстоятельства.

Таблица 1. Характеристика инновационных стратегий на основе предложенной классификации

Подвид	Сущность стратегии	Возможный результат
Наступательная стратегия		
Активная	— лидирующие позиции в развитии инноваций; — постоянное инвестирование в научные исследования и разработки	— совершенно новый продукт; — совершенно новая технология производства; — увеличение прибыли; — лидирующее положение на рынке
Пассивная	— последователь лидера на рынке; — значительное инвестирование в научные исследования и разработки; — разработка инноваций после их апробации лидирующими компаниями	— улучшенный новый продукт; — высокая и стабильная прибыль; — риски связанные с удержанием позиции последователя среди конкурентов
Оборонительная стратегия		
Защитная	— оптимизация в рамках соотношения затрат и результатов; — модификация и массовое производство инноваций после их апробации конкурентами — значительные инвестиции	— снижение издержек и цен; — высокий доход в связи с массовым производством инноваций
Имитационная	— приобретение новых технологий, инноваций у фирм-разработчиков	— высокий и стабильный доход; — минимальные издержки; — минимальное время для производства инноваций

Литература:

1. Автоматическая выдача SIM-карт без участия оператора. — URL: <https://simkiosk.com/ru> (дата обращения: 11.12.2018).
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ. — М.: Экономика, 1989. — 520 с.
3. Бурков, В. Н. Теория графов в управлении организационными системами [Текст] / В. Н. Бурков, А. Ю. Заложнев, Д. А. Новиков. — М.: Синтег, 2001. — 124 с.
4. Василенко, В. О. Инновационный менеджмент [Текст] / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. — К.: ЦУЛ, 2003. — 439 с.
5. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстронд, Дж. Лэмпел; пер. с англ.; под ред. Ю. Н. Каптуревско-го. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
6. Фишман, Б. Е. Инновационный менеджмент: метод. пособие Ч. I [Текст] / рук. Б. Е. Фишман; ред. М. Н. Скотникова. — К.: РАМО, 1991. 112 с.
7. Freeman, Ch., Soete, L.: The Economics for Industrial Innovation. Cambridge: MIT Press, 1997. 334–350 pp. ISBN978–02–6256–113–6

Оценка налоговой нагрузки

Юренкова Амина Аскеровна, студент магистратуры
Московский гуманитарный университет

В данной статье рассматривается принцип расчета налоговой нагрузки, как того требует законодательство Российской Федерации, а также, приведен более упрощенный пример расчета налоговой нагрузки, основываясь на данных действующей организации.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, налоговая база, налоги.

Налоговая нагрузка понятие относительно новое, хотя если разобрать значение данного словосочетания, то становится ясно, что это всего лишь устойчивое выражение, суть которого ясна любому человеку, даже не связанного с экономикой и ее отраслями.

Каждый, исключая, пожалуй, младенцев, знает фразу, которая появилась в рекламном ролике Федеральной службы налоговой полиции России, ликвидированной в 2003 году, видимо, по иронии судьбы, 2002 году на российских теле-

экранах, призывая граждан и юридических лиц «заплатить налоги и спать спокойно». Фраза вошла в обиход, широко используется, а автор так и остался не известен, к сожалению, а можно было и тут нажать. Возможно, данное выражение было взято из известного анекдота про писателя Оскара Уайльда:

«Как-то писатель стоял на пороге своего дома, к нему подошел сборщик налогов.

— Налоги? — высокомерно поднял брови писатель. — С какой стати я должен платить налоги?

— Но как же, вы ведь домовладелец! Вы здесь живете, спите...

— Да, — перебил сборщика налогов Уайльд, — но, поверьте, я сплю очень плохо!

— И будете плохо спать, пока не уплатите налоги, — отпарировал сборщик налогов».

Удивительно, но общаясь со многими коллегами «по цеху», я в 90% случаях вижу много вопросов в их глазах, когда упоминаю о «налоговой нагрузке» и еще больше, когда раскрываю ее суть. Не все бухгалтеры хотя бы отдаленно слышали о таком «налоге», как они говорят. А ведь как было записано в Римском праве: «незнание закона не освобождает от ответственности», а польский сатирик, еврей по своему происхождению, Станислав Ежи Леца, дополнил: «...Зато знание — запросто». Что получается, что законы рушатся?! Нет. Дело в том, что если заниматься «честным бизнесом», то и вопросов, скорее всего, не возникнет и вы, конечно, никогда не узнаете, что такое налоговая нагрузка, а если вдруг, вы захотите зарабатывать «нормальные деньги», то придется и про фискальные органы не забыть — пополнив казну, а за частую еще и сами фискальные органы.

От небольшой предыстории перейдем к сути «налоговой нагрузки». Данное понятие имеет вполне законное место, так как содержится в нормативных документах третьего уровня:

— Приказ ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ (ред. от 10.05.2012) «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок» — существует для эффективного решения основных задач налогового органа, например, выявления и пресечения нарушений законодательства и предупреждения налоговых правонарушений, для этого и была составлена Концепция, предусматривающая более четкий подход к отбору налогоплательщиков, для проведения проверок касающихся риска совершения налогового правонарушения.

— Письмо ФНС России от 25.07.2017 N ЕД-4-15/14490@ «О работе комиссии по легализации налоговой базы и базы по страховым взносам» — «Предметом рассмотрения на заседаниях комиссии являются вопросы правильности формирования налоговой базы и базы для исчисления страховых взносов, а также полноты уплаты налогоплательщиками (налоговыми агентами, плательщиками страховых взносов) (далее — плательщики) НДС и страховых взносов» [1].

Более понятное и логичное определение исследуемому термину, исходя из вышеперечисленных документов, дает «Современный экономический словарь»: «степень отвлечения средств на уплату налоговых платежей, то есть как относительную величину». Получается, хозяйственный субъект, обязан уплачивать определенную сумму налогов, исходя из полученной выгоды, за определенный временной промежуток. Пока никакой конкретики.

Далее нам известно, что налоговая нагрузка рассчитывается на разных экономических уровнях:

- По государству в совокупности;
- По регионам;
- По группе предприятий;
- И даже доля конкретного человека.

Соответственно базой для исчисления загадочного «налога» может быть:

- Выручка;
- Доход;
- Вновь созданная стоимость;
- Ожидаемый доход/прибыль.

Чтобы не привлечь внимание со стороны налоговых органов все же нужно соблюдать и просчитывать величину риска выездной налоговой проверки, для этого рекомендуется сделать следующее:

- Найти в Приложении № 3 к Приказу № ММ-3-06/333@ свой ОКВЭД и расчетным путем сравнить свои показатели за несколько периодов;
- Подсчитать долю вычетов по НДС в сумме налога, рассчитанного исходя из общей налоговой базы, этот показатель не должен быть выше 89%, в соответствии с Письмом № АС-4-2/12722);
- Проследить за динамикой изменений показателей налоговой нагрузки за прошедшие годы и сравнить полученные данные с теми, что указывает ФНС в Письме № ЕД-4-15/14490@ [1].

Для низкой налоговой нагрузки так же могут быть свои причины:

- Проблемы со сбытом товара;
- Повышение цен на закупку товара;
- Инвестиции;
- Закупка товаров в прок;
- Экспортные операции и т.д.

Далее перейдем непосредственно к расчету налоговой нагрузки. И так, в Приказе № ММ-3–06/333@ дается такое определение: «совокупная налоговая нагрузка — это отношение суммы начисленных по данным деклараций налогов к выручке, определенной по данным Госкомстата, то есть по данным отчета о прибылях и убытках, без учета НДС. В примечаниях к таблице приложения, отмечено, что в сумму налогов входит НДС/Л, но не включены взносы на ОПС» [2]. Вместе с этим в Письме от 22.03.2013 № ЕД-3–3/1026@ указано, что в расчет не включаются взносы во все внебюджетные фонды, так как они не регламентируются Налоговым кодексом РФ. Не смотря на то, что с 2017 года уплата страховых взносов регулируется налоговым законодательством, изменений относительно расчета не произошло.

Так в Письме содержится следующие формулы для расчета:

1. Налог на прибыль:

$$\text{налоговая нагрузка по налогу на прибыль} = \frac{\text{налог на прибыль, начисленный к уплате по декларации}}{\text{доход от реализации, определенный по данным декларации по прибыли} + \text{внереализационный доход, определенный по данным декларации по прибыли}} * 100\%$$

2. НДС:

$$\text{налоговая нагрузка по НДС} = \frac{\text{НДС, начисленный к уплате по декларации}}{\text{налоговая база, определенная по данным раздела 3 декларации по НДС}} * 100\%$$

ИЛИ, если есть экспорт:

$$\text{налоговая нагрузка по НДС} = \frac{\text{НДС, начисленный к уплате по декларации}}{\text{налоговая база, определенная как сумма налоговых баз, отраженных в разделах 3 и 4 декларации по НДС}} * 100\%$$

В расчете стоит учитывать и иные налоги, уплачиваемые налогоплательщиком, например, на землю, транспорт, имущество и т.д. а вот НДС/Л в таком расчете отсутствует, поэтому данный налог не влияет на результат расчетов по отдельным налоговым режимам.

Выше была описана схема расчета налоговой нагрузки в соответствии с законодательством. На своей практике знаю, что люди, которые рассчитывают налоговую нагрузку не всегда строго придерживаются приведенных формул, ведь налоговая нагрузка носит рекомендательный характер, по большей части, но если все же вы не хотите, чтобы риски проведения налоговой выездной проверки были высокие, то советую придерживаться определенного процента уплаченных налогов, соответствующих вашему ОКВЭД.

Так, для примера возьмем реально существующую организацию, занимающуюся оптовой торговлей, очень распространенный бизнес в нашей стране, и рассмотрим, как здесь рассчитывают налоговую нагрузку, которая составляет 1%, в соответствии с Приложением № 3 к Приказу № ММ-3–06/333@.

Для полной картины уточню, что в банке, в котором обслуживается данная организация, есть небольшой отдел, в котором следят за показателями налоговой нагрузки и сообщают своим клиентам о состоянии расчетов по обязательствам уплаты налогов. Возможно, данный отдел был создан в качестве эксперимента, потому что ни один банк не обязан следить за такими показателями. Могу только предположить, что это сделано для привлечения клиентов, например таких, которые и слышать не слышали о налоговой нагрузке. Когда процент, в данном примере, приближается к 1, то банк оповещает клиентов и просит держать налоговую нагрузку на уровне 1,1%. Скажите много, по закону можно и 1%, но все мы знаем, что лучше немного переплатить, ведь деньги никуда не денутся и могут быть учтены в счет будущих оплат, которые, на законном основании, даже можно вернуть.

Так организация, на примере которой мы рассматриваем налоговую нагрузку, предпочитает делать авансовые платежи в счет НДС или налога прибыль. И расчет производит иначе, он очень упрощен, чтобы была возможность регулярно отслеживать уровни риска. Соглашусь, что расчеты не сойдутся, если сравнить результаты исходя из алгоритма, приведенного ниже, с формулами, предложенными законодательством, но суть в том, чтобы сумма уплаченных налогов не была ниже того показателя, который установил Приказ № ММ-3–06/333@, а в данной организации не возникали

вопросы связанные с низкой налоговой нагрузкой. Далее перейдем непосредственно к примеру, который наглядно показывает, как рассчитывается налоговая нагрузка в одной, конкретной организации.

Расчет производим следующим образом:

Д51 за февраль — 97 млн руб.

К 51 статья «Прочие налоги и сборы» (НДС, страховые взносы, НДСЛ, штрафы, пени и тд) — 540 тыс. руб.

К 51 статья «Налог на прибыль» — 360 тыс. руб.

Итого по факту уплачено налогов:

540 тыс. руб. + 360 тыс. руб. = 900 тыс. руб.

По плану должны оплатить в марте за февраль:

97 млн руб. * 1% = 970 тыс. руб.

Получается, что выявлена низкая налоговая нагрузка в размере:

970 тыс. руб. — 900 тыс. руб. = 70 тыс. руб.

Несмотря на то, что все налоги честно были оплачены, организация делает авансовый платеж по налогу на прибыль, дабы повысить уровень нагрузки — в размере 200 тыс. руб. (70 тыс. руб. — «долг», 130 тыс. руб. — намеренная переплата).

Оказывается, налоговая нагрузка достаточно важный показатель рентабельности предприятия, о котором не многие слышали и спят спокойно. Конечно, если у вас небольшие обороты, то налоговая не заметит «копеек», которые вы не доплатили, но если вы ведете бурную деятельность, то стоит задуматься. Также, этот показатель очень важен для банков. Им не нужны вопросы со стороны ЦБ РФ или Минфин, и они в лучшем случае попросят закрыть счет, в худшем — заблокируют, а вот сможете ли вы открыть счет в другом банке... нет, будут сплошные отказы — проверено.

Свою статью хотелось бы закончить следующей фразой: «Надо делиться!», — Лившиц А. Я., министр финансов РФ.

Литература:

1. Письмо Федеральной налоговой службы от 25 июля 2017 г. № ЕД-4–15/14490@ «О работе комиссии по легализации налоговой базы и базы по страховым взносам»;
2. Приказ Федеральной налоговой службы от 30 мая 2007 г. N ММ-3–06/333@ «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок»;

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.
 Искаков Р. М.
 Кайгородов И. Б.
 Калдыбай К. К.
 Кенесов А. А.
 Коварда В. В.
 Комогорцев М. Г.
 Котляров А. В.
 Кошербаева А. Н.
 Кузьмина В. М.
 Курпаяниди К. И.
 Кучерявенко С. А.
 Лескова Е. В.
 Макеева И. А.
 Матвиенко Е. В.
 Матроскина Т. В.
 Матусевич М. С.
 Мусаева У. А.
 Насимов М. О.
 Паридинова Б. Ж.
 Прончев Г. Б.
 Семахин А. М.
 Сенцов А. Э.
 Сеньюшкин Н. С.
 Титова Е. И.
 Ткаченко И. Г.
 Федорова М. С.
 Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (*Армения*)
 Арошидзе П. Л. (*Грузия*)
 Атаев З. В. (*Россия*)
 Ахмеденов К. М. (*Казахстан*)
 Бидова Б. Б. (*Россия*)
 Борисов В. В. (*Украина*)
 Велковска Г. Ц. (*Болгария*)
 Гайич Т. (*Сербия*)
 Данатаров А. (*Туркменистан*)
 Данилов А. М. (*Россия*)
 Демидов А. А. (*Россия*)
 Досманбетова З. Р. (*Казахстан*)
 Ешиев А. М. (*Кыргызстан*)
 Жолдошев С. Т. (*Кыргызстан*)
 Игисинов Н. С. (*Казахстан*)
 Искаков Р. М. (*Казахстан*)
 Кадыров К. Б. (*Узбекистан*)
 Кайгородов И. Б. (*Бразилия*)
 Каленский А. В. (*Россия*)
 Козырева О. А. (*Россия*)
 Колпак Е. П. (*Россия*)
 Кошербаева А. Н. (*Казахстан*)
 Курпаяниди К. И. (*Узбекистан*)
 Куташов В. А. (*Россия*)
 Кыят Эмине Лейла (*Турция*)
 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*)
 Федорова М. С. (*Россия*)
 Хоналиев Н. Х. (*Таджикистан*)
 Хоссейни А. (*Иран*)
 Шарипов А. К. (*Казахстан*)
 Шуклина З. Н. (*Россия*)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.**Ответственный редактор:** Осянина Е. И.**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 26.12.2018. Тираж 500 экз.

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