МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»

НАУКА и ПРОСВЕЩЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

СБОРНИК СТАТЕЙ XIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 5 МАЯ 2018 Г. В Г. ПЕНЗА

ЧАСТЬ 1

ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2018

УДК 001.1
ББК 60
А43

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

А43
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции в 2 ч. Ч 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 300 с.

ISBN 978-5-907068-46-9Ч. 1
ISBN 978-5-907068-45-2

Настоящий сборник составлен по материалам XIII Международной научно-практической конференции «**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**», состоявшейся 5 мая 2018 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2018
© Коллектив авторов, 2018

ISBN 978-5-907068-46-9Ч. 1
ISBN 978-5-907068-45-2

СОДЕРЖАНИЕ

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 12

ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА
ВАКИН ИВАН СЕРГЕЕВИЧ, ТЕЙМУРАЗЯН МАРИЯ СЕРГЕЕВНА 13

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ
ГАЙНАНШИН МАНСУР ФАРВАЗОВИЧ, ГАТИЯТУЛЛИНА ИРИНА МАРАТОВНА 16

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА МЕЖБЮДЖЕТНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАЛОГОВЫХ ПОЛНОМОЧИЙ В РОССИИ
ГАДЖИЕВА МАДИНАТ АХМЕДОВНА 19

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ
ИСАКОВА А.А. 23

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПАРАХИН РУСЛАН СЕРГЕЕВИЧ, ВАСИЛЬЕВА ИРИНА НИКОЛАЕВНА 25

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
ОВЧИННИКОВА НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА 29

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД «УССУРИЙСКИЙ»
ВАСИЛЬКОВА ЕКАТЕРИНА АНАТОЛЬЕВНА, БЕДРАЧУК ИЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВИЧ 34

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ
ПОПОВА КРИСТИНА МИХАЙЛОВНА 37

РОЛЬ, ЗНАЧЕНИЕ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ
МАГОМЕДОВА АСИЯТ ГУСЕНОВНА 40

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ 45

НАЛОГ НА НЕДВИЖИМОСТЬ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ
БОРОДИНА ЮЛИЯ ИВАНОВНА, ВОРОНОВА АЛИНА АНДРЕЕВНА, 46
МЯСНИКОВА АЛЁНА СЕРГЕЕВНА 46

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ
РОЩИНА ЮЛИЯ ВИКТОРОВНА, БОЖОК ЮЛИЯ ВИТАЛЬЕВНА 49

ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ ЗА ОЦЕНКОЙ ГОТОВНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ
ДРУЖИНИНА МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА 53

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ АУТСОРСИНГА БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА
КУМРАТОВА КСЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА 56

4 АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

ОБЩАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
РЕШТО КИРИЛЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ 59

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ
ХОГОЕВА ИЯ ПЕТРОВНА, ИГНАТОВА ЕЛЕНА ОЛЕГОВНА 62

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДОТОВ НИКИТА ОЛЕГОВИЧ 65

АКЦИЗЫ НА ОТДЕЛЬНЫЕ ВИДЫ ТОВАРОВ, ДЕЙСТВУЮЩИЙ МЕХАНИЗМ ИСЧИСЛЕНИЯ И УПЛАТЫ, НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
АБДУРАХМАНОВА ПАТИМАТ АЛИЕВНА, МАСЛОВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА 68

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СМЕТЫ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ АДВОКАТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНТИСОВ МИХАИЛ ИГОРЕВИЧ 71

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАЛОГОВЫЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ И ПРАВОНАРУШЕНИЯ
АВАКЯН КАРИНЭ СИРАСОВНА, ГЕДИЕВА ИЗАБЕЛЛА МАХМУДОВНА,
ЛАРЮКОВА СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА 74

ВОПРОСЫ НАЛОГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТ
ПОПОВ ВАСИЛИЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ, ПАНЧЕНКО КСЕНИЯ ЮРЬЕВНА 78

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ НАЛОГОВЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕТРУШИНА А.А. 81

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ И ДОХОДОВ НА ПРИМЕРЕ ООО «УССУРИЙСКОЕ ПИВО», Г. УССУРИЙСК
ЧАЙКА ЕЛЕНА ВАЛЕРЬЕВНА 84

АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОЙ ПРИБЫЛИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «СК «ВОСХОД», Г. ВЛАДИВОСТОК
ИВАНЦОВА АННА ВИКТОРОВНА 89

ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ И УЧЕТА ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА НА ПРИМЕРЕ ООО «МИКС», Г. ВЛАДИВОСТОК
МАКСИМОВА ОЛЬГА ВАДИМОВНА 94

ВИДЫ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ ПО НАЛОГУ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИХ АНАЛИЗ
БОСЕРДТ НАТАЛИЯ ЮРЬЕВНА, ЗАЙЦЕВА ОКСАНА АЛЕКСАНДРОВНА 98

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ВИДОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ
СКОБЕЛКИН ДМИТРИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ, ТОРТОЧАКОВ ДМИТРИЙ РОДИОНОВИЧ 102

ДОХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ, ИХ СОСТАВ, УЧЕТ НА ПРИМЕРЕ КГАУ «КРАЕВАЯ СПОРТИВНАЯ ШКОЛА» Г. ВЛАДИВОСТОК
КОСМАЧЕВА МАРГАРИТА АНДРЕЕВНА 106

РАСЧЕТ БЕЗОПАСНОЙ ДОЛИ ВЫЧЕТОВ ПО НДС
НЕЩЕРЕТ ВЕРОНИКА АНДРЕЕВНА, СМЫВАЛОВА МАРИЯ КОНСТАНТИНОВНА 110

ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ И ВЫХОДА ПРОДУКЦИИ ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР
ФАРРАХОВА ФАНИСА ФАУЗЕТДИНОВНА, ХАСАНОВА АДЕЛИЯ ИРЕКОВНА 114

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА БАЗЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ
КАТАЛЕВСКАЯ АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА 120

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА
МИННИВАЛЕЕВ АРТУР НАИЛЕВИЧ 123

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ 127

БРЕНДИНГ КАК ФОРМА СОВРЕМЕННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
КОЙТАНОВА АЛИЯ ЖЕНИСОВНА, ЖОЛМУХАНОВА АЙГУЛЬ ЖАХЫЯНОВНА,
АЛЬПЕИСОВА ШОЛПАН ЕСЕНБАЕВНА 128

ОЦЕНКА КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ: МЕТОД РАСШИРЕННЫХ КРЕАТИВНЫХ ГРУПП
СЕРЫХ АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, ШЕВЧЕНКО ОЛЬГА АЛЕКСЕЕВНА 131

УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ
ВОЛОСУХИНА ЛИЛИЯ ВИКТОРОВНА 134

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ
ЛУНЕВА ТАТЬЯНА АНАТОЛЬЕВНА, БАБИЧЕВА АННА АЛЕКСАНДРОВНА,
НОВОЖЕНЦЕВА НАТАЛЬЯ ВЛАДИСЛАВОВНА 137

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА
ЖДАНОВА АННА ПАВЛОВНА, КУДЛАЕВА АЙГУЛЬ РАУЛЕВНА 140

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОРОМ КОНКУРЕНТОСПОСТОБНОСТИ
ЛЕОНОВ СЕРГЕЙ АНДРЕЕВИЧ 143

ПОНЯТИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ФЁДОРОВА ЕКАТЕРИНА ВЛАДИМИРОВНА 147

СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА
КЛЕМЕНТЬЕВА СВЕТЛАНА ВЯЧЕСЛАВОВНА, КОПЫЛОВА МАРИЯ АЛЕКСЕЕВНА,
ЕМЕЛЬЯНОВ МАРАТ СЕРГЕЕВИЧ 150

EVENT-МАРКЕТИНГ: ПОНЯТИЕ И ПРЕИМУЩЕСТВА
ЗИМИНА АННА ВАЛЕРЬЕВНА 154

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ И СТРЕССАМИ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ
МАКАРКИНА ГАЛИНА ОЛЕГОВНА, КУЛАКОВА ИРИНА АНДРЕЕВНА 157

ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ И СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ
САПУНОВ А.В., ПЕТРУШИНА А.А. 162

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В КОРПОРАТИВНОЙ МОТИВАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ
АНГЕЛОВА АННА ЮРЬЕВНА 165

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
МИРОНОВА ОЛЬГА ПЕТРОВНА 168

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
ШИРОЧЕНКО НАТАЛЬЯ ВАСИЛЬЕВНА, ХУДКИНА ЕКАТЕРИНА АНДРЕЕВНА 171

ИСКУССТВО ДЕЛЕГИРОВАНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ
ЕВДОКИМОВА ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА 175

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСНОСТИ ТРУДА И ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯНА ПРИМЕРЕ ООО «ТРАНСНЕФТЕПРОМ»
ШАЙХЕЛИСЛАМОВ И.И 180

МЕРОПРИЯТИЯ, ПОВЫШАЮЩИЕ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТЬ НА РАБОТЕ
НИКОЛАЕВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА, КУЛИК АННА ПАВЛОВНА,
БУТАХИНА ДИАНА РУСЛАНОВНА 183

ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ УБЫТОЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
ДОНГАК ЧЕЙНЕШ ГЕННАДЬЕВНА, КРИВОРУЧКО ВАЛЕРИЯ АНАТОЛЬЕВНА 186

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ АО «ТРАНСНЕФТЬ - ЦЕНТРАЛЬНАЯ СИБИРЬ»
САМСОНОВА ЯНА ИГОРЕВНА 191

ИССЛЕДОВАНИЕ БЮДЖЕТА СЕМЬИ. ЗНАЧЕНИЕ МЕХАНИЗМОВ МЕНЕДЖМЕНТА ПРИ РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ПЛАНИРОВАНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА
ОКРЕСТИНА ОЛЬГА РЕВОВНА, СИХВАРТ ЭЛИНА АНДРЕЕВНА 195

ПРОБЛЕМА КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ЧУБ МАРГАРИТА ВЛАДИМИРОВНА, СОЛОМИНА АЛИНА ВИКТОРОВНА,
ВАЛЬКОВСКАЯ ЕКАТЕРИНА АЛЕКСЕЕВНА 201

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ
БУРЦЕВА ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА, ЦЫБЕНОВА ДАРИ ДАШИЖАМСОЕВНА 205

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСНОСТИ ТРУДА И ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ГАЗНЕФТЬ»
ПАВЛОВА ЕЛЕНА ВАЛЕНТИНОВНА 208

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСТНОСТИ ТРУДА И ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «АЛЬМЕТНЕФТЬ»
ИШМЕТЬЕВА ВЕРОНИКА ИГОРЕВНА 211

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС МОДЕЛИ КОМПАНИИ
ЗАЙЦЕВА ВЕЛГА-МАРИЯ АЙВАРСОВНА 214

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ НАДЕЖНОСТИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОАО «РЖД»
ЦЕВЕЛЕВ ВЛАДИМИР ВИКТОРОВИЧ, КАЗАКОВА АЛЕКСАНДРА АНДРЕЕВНА 217

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА
КОЛБАС ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА 223

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА
ХИСМАТУЛЛИНА АЛСУ МИДХАТОВНА, МИФТАХОВА ЧУЛПАН АЛМАСОВНА 227

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ
КАРИЦКАЯ ИРИНА МИХАЙЛОВНА, РЕЗВУХИН ГЛЕБ ИВАНОВИЧ 230

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ С УЧЕТОМ СПЕЦИФИКИ РЫНКА
ДУПЛЕНКО Н.Г., МОЗОЛЬКОВА Т.В., ГОНЧЕНКО В.Ю. 233

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЭЛЕКТРОСТАЛЬ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ
СУХАРНИКОВА ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА 237

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА 242

ВОЗМОЖНОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ВЫХОДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ
АГАФОНОВ АЛЕКСАНДР СЕРГЕЕВИЧ 243

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ЕЕ МЕСТО И РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ
ФИЛИЛЕЕВА ОЛЬГА ЮРЬЕВНА, СЛАСТЕНКО АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА 246

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ПОТОК ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ
БОНДАРЕНКО АННА ДМИТРИЕВНА 249

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 255

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ ЭКВИФИНАЛЬНОСТИ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩЕГО СВОЙСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР
ЛИНЕВА ЕЛЕНА ЛЕОНИДОВНА 256

ОСОБЕННОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ТУРИЗМЕ
МАМРАЕВА ДИНАРА ГАБИТОВНА, АЯГАНОВА МЕЙРАМГУЛЬ ПАЗЫЛОВНА 259

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ЗАТРАТ В ОРГАНИЗАЦИИ
ИГОШИН ЯРОСЛАВ АЛЕКСАНДРОВИЧ 262

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
МАЖУГИНА В.В. 266

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
МАЖУГИНА В.В. 270

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
КРУПНАЯ ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВНА 277

ВЛИЯНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОРГАНИЗАЦИИ
СЕМЫКИНА ЛАРИСА НИКОЛАЕВНА, КУЗЬМИНОВА ОЛЬГА ОЛЕГОВНА,
СОЛОВЕЙ ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, КУЗНЕЦОВА НАДЕЖДА ВИКТОРОВНА 281

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СКЛАДСКИХ СИСТЕМ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК
ТУРКОВ АЛЕКСЕЙ МИХАЙЛОВИЧ 284

ТРУДНОСТИ СВЯЗАННЫЕ С ВНЕДРЕНИЕМ ПОЛНОЦЕННОГО БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИИ
ЛЕОНОВ СЕРГЕЙ АНДРЕЕВИЧ, ВАНЯЕВА ВАЛЕРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА 287

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
ДОНГАК ЧЕЙНЕШ ГЕННАДЬЕВНА, ДОНГАК САЛБАК ИГОРЬЕВНА,
КЫЗЫЛ-ООЛ АЛАШ АНДРЕЕВИЧ 290

АКТУАЛЬНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
ЧЕП АЛЁНА ВЛАДИМИРОВНА 294

РЕШЕНИЕ
о проведении
5.05.2018 г.
XIII Международной научно-практической конференции

«АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Международного центра научного сотрудничества «Наука и Просвещение»

1. **Цель конференции** – содействие интеграции российской науки в мировое информационное научное пространство, распространение научных и практических достижений в различных областях науки, поддержка высоких стандартов публикаций, а также апробация результатов научно-практической деятельности

2. **Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конкурса) в лице:**

1) **Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
2) **Ананченко Игорь Викторович** - кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры системного анализа и информационных технологий ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)»
3) **Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, профессор кафедры литературы и русского языка ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
4) **Бабанова Юлия Владимировна –** доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Управление инновациями в бизнесе» Высшей школы экономики и управления ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
5) **Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор кафедры терапии и фармакологии факультета ветеринарной медицины ФГБОУ ВО «Ставропольский Государственный Аграрный университет»
6) **Баженова Ольга Прокопьевна –** доктор биологических наук, профессор, профессор кафедры экологии, природопользования и биологии, ФГБОУ ВО «Омский государственный аграрный университет»
7) **Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры физических методов изучения твердого тела ФГБОУ ВО «Новосибирский национальный исследовательский государственный университет»
8) **Бузни Артемий Николаевич –** доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Менеджмента предпринимательской деятельности ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет», Институт экономики и управления
9) **Буров Александр Эдуардович –** доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Физическое воспитание», профессор кафедры «Технология спортивной подготовки и прикладной медицины ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»
10) **Васильев Сергей Иванович** - кандидат технических наук, профессор ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

11) **Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент, заведующей Научно-исследовательским сектором Уральского социально-экономического института (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»

12) **Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор, доцент кафедры методики преподавания литературы ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

13) **Грицай Людмила Александровна –** кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Рязанского филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры»

14) **Давлетшин Рашит Ахметович –** доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой госпитальной терапии №2, ФБГОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет»

15) **Иванова Ирина Викторовна** – канд.психол.наук, доцент, доцент кафедры «Социальной адаптации и организации работы с молодежью» ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»

16) **Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой теории государства и права Ульяновского филиал Российской академии народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ

17) **Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент, НОУ ВО «Московский технологический институт»

18) **Искандарова Гульнара Рифовна –** доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных и русского языков ФГКОУ ВО «Уфимский юридический институт МВД России»

19) **Казданян Сусанна Шалвовна** – доцент кафедры психологии Ереванского экономико-юридического университета, г. Ереван, Армения

20) Качалова Людмила Павловна – доктор педагогических наук, профессор ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет»

21) **Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук, доцент, доцент института психологи, социологии и социальных отношений ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

22) **Колесников Геннадий Николаевич –** доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»

23) **Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, доцент, профессор ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций»

24) **Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

25) **Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ в г. Зерноград

26) **Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор, зав. кафедрой уголовного права и криминологии ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

27) **Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор, главный научный сотрудник ФГБУН Институт горного дела им. Н.А. Чинакала Сибирского отделения Российской академии наук (ИГД СО РАН)

28) **Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук, Ведущий научный сотрудник, Академия Наук Республики Молдова

29) **Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, технологии и прикладной информатики ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»

30) **Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и литературы ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

31) **Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, главный научный сотрудник ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрнйы университет»

32) **Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент, профессор, рук. НУЛ МПС ИКИТ, ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

33) **Оробец Владимир Александрович –** доктор ветеринарных наук, профессор, зав. кафедрой терапии и фармакологии ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

34) **Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

35) **Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики математического образования ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

36) **Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор, член-корр. РАН, директор ФГБНУ ВСИМЭИ, зав. кафедрой «Общей гигиены» ФГБОУ ВО «Иркутский государственный медицинский университет»

37) **Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры классической и практической психологии Нижегородского государственного педагогического университета имени Козьмы Минина (Мининский университет)

38) **Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор, член-корреспондент РАН, заместитель директора по научной и лечебной работе, заведующий лабораторией физиологии, молекулярной и клинической фармакологии НИИФиРМ им. Е.Д. Гольдберга Томского НИМЦ.

39) **Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор, декан факультета вычислительной техники ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

40) **Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретической и практической психологии Казахского государственного женского педагогического университета (Республика Казахстан. г. Алматы)

41) **Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор каф. Биофизики Института биологии и биомедицины ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный университет»

42) **Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук, декан факультета экономики и права ОЧУ ВО "Московский инновационный университет"

3. Утвердить состав секретариата в лице:

1) Бычков Артём Александрович
2) Гуляева Светлана Юрьевна
3) Ибраев Альберт Артурович

Директор
МЦНС «Наука и Просвещение»
к.э.н. Гуляев Г.Ю.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 330

ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА

ВАКИН ИВАН СЕРГЕЕВИЧ,
ТЕЙМУРАЗЯН МАРИЯ СЕРГЕЕВНА

Студенты второго курса магистратуры факультета МЭО
ФГОБУ ВО «Финансовый Университет при Правительстве РФ»

Аннотация: В данной статье рассмотрены сущность и цель Интернет-Банкинга. Проанализировано использование Интернет-Банкинга в разных странах, а также выделены преимущества и недостатки применения данной системы
Ключевые слова: Интернет-Банкинг, виртуальный банк, банковский продукт, финансовые услуги, дистанционное банковское обслуживание

INFORMATION AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF INTERNET-BANKING

Vakin Ivan Sergeevich,
Teymurazyan Maria Sergeevna

Abstract: In this article the essence and purpose of Internet Banking is considered. The analysis of the use of Internet Banking in different countries, as well as the highlighted advantages and disadvantages of using this system
Key words: Internet Banking, virtual bank, banking product, financial services, remote banking services

Экономическое развитие государства невозможно без развитой банковской системы, на состояние которой влияет как внутренняя экономическая и политическая ситуация, так и изменения в мировой банковской системе. Эти изменения являются результатом глубоких макроэкономических тенденций в мировой экономике (интеграция, либерализация, быстрого роста научно-технического) и их влияние на банковскую систмеу. Одним из главных особенностей современной банковской системы является быстрое развитие информационных и коммуникационных технологий, развитие сетевых технологий, что сокращает время обработки, позволяет полностью автоматизировать действия по разработке механизмов дистанционного обслуживания клиентов и предложить новый спектр услуг.

Увеличение количества банков дает возможность для исследования Интернет-банкинга. Впервые банк, который обслуживал клиентов через Интернет, появился в 1995 году - Security First Network Bank. Успехи американских и японских виртуальных банков обусловили в 2004 г., что каждый третий банк в мире предлагал услуги Интернет-банкинга.

Эксперты считают, что Интернет является наиболее эффективным инструментом продвижения кредитных продуктов в результате значительного увеличения в использовании Интернета в целом, а также активного продвижения интернет-банков. В среднем, более 40% физических лиц в мире, заинтересованных в получении кредита, используют как основной инструмент поиска кредитных продуктов Интернет, и число таких лиц неуклонно растет.

Необходимо оценить обеспечение потребностей развития банковского дела и повышения качества обслуживания клиентов на основе разработки и применения новых банковских Интернет-

технологий. Все это обусловливает необходимость разработки методики оценки экономической эффективности Интернет услуг в соответствии с четкой теоретической концепцией.

Управление банковскими счетами через Интернет, или по-другому Интернет-банкинг, является наиболее динамичным и представительным направлением финансовых Интернет-решений благодаря широкому спектру финансовых услуг, представленных в системах Интернет-банкинга.

Подобные системы могут быть основой систем дистанционной работы на рынке ценных бумаг и дистанционного страхования, поскольку они обеспечивают проведение расчетов и контроль за ними со стороны всех участников финансовых отношений.

Интернет-банкинг направлен на повышение качества обслуживания клиентов, так как имеет ряд преимуществ, среди которых отмечается рост оперативности проведения операций, доступность для клиента (операции становятся круглосуточно доступны без посещение офиса банка), неограниченность, то есть возможность осуществлять платежи практически любого назначения и контролируемость, поскольку любое списание активов с карточного счета оперативно отражается в выписках. С помощью систем Интернет-банкинга можно покупать и продавать безналичную валюту, оплачивать коммунальные услуги, иметь доступ к Интернету, счетам операторов сотовой связи, проводить безналичные платежи, переводить средства между счетами и отслеживать все банковские операции по своим счетам за любой промежуток времени.

Наибольшей популярностью банковский Интернет-сервис пользуется в таких странах, как Германия, Великобритания, Швеция. За последний год значительный рост произошел в Италии, где количество клиентов, которые работают с банком через Интернет, выросло на 88% и достигло 10% от всего взрослого населения. В среднем данный показатель в Европе в начало 2014 года составил 18% и вырос на 28% по сравнению с 2013 году.

В развитых странах Интернет-банкинг получил широкое распространение в первую очередь среди клиентов - физических лиц. Главные потребители Интернет-банкинга - это представители малого и среднего бизнеса, а также физические лица в возрасте до 30 лет, которые ценят свое время и не тратят его на посещение банковских отделений.

Банки предлагают своим клиентам преимущественно такие услуги, как обмен валют; продажу страховок и паев инвестиционных фондов, открытие депозитных счетов, заказ платежных карточек, установление и изменение лимитов на операции с наличными, блокировку/разблокировку платежных карточек, денежные переводы в национальной валюте, в том числе оплата коммунальных и других видов услуг, просмотр остатков на счетах, получение выписок и сообщения о движении средств на счете, консультирование. Банки-консерваторы осторожны и считают, что Интернет-банкинг массовому клиенту не нужен совсем, или требуется в усеченном варианте, поэтому предлагают ограниченный пакет Интернет-услуг (проверка состояния карточного и других счетов, получение выписок со счетов, блокирование операций по карте).

Преимущества расчетов с помощью Интернет стали очевидными после существенного поднятия комиссии за обслуживание в банках и осуществления переводов в пользу юридических лиц, в т.ч. коммунальных платежей, с каждой квитанции.

Главное, что отпугивает в Интернет-банкинга - это риск мошенничества, поэтому многие банки не придают особого внимания услуге осуществления платежей в онлайн режиме, несмотря на существенный рост уровня защиты банковских сетей в последнее время.

Выделение Интернет-банкинга в самостоятельный бизнес банка требует разработки методики оценки эффективности деятельности именно этого направления. Проведенный анализ существующих методов оценки экономической эффективности Интернет-услуг на современном этапе показал, что они недостаточно разработаны.

Среди недостатков реализации операций через Интернет уместно, по моему мнению, отметить такие, как временной лаг при осуществлении операций оплаты счетов, выплаты депозитов, блокирования/разблокирования платежных карт; задержка; электронное мошенничество, т.е. высокий риск кражи денег, вероятность «потери» платежей и вероятность технических сбоев в системе.

Банкам уместно обратить особое внимание на обеспечение информационно-технологической

безопасности электронных услуг путем защиты коммуникаций и транзакций, идентификации покупателей и продавцов, совершенствование механизмов обработки заказов. В Интернет-банкинге необходимо использовать до семи уровней защиты, поскольку проблемы безопасности в Интернете и связанные с ними риски очень высоки. Основными тенденциями развития дистанционного банковского обслуживания в РФ в ближайшие годы, является постоянное увеличение количества пользователей Интернет-банкинга, рост интенсивности использование таких услуг, и спроса на дополнительные интегрированные функции, такие как интернет-трейдинг, возможности ведения нескольких счетов в одной системе электронного банковского обслуживания, даже счетов разных банков. В качестве дополнительных Интернет-услуги банки могут предлагать консультации в сфере инвестиций, по минимизации рисков финансовых вложений, заключения договоров страхования.

Использование технологии Интернет-банкинга значительно упрощает работу банков, поскольку позволяет автоматизировать работу кассиров и операционистов, что особенно важно для крупных финансовых учреждений, где проводится значительное количество трансакций, к тому же использование онлайн-технологий позволяет банкам увеличивать клиентскую базу.

Интернет-банкинг это одно из направлений развития банковского дела которое имеет большой потенциал для развития. Учитывая стремительное развитие высокотехнологичных банковских продуктов нового поколения, закономерными планы развития Интернет-банкинга в виде виртуального финансового супермаркета банковских продуктов для физических и юридических лиц. В дальнейшем системы Интернет-банкинга превратятся в единое виртуальное пространство финансовых услуг и продуктов, необходимое и удобное как для частных лиц, так и для крупных компаний.

Список литературы

1. Ливицкий Д.А. Перспективы развития интернет-банка для физических лиц // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2009 – №3. С. 155
2. Старенков М.Ю. Банковские финансовые инновации: дистанционное банковское обслуживание на примере интернет-банкинга // Экономический вестник РГУ. 2010. - № 1. С.106-111.
3. J'son & Partners Consulting. Российский рынок банковских автоплатежей // [Электронный ресурс] http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/rossijskij_rynok_bankovskih_avtoplatezhej/ (Дата обращения: 25.11.13)

УДК 33.336

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

ГАЙНАНШИН МАНСУР ФАРВАЗОВИЧ
канд.филол.наук, старший преподаватель кафедры
иностранных языков для профессиональной коммуникации
Института экономики, финансов и бизнеса, Башкирского государственного университета
ГАТИЯТУЛЛИНА ИРИНА МАРАТОВНА
магистрант
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»

Аннотация: В статье рассмотрено совершенствование подходов к управлению финансами коммерческих банков как важное условие устойчивого развития каждого банка и банковской системы в целом.
Ключевые слова: финансовая устойчивость, ликвидность, платежеспособность, резервы, привлеченные денежные средства.

CONSIDERATIONS FOR IMPROVING FINANCIAL SUSTAINABILITY OF A COMMERCIAL BANK

Gaynanshin Mansur Farvazovich,
Gatiyatullina Irina Maratovna

Abstract: The article is devoted to the improvement of approaches to financial management of domestic commercial banks as an important condition for sustainable development of all banks and the banking system as a whole.
Key words: financial stability, liquidity, solvency, reserves, raised funds.

The general stability of a commercial bank is affected by external and internal factors, permanent factors and force majeure factors. They can be classified into positive and negative, basic and secondary. At the same time, the most relevant factors in the current operating environment affecting the bank's stability are the lack of financial resources and increased risks of the bank's activities [4, p. 294].

To enhance financial sustainability the following measures and activities are suggested.

1. Measures to increase liquidity.

Improving liquidity calls for enhancing the bank’s risk strategy. It is necessary to reduce the bank's risks. The financial crisis has exacerbated problems of the domestic system development in bank lending, among which the growth of overdue debts and the volume of bad loans is essential, which leads to a decrease in the quality of the commercial bank's loan portfolio. At the same time, the analysis of bank lending trends has shown that the majority of banks in the post-crisis economic development maintain their competitiveness to continue increasing the volume of loans given the continuing risk of their non-return.

Credit portfolio quality management provides a compromise for profitability, liquidity, and acceptable credit risk for the bank on the basis of objective assessment of the creditworthiness of borrowers, the for-

mation of adequate loan loss reserves and achieving sustainable economic growth of banks in the given market conditions comes to be an essential factor [5, p. 71-76]. As a consequence, the high rates of bank borrowing now increase the need for improving the quality management of the loan portfolio by studying the characteristics of its impact on the financial stability of banks and the effectiveness of their operations which will increase the competitiveness and security of the modern bank's functioning.

A possible version is the transition to a more conservative policy, a substantial increase in the requirements for borrowers, and a moderate level of interest rates. In particular, a reduction in rates is proposed with respect to the loan portfolio of corporate clients as to the type of provided vehicle program.

2. It is necessary to ensure effective management of liabilities in order to increase the proportion of own funds in the structure of the balance sheet by means of diversification of banking products and attraction of new customer groups.

To achieve a reduction in interest expenses the bank is proposing additional debt issuance since issuing long-term liabilities is defined as a more advantageous option.

The economic effect of increasing the emission of bonds is determined by the following formula.

E_{ec} = *((*Y_{co} *– Y.from bond issue) × 30 billion rubles) – Emission costs*

Where: E_{ec} stands for the economic effect;

Y_{co} is the yield in % on deposits in credit institutions;

The cost of public bonds issuance comprises the payment for services of lawyers and underwriters. The cost of qualified legal services is $ 30,000 at most. Underwriters take 0.5-1.5% of the issue volume, depending on the size of the loan and the "promotion" of the issuer. Expenses "on the FFMS", disclosure of information and other account for no more than 0.5% of the emission volume [6, p. 352].

The favorable effect from the emission measures will have a positive influence on interest on expenses which in turn will affect net interest on income. It should be noted that the set of applied proposals will significantly affect the interest margin of a commercial bank.

This event will be beneficial because the distinctive feature of the bonds is a longer term and a bond is issued at the rates currently available. Also, it should be noted that high-quality bonds have a negative correlation with risky assets. Due to high-quality bonds portfolio volatility can be substantially reduced. Bonds will be of interest to "retail" customers because they facilitate forming a diversified portfolio of assets.

3. Measures to improve financial sustainability.

To increase financial stability of a bank it is suggested to increase the amount of the reserve fund and to create additional reserves for possible losses.

The parameters for financial stability management of a bank are profitability criteria, risk criteria, liquidity, the structure of assets and liabilities. The management criteria comprise the structure, volumes and percentage shares of these parameters [3].

At the stage of post-crisis economic recovery banks often have excess liquidity. This situation is less dangerous than lack of liquidity, but it can also lead to a number of negative consequences. In this regard an effective tool to eliminate excess liquidity may be a reduction in loan rates or their differentiation depending on the amount and timing of the loan. This will give an opportunity to attract additional credit assets featuring the degree of liquidity and the risk within the permissible rate. Such assets include interbank and commercial loans with maturity of up to 30 days, promissory notes with maturity of not more than a calendar month, state and municipal securities with market quotes, corporate investment securities [2].

The gradual increase in demand for labor observed at the stage of business activity revival is accompanied by an increase in the population's incomes and, as a result, an increase in savings. This can be used by a bank in order to increase the volumes of attracted funds for which it is necessary to develop attractive deposit programs. They should include special conditions for long-term deposits and provide for situations with early withdrawal of funds. To do this a bank needs to form additional reserves, the source of which can be both the profit received as a result of investing in the economy, as well as additional loans received from the interbank lending market or from centralized refinancing.

4. To increase financial stability through increasing equity.

One of the main sources of equity growth among Russian banks at the present stage is manifested by

additional contributions to the authorized capital that can be made by both former and new shareholders of the bank [7, p. 384].

This source is quite attractive because it doesn't entail paying additional taxes (in contrast to increasing capital by means of profits). However, this creates some difficulties, for example, the bank must convince shareholders, including potential shareholders, that allocating their funds to replenish the bank's capital is a justified measure. This can be proved by providing the shareholders with an acceptable level of income in the form of dividends. In this case the dividends are the price that a bank should pay if it intends to use this source of increasing its capital and this price may be a heavy burden for the bank.

Alongside with the increase in the bank's own capital another important related problem is the change of shareholders' equity in the bank's, which, depending on the circumstances, may have both positive and negative consequences for its development (property redistribution is often accompanied by instability).

Even if the bank succeeds in finding wealthy individuals ready to contribute to its authorized capital, the following problem may arise: it is necessary to overcome numerous restrictions, established by both the legislation and the Central Bank directives, as well as to undergo the procedures of getting compliance and approvals [1].

The rate of the bank's equity growth also matters. It would be imprudent to build up capital in excessively high, abrupt rates, since such activities would significantly exceed the pace of development of the other aspects of banking activities and, as a result, the bank would fail not simply "digest" the sharply increased amount of capital.

The current trends in the development of the banking sector necessitate ensuring the financial stability of credit institutions in the long term. As a result of implementing the proposed measures the economic efficiency of banking activities as well as the indicators of financial stability and solvency will improve, the proposed measures will also help to reduce the risks of the bank's activities.

References

1. Federal Law No. 395-1 of 02.12.1990 "Banks and Banking Activities" (as amended on 05/04/2016) // Legal Reference System Consultant Plus
2. References from the Bank of Russia 16.01.2004 No. 1379-U (as amended on May 18, 2005 N 1552-U, of 10.03.2006 N 1667-U, of 20.09.2006 N 1724-U, of 10.07.2007 N 1861- U, dated 02.06.2009 N 2242-U) "On assessing the financial position of a bank in order to recognize as if it is sufficient to participate in the deposit insurance system" // Legal reference system Consultant Plus.
3. Instructions from the Bank of Russia of 30.04.2008 № 2005-U (Ed., Dated 05.08.2009 N 2267-U) "On assessing the economic situation of banks" // Reference legal system Consultant Plus.
4. Blagodatskikh I.V. Financial stability of commercial banks and rating systems for its evaluations // Actual problems of modern science. - 2011. - № 12. - P.294.
5. Vedernikova T.V. Management of financial stability on the basis of commercial banks reporting information / / Innovative development of the economy.- 2013. - 6 (17). - P.71-76.
6. Veshkin Yu.G. Economic analysis of commercial banks: Textbook / Yu.G. Veshkin, G.L. Avagyan. - M .: Master: INFRA-M, 2011. - 352 p.
7. Gerasimova E.B. Banks turbo-analysis: Textbook / E.B. Gerasimova. - Moscow: Forum, 2010. - 384 p.

УДК 336.225

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА МЕЖБЮДЖЕТНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАЛОГОВЫХ ПОЛНОМОЧИЙ В РОССИИ

ГАДЖИЕВА МАДИНАТ АХМЕДОВНА

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухучет-2»
ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства»

Аннотация: В статье анализируется действующий механизм распределения налоговых полномочий в федеративном государстве. Отмечено, что Конституция Российской Федерации устанавливает основы налоговой системы, бюджетного устройства, совместную компетенцию Российской Федерации и субъектов Федерации по формированию общих принципов установления и взимания налогов. Рассмотрены этапы реформирования налоговой системы, разграничения налоговых компетенций в Российской Федерации, проанализированы действующие в налоговой сфере, в соответствие с законодательством РФ, группы полномочий субъектов РФ

Ключевые слова: налоговая система, федеративное устройство, принципы налогообложения, налоговая политика, налоговая (де)централизация, налоговые полномочия, федеральные, региональные и местные налоги

FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE MECHANISM OF INTER-BUDGETARY DISTRIBUTION OF TAX POWERS IN RUSSIA

Gadzhieva Madinat Akhmedovna

Abstract: the article analyses the existing mechanism of distribution of tax powers in a Federal state between levels of government. Noted that the Constitution of the Russian Federation establishes the foundations of the tax system, budget system, a joint competence of the Russian Federation and subjects of Federation on formation of common principles for the assessment and collection of tax. The stages of reforming the tax system of differentiation of tax competences in the Russian Federation., analyzed existing in the tax area, in accordance with the legislation of the Russian Federation, groups of powers of subjects of the Russian Federation.

Key words: tax system, a Federal system, principles of taxation, tax policy, tax (de)centralization, tax authorities, Federal,state and local taxes.

Федеративное устройство изначально предполагает определенную степень децентрализации осуществления единой государственной власти посредством распределения полномочий по вертикали - между Федерацией и ее субъектами. В условиях подлинно федеративного устройства Федерация в целом не обладает монополией на власть, благодаря чему открываются возможности для ее субъектов действовать более самостоятельно, с учетом особенностей и интересов своей территории, населения и т.д.

Федеративные отношения в налоговой деятельности выражаются в разграничении налоговой компетенции между Российской Федерацией и ее субъектами, в сочетании общегосударственных финансовых интересах с интересами субъектов Федерации.

Налогово-правовые предметы ведения субъектов РФ конституционно ограничены пределами ведения и полномочиями РФ по предметам совместного ведения РФ и субъектов Федерации. В сфере налоговой деятельности к совместному ведению конституционно отнесено установление общих принципов налогообложения и сборов.

Ведущая роль в установление принципов налогообложения и формирование налоговой системы, включающей, в том числе исчерпывающий перечень региональных и местных налогов как источников поступлений в бюджеты субъектов РФ и местные бюджеты, осуществляется федеральным законом в соответствии с Конституцией РФ.

Налоговый Кодекс предусматривает трехзвенную структуру налоговой системы России, отражающую федеративное устройство российского государства. При этом согласно статье 12 НК федеральными признаются налоги, устанавливаемые НК и обязательные к уплате на всей территории Российской Федерации; региональными - налоги, устанавливаемые НК и законами субъектов РФ, вводимые в действие в соответствии с НК законами субъектов РФ и обязательные к уплате на территориях соответствующих субъектов РФ; местными - налоги, устанавливаемые НК и нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления, вводимые в действие в соответствии с НК нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления и обязательные к уплате на территориях соответствующих муниципальных образований.

Начиная с 1991 года в реформировании налоговой системы России можно выделить три этапа, развивающихся как бы «по спирали»[2]:

1. Этап налоговой централизации (1992 - 1993 гг.).
2. Этап налоговой децентрализации (1994 - 1996 гг.).
3. Этап налоговой централизации (с 1997 года по настоящее время).

Законом РФ от 16.07.92 г. N 3317-1 пункт 2 статьи 18 Закона РФ «Об основах налоговой системы в Российской Федерации» был дополнен абзацем следующего содержания: «Органы государственной власти всех уровней не вправе вводить дополнительные налоги и обязательные отчисления, не предусмотренные законодательством Российской Федерации, равно как и повышать ставки установленных налогов и налоговых платежей». Таким образом, налоговая система России изначально формировалась в централизованном направлении[2].

Второй этап развития налоговой системы РФ, этап децентрализации налоговых полномочий, начался в 1994 г., когда на основании Указа Президента РФ от 22.12.93 г. N 2268 «О формировании республиканского бюджета Российской Федерации и взаимоотношениях с бюджетами субъектов Российской Федерации в 1994 году», в пункте 7 было отмечено, что могут вводиться решениями органов государственной власти субъектов Российской Федерации, местных органов государственной власти дополнительные налоги и сборы в республиках в составе Российской Федерации, краях, областях, автономной области, автономных округах, городах Москве и Санкт-Петербурге, дополнительные местные налоги и сборы, не предусмотренные законодательством Российской Федерации. Данные мероприятия значительно ослабили единство налоговой системы России и привели к ее децентрализации.

Субъекты РФ и муниципальные образования активно использовали предоставленное им право на введение новых, не предусмотренных федеральным законодательством налогов и сборов. В различных регионах Российской Федерации были установлены налоги на транзитный проезд по территории области, на вывоз продукции за пределы области, для финансовой поддержки агропромышленного комплекса, сборы на содержание излишнего поголовья крупного рогатого скота, на обеспечение футбольной команды, за проезд по территории города, на организацию летнего отдыха детей, на реализацию табачных и ювелирных изделий и многие другие[2].В республике Дагестан даже 1997 – 1998 гг. сохранялись такие налоги, как налог на пожарную безопасность и на содержание малоимущих слоев населения. Однако, Указом Президента РФ от 18.08.96 г. N 1214 пункт 7 Указа Президента РФ от 22.12.93 г. N 2268 был признан утратившим силу с 1 января 1997 года, были отмененывсе дополнительных налоги и сборы, не основанные на Законе РФ «Об основах налоговой системы в Российской Федерации».

В настоящее время налоговая система России носит относительно централизованный характер.

В компетенцию субъектов РФ и муниципальных образований в налоговой сфере входят: введение региональных (местных) налогов; установление региональных (местных) налогов.

Полномочия по введению региональных (местных) налогов предполагает, что субъекты РФ и муниципальные образования самостоятельно решают, вводить или не вводить на своей территории региональные (местные) налоги, «поскольку исчерпывающий перечень региональных налогов порождает только право, но не обязанность установить налог» [5]. В пункте 3 и 4 статьи Налогового Кодекса отмечено: «Региональными» признаются налоги, устанавливаемые Налоговым Кодексом и законами субъектов Российской Федерации, вводимые в действие в соответствии с Налоговым Кодексом законами субъектов РФ и обязательные к уплате на территориях соответствующих субъектов Федерации. При установлении регионального налога законодательными (представительными) органами субъектов Российской Федерации и определяются следующие элементы налогообложения: налоговые ставки в пределах, установленных НК РФ, порядок и сроки уплаты налога, а также формы отчетности по данному региональному налогу. Иные элементы налогообложения устанавливаются НК РФ.

Местными признаются налоги, устанавливаемые Налоговым Кодексом и нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления, вводимые в действие в соответствии с Налоговым Кодексом нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления и обязательные к уплате на территориях соответствующих муниципальных образований»[4]. Выше сформулированное четко определяет границы регионального и местного нормотворчества в сфере налогообложения.

Демин А.В. также выделяет и третью группу полномочий - «делегированные полномочия» возникающие, в случае передачи отдельных полномочий в сфере налогообложения с одного федеративного уровня управления на другой. Из положения, что представительные органы субъектов РФ (местного самоуправления) соответствие с частью 3 (4) статьи 12 НК РФ, устанавливают региональные налоги (местные налоги), утверждает Демин А.В., не следует вывод о том, что органы региональной власти (местного самоуправления) не могут наделяться отдельными нормотворческими полномочиями в сфере регулирования федеральных и региональных налогов.То есть жестко - императивная привязка: субъекты РФ - исключительно региональные налоги, местные органы - исключительно местные налоги - в налоговом законодательстве отсутствует[2].

«Установление в Налоговом кодексе Российской Федерации наряду с федеральными исчерпывающего перечня региональных и местных налогов», по мнению М.Н. Карасева, «предопределил явный переход от принципа самостоятельности региональных и местных бюджетов к принципу максимальной зависимости их от федерального центра»[3]. Конституция Российской Федерации не предусматривает полномочий Российской Федерации на установление в федеральном законодательстве исчерпывающего перечня региональных и местных налогов [3].

Однако М.Н. Карасев отмечает, что смещение федеральных полномочий в сторону расширения по отношению к полномочиям субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, является временным явлением, и связано со слабостью и неравномерностью развития института местного самоуправления в России, а также с несовершенством системы контроля и надзора за неукоснительным соблюдением органами власти субъектов Российской Федерации и муниципальных образований конституционных и общих принципов налогообложения и сборов [3]. Данные доводы, по нашему мнению, являются не обоснованными, поскольку слабость муниципалитетов в первую очередь связана с ее финансовой несостоятельностью, а проблемы с контролем и надзором можно решать одновременно, ужесточая администрирование.

Таким образом, вопрос о разграничении налоговой компетенции,на сегодняшний день, является одним из самых актуальных, поскольку степень разграничений определяет границы нормотворчества и самостоятельности региональных властей.

Список литературы

1. Бочкарева Е.А. Разграничение доходных источников и расходных полномочий как одно из условий сбалансированности бюджетной системы Российской Федерации. Отрасли права. Аналитический портал. 01.06.2015
2. Демин А.В. Единство налоговой системы как базовый принцип налоговой политики Российской Федерации.// Справочно-правовая система «Консультант плюс»
3. Карасев М.Н. Налоговая политика и правовое регулирование налогообложения в России. /Вершина. М. 2004 - С.125.
4. Налоговый Кодекс РФп.3,4. ст.12.
5. Постановление Конституционного Суда РФ от 21.03.97 г. N 5-П// Справочно-правовая система "Консультант Плюс".

УДК 330

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

ИСАКОВА А.А.

Студентка 2 курса напр. «Экономическое образование. Английский язык».

Науч. Рук.: Еронин В. А., доцент, кандидат экономических наук
ВлГУ им. Столетовых

Аннотация: В данной статье обобщен материал по исследуемой теме «развитие банковской системы во Владимирской области». Развитие банковской системы гарантирует благоприятное влияние на развитие экономики региона и благосостояния граждан.
Ключевые слова: государство, финансовый рынок, стратегия, процентная ставка, кредитный портфель, «Россия-24», услуги банка, экономика, модернизация и развитие, исполнительная власть.

DEVELOPMENT OF THE BANKING SYSTEM IN THE VLADIMIR REGION

Isakova A.A.

Annotation: «This article summarizes the material on the topic "development of the banking system in the Vladimir region". The development of the banking system guarantees a favorable impact on the development of the region's economy and the welfare of citizens».
Keywords: state, financial market, strategy, interest rate, loan portfolio, "Russia-24", bank services, economy, modernization and development, the executive branch.

В XXI веке финансово-кредитная система имеет определенные точки соприкосновения почти с каждым человеком. Что же такое финансово-кредитная система? Это система, обеспечивающая финансовую и кредитную деятельность государства, а также все основные направления финансового рынка. В финансовую систему входят:

1. Банки;
2. Страховые компании;
3. Лизинговые организации;
4. Негосударственные пенсионные фонды;
5. Инвестиционные фонды.

В данной работе будет рассмотрен актуальный вопрос как развитие банковской системы во Владимирской области. Территориальная площадь Владимирской области одна из наименьших субъектов Российской Федерации. По данным Росстата на 2018 год численность населения Владимирской области составляет 1 378 337 человек. При этом плотность населения превышает среднероссийскую в 6 раз, в связи, с чем возникает потребность к улучшению и дальнейшему развитию банковской системы с целью более качественного обслуживания граждан пребывающих на территории Владимирской области и вне ее.

На территории субъекта располагается 24 разновидности банков, а именно:

1. Владбизнесбанк;
2. Владимирский промышленный банк;

3. ВТБ (ВТБ-24);
4. ПромСвязьБанк;
5. Росбанк;
6. Сбербанк;
7. Совкомбанк;
8. Уралсиб;
9. Альфа-Банк;
10. Банк Русский Стандарт и другие;

С целью более качественного раскрытия темы в данной работе будут рассмотрены преимущественные и отрицательные стороны банка ВТБ.

Полное наименование Публичное Акционерное Общество (ПАО) Банк ВТБ. Данный банк является крупнейшим банком входящих в банковскую систему Российской Федерации.

На период 2017 – 2019 года с целью развития группы ВТБ в банковской системе Российской Федерации 14 декабря 2017 года была утверждена данная стратегия развития. Основным критерием развития является поэтапное снижение ставки Банка до уровня 6 % в 2019 году. В связи с этим необходимо восстановить динамику кредитования, что обеспечит рост кредитного портфеля группы Банка на 10 %, что позволит увеличить рост кредитования физических и юридических лиц а также повысить долю разницы в кредитном портфеле для более благоприятного кредитования граждан и организаций.

9 января 2018 года состоялось юридическое слияние банка ВТБ и ВТБ-24. Как заявил в эфире «Россия-24» заместитель председателя банка ВТБ Анатолий Печатников, «Объединение позволило сократить руководящий состав группы на 35 %». Данный факт не отразился на процентных ставках предлагаемых ранее данным банком, тем самым не затронув карманы граждан которые пользуются услугами данного банка.

Территория Владимирской области включает в себя 16 муниципальных районов, на территории которых располагается 5 отделений банка ВТБ, а именно:

- г. Владимир – 3 отделения банка ВТБ;
- г. Муром – 1 отделение банка ВТБ;
- г. Ковров – 1 отделение банка ВТБ.

Возникает обоснованный вопрос, каким способом гражданам других муниципальных районов воспользоваться услугами банка ВТБ располагающегося в основном в областном центре субъекта, поскольку не каждая операция банка предусматривает удаленный доступ клиента по предоставлению каких либо услуг банка. Еще одним аспектом данного направления является к местной экономике в регионах присутствия.

Согласно утвержденной социальной программе Владимирской области на 2018 год от 19 января 2018 года № 29 основным аспектом является осуществление модернизации и развития системы социального обслуживания населения, её адаптации к изменяющимся правовым, социально-экономическим и демографическим условиям. На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что представители исполнительной власти региона осуществляют работу по борьбе с высокими процентными ставками кредитования и других социально-экономических проблем, так как процент банка един, а социальное развитие регионов и муниципальных округов разные.

Список литературы

1. Постановление Администрации Владимирской области № 29 от 19 января 2018 года «Об утверждении социальной программы на 2018 год»;
2. Официальный сайт Банка ВТБ;
3. Официальный сайт телеканала «Россия-24»;
4. Федеральное Казначейство (КАЗНАЧЕЙСТВО РОССИИ): Управление Федерального Казначейства по Владимирской области.

© А.А. Исакова, 2018

УДК 336.64

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПАРАХИН РУСЛАН СЕРГЕЕВИЧ
студент СТИ НИТУ «МИСиС»
ВАСИЛЬЕВА ИРИНА НИКОЛАЕВНА
к. э. н., доцент кафедры экономики, управления и организации производства

Аннотация: в данной статье было рассмотрено понятие финансового потенциала предприятия, а также была представлена методика оценки финансового потенциала, на основе его финансовых показателей.
Ключевые слова: финансовый потенциал, оценка финансового потенциала, методы оценки финансового потенциала, финансовые ресурсы.

PROFIT AND ITS ROLE IN ACTIVITIES OF A COMMERCIAL BANK

Vasil'eva Irina Nikolaevna,
Parakhin Ruslan Sergeevich

Abstract: in this article, the concept of the financial potential of the enterprise was considered, and a methodology for assessing the financial potential was presented on the basis of its financial indicators.
Key words: financial potential, assessment of financial capacity, methods for assessing financial capacity, financial resources.

Анализ и оценка финансового потенциала предприятия до настоящего времени в научной и практической деятельности носят дискуссионный характер. Финансовый потенциал рассматривается и оценивается по результатам финансового анализа с помощью ряда финансовых коэффициентов ликвидности, платежеспособности и финансовой независимости. При этом используются различные методы измерения финансового потенциала: балльные оценки, прогнозные оценки с помощью моделей Альтмана и др.

И, кроме того, финансовый потенциал рассматривается как составная часть экономического потенциала предприятия, что, на наш взгляд, является ошибочным. Ведь финансовый потенциал, как скрытый внутренний резерв роста финансовых ресурсов, следует рассматривать как финансовое обеспечение реализации экономического потенциала предприятия.

Наличие финансового потенциала и его размеры являются результатом творческой деятельности руководителей и менеджеров высшего звена предприятия и отражают не только финансовые возможности предприятия, но и, в определенной степени, надежность и устойчивость финансовых отношений, предлагаемых предприятием.

В отечественной литературе потенциал трактуется по-разному [1].

По мнению И.Н. Богатой, потенциал организации в бухгалтерской интер- претации «представляет

собой активы и источники образования активов (ресурсный потенциал) и их способность в ходе осуществления инвестиционно-финансовой деятельности (действующий потенциал) приносить определенные финансовые результаты».

Стексова С.Ю. отождествляет потенциал как совокупность накопленных организацией ресурсов, характеризующих ее возможности по осуществлению целенаправленной деятельности с учетом влияния факторов внутренней и внешней среды.

Финансовый потенциал – это комплексное понятие, характеризующее наличие реальных и потенциальных финансовых возможностей предприятия, а также отражающее отношения в компании с целью достижения максимально возможного финансового результата деятельности предприятия. [2]

Финансовый потенциал можно оценить в четыре основных этапа.

На первом этапе проводится определение уровня финансового положения предприятия. Уровни и характеристики приведены в таблице 1. Просмотрев отчет о финансовых результатах компании можно составить первое впечатление о текущем положении предприятия.

Таблица 1

Характеристика уровней финансового потенциала

Уровень финансового потенциала	Краткая характеристика
Высокий уровень	Деятельность предприятия прибыльна. Финансовое положение стабильно. Наличие прибыли за последние три года.
Средний уровень	Деятельность предприятия прибыльна, но стабильность во многом зависит от изменения внешней и внутренней среды. Наличие как прибыли, так и убытков.
Низкий уровень	Предприятия финансово нестабильно. За последние три года компания несет убытки

Ко второму этапу относится оценка потенциала по финансовым показателям.

На этой стадии проводится расчет основных коэффициентов, с помощью которых можно оценить ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия.

Данный этап реализуется в две стадии:

— подготовительная. Она включает в себя подбор необходимых для оценки положения предприятия коэффициентов, а также определение их пороговых значений);

— расчетная, состоящая непосредственно в расчете коэффициентов.

Для оценки предприятия предлагается использовать коэффициенты и показатели, представленные в таблице 2. [3]

Таблица 2

Рейтинговая оценка финансового потенциала

Наименование финансового показателя	Высокий уровень финансового потенциала	Средний уровень финансового потенциала	Низкий уровень финансового потенциала
Коэффициент финансовой независимости	> 0,5	0.2 – 0.5	< 0.2
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	> 0.15	0.05 – 0.15	< 0.05
Коэффициент самофинансирования	> 1	0.5 – 1	< 0.5
Коэффициент общей ликвидности	> 2	0.5 – 2	< 0.5
Коэффициент срочной ликвидности	> 0.7	0.3 – 0.7	< 0.3
Коэффициент абсолютной ликвидности	> 0.2	0.05 – 0.2	< 0.05
Рентабельность совокупных активов	> 0.1	0.05 – 0.1	< 0.05
Рентабельность собственного капитала	> 0.2	0.1 – 0.2	< 0.1

Третий этап заключается в определении финансового потенциала на основе идентификации типа финансовой устойчивости.

Для расчета финансовой устойчивости организации нет установленной методики, т.к. анализ финансовых показателей зависит от многих других условий. Однако, можно выделить абсолютные показатели финансовой устойчивости, и представить их в таблице 3.

Таблица 3

Абсолютные показатели финансовой устойчивости

Наименование показателя	Тип финансовой устойчивости			
	Абсолютная	Нормальная	Неусточивое	Кризисное
Источники собственных средств	> 0	> 0	≥ 0	≤ 0
Основные средства и прочие внеоборотные активы	> 0	> 0	≥ 0	≤ 0
Наличие собственных оборотных средств (стр.1-стр.2)	> 0	> 0	≥ 0	≤ 0
Долгосрочные кредиты и заёмные средства	> 0	> 0	≥ 0	≤ 0
Наличие собственных и долгосрочных заёмных источников формирования запасов и затрат (стр.3+стр.4)	> 0	> 0	≥ 0	≤ 0
Краткосрочные кредиты и заёмные средства	> 0	> 0	≥ 0	≤ 0
Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (стр.5 +стр.6)	> 0	> 0	≥ 0	≤ 0
Общая величина запасов	> 0	≥ 0	≥ 0	≤ 0

Четвертый этап сводится к оценке финансового потенциала по критерию «эффективность системы управления финансами». Это технология составления плана работы для всех подразделений компании, с учетом быстрого реагирования на всевозможные изменения как во внешней, так и во внутренней среде. [1]

Оценка на четвертом этапе производится с помощью экспертов. После этого определяется уровень финансового потенциала.

Высокий означает наличие на предприятии системы бюджетного планирования. Средний уровень - наличие системы плановых отчетов. Низкий уровень характеризуется наличие системы планирования коэффициентным методом.

Результаты анализа, полученные согласно предложенной методике анализа и оценки финансового потенциала, обеспечивают ответы на следующие важные для бизнеса и национальной экономики вопросы:

— какова величина финансовых ресурсов предприятия;

— каким финансовым потенциалом обладает финансовая система предприятия, то есть каков объем скрытого внутреннего резерва финансовых ресурсов у предприятия;

— в результате чего и в каких объемах формируется финансовый потенциал предприятия.

Апробация методики анализа финансового потенциала на данных конкретной финансовой отчетности предприятия подтверждает возможность ее применения в аналитической работе предприятий.

Список литературы

1. Гульманов С.Д. Оценка управления финансовым потенциалом // Финансовая аналитика: проблемы и решения. –2011. –№41. –С. 67-76
2. Канкиа А.Г., Финансовый потенциал деятельности компаний // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – №3 –С. 8
3. Фомин П.А., Старовойтов М.К., Особенности оценки производственного и финансового потенциала производственных предприятий. // Антикризисное и внешнее управление. – 2006. –№2. –С. 27-41.

УДК 332

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

ОВЧИННИКОВА НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА

Бухгалтер
АО ПШФ «Восток», г. Спасск-Дальний

Анотация: В статье рассмотрены необходимость, сущность, источники информации анализа финансового состояния и платежеспособности, раскрыта методика анализа, проведен анализ платежеспособности и рентабельности, а оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия.
Ключевые слова: финансовое состояния, финансовая устойчивость, ликвидность, платежеспособность, рентабельность, эффективность деятельности.

ANALYS OF FINANCIAL CONDITION AND SOLVENCY ORGANIZATION

Ovchinnikova Natalya Viktorovna

Annotation: The necessity, essence, sources of information of analysis of financial condition and solvency are considered in the article, the analysis methodology is analyzed, solvency and profitability analysis is performed, and the efficiency evaluation of the economic activity of the enterprise.
Keywords: financial condition, financial stability, liquidity, solvency, profitability, efficiency of activities.

В условиях нестабильности экономики при спаде промышленного производства и значительном сокращении вложений в производство, с целью повышения эффективности работы возникает потребность в анализе финансово-хозяйственной деятельности для принятия правильных управленческих решений, направленных на получение наиболее эффективных результатов [1].

Актуальность темы исследования обусловлена значительным повышением роли контроля за финансовым состоянием и платежеспособностью организаций, и, как следствие, за наличием, размещением и использованием денежных средств.

Финансовое состояние выступает одной из важнейших характеристик уровня деловой активности и надежности организации. Финансовое состояние позволяет оценить конкурентоспособность организации и ее потенциальные возможности в деловом взаимодействии, является гарантом эффективного осуществления экономических интересов всех участников хозяйственного процесса как самой организации, так и ее партнеров [2].

Цель анализа финансового состояния предприятия заключается в выявлении внутрихозяйственных резервов повышения финансового положения и улучшении платежеспособности предприятия [3].

Анализ финансового состояния строится на исследовании бухгалтерской отчетности, которая является основным информационным источником.

Детальное исследование информации бухгалтерских отчетов позволяет раскрыть причины полученных успехов, а также выявить недостатки в работе организации, способствует определению путей совершенствования ее деятельности [4].

Основным видом деятельности анализируемой организации АО ПШФ «Восток» является производство прочей верхней одежды.

Обобщающая оценка финансового состояния предприятия достигается на основе таких резуль-

тативных показателей, как прибыль и рентабельность.

Анализ показателей рентабельности организации АО ПШФ «Восток» (таблица 1).

Таблица 1

Анализ рентабельности АО ПШФ «Восток» за 2014-2016 гг.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. в % к 2014 г.
Выручка от реализации, тыс. руб.	27494,00	26368,00	28391,00	103,26
Полная себестоимость, тыс. руб.	25973,00	24389,00	26274,00	101,16
Чистая прибыль, тыс. руб.	1861,00	2982,00	1502,00	80,71
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1521,00	1979,00	2117,00	139,18
Рентабельность активов, %	5,14	8,39	4,16	-
Рентабельность собственного капитала , %	7,97	12,26	5,65	-
Рентабельность реализации, %	5,53	7,51	7,46	-
Рентабельность предприятия, %	7,17	12,23	5,72	-
Рентабельность основных средств, %	7,67	12,58	6,91	-

В целом, деятельность предприятия является прибыльной и рентабельной. Отрицательной тенденцией на предприятии является снижение всех показателей рентабельности.

Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие уровень обеспеченности оборотных активов источниками их формирования [5]. Показатели обеспеченности запасов источниками их финансирования обобщим в таблице 2.

Таблица 2

Показатели обеспеченности запасов источниками их финансирования АО ПШФ «Восток» за 2014-2016 гг.

Показатели	Условное обозначение	2014 г.	2015 г.	2016 г.	20146г. в % к 2014 г.	
					тыс. руб.	%
Излишек, недостаток СОС	±Ес	-3058	1876	5759	8817	-
Излишек, недостаток собственных и оборотных заемных источников формир. запасов	±Екд	4512	6854	12114	7602	268,48
Излишек, недостаток общей величины основных источников формирования запасов	±Е∑	7367	15089	21354	13987	289,86

Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости АО ПШФ «Восток»: 2014 год (0,1,1); 2015 год (1,1,1); 2016 год (1,1,1). На основании полученных данных можно сделать вывод, что предприятие имеет абсолютную финансовую устойчивость и на протяжении трех лет имеет положительную динамику к увеличению прибыли. Собственный капитал организации в 2014-2016 гг. соответствует норме. Соотношение долгосрочных и краткосрочных обязательств также говорит об устойчивом финансовом положении.

Результаты расчета и анализа относительных коэффициентов финансовой устойчивости АО ПШФ «Восток» занесены в таблицу 3

Таблица 3

Расчет и анализ относительных коэффициентов финансовой устойчивости АО ПШФ «Восток» за 2014-2016 гг.

Коэффициент	Норм. знач.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. в % к 2014 г.
Внеоборотные активы, тыс. руб.	х	24625	22788	20656	83,88
Оборотные активы, тыс. руб.	х	10425	13213	15595	149,59
Запасы, тыс. руб.	х	1272	1157	908	
Собственный капитал, тыс. руб.	х	22839	25821	27323	119,63
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	х	4641	5202	2573	55,44
Долгосрочные обязательства, тыс. руб.	х	7570	4978	6355	83,95
Заемные средства, тыс. руб.	х	12211	10180	8928	73,11
Валюта баланса, тыс. руб.	х	35050	36001	36251	103,43
Собственные оборотные средства	х	5784	8011	13022	225,14
Коэффициент автономии	≥0,5	0,65	0,72	0,75	-
Коэффициент маневренности	≥0,5	0,25	0,31	0,48	-
Коэффициент финансирования	≥0,6	1,87	2,54	3,06	-
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	≥0,1	0,55	0,61	0,84	-
Коэффициент финансовой устойчивости	0,8-0.9	0,87	0,86	0,93	-
Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов	-	-1,40	2,62	7,34	-

Таким образом, на протяжении исследуемого периода относительные коэффициенты финансовой устойчивости в АО ПШФ «Восток» возрастают, что оценивается положительно.

Оценка платежеспособности организации осуществляется на основе анализа ликвидности текущих активов с помощью коэффициентов платежеспособности [6].

Расчет показателей ликвидности АО ПШФ «Восток» представлен в таблице 4.

Таблица 4

Расчет показателей ликвидности в АО ПШФ «Восток» за 2014-2016 гг.

Показатели	Рекомендуемые значения	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение (+, -)	2016 г. в % к 2014 г.
Оборотные активы, тыс. руб.	-	10425	13213	15595	5170	149,59
Денежные средства, тыс. руб.	-	411	2069	1824	1413	443,80
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	-	8742	9987	12863	4121	147,14
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	-	4641	5202	2573	-2068	55,44
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2-0,5	0,09	0,40	0,71	0,62	-
Коэффициент быстрой ликвидности	0,7-1,0	1,97	2,32	5,71	3,74	-
Коэффициент текущей ликвидности	≥2	2,25	2,54	6,06	3,81	-

Положительной динамикой является увеличение всех анализируемых коэффициентов ликвидности к 2016 г. по сравнению с 2014 г. сложившаяся ситуация позволяет сделать вывод о возможности предприятия отвечать по своим краткосрочным обязательствам за счет денежных средств, а также общей суммы денежных средств и краткосрочной дебиторской задолженности.

Для укрепление финансового состояния и платежеспособности АО ПШФ «Восток» рекомендуется реализация комплекса мероприятий [7,8]: управление дебиторской задолженностью (изменение кредитной политики организации, введение системы штрафов и поощрений, разработка регламента управления дебиторской задолженности, внедрение системы скидок, использование факторинга), проведение рекламной политики (имиджевая реклама, реклама в Интернет).

Сводный расчет экономической эффективности обобщим в таблице 5.

Таблица 5

Основные экономические показатели АО ПШФ «Восток» за 2014-2016 гг.

Показатели	2016 г.	2017 г.	Изменение 2016 г. к 2014 г.	
			Абсолютное	Относительное, %
Уставный капитал, тыс. руб.	250	250	-	100,00
Выручка от реализации, тыс. руб.	28391	31230,1	2839,1	110,00
Себестоимость реализованных услуг, тыс. руб.	26274	26719	445	101,69
Прибыль от продаж, тыс. руб.	2117	4511,1	2394,1	213,09
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	1928	4322,1	2394,1	224,18
Чистая прибыль, тыс. руб.	1502	3457,68	1955,68	230,21
Рентабельность продаж, %	7,46	14,44	6,98 п.п.	-
Стоимость активов, тыс. руб.	36251	36251	-	100,00
Рентабельность активов, %	5,32	9,54	4,22 п.п.	-
Численность, чел.	59	59	-	100,00
Среднегодовой фонд отплаты труда, тыс. руб.	10692,4	10692,4	-	100,00
Среднегодовая заработная плата, тыс. руб.	181,23	181,23	-	100,00

В результате предложенных мероприятий чистая прибыль увеличится на 1955,68 тыс. руб. Положительным моментом является прогнозируемое увеличение рентабельности продаж и активов на 6,98 и 4,22 процентных пункта соответственно.

Произведенные расчеты позволяют сделать вывод, что реализация предложенных мероприятий является целесообразной, экономически обоснованной и может быть рекомендована к внедрению на АО ПШФ «Восток».

Список литературы

1. Мельник М. В. Экономический анализ : учебник и практикум для СПО / М. В. Мельник, В. Л. Поздеев. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 261 с.
2. Бобошко Н.М. Финансово-*экономический анализ:* Учебное пособие / Н.М. Бобошко и др. - М.: ЮНИТИ*, 2016.* - 383 с.
3. Капанадзе Г.Д. Построение модели комплексной оценки финансовой устойчивости экономического субъекта // Российское предпринимательство. - 2015. - № 18 (240). - с. 61-67.
4. Шеремет А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А.Д. Шеремет. — 2-е изд., доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 374 с.
5. Ефимова О.В. Финансовый анализ – современный инструментарий для принятия экономи-

ческих решений: учебник / О.В. Ефимова. - 5-е изд., испр.. - М.: Омега-Л, 2014. – 236 с.

6. Савицкая Г.В. Анализ финансового состояния предприятия / Г.В. Савицкая. – М.: Мир, 2017. – 495 с.

7. Олиниченко К. В. Кузьмичева И. А. Банкротство предприятий и система критериев их неплатежеспособности//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований -№ 6 - 2/2015.

8. Лукьяненко А.В., Кузьмичева И.А. Управление финансовыми рисками предприятия//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2015. -№ 8-1. -С. 129

УДК 332

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД «УССУРИЙСКИЙ»

ВАСИЛЬКОВА ЕКАТЕРИНА АНАТОЛЬЕВНА
Экономист
ОАО «Молочный завод «Уссурийский»
БЕДРАЧУК ИЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВИЧ
к.э.н.,доцент кафедры экономика
Владивостоцкого государственного университета экономики и сервиса

Аннотация: Статья посвящена анализу управления денежных потоками ОАО «Молочный завод «Уссурийский». В настоящее время необходимо постоянно контролировать поступления и выплаты денежных средств, которые генерируются хозяйственной деятельностью организации. Каждая организация нуждается в использование современных механизмов, принципов и методов организации и эффективного управления денежными потоками, движение которых связано с факторами времени, риска и ликвидности.
Ключевые слова: денежный поток, эффективность управления денежными потоками, анализ движения денежных потоков, косвенный метод, прямой метод расчета денежных потоков.

MANAGEMENT OF CASH FLOWS OF THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS ON THE EXAMPLE OF OPEN JOINT-STOCK COMPANY «USSURIYSK MILK FACTORY»

Bedrachuk Ilya Aleksandrovich,
Vasylkova Ekaterina Anatolevna

Annotation: The article is devoted to the analysis of cash flow management of Open Joint-Stock Company «Ussuriysk Milk Factory», it is necessary to constantly monitor the receipt and payment of funds generated by the economic activities of the organization. Each organization needs to use modern mechanisms, principles and methods of organization and effective management of cash flows, the movement of which is associated with factors of time, risk and liquidity.
Key words: cash flow, efficiency of cash flow management, cash flow analysis, the indirect method, the direct method of cash flow calculation.

В условиях рыночной экономики денежные средства предприятия играют важнейшую роль для его развития. В первую очередь это обусловлено тем, что объемом имеющихся у предприятия денег как важнейшего платежного средства определяется платежеспособность предприятия, являющиеся одно из важнейших характеристик его финансового положения. Для определения ее уровня объем де-

нежных средств сопоставляется с размером текущих обязательств предприятия.

По мнению Савицкой Г.В. денежный поток – «это непрерывный процесс движения денежных средств во времени» [1, с.109].

Наиболее полное определение денежному потоку дал автор Т.П. Карпова: «он определяет денежный поток предприятия как совокупность распределенных по отдельным интервалам рассматриваемого периода времени поступлений и выплат денежных средств, генерируемых его хозяйственной деятельностью, движение которых связано с факторами времени, риска и ликвидности» [2, с.217].

Итак, в общем смысле под денежными потоками подразумевается движение денежных средств предприятия – поступление или расходование финансов в процессе функционирования бизнеса. Контроль над приходно-расходными операциями важен, прежде всего, с точки зрения управления компанией – от оперативности и объемов проведения платежей зависит прибыльность и рентабельность хозяйствующего субъекта. Даже при угрозе банкротства одним из важнейших превентивных мероприятий является синхронизация финансовых операций по объемам и срокам выполнения.

Деятельность бизнеса сопровождается различными видами денежных потоков, классификация которых связана с масштабностью обслуживания компании, видам отраслевой принадлежности, направлениям движения. Нередко управленцы прибегают к анализу данных по способу расчета объемов потоков, варианту исчисления сведений во времени, степени достаточности, непрерывности образования и т.д. [3, с. 42].

Анализ денежных средств и управление денежными потоками – одно из приоритетных задач предприятия. Отчет о движении денежных потоков содержит информацию о денежных поступлениях компании и ее денежных выплатах в течение отчетного периода, показывая, как эти денежные потоки связывают конечный остаток денежных средств на балансе со значением на начало периода. Все компании занимаются операционной, инвестиционной и финансовой деятельностью. Эти мероприятия используются в качестве структурных частей отчета о движении денежных средств в соответствии с МСФО и отечественными стандартами бухгалтерского учета [4, с. 45].

Информация об источниках и направлениях использования денежных средств помогает кредиторам, инвесторам и другим пользователям отчетности о движении денежных средств оценить ликвидность компании, платежеспособность и финансовую гибкость.

Компании могут использовать прямой или косвенный метод для представления информации об операционном денежном потоке:

– прямой метод описывает приток операционных денежных средств зависимо от источника (например, денежные средства, полученные от клиентов, денежные средства, полученные от инвестиционного дохода) и отток операционных денежных средств зависимо от направления использования (например, денежные средства, уплаченные поставщикам, денежные средства, уплаченные за использование кредитных ресурсов).

– косвенный метод отображает связь между чистой прибылью и чистым денежным потоком от операционной деятельности путем корректировки чистой прибыли на неденежные изменения и сокращение или увеличение оборотного капитала [5].

денежных это проводился на примере ОАО «Молочный завод «Уссурийский».

В результате проведенного анализа потоков ОАО «Молочный завод «Уссурийский» за 2014 - 2016 гг. можно сделать следующие выводы:

– анализ денежных потоков прямым методом показал что, по с базовым периодом (2014 г.) по денежные потоки, в 2016 г. происходит увеличение на 3620 тыс. руб. (101,05 %). Наблюдается значительное повышение затрат, по сравнению с периодом 2014г., сумма составила 652201 тыс. руб., что на 178603 тыс. руб. превышает 2014г. (473598 тыс. ;

– анализ денежных потоков с помощью косвенного метода расчета показал что, по сравнению с базовым периодом (2014г.) по показателю денежные потоки происходит увеличение на 6134 тыс. руб., (в 2,23 раза). На увеличение показателя повлияло снижение расходов , не связанных с выплатами денежных средств на 3865 тыс. руб., а так же снижение чистой прибыли в 2016г. на -4236 тыс. руб.

– в 2016г. денежные потоки практически по всем видам деятельности выше показателей 2014г., что говорит об положительной тенденции. Снижение происходит по притокам от от инвестиционной деятельности и финансовой деятельности, соотвесно на -20563 тыс. руб. и -40322 тыс. руб. Сальдо денежного потока на конец 2016г. составило 2384тыс. руб., что на 6329 тыс. руб. выше показателя 2014г.

Итак, анализ денежных проводился на примере ОАО «Молочный завод «Уссурийский». Для расчета аналитических показателей использовались следующие методы экономического анализа: метод сравнения, горизонтальный и вертикальный анализ, коэффициентный анализ, факторный анализ.

Анализ денежных потоков с помощью прямого и косвенного методов показал положительную тенденцию за 2016г., так как произогло снижение расходов. Снижение происходит по притокам от от инвестиционной деятельности и финансовой деятельности, однако сальдо денежного потока на конец 2016г. составило 2384тыс. руб., что на 6329 тыс. руб. выше показателя 2014г.

Повышения суммы чистого потока ОАО «Молочный завод «Уссурийский» быть обеспечено за осуществления следующих мероприятий:

- снижения постоянных издержек;
- снижения уровня издержек;
- эффективной налоговой обеспечивающей снижение суммарных налоговых
- осуществления ценовой политики, повышение уровня операционной деятельности;
- метода ускоренной используемых предприятием средств;
- сокращения амортизации используемых нематериальных активов;
- неиспользуемых видов средств и нематериаль активов [6, с. 99].

Список литературы

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности организации: учебник /Г.В. Савицкая.– 6– е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА- М, 2015.– 378 с.
2. Карпова Т.П. Учет, анализ и бюджетирование денежных потоков: учебное пособие/ Т.П. Карпова, В.В. Карпова. – М.: Инфра- М, 2016 – 304 с.
3. Косиняева Н.С. Основные направления оптимизации денежных потоков [Электронный ресурс] / Н.С. Косиняева, А.А. Сидорин // Молодой ученый. – 2016 – №12(116). – С. 42– 44.
4. Ковалева Н.А. Актуализация подходов к применению традиционных методов и приемов финансового анализа организации / Н.А. Ковалева, А.В. Скирта, А.Н. Матвеенко // Современная актуарная наука, страхование и финансы: сборник научных трудов по материалам I Междунар.науч.–практ. Конференции 31 октября 2016 г. Казань: НОО «Профессиональная наука», 2016 – С. 45– 49.
5. Василенко Е.Н. Совершенствование управления денежными потоками [Электронный ресурс] / Е.Н. Василенко// Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.- 2014г. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/.
6. Аверина О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / О.И. Аверина, В.В. Давыдова, Н.И. Лушенкова. – М.: КноРус, 2014. – 432 с.
7. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности организации/ В.В. Ковалев. М.: Проспект, 2014 г.– 424 с.

И.А. Бедрачук, Е.А., Василькова, 2018

УДК 336

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

ПОПОВА КРИСТИНА МИХАЙЛОВНА
Студент
ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

Аннотация: Статья посвящена изучению ключевым моментам системы управления денежными потоками предприятия. Рассмотрено содержание основных этапов политики управления денежными потоками.
Ключевые слова: денежные потоки; управление, политика управления, организация, финансовый поток.

Abstract: The article is devoted to the study of the cash flow management system of an enterprise. The content of the main stages of the cash flow management policy is considered.
Key words: cash flows; management, management policy, organization, financial flow.

Актуальность проблемы управления денежными потоками организаций приобретает особое значение на сегодняшний день. В современных условиях организации самостоятельно выбирают план своего развития. Управления денежными потоками является инструментом, цель которого – достижение контроля деятельности организации. Становится очевидным, что современные модели не удовлетворяют требованиям глобализации мировой экономики. Необходима разработка перспективных форм, способов, инструментов и методов управления широким спектром финансовых потоков.

Денежный поток предприятия - совокупность поступлений и выплат денежных средств, осуществляемые в процессе ведения хозяйственной деятельности и распределенные во времени.

Эффективное управление денежными потоками предприятия - это обеспечение финансового равновесия и финансового профицита (излишка) в процессе развития предприятия путем сбалансирования объемов поступления и расходования денежных средств и их синхронизации во времени.

Классификация существенно позволяет раскрыть факторы и оценить их влияние:

Политика управления денежными потоками является главным планом действий в сфере организации оборота денежных средств компании, обеспечивающее ее устойчивое экономическое развитие. Политика управления денежными потоками фирмы должна строиться и осуществляться в следующей последовательности.

На первом этапе формирования политики стоит произвести учет поступлений и расходования денежных средств, сформировать отчетность. Обеспечение полного и достоверного учета поступлений и расходования денежных средств производится в соответствии с принципом информационной достоверности.

На втором этапе необходимо произвести расчет операционного, производственного и финансового циклов. Операционный цикл представляет собой период с момента закупки сырья и материалов и до получения денег за реализованную продукцию. Финансовый цикл представляет разницу между операционным циклом и периодом обращения кредиторской задолженности. Управление финансовым циклом представляет собой процесс его оптимизации путем сокращения производственного цикла, уменьшения времени оборота дебиторской задолженности и увеличением времени оборота кредиторской задолженности.

На третьем этапе нужно выполнить расчет денежных потоков предприятия в разрезе видов дея-

тельности предприятия. Расчет денежных потоков по видам деятельности производится прямым и косвенным методами.

Таблица 1

Классификация денежных потоков организации

по масштабу обслуживания хозяйственного процесса • организации в целом • отдельных хозяйственных операций • каждого структурного подразделения	по форме осуществления • безналичный • наличный
	по продолжительности • краткосрочный • долгосрочный
по сфере обращения • внешний • внутренний	по достаточности объема денежных средств • избыточный • дефицитный • оптимальный
по предсказуемости • планируемый • непланируемый	по непрерывности формирования: • регулярный: • дискретный
по стабильности временных интервалов формирования • регулярный: • нерегулярный	по оценки во времени • текущий: • будущий

На четвертом этапе необходимо произвести аналитическую обработку информации, расчет показателей, выявлении их взаимозависимостей и взаимосвязей. Существует ряд методов, позволяющих провести комплексный финансовый анализ денежных потоков и получить целостную картину по движению денежных средств на предприятии. Основная цель анализа состоит в определении причин дефицита или избытка денежных средств, источников их поступления и основных направлений расходования.

На пятом этапе необходимо обобщить результаты анализа, выявить резервы. На шестом этапе необходимо произвести планирование денежных потоков предприятия. Далее, на седьмом произвести оптимизацию денежных потоков, ориентированных на конечный результат. И на восьмом - сформировать рекомендаций по повышению эффективности управления денежными потоками. Заключительным этапом является контроль деятельности организации.

Таким образом, управление денежными потоками - это не только важнейший элемент финансовой политики предприятия. От качества и эффективности управления денежными потоками зависит способность предприятия к дальнейшему развитию, достижение предприятием финансово-хозяйственных успехов в перспективе. Для того, чтобы поддержать финансовое равновесие в процессе деятельности организации, повысить степень финансовой и производственной гибкости необходимо придерживаться механизма управления денежными потоками, указанными в статье. Деятельность

предприятия будет эффективна тогда, когда результат по финансовой деятельности фирмы будет иметь положительный результат. В противном случае, если результат отрицательный, руководству предприятия необходимо принять ряд мер для стабилизации ситуации.

Список литературы

1. Бланк И.А. Управление денежными потоками. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2016. - 752 е.;
2. Ермасова, И. Б. Управление денежными потоками компании. / И. Б. Ермасова. – М. : БДЦ-пресс, 2016. – 320 с.
3. Колчина, Н.В. Финансы организаций (предприятий): учебник для вузов. – М.: Юнити-Дана , 2015. – 365 с.
4. Никулина Н. Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Менеджмент организации» / Н.Н. Никулина, Д.В. Суходоев, Н.Д. Эриашвили. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. С. 511
5. Чернов В.А. Финансовая политика организации. / Под ред. М.И. Баканова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 247 с.

© Popova K.M., 2018

УДК 330

РОЛЬ, ЗНАЧЕНИЕ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

МАГОМЕДОВА АСИЯТ ГУСЕНОВНА

Студентка 3 курса
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

Научный руководитель: Саадуева Марина Магомедовна, к.э.н., доцент, экономический факультет

Аннотация: статье рассмотрены основные недостатки и достоинства государственного финансового контроля в Российской Федерации, предложены пути решения проблем оценки его эффективности.
Ключевые слова: государственный финансовый контроль, методы, эффективность, критерии, контрольные органы.

THE ROLE, IMPORTANCE AND EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE STATE FINANCIAL CONTROL IN RUSSIA, PROSPECTS FOR ITS DEVELOPMENT

Magomedova Asiyat Gusenovna

Abstract: the article considers the main disadvantages and advantages of the state financial control in the Russian Federation, the ways of solving the problems of assessing its effectiveness.
Keywords: state financial control, methods, efficiency, criteria, control bodies.

Состояние государственного финансового контроля и пути его совершенствования стали одной из ключевых тем в России. Роль финансов, в частности государственных, играет определяющую роль в становлении и развитии государства. Именно государственные финансы играют важную роль в формировании бюджетов, как федерального, так и уровня субъектов федерации, а также в формировании внебюджетных фондов, финансы государственных унитарных предприятий и государственных учреждений.

Возможности государства по совершенствованию механизмов государственного финансового контроля, прежде всего, определяются общей экономической ситуацией и стоящими перед экономикой задачами. Разумеется, выстраивание стратегических приоритетов возможно только тогда, когда для этого существуют соответствующие ресурсы, позволяющие не просто решать сиюминутные проблемы, а проводить обдуманную долгосрочную политику, направленную на преодоление стоящих перед страной рисков и ограничений развития.

Дальнейшее направление развития финансового контроля определяет финансовая политика государства. Определяются конкретные меры, инструменты, формы, методы эффективной мобилизации распределения и использования финансовых ресурсов с целью выполнения государством своих

функций.

Актуальность темы исследования базируется на определяющей роли государственных финансов в становлении и развитии государства, в большей степени происходит влияние на экономику государства. Благодаря государственному финансовому контролю, собираемость бюджета может, как катастрофически уменьшаться, так и неуклонно расти, что определенно скажется на развитии государства и на его позициях на мировой арене.

Актуальность также вызвана тем, что в РФ отсутствует комплексный, эффективный механизм финансового контроля, недостает организационных и правовых возможностей для должного развития финансового контроля.

Все чаще происходят коррупционные скандалы, которые в первую очередь связаны с хищениями государственных финансов. Также постоянный рост сумм, выявляемых Счетной палатой РФ и Федеральной службой финансово-бюджетного надзора, который также появляется в результате неправомерного и неэффективного использования средств бюджетной системы РФ. Данные проблемы возникают в большей степени из-за отсутствия организации государственного финансового контроля, осуществляемого исполнительной властью, а именно - главными распорядителями бюджетных средств РФ.

В настоящее время, во время неблагоприятной экономической ситуации важно мобилизовать все усилия и создать эффективную систему функционирования государственного финансового контроля. Недостатки лежат, прежде всего, в отсутствии организации эффективного процесса, ответственности государственных контролирующих органов и неэффективности самих мер.

Цель государственного финансового контроля состоит в обеспечении соблюдения бюджетного законодательства и других актов, регламентирующих бюджетные правоотношения.

На сегодняшний день, законодательством регламентировано 4 вида государственного финансового контроля. Такие как: внешний, внутренний, предварительный и последующий. Данные виды распространяются как на государственный финансовый контроль, так и на муниципальный.

Государственный финансовый контроль решает, возможно, важнейшую задачу в жизни государства, и это не только реализация финансовой политики, а в целом создает условия для финансовой стабилизации. А в свою очередь в задачу государства входит активизация государственного финансового контроля. И главным образом активизация проходит путем совершенствования законодательства. В современной нестабильной экономической ситуации роль государственного финансового контроля многократно возрастает. Усложняется система, субъектов контроля становится все больше, финансовые преступления становятся изощреннее, к чему законодательная база не всегда готова.

Одной из проблемных дилемм в сфере государственного финансового контроля является оценка его эффективности. Эффективность контроля подразумевает отношение возмещенного ущерба к затратам на его проведение. Эффективность характеризуется результативностью, действенностью и экономичностью. И на данный момент законодательство не дает критериев оценки результативности, действенности и экономичности.

На практике каждый контролирующий орган создает формулы для оценки. В такой данности невозможно оценивать эффективность, сравнивать все контролирующие органы друг с другом. Отсюда можно сказать, что система финансового контроля не является эффективной. Данная проблема – наиболее актуальная для решения.

Данные проблемы снижают эффективность расходов, что в текущей сложной экономической и геополитической ситуации недопустимо. Проблемы могут усугубить положение и воспрепятствовать дальнейшему развитию экономики. Анализ опыта работы даст толчок в совершенствовании законодательства и всей системы государственного финансового контроля. Осознание ориентиров дальнейшего развития позволят улучшить сферу финансово – бюджетных отношений.

Анализируя опыт зарубежных стран можно сказать, что только создание финансового менеджмента в органах исполнительной власти и как его составная часть финансовый контроль, позволит повысить эффективность и результативность государственных расходов в сфере государственного управления.

Роль финансового контроля приобретает все более важную роль, в связи с этим встает необхо-

димость совершенствования финансового контроля в целях повышения его действенности и эффективности, соответствие достигнутых результатов поставленным целям с учетом временных, трудовых, материальных и иных затрат.

Совершенствование финансового контроля осуществляется по следующим направлениям: создание методологических основ финансового контроля; разделение сфер внешнего и внутреннего контроля; общий подход в классификации, единой терминологии; разграничение полномочий; ответственность за финансовые нарушения.

С целью повышения эффективности расходования бюджетных ресурсов наиболее перспективным курсом совершенствования контроля является переход к аудиту эффективности государственных расходов. Под аудитом понимается деятельность контрольных органов, включающий анализ результативности и экономичности расходования бюджетных ресурсов, оценку потенциала их роста и обоснованности расходования бюджетных средств.

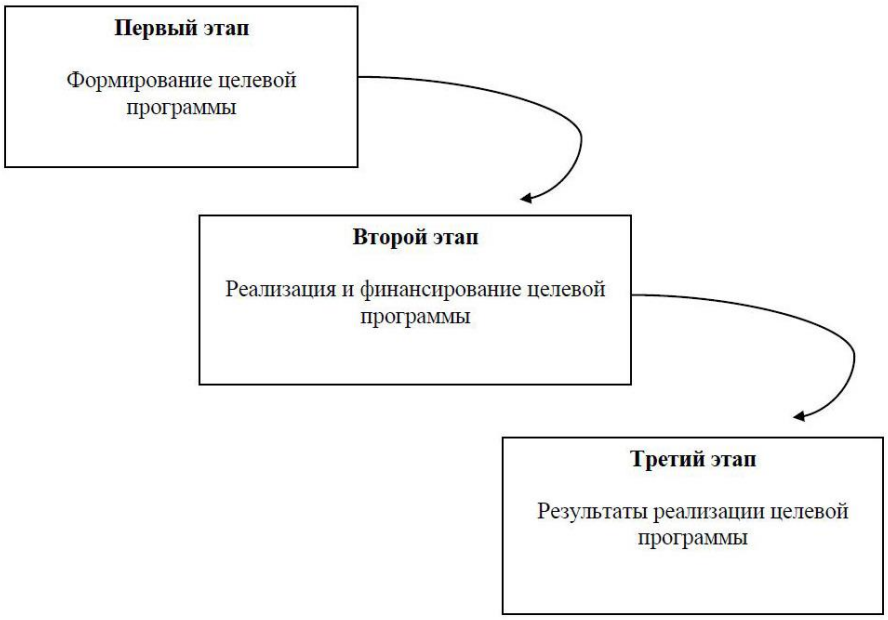


Рис. 1.Этапы государственного финансового контроля за расходами бюджета на реализацию целевых программ

Наиболее важным вопросом в работе контрольно-ревизионных органов является оценка эффективности и результативности. Одним из факторов повышения результативности является снижение затрат. Однако, снижение затрат не всегда является целесообразным.

Также, возможно измерять эффективность по каждому проведенному мероприятию, для этого создаются нормативы. Рекомендуется измерять эффективность по следующим показателям: уровень полноты исполнения функций органами контрольно-счетных палат, уровень автоматизации контрольных функций, уровень своевременности и полноты перечисления бюджетных средств, уровень нецелевых расходов.

Одним из методов, совершенствующих качество работы контрольно-ревизионных органов, является аудит эффективности. Однозначного понятия аудита эффективности нет. Первая точка зрения говорит, что аудит эффективности – это новый совершенный вид контроля, который должен определять результативность бюджетных расходов, а также влияние на социально-экономическое положение государства и отдельных субъектов.

Так или иначе, аудит эффективности является значимым инструментом в реализации государственного финансового контроля. Этот инструмент направлен не только на оценку эффективности, рациональности и экономичности деятельности органов государственной власти, но также и разработку

рекомендаций по устранению нарушений и дальнейшему повышению эффективности расходования бюджетных средств.

Государственный финансовый контроль за программными расходами бюджета начинается с этапа формирования целевой программы и длится вплоть до определения эффекта от ее реализации. Этапы видно на рис. 1.

Необходимость внедрения аудита эффективности очевидна, однако на пути лежит ряд проблем. Во-первых, проблемы понятийного аппарата. Необходимо закрепление базовых понятий. Во-вторых, отсутствие единой концепции государственного финансового контроля. В-третьих, нет утвержденных критериев и показателей оценки эффективности.

Таким образом, на сегодняшний момент государственный финансовый контроль находится на стадии активного реформирования. Нельзя говорить о том, что существующий контроль наиболее эффективный, рациональный и результативный. Но, тем не менее, изменения, происходящие в бюджетном законодательстве, как на федеральном, так и региональном уровне дают положительные результаты. Развитие и эффективность финансового контроля в перспективе находятся в зависимости от формирования новой законодательной базы, которая обеспечит его проведение на принципиально новом уровне, с учетом осуществления Правительством РФ мер по стабилизации и улучшению социально-экономического положения в стране.

Также преимуществом внедрения принципиально новой системы финансового контроля и аудита послужит препятствием для распространения взяточничества, повысит степень информированности общества о мерах по противодействию коррупции. Аудит эффективности позволит не только регистрировать факты коррупции, но и предупреждать их. Поэтому при разработке общегосударственной стратегии борьбы с коррупцией в Российской Федерации принципиальное значение имеют широкое внедрение аудита эффективности как мощного инструмента борьбы с коррупцией и плохим управлением. Это станет возможным в случае совершенствования нормативного регулирования аудита эффективности, исключения противоречивости между нормативно-правовыми документами и методологиями его проведения на федеральном, региональном и муниципальных уровнях.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс РФ [Электронный ресурс]: от 31.07.1998., № 145-ФЗ // Гарант: информационно-правовой портал. – Электрон.дан. – М., 2016. URL: http://www.garant.ru
2. Воронченко Т.П. Совершенствование методики аудита эффективности в системе государственного внутреннего финансового контроля // Государственный аудит. Право. Экономика. – 2016. - № 3. – С.66-81.
3. Гамукин В.В. Финансовые ошибки / В.В. Гамукин // Финансовая аналитика. – 2015. - №12. – С. 15-24.
4. Головина В.А. Методика определения эффективности государственного финансового контроля за расходами федерального бюджета на реализацию целевых программ // Экономическая среда. – 2017. - № 4 (14). – С.160-165.
5. Грязнова А.Г. Финансы / А.Г.Грязнова. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 220 с.
6. Гуляев М.М. Органы внешнего финансового контроля /М.М.Гуляев //Госфинансы. – 2016. - №8. – С. 6-9.
7. Зарипов Р.Р. Финансово-правовые отношения и финансовый контроль // Вестник Чеченского государственного университета. – 2015. - № 4. – С.78-81.
8. Кириченко С.В. Проблемы развития государственного финансового контроля в современных условиях / С.В.Кириченко, Ю.Е.Клишина // Поколение будущего: Взгляд молодых ученых. – 2015. - № 1. – С.147-151.
9. Криволап Л.А. Законодательство и практика реформирования внутреннего государственного и муниципального контроля // Инновационная экономика России. 2015. - № 1. – С.133-139.

10. Кулаев М.О. О проблемах государственного контроля в финансовой сфере / М.О.Кулаев, Е.Е.Нечай // Актуальные проблемы современной науки в 21 веке. – 2016. - № 1. – С.112-115.

11. Михеева О.А. О некоторых проблемах реализации законодательства о государственном финансовом контроле // Юридический вестник Московского государственного университета. – 2016. - № 2. – С.54-60.

12. Салихов З.А. Результативность работы органов финансового контроля / З.А. Салихов // Аудит и финансовый анализ. – 2015. - №2. С. 5-11.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 330

НАЛОГ НА НЕДВИЖИМОСТЬ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

БОРОДИНА ЮЛИЯ ИВАНОВНА
К.э.н., доцент кафедры
НИН ЮРИУ РАНХиГС
ВОРОНОВА АЛИНА АНДРЕЕВНА,
МЯСНИКОВА АЛЁНА СЕРГЕЕВНА
студенты
ЮРИУ РАНХиГС

Аннотация: В статье исследуется опыт налогообложения недвижимости. Особое внимание уделено зарубежному опыту взимания налога на недвижимость. Определены перспективы взимания налога на недвижимость в РФ.
Ключевые слова: налог, налогообложение, налог на недвижимое имущество, налог на недвижимость, земельный налог.

REAL ESTATE TAX: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE

Borodina Yuliya Ivanovna, Voronova Alina Andreevna,
Myasnikova Alena Sergeevna
Abstract: The article examines the experience of real estate taxation. Special attention is paid to the foreign experience of real estate tax collection. The prospects of collection of property tax in the Russian Federation are defined.
Keywords: tax, taxation, real estate tax, real estate tax, land tax.

Взимание налогов с недвижимого имущества граждан является одним из первых фискальных способов изъятия средств населения. В большинстве современных налоговых систем налогообложение недвижимого имущества граждан занимает достойное место и дает возможность эффективно регулировать экономические отношения. Это объясняется тем, что недвижимого имущество в сравнении с другими налогооблагаемыми объектами (доходом, добавленной стоимостью и т.д.) - наиболее стабильный объект налогообложения, так как его практически невозможно скрыть от налогообложения. Также стимулируется более эффективное использование недвижимого имущества. Кроме того, применением налогообложения недвижимости на региональном и местном уровнях значительно повышается значение основных функций налогов - фискальной, регулирующей и контрольной.

Сейчас с развитием института частной собственности в России все больше граждан приобретают в собственность объекты недвижимости: жилые и нежилые помещения, гаражи, дачные дома. В результате вопросы налогообложения недвижимого имущества физических лиц приобретают все большую актуальность. Поступления от налогообложения недвижимого имущества физических лиц являются надежным источником формирования доходной части региональных и местных бюджетов.

Между тем, нужно отметить существующую в современной российской практике недооценку роли и значения поимущественных налогов и налога на недвижимость в частности. Причина этого - относи-

тельно небольшое влияние на налоговую нагрузку в сравнении с налогом на прибыль, НДС, налогом на доходы.

Кроме того, имеет место недостаточная теоретико-методологическая разработанность проблемы налогообложения недвижимости. В научной литературе нет единства в определении четких критериев, определяющих какие виды имущества должны относиться к объектам налогообложения недвижимости, а также не определена система платежей, которые можно отнести к налогообложению недвижимости.

В то же время страны с рыночной экономикой активно используют налог на недвижимость в качестве важнейшей составляющей доходной части государственного бюджета, определен вариант налоговой системы, которая оптимально сочетает интересы государства и интересы налогоплательщиков в сфере налогообложения недвижимости.

Так, в Великобритании налог на недвижимость взимается в рамках налога на имущество, взимаемого с собственников или арендаторов недвижимого имущества. Стоимость налогооблагаемого недвижимого имущества оценивается 1 раз в 10 лет и определяется в виде предполагаемой суммы годового дохода от сдачи данного имущества в аренду.

Такая же ситуация отмечается в Германии, где в понятие налогооблагаемого имущества входит недвижимое и движимое имущество. У физических лиц наряду с недвижимым имуществом обложению подлежат такие виды имущества, как, например, ценные бумаги, а также предметы роскоши (яхты, частные самолеты). Налогооблагаемое имущество переоценивается каждые 3 года. Налог на имущество уплачивается ежегодно. Сумма налога исчисляется равными суммами сразу на 3 будущих года.

В Канаде установлен единый поимущественный налог, вся налоговая база которого - рыночная стоимость земли со всеми находящимися на ней сооружениями. В некоторых канадских штатах имущественный налог взимается также за недвижимое имущество, к которому в Канаде также относятся акции, облигации, проценты по банковским депозитам.

В Дании взимается земельный налог, исчисляемый на основе рыночной стоимости земли, и к нему добавляется налог, исчисляемый из рыночной стоимости находящихся на нем и используемых для коммерческих и административных целей сооружений.

В Японии в качестве налогооблагаемой базы используется рыночная стоимость объекта налогообложения и облагается налогом земля, а также все постройки на ней.

В некоторых странах для расчета налоговой базы используется площадь земельного участка или сооружения не нем, определяемая в квадратных метрах, а затем взимается сумма налога, определяемая за каждый квадратный метр с учетом типа недвижимости. Например, в Нидерландах муниципалитеты могут использовать в качестве налоговой базы площадь или рыночную стоимость объекта недвижимости.

В Австрии на федеральном уровне устанавливается предельная ставка налога на недвижимость, действующая на всей территории страны, а конкретная налоговая ставка определяется советом муниципалитета каждого конкретного города вплоть до ее предельной величины.

В Швейцарии для налогообложения недвижимого имущества действуют две системы, которыми определяется ставка налога на недвижимость: система опционального налога (муниципалитеты самостоятельно определяют размер налоговой ставки, предельная величина которой устанавливается законом кантона о налоге на недвижимость), а также система фиксированного налога (ставка налога зафиксирована законом кантона на всей его территории).

В Бельгии налог на недвижимость рассчитывается на основе предполагаемой арендной платы за объект недвижимости. Установлены национальные налоговые ставки, которые являются дифференцированными в зависимости от двух условий - место нахождения объекта недвижимости и способ ее использования.

Главной особенностью современного правового регулирования налогообложения недвижимости в РФ является то, что налогообложение недвижимости осуществляется в рамках налогообложения имущества физических лиц. Кроме того основной нормативно-правовой акт, регулирующий порядок взимания налогов в Российской Федерации, - Налоговый кодекс Российской Федерации (далее – НК РФ) [2] отношения по исчислению и уплате налога на имущество физических лиц долгое время напря-

мую не регулировал. Нормы НК РФ, посвященные правовой регламентации налогообложения имущества физических лиц, длительный период находились в разработке, а налогообложение имущества физических лиц осуществлялось на основании Закона РФ «О налогах на имущество физических лиц» от 9 декабря 1991 г. №2003-1 [3].

С 2014 года НК РФ (часть втора) содержит главу 32 «налог на имущество физических лиц»[1]. В РФ налог на имущество физических лиц – обязательный налог для всех владельцев недвижимости, которой являются дом, квартира, дача, хозяйственное и прочее строение. Данный налог относится к категории местных. Налоговая база определяется исходя из его кадастровой стоимостью, определенной в государственном кадастре недвижимости. Формирование налоговых ставок производится на основе кадастровой стоимости объектов[4].

Налог на недвижимое имущество сочетает в себе фискальную и регулирующую функции налогов, причем в рыночных условиях значение последней должно преобладать. В связи с этим в нашей стране после установления прогрессивных налоговых ставок по налогу на имущество физических лиц, актуальность приобрели разработки по установлению, так называемого «роскошного» налога, а также налога на недвижимость. Речь идет о внесении изменений в НК РФ, направленных на введение налога на предметы роскоши. В этом случае налогом облагаться будут предметы, не предназначенные для удовлетворения потребностей первой необходимости и обладание которыми традиционно свидетельствует о наличии у владельца крупных доходов.

Действующее налоговое законодательство постоянно изменяется, совершенствуется. Сейчас в сфере имущественного налогообложения РФ проходит реформа, направленная на введение единого введение единого налога на недвижимость, который станет альтернативой большинству действующих имущественных налогов. Налог на недвижимость предполагается как местный налог, который объединил бы два местных налога и один региональный.

Введение налога на недвижимость в России является весьма перспективным. Его главным преимуществом для физических лиц должно стать его взимание на основе принципа справедливого распределения налогового бремени - чем дороже объект недвижимости, тем больше сумма налога. Тем самым тяжесть налогового бремени будет перенесена на более обеспеченные слои населения.

Между тем, большой проблемой сейчас является отсутствие заинтересованности граждан и хозяйствующих субъектов в оформлении своих прав на объекты недвижимости, а также отсутствие у исполнительных органов власти соответствующих инструментов для побуждения к регистрации объектов недвижимости. Данного рода проблема возникает из-за наличия значительных затрат на ведение кадастрового учета объектов недвижимости, а также непрозрачности и сложности процедуры оформления соответствующих документов. Негативное влияние на состояние налоговой базы также оказывает отсутствие обязанности собственника недвижимого имущества оценить принадлежащее ему имущество, т.е. имея информацию о собственнике, налоговый орган не имеет возможности исчислить налог. Следовательно, важнейшими вопросами реформирования налоговой политики в России, касающихся налогообложения недвижимости сейчас является выработка новой методологии налогообложения недвижимости для физических лиц, а также выработка новой методологии налогообложения имущества в зависимости от кадастровой стоимости.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 года №146-ФЗ (часть 1) // Собрание законодательства РФ. 1998. №31. Ст. 3824.
2. Закон «О налогах на имущество физических лиц» от 9 декабря 1991 года №2003-I (утратил силу) // Ведомости Съезда народных депутатов РФ и Верховного Совета РФ. 1992 г. №8. Ст. 363.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 07.03.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2018)
4. Налог на имущество физических лиц на 2018 год [Электронный ресурс] http://bs-life.ru/finansy/nalogy/nalog-na-imushchestvo2013.html (дата обращения: 31.03.2018).

УДК 657.1

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

РОЩИНА ЮЛИЯ ВИКТОРОВНА
к.э.н, доцент
БОЖОК ЮЛИЯ ВИТАЛЬЕВНА
студентка
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского", Институт экономики и управления

Аннотация: В данной статье рассмотрены понятие, состав и структура дебиторской и кредиторской задолженностей, специфика ведения бухгалтерского учета дебиторской и кредиторской задолженностей в соответствии с законодательством РФ.
Ключевые слова: бухгалтерский учет, анализ, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, хозяйственные операции.

ACCOUNTING AND ANALYSIS ACCOUNTS RECEIVABLE AND ACCOUNTS PAYABLE

Roschina Julia Victorovna,
Bozhok Julia Vitalievna

Annotation: this article describes the concept, composition and structure of receivables and payables, the specifics of accounting receivables and payables in accordance with the legislation of the Russian Federation.
Keywords: accounting, analysis, accounts receivable, accounts payable, business transactions.

Финансовые взаимоотношения каждого предприятия с другими предприятиями и организациями включают расчеты с поставщиками, потребителями, строительно-монтажными и автотранспортными организациями, таможней, фирмами зарубежных стран. Организация этих отношений проявляет прямое воздействие на конечные результаты производственной деятельности. Весь спектр контрагентов компаний по совокупности договоров может быть разбит на 2 вида: дебиторы и кредиторы.

Долги компании, образующиеся в следствии своей деятельности, называют дебиторской и кредиторской задолженностями, в зависимости от того, кто именно считается должником.

Рассмотрим понятие дебиторской и кредиторской задолженности. Ю.А. Бабаев и А.Е. Суглобое, дебиторскую и кредиторскую задолженности определяют следующими понятиями. Под дебиторской задолженностью понимают задолженность другого предприятия, работников и физических лиц данного предприятия. Иными словами, это задолженность потребителей за купленную ими продукцию, подотчётных лиц за выданные им под отчёт денежные суммы и др. Организации и лица, которые являются должниками данной организации, называются дебиторами. Кредиторской задолженностью называют задолженность данной организации другим организациям, работникам и лицам, которые называются кредиторами [2, с. 106].

Ф.Н. Филина дебиторскую задолженность определяет, как сумму долгов, причитающихся пред-

приятию, от юридических или физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними, а кредиторскую задолженность как вид обязательств, характеризующих сумму долгов, причитающихся к уплате в пользу других лиц [2, с. 106].

В этих определениях, предложенных авторами, общим является то, что дебиторская задолженность фактически представляет собой часть собственных средств предприятия, а кредиторская задолженность фактически представляет собой часть заемных средств.

Дебиторскую и кредиторскую задолженность по сфере появления можно подразделить на 2 категории:

– задолженность, обусловленная процессами основной деятельности организации;

– задолженность по другим операциям [3, с. 572].

К первой группе относится задолженность покупателей (дебиторская задолженность) и задолженность перед поставщиками (кредиторская задолженность). Структура дебиторской задолженности представлена на рисунке 1.

Рис. 1. Структура дебиторской задолженности

Структура кредиторской задолженности представлена на рисунке 2.

Регулирование бухгалтерского учета дебиторской и кредиторской задолженности содержит в себе 4 ступени, среди которых присутствуют законодательный, нормативный, методический, уровень предприятия.

Рис. 2. Структура кредиторской задолженности

К документам законодательного уровня относятся:

– Гражданский кодекс РФ;

– Федеральный закон от 06.12.2011г № 402 «О бухгалтерском учете».

К документам нормативного уровня относятся:

– Положение по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организаций»;

– Положение по бухгалтерскому учету 9/99 «Доходы организации»;

– Положение по бухгалтерскому учету 10/99 «Расходы организации».

– Положение по бухгалтерскому учету 15/2008 «Учет расходов по займам и кредитам».

В документах методического уровня более подробно излагаются методические основы учета дебиторской и кредиторской задолженности. К документам этого уровня относятся:

– План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций;

– Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств; [1]

Разработка документов уровня предприятия входит только в зону ответственности деятельности компании. При этом обязательным будет выделить, то что содержание подобных документов не обязано противоречить документам более высокого уровня нормативного регулирования. К ним, например, принадлежит рабочий план счетов и учетная стратегия компании, в случае если имеются какие-то единичные аспекты учета дебиторской и кредиторской задолженности, характерные только конкретно для компании.

Заключение

Дебиторская и кредиторская задолженность – неизбежное следствие имеющейся в настоящее время системы валютных расчетов между организациями, при которой постоянно существует несоответствие времени платежа с моментом перехода права собственности на товар, между предъявлением платежных документов к оплате и временем их подлинной оплаты.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской федерации от 30.11.1994 № 51 – ФЗ. – ред. от 29.12.2017// Консультант Плюс. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Бабаев Ю.А., Петров А.М., Мельникова Л.А. Бухгалтерский учет: учебник для бакалавров / под ред. Ю.А.Бабаева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Про- спект, 2013. – 430с.
3. Ахметов И.Г. Молодой ученый: научный журнал / под ред. И.Г. Ахметов. – Казань: ООО «Издательство Молодой ученый», 2015. – 612с.

УДК 657.6

ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ ЗА ОЦЕНКОЙ ГОТОВНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

ДРУЖИНИНА МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

Магистрант
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»

Аннотация: В статье проанализированы задачи строительного надзора и организационное построение строительного контроля. Проведено исследование в отношении особенностей аудита в строительных организациях. анализируется процесс приема заказчиком строительных работ. Заказчик производит приемку объекта на основе результатов проведенных им проверок, контрольных испытаний и измерений, документов исполнителя работ, подтверждающих соответствие принимаемого объекта утвержденному проекту, нормам, правилам и стандартам, а также заключений органов надзора. Дана информация по нормативно-техническим документам в сфере строительного контроля, предложения по его методическому обеспечению. Приводится перечень мер, направленных на повышение управляемости строительного комплекса и его эффективности.
Ключевые слова: готовность строительного объекта, ввод в эксплуатацию, аудиторская проверка, строительно-техническая экспертиза, качество.

ORGANIZATION OF CONTROL OVER THE ASSESSMENT OF READINESS OF CONSTRUCTION SITES

Druzhinina Maria

Abstract: The article analyzes the problems of construction supervision and organizational construction of construction control. A study was conducted on the features of auditing in construction companies. The process of acceptance by the customer of construction works is analyzed. The customer makes acceptance of the object on the basis of the results of his inspections, tests and measurements, the documents of the contractor, confirming the compliance of the accepted object to the approved project, norms, rules and standards, as well as the conclusions of the Supervisory bodies. Information on normative and technical documents in the field of construction control, proposals for its methodological support. The list of measures aimed at improving the manageability of the construction complex and its efficiency is given.
Keywords: readiness of the construction object, commissioning, audit, construction and technical expertise, quality.

Качество строительства – комплексная проблема, заключающаяся в соблюдении требований сводов правил, государственных стандартов всеми участниками строительного процесса: проектировщиками, заказчиками и подрядчиками, что является залогом долговечности и эксплуатационной надежности возведенных зданий и сооружений, их экологической чистоты, безопасности для людей и, в конечном счете, экономичности при эксплуатации. На каждом объекте строительства в процессе монтажа оборудования следует вести общий и специальные журналы производства работ согласно СП 48.13330.2011 и оформлять накопительную документацию.

Аудит в строительстве представляет собой независимую оценку, как финансовых, так и технических показателей, инвестиционного проекта строительства. Данная процедура включает в себя проверку качества строительно-монтажных работ, определение фактической стоимости объекта и реальных

объемов строительства.

Аудиторская проверка в строительных организациях может быть, как инициативной, так и обязательной. Инициативная проводится по решению руководства предприятия, цель которого выявить недостатки в ведении бухгалтерского учета, составлении отчетности, в налогообложении. Обязательная проводится по решению законодательства РФ. Чаще всего, во всех строительных организациях проверка проводится, которая установлена законодательством [1, с. 13].

Строительный контроль осуществляется на основании статьи 53 Градостроительного кодекса РФ и постановления правительства от 21 июня 2010 г. № 468 «О порядке проведения строительного контроля при осуществлении строительства, реконструкции и капитального ремонта объектов капитального строительства» [2, с. 23].

Мониторинг технического состояния зданий и сооружений, отдельных конструкций и конструкционных систем проводится в соответствии с нормативно-техническими документами и представляет собой систему наблюдения и контроля, выполняется по определенной программе для своевременного обнаружения негативного изменения напряженно-деформационного состояния конструкций и грунтов основания, которые могут повлечь переход объекта строительства, реконструкции, капитального ремонта в аварийное состояние.

Система мониторинга готовности к эксплуатации строительного объекта развертывается на объекте капитального строительства и продолжает работать на этапе эксплуатации для осуществления сбора информации о напряженно-деформированном состоянии строительных конструкций в диспетчерском пункте объекта с возможностью передачи информации в соответствующие службы. [3, с. 62]

Во время проверки аудитор проверяет перечень всех необходимых документов. К ним относятся: проектная документация, включающая такие разделы как инженерный, архитектурный, конструктивный и другие; сметная документация; акты — приемки сдачи произведенных работ, которые содержат объемы выполненных работ, а также ресурсы; документы согласно договору, к ним относятся договоры по поставке сырья, оборудования и др.

Сегодня между процессом строительства и полноценной эксплуатацией зданий (сооружений) слабо отрегулирована правопреемственность по обязательствам участников и заинтересованных лиц, включая органы исполнительной власти и местного самоуправления, то есть они, существуют как бы автономно, независимо друг от друга. Положительное решение проблемы «незавершенки» невозможно без надлежащего регулирования вопросов, связанных с обеспечением порядка и организации проведения обследований зданий и сооружений, оценкой их безопасности (надежности, сейсмостойкости и пр.), паспортизацией, решением кадровых проблем (обучения и повышения квалификации специалистов всех уровней), несовершенством правил лицензирования и т.д. [4, с. 36].

Решение готовности объекта должно приниматься только при наличии соответствующих заключений о его техническом состоянии (включая безопасность и соответствие проектных показателей объекта требованиям действующих норм), инвестиционных параметрах и правах третьих лиц. Меры по достройке строительных объектов должны предполагать продажу объекта, либо передачу на инвестиционном конкурсе с целью его завершения. Порядок продажи или передачи объекта определен российским законодательством.

Проведение оценки (технико-экономического обоснования) и технического обследования готовности должно являться обязательным условием для принятия объективного решения о «судьбе» объекта и должно осуществляться при участии специализированных организаций (экспертов), имеющих соответствующее подтверждение соответствия (лицензию) на данный вид деятельности [5, с. 17].

Важным элементом для правильного технико-экономического обоснования мероприятий по контролю готовности объекта (оценки инвестиционных параметров), его ликвидации, а также для определения объема прав участников (сервитута и других обременении) является проведение натурных обследований конструкций, их технического состояния. Отчет (заключение) по результатам обследования должен служить основой для проведения экономической оценки и последующего принятия решения [6, с. 67].

Ответственность организаций, осуществляющих строительный контроль, должна быть застрахована на основе независимой оценки рисков.

В рамках СРО в ближайшее время необходимо реализовать ряд мер, направленных на повышение управляемости строительного комплекса и его эффективности в целом.

Во-первых, в целях улучшения контроля качества строительства и строительных материалов необходимо предусмотреть создание системы независимого строительного контроля, проводимого структурами СРО на базе мониторинга технического состояния зданий и сооружений. [7, с. 63]

В рамках строительного контроля независимые специализированные организации, имеющие допуск на рынок от СРО, должны взять на себя проведение всего комплекса мероприятий по строительному контролю.

Используя успешный опыт развитых стран (например, в Германии основной организацией, работающей в данной сфере с 1872 г., является TUV Rheinland Group), необходимо создать независимую систему строительного контроля, существующую на основе принципов сохранения положительной репутации и страхования ответственности.

Внедрение механизмов независимого строительного контроля не потребует дополнительного финансирования строительства. Поскольку договоры на осуществление независимого строительного контроля будут заключаться между заказчиками-застройщиками и организациями строительного контроля СРО напрямую, в смету подрядчика такие расходы включаться не будут. [8, с. 54]

Реализация строительного аудита, выполняемого в заключительном цикле реализации инвестиционно-строительных проектов позволит получить подробную и достоверную информацию о готовности объекта, позволит руководству выбрать путь исходя из сложившейся ситуации и предпринять необходимые действия. Однако на сегодняшний момент деятельность строительного аудита не регулируется конкретным законом, а значит, нет единого стандарта на выполнение данного исследования (проверки), в связи с чем необходимо принять нормативно-правовой акт, регулирующий эту сферу с учетом специфики отрасли.

Применение строительного аудита позволит государственным органам и коммерческим фирмам, и предприятиям получить качественный проработанный строительный продукт.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 29.03.2002 № 190 «О лицензировании аудиторской деятельности».
2. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ.
3. Мамаева О.А., Ильина М.В. Формирование концепции строительного стоимостного инжиниринга в России // Научное обозрение. 2015. № 9. С. 56-64.
4. Никишина О.В. К вопросу о незавершенном строительстве // Вестник ИрГТУ. 2017. № 2 (30). С. 36–38.
5. Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 № 696 «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности».
6. Абрашитов В.С. Техническая эксплуатация и обследование строительных конструкций: учебное пособие. М.: Изд-во АСВ, 2015. 104 с.
7. Анипченко И.А. Совершенствование системы оценки эффективности управления на разных фазах жизненного цикла строительного предприяти: дис. … к.э.н.: спец. 08.00.05. Ростов-на-Дону, 2014. 160 с.
8. Чудиевич, А.Р. Строительные нормы и правила в структуре специальных знаний судебного эксперта-строителя // Теория и практика судебной экспертизы. 2016. № 4 (16). С. 52-56.

УДК 330

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ АУТСОРСИНГА БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА

КУМРАТОВА КСЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

магистрант
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аннотация: Для четкого функционирования любого предприятия или отрасли в целом, необходимо использовать различные инструменты управления, в частности применение аутсорсинга бухгалтерского и налогового учета, позволяет вовремя выявлять недостатки и корректировать последствия обнаруженных нарушений на предприятии, позволяет оптимизировать деятельность предприятия, сокращать издержки, а также повышает финансовую дисциплину и пресекает злоупотребления в данной сфере. В данной статье рассмотрена практика передачи на аутсорсинг бухгалтерского и налогового учета.
Ключевые слова: аутсорсинг, бухгалтерский учет, налоговый учет, бизнес-процесс, расходы, аудит.

THE EXPEDIENCY OF APPLICATION OF OUTSOURCING ACCOUNTING AND TAX ACCOUNTING

Kumratova Ksenia Aleksandrovna

Abstract: for the accurate functioning of any enterprise or industry as a whole, it is necessary to use various management tools, in particular the use of outsourcing of accounting and tax accounting, allows you to identify shortcomings in time and correct the consequences of violations found in the enterprise, allows you to optimize the activities of the enterprise, reduce costs, and increases financial discipline and This article discusses the practice of outsourcing accounting and tax accounting.
Keywords: outsourcing, accounting, tax accounting, business process, expenses, audit.

На сегодняшний день, тема применения аутсорсинга бухгалтерского и налогового учета и его внедрение на предприятие весьма актуальна, так как для эффективного управления экономикой любого предприятия необходимо внедрение новых инструментов стратегического управления.

Аутсорсинг на сегодня является одним из таких инструментов. [9]

Аутсорсинг – это организационно-экономическое решение о передаче непрофильных бизнес-функций или частей бизнес-процесса компании стороннему подрядчику, которое способствует прозрачности ведения бизнес-процессов, повышения инвестиционной привлекательности и соответственно, повышения конкурентоспособности бизнеса в целом. [1, с. 25]

Основными целями аутсорсинга являются: обеспечение дееспособности компании в долгосрочном периоде; улучшение конкурентоспособности компании на долгосрочной перспективе; обеспечение эффективности и стабильности компании на рынке; увеличение бюджета компании.

При управлении аутсорсингом бизнес-процессов каждое предприятие учитывает свою специфику деятельности.

На сегодняшний день, на аутсорсинг передают многие бизнес-процессы. Бухгалтерский и налоговый учет в России компании не стремятся передавать на аутсорсинг, причиной такого явления явля-

ется недоверие передачи финансовой и налоговой информации сторонним организациям.

Однако бухгалтерский аутсорсинг на сегодняшний день весьма востребован среди иностранных компаний и компаний с иностранным капталом.

Фирмы-аутсорсеры предлагают таким компаниям уже готовые решения, нет необходимости вникать в законодательные и нормативные акты по ведению бухгалтерского и налогового учета, не приходится нанимать дополнительный персонал.

Исследование всех факторов, влияющих на бизнес-процессы предприятия, является одним из важнейших элементов в системе основных показателей, характеризующих аутсорсинг.

Рассмотрим преимущества аутсорсинга бухгалтерского и налогового учета:

- управление дебиторской задолженностью, т.е. взыскание задолженностей покупателей сторонней организаций или агентствами, что несомненно привлечет дополнительные денежные средства на предприятие,

- передача внутреннего аудита, положительной стороной является качественное проведение проверки, при этом предприятие оплачивает только аудиторские проверки, поэтому издержки становятся не постоянными, а переменными, снижаются командировочные расходы, отсутствуют расходы на обучение персонала,

- снижаются затраты на содержание и ведение бухгалтерского учета,

- компания-аутсорсер несет ответственность при сдаче налоговой отчетности, отчетах с внебюджетными фондами при начислении заработной платы, НДФЛ, страховых взносов и т.п.

- упрощает подготовку сдачи отчетности по МСФО [5, с.65]

Однако главным минусом передачи на аутсорсинг бухгалтерский учет – это высокая стоимость оказания услуг. В России на сегодняшний день при нулевом обороте и упрощенной налоговой системе цена на бухгалтерские услуги может варьироваться от 4 до 5 тыс. рублей ежеквартально, при обороте в 10 операций в месяц данная стоимость может увеличиваться до 7 тыс. рублей. Таким образом, не каждая компания способна понести такие издержки. [10]

Также основной проблемой передачи налогового и бухгалтерского учета на аутсорсинг является потеря коммерческой тайны и конфиденциальности предпринимательской информации.

Несмотря на данные минусы, средний и крупный бизнес намного заинтересован в передаче на аутсорсинг бухгалтерского и налогового учета, так как данная услуга снижает дополнительные расходы, связанные с ведением бухгалтерского и налогового учета.

Перед тем как внедрить аутсорсинг в управлении бизнес-процессами предприятия необходимо:

- сформулировать проблему заказчика и зафиксировать желаемый результат документально,
- выявить все преимущества и недостатки применения аутсорсинга на предприятии,
- проанализировать выгодные стороны аутсорсинга,
- определить наличие высококвалифицированного персонала,
- иметь способность оплатить аутсорсинг.

Эффективное управление бизнес-процессами предприятия обуславливает резервы устойчивого развития и доходности компании.

Таким образом, аутсорсинг наиболее подходящий инструмент для управления бизнес-процессов на предприятии, в управлении и ведении бухгалтерского и налогового учета, в реализации стратегии управления предприятия и должен быть включен в систему стратегического управления компанией.

Управление устойчивым развитием деятельности предприятий требует организации процессов управления бизнес-процессами.

Современные условия предпринимательской деятельности в России на практике существенно отличаются от условий в подавляющем большинстве экономически развитых стран.[2, с.69]

Системный подход в управлении бизнес-процессами предприятия позволяет оптимизировать деятельность предприятия, разрешить противоречия между рентабельностью и финансовой устойчивостью компании и увеличить ее стоимость.

Основными преимуществами аутсорсинга при внедрении в управлении предприятием являются: снижение затрат, концентрация руководства и персонала на основном бизнесе, повышение качества и

надежности обслуживания, использование передовых технологий и т.д. Данный вид управления имеет очень большое значение, поскольку контролирует все процессы деятельности предприятия. Действия подобного характера позволяют уменьшить риски на предприятии, однако, к сожалению, аутсорсинг имеет и свои недостатки.

Понятие управления аутсорсингом бизнес-процессов в организациях целесообразно формировать, учитывая одно из самых распространённых определений: сложная, многоаспектная категория, функция управления, то есть это средство и инструмент реализации управленческой политики, а также самоорганизованная деятельность, применяющая специфичные методы, способы и формы реализации.[3, с.98]

Аутсорсинг также взаимосвязан с функциональными подразделениями хозяйствующего субъекта, поэтому выражается в системном управлении как творческий процесс руководителей, акционеров, работников, специалистов.

Зарубежные предприятия активно используют в управлении бизнес-процессами предприятии аутсорсинг. Это позволяет сокращать издержки, выходить на новые рынки сбыта, повышать конкурентоспособность, оптимизировать прибыль и рентабельность.

В России данный вид управления еще не сформирован, по причине недоверия к сторонним организациям.

В России данный вид управления бизнес-процессами предприятия имеет ряд проблем, поэтому внедрение аутсорсинга в отечественных предприятиях еще долго будет сдерживаться. Совершенствование методов управления предприятием заключается в оценке финансовой устойчивости при выборе руководством о применении аутсорсинга на предприятии, что позволяет определить уязвимые места организации в принятии решения об управлении.

Таким образом, аутсорсинг является одним из главных объектов финансового управления компанией. Стабильность и эффективность хозяйственной деятельности компании в значительной степени определены управлением предприятия.

Исходя из преимуществ передачи на аутсорсинг бухгалтерского и налогового учета, следует, что на сегодняшний день для многих компаний данное управление бизнес-процессами компании являются целесообразным. Данный вид управления имеет очень большое значение, поскольку контролирует все процессы деятельности предприятия.

Управление аутсорсингом бизнес-процессов на предприятии позволяет эффективно управлять предприятием, тем самым, повышать финансовую устойчивость компании, ее инвестиционную привлекательность, и как следствие рыночную стоимость компании.

Список литературы

1. Валдайцев С.В. Антикризисное управление на основе инноваций: Учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. – 312 с.
2. Виханский О. С. Стратегическое управление: учеб. / А. С. Виханский. – М: Гардарики, 2014.
3. Герчикова И. Н. Менеджмент: учеб. / И. Н. Герчикова. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015.
4. Кузьмин А. Е. Формирования и функционирования управленческих систем на основе учета фактора риска / А. Е. Кузьмин, // Актуальные проблемы экономики. – 2016. – № 10 (28). – С. 128-142.
5. Крамаренко, Т. В. Корпоративные финансы [Текст]: учебник / Т. В. Крамаренко. — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — 268 с.
6. Лапуста М.Г. Риски в предпринимательской деятельности / Н. Г. Лапуста, Л. Г. Шаршукова. – М.: ИНФРА-М, 2016.
7. Цветков В.А. Проблемы развития российской экономики. / ЭКО. - 2012 - № 4, - С. 30-50.
8. Пикус Г. В. Оценка предпринимательского риска / Г. В. Пикус // Финансы предприятий. – 2014. – № 5. – С. 85-89.
9. Романов В. С. Рискообразующие факторы: характеристика и влияние на риски. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.aup.ru/articles/finance/4.htm
10. Информационное агентство России: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tass.ru/

УДК 349

ОБЩАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

РЕШТО КИРИЛЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ

Студент

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет»

Аннотация: в данной статье рассматривается понятие общей системы налогообложения, рассматриваются плюсы и минусы общей системы налогообложения, указывается перечень обязательных налогов, которые индивидуальный предприниматель должен оплатить

Ключевые слова: вид, налогообложение, индивидуальный предприниматель, плюсы, минусы

GENERAL TAXATION SYSTEM FOR INDIVIDUAL ENTREPRENEURS

Reshto Kirill Aleksandrovich

Abstract: this article discusses the concept of the General system of taxation, discusses the pros and cons of the General system of taxation, specifies a list of mandatory taxes that an individual entrepreneur must pay

Key words: taxation, a sole proprietorship, advantages, disadvantages

Начиная свой бизнес, каждый предприниматель сталкивается с рядом проблем, одной из которых является выбор системы налогообложения, ведь российское налоговое законодательство требует от предпринимателя произвести выбор системы налогообложения еще до начала предпринимательской деятельности [1, с. 36]. Классическим режимом налогообложения для индивидуальных предпринимателей является общая система налогообложения. Открыв налоговый кодекс, начинающий предприниматель найдет различные виды специальных налоговых режимов, каждому из которых отведена специальная глава и в которой дано определение каждого из них. Что же касается общей системы налогообложения, то такое определение в налоговом кодексе отсутствует. Под общей налоговой системой понимается вид налогообложения, при котором организациями в полном объеме ведется бухгалтерский учет и уплачиваются все общие налоги.

Перечень обязательных налогов, которые индивидуальный предприниматель должен оплатить включает в себя:

1. Налог на доходы физических лиц.
2. Налог на добавленную стоимость.
3. Взносы в фонд социального страхования на случай временной нетрудоспособности.
4. Взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний.
5. Взносы в фонд обязательного медицинского страхования.
6. Налог на имущество физлиц.
7. Прочие налоги при необходимости: земельный, транспортный, водный, на добычу полезных ископаемых, акцизы и т.д. [2].

Все индивидуальные предприниматели, которые не перешли на упрощенную систему налогообложения и на единый сельскохозяйственный налог после регистрации в налоговом органе в течение 30-ти дней, являются пользователями общей системы налогообложения [3, с. 205].

Каждый предприниматель в зависимости от вида своей деятельности субъективно для себя выделяет плюсы и минусы каждой из систем налогообложения. Что касается плюсов общей системы налогообложения, то стоит отметить главные из них.

Во-первых, возможность работать с крупными контрагентами. С одной стороны, появляется необходимость в увеличении документации, отчетности, а с другой стороны - возможность работы с крупными и средними компаниями. В связи с тем, что большинство крупных компаний являются плательщиками налога на добавленную стоимость, контрагентов себе они выбирают также работающих на общей системе налогообложения. Таким образом, у предпринимателей на общем режиме существуют большие возможности в привлечении клиентов.

Во-вторых, большим плюсом работы с налогом на добавленную стоимость будет являться возможность принять к вычету сумму указанного бюджетного платежа, которую плательщик перечислил контрагенту. В некоторых случаях это позволяет достичь существенной экономии.

В-третьих, у специальных режимов налогообложения существует ряд ограничений, которые отсутствуют у общей системы налогообложения, а именно: объем выручки, численность работников, размер основных фондов, вид деятельности.

Но у данной системы существует ряд минусов.

Во-первых, сложность расчета налога на добавленную стоимость. Среди всех налоговых платежей его расчет вызывает наибольшие затруднения. У предпринимателя возникает обязанность по проверке контрагентов, тщательной проверке всей входящей первичной документацией, периодической сверке взаиморасчетов по налогу, ведения книги покупок и продаж, составлению и сдаче отчета для инспекции.

Во-вторых, предприниматели подвергаются более частым проверкам со стороны инспекторов.

В-третьих, необходимость передачи отчета по налогу на добавленную стоимость с использованием электронных каналов связи, что связано с определенными финансовыми затратами. С 1 января 2018 года в том случае, если ФНС запрашивает какие-либо пояснения в отношении рассматриваемого фискального платежа, бизнесмен должен также предоставить их в электронном виде по телекоммуникационным каналам связи.

Существует два варианта перехода на общую систему налогообложения: добровольный и автоматический. Согласно п. 6 ст. 346.13 НК РФ [4], добровольно перейти на данную систему возможно только с начала нового календарного года. Для этого необходимо подать в инспекцию федеральной налоговой службы по месту регистрации уведомление до 15 января года, в котором предприниматель хочет применять эту систему. Форма заявления для перехода зависит от того, какой системой налогообложения предприниматель пользовался ранее.

Автоматический переход на общую систему налогообложения происходит в следующих случаях:

1. Индивидуальный предприниматель в течение 30-ти дней с момента регистрации в качестве индивидуального предпринимателя не подал заявление на применение одного из специальных режимов налогообложения.

2. Индивидуальный предприниматель нарушил одно из условий НК РФ, позволяющее не применять общую систему налогообложения, т.е. утратил право применять один из специальных режимов налогообложения.

3. Сумма доходов налогоплательщика по упрощенной системе налогообложения за весь год не может быть больше 150 млн. руб. в 2018 году.

4. Остаточная стоимость активов не должна быть более 150 млн. руб. в 2018 году.

5. Количество работающих на предприятии при использовании режима упрощенной системы налогообложения должно составлять не больше 100 человек.

В этом случае уведомление на переход на общую систему налогообложения подается в течение 15 дней месяца, следующего за кварталом, в котором произошло нарушение специального режима налогообложения.

В завершение исследования можно подвести следующие итоги. Выбор системы налогообложения обуславливается масштабами деятельности индивидуального предпринимателя, видами экономи-

ческой деятельности. Общая система налогообложения является самым тяжёлым налоговым режимом по части уплаты налогов и ведения отчётности. Как правило, общий режим используют те предприниматели и организации, которые по каким-либо причинам не могут пользоваться другими системами налогообложения. Однако если предпринимателю необходимо работать с крупными компаниями, то эта система налогообложения будет выгодным для него вариантом.

Список литературы

1. Гафурова Г.Н. Выбор системы налогообложения // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. — 2013. — №2(164). — С. 36-39.
2. Зверева Н.А., Солодовникова У.Н. Налогообложение малого бизнеса // Научное сообщество студентов XXI столетия экономические науки: сб. ст. по мат. XXVI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11(26). URL: http://sibac.info/archive/economy/11(26).pdf (дата обращения: 01.05.2018)
3. Коркин А.П., Ланшаков А.С. Регистрация индивидуальных предпринимателей: проблемы, ошибки и способы их преодоления // Материалы X Научно-практической конференции "Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации". — Пенза : Наука и просвещение, 2018. — С. 204-206.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : 31.07.1998 N-146 ФЗ (ред. от 19.02.2018) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2017. – Доступ из локальной сети Науч. б–ки Том. гос. ун–та.

© К.А. Решто, 2018

УДК 330

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

ХОГОЕВА ИЯ ПЕТРОВНА
канд. экон. наук, доц.
ИГНАТОВА ЕЛЕНА ОЛЕГОВНА
Студент
ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления»

Аннотация: В статье рассматривается значение анализа активов организации. Раскрыты сущность, содержание активов организации и принципы их формирования. Показано применение системного подхода к экономическому анализу активов хозяйствующего субъекта, исследована структура методики комплексного анализа активов организации.
Ключевые слова: методика, активы, принципы, система, подход, анализ.

THEORETICAL ASPECTS OF THE METHODOLOGY OF ANALYSIS OF ENTERPRISE ASSETS

Hogoeva I.P.,
Ignatova E.O.

Abstract: The article discusses the importance of the analysis of the organization's assets. The essence, the content of the organization's assets and the principles of their formation are disclosed. The application of the system approach to the economic analysis of the assets of an economic entity is shown, the structure of the method of complex analysis of the assets of the organization is investigated.
Key words: methodology, assets, principles, system, approach, analysis.

Для эффективного развития предприятия необходимо рациональное использование и управление всеми имеющимися ресурсами. Одну из наиболее важных ролей играет умение управлять активами предприятия, так как от этого зависит развитие производства в целом, а также получение максимальной прибыли при ограниченности ресурсов и повышение конкурентоспособности предприятия. Одним из важных элементов эффективного управления активами предприятия является анализ его финансового состояния. Для достижения значительных результатов деятельности предприятия, нужно отслеживать и анализировать состав, динамику и степень использования активов, что предопределяет актуальность и повышает роль анализа активов в принятии экономических решений по улучшению финансового состояния предприятия.

Если рассматривать терминологию активов предприятия, то можно заметить, что каждый автор подходит к данному вопросу с разной точки зрения. Например, Котова Н.Н. использует такую трактовку активов предприятия, как: «Активы предприятия – это совокупность его имущества и денежных средств» [1, с. 30]. Ендовицкий Д.А. рассматривает иную трактовку определения активов: « Активы предприятия – это экономические ресурсы предприятия, представленные в форме совокупных имущественных ценностей, находящиеся в хозяйственной деятельности с целью получения прибыли» [2, с. 3]. Он не выделяет из имущества денежные средства, что исходя из классификации активов, сложившейся на практике, считается верным. Активы предприятия, как известно, традиционно делят на две

группы: внеоборотные активы и оборотные активы.

Одной из основных целей формирования активов предприятия, предполагается выявление и удовлетворение потребностей в отдельных их видах для обеспечения операционного процесса, а также оптимизации их состава для обеспечения условий эффективной хозяйственной деятельности.

Исходя из данной цели, Бланк И.А., основываясь на работе Мертона Р., предполагает, что процесс формирования активов предприятия состоит из следующих принципов [3, с. 30].:

1. Учет ближайших перспектив развития операционной деятельности и форм ее диверсификации;
2. Обеспечение соответствия объема и структуры нормируемых активов, объему и структуре производства и сбыта продукции;
3. Обеспечение оптимального состава активов с позицией эффективности хозяйственной деятельности;
4. Обеспечение условий ускорения оборота активов в процессе их использования;
5. Выбор наиболее прогрессивных видов активов с позицией обеспечения роста рыночной стоимости предприятия.

Принцип системности представляет экономический анализ активов в качестве единого целого – системы, охватывающей в себе логически взаимосвязанные составные элементы более низкого порядка и в то же время являющейся неотъемлемой частью системы более высокого уровня, в которой экономический анализ активов взаимодействует с другими экономическими подсистемами. Рассмотрение экономического анализа активов в качестве системы, исследование его логической целостности и выявление многообразных типов связей внутри этого объекта лежат в основе системного подхода как одного из направлений методологии научного познания.

Необходимость использования системного подхода к анализу активов, прежде всего, возникает в тех случая когда: решение проблемы предусматривает увязку различных целей со множеством возможных альтернатив их достижения; принимаются решения в условиях риска и неопределенности; требуется обоснование долгосрочных управленческих решений (более 1 года). [2, с.6].

Экономический анализ активов может быть представлен, с одной стороны, как неотъемлемая часть системы более высоко уровня – комплексного экономического анализа, с другой стороны, как целостная система, обладающая собственной внутренней структурой. Такое системное понимание анализа активов позволяет выстроить иерархическую конструкцию методики анализа.

Для достижения комплексности экономического анализа активов необходимо соблюдение следующих условий: формулирование единой цели, полнота и всесторонность анализа. Структура методики комплексного экономического анализа активов предприятия систематизирует всю входящую информацию о наличии потребности инвестирования в различные элементы активов организации. В ходе анализа выявляют существование слабых звеньев на предприятии, а также наличие перспективных возможностей улучшения какого-либо из элементов активов организации.

Изучение работ по теории экономического анализа позволяет констатировать, что сложилась последовательность выполнения аналитических исследований, которая признается целесообразной с точки зрения теории и практики анализа деятельности предприятия. Суть ее в выделении этапов, составляющих структуру методики комплексного анализа хозяйственной деятельности, в том анализа активов организации.

На начальном этапе - уточняются объекты, цель и задачи анализа, составляется план аналитической работы. Далее разрабатывается система синтетических и аналитических показателей, с помощью которых характеризуется объект анализа. Следующим этапом является, сбор и подготовка к анализу необходимой информации (проверяется ее точность, проводится в сопоставимый вид и т.д.). После того как необходимая информацию собрана, проводится сравнение фактических результатов хозяйствования с показателями плана отчетного года, фактическими данными прошлых лет, с достижениями ведущих предприятий, отрасли в целом и т.д. Затем, выполняется факторный анализ: выделяются факторы и определяется их влияние на результат. И на заключительном этапе дается оценка результатов хозяйствования с учётом действия различных факторов и выявленных неиспользованных

резервов, разрабатываются мероприятия по их использованию.

Среди структур методик комплексного экономического анализа активов хозяйствующего субъекта, привлекает внимание структура, представленная следующими разделами: программно-целевой; информационно-правовой; организационно-управленческий; расчетно-аналитический; оценочно-интерпретационный и контрольно-корректировочный раздел [2, с. 30]. Данная методика отвечает не только на методические вопросы, как и в какой последовательности проводить анализ активов организации, но и раскрывает условия применения методики и ее соответствие корпоративным стандартам, место объекта исследования в основных бизнес-процессах, описание используемых в анализе компьютерных программных продуктов и др. Не останавливаясь на всех разделах, достаточно представить контрольно - корректировочный раздел, включающий раскрытие следующих процедур: механизм контроля соответствия качества аналитических работ требованиям управления; механизм счетной проверки достоверности и объективности расчетов; описание условий внесения корректировок в различные разделы методики; процедуры внесения изменений в содержание методики.

Усовершенствование инструментария научного исследования имеет очень большое значение и является основой успеха и эффективности аналитической работы любого предприятия.

Список литературы

1. Котова Н.Н. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. – Челябинск: Учебное пособие, 2016.- 90с.
2. Ендовицкий Д.А. Системный подход к экономическому анализу активов хозяйствующего субъекта// Экономический анализ: теория и практика. – 2009. - № 15. – С.1 – 10.
3. Бланк И.А. Финансовый менеджмент.- К.: Учебное пособие.-2004.-656с.

© И.П.Хогоева, Е.О.Игнатова, 2018

УДК 336.226

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДОТОВ НИКИТА ОЛЕГОВИЧ

Студент
Института юстиции ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия»

Аннотация: Важность налогообложения для существования государства бесспорна. Особый интерес представляют косвенные налоги, играющие основную роль в формировании бюджета страны. В статье рассматриваются вопросы, связанные с косвенным налогообложением, его правовым регулированием, возникающими проблемами в процессе установления и сбора налогов.
Ключевые слова: косвенный налог, налогообложение, фискальная политика, акциз, налог на добавленную стоимость, налогоплательщики

PECULIARITIES OF LEGAL REGULATION OF INDIRECT TAXES IN THE RUSSIAN FEDERATION

Fedotov Nikita Olegovich

Abstract: The importance of the taxation for the existence of the state is indisputable. Of particular interest are the indirect taxes that play a major role in the formation of the country's budget. The article deals with issues related to indirect taxation, its legal regulation, emerging problems in the process of establishing and collecting taxes.
Key words: indirect tax, taxation, fiscal policy, excise tax, value added tax, taxpayers

Налогообложение представляет собой урегулированную законодательством особую процедуру установления, введения и взимания налогов и сборов. Эта процедура является важнейшей составляющей в функционировании государства, формировании бюджета и финансовой политики в целом [8,с.189-189]. В Российской Федерации эта деятельность регламентируется Конституцией РФ [1] и законодательством о налогах и сборах, а именно Налоговым кодексом РФ [2] (далее – НК РФ). Согласно общей классификации налоги в России делятся на прямые и косвенные. Прямое налогообложение охватывает собой любые доходы и имущество физических лиц и организаций. В качестве примеров прямого налога можно привести налог на доходы физических лиц (далее – НДФЛ), налог на прибыль организаций и др. Со статусом таких платежей не возникает особых затруднений на практике. А вот институт косвенного налогообложения является предметом спора в научной среде. Поэтому данный аспект налогового права представляется нам актуальным и требующим рассмотрения.

Если обратиться к истории, появление косвенных налогов связано с правлением Ивана III, который после свержения монголо–татарского ига ввёл в России акцизы и пошлины. Фискальная политика российского государства 18–19 веков отличалась активным взиманием таких налогов. Это подтверждается тем, что они составляли 42% доходов всей казны [4,с.91-92]. Проанализировав ход развития косвенного налогообложения, можно понять, что оно не утратило своего значения и в настоящее время. Так, сегодня косвенный налог – это налог, устанавливаемый в качестве надбавки к цене товара, рабо-

ты или услуги. В законодательстве выделяется два вида таких налогов: налог на добавленную стоимость (далее – НДС) и акцизы. Эти налоги наделены единственной функцией – фискальной, поэтому играют ключевую роль в формировании бюджета [6,с.156]. Формально считается, что государство взимает данные платежи с предпринимателей деятельности, однако на практике этот налог уплачивают третьи лица, в большинстве своем рядовые потребители товаров и услуг.

Анализируя текущую практику можно выделить ряд проблем, связанных с противоречивым статусом косвенного налога. Во–первых, многие учёные сегодня критично относятся к НДС, который, по их мнению, является основным сдерживающим фактором экономического роста [5,с.4]. В качестве решения этой проблемы предлагается заменить НДС на налог с продаж, где объектом налогообложения должно стать конечное потребление и расходы, не связанные с затратами на производство. В результате исследований было установлено, что такое решение будет спорным, поскольку экономика может быть не готова к таким переменам, также необходимо предусмотреть потери в бюджете при возможном переходе на новый налог [7].

Во–вторых, в Российской Федерации, как и в других зарубежных странах существует практика ежегодного увеличения акцизов. В этот перечень входят различные виды спиртных напитков, табачных изделий, топлива и пр. Так, например, к 2019 году налоговая ставка на табак будет увеличена с 2 772 рублей за 1 кг до 3 050 рублей. В список подакцизных товаров отныне включены электронные сигареты и ряд других товаров [3]. Несомненно, такие действия органов власти можно назвать вынужденными в условиях нестабильной экономической ситуации в стране и попытками сократить чрезмерное употребление алкогольной и табачной продукции на территории России, однако подобные решения должны быть крайне осторожными, чтобы они не нарушать права отдельных граждан.

В–третьих, стоит сказать о неясном статусе налогоплательщиков косвенных налогов. Статья 143 Налогового кодекса РФ закрепляет, что плательщиками НДС признаются организации, индивидуальные предприниматели, а также лица, признаваемые налогоплательщиками налога на добавленную стоимость в связи с перемещением товаров через таможенную границу. Однако исходя из практики, данный налог, как уже упоминалось, направлен исключительно на третьих лиц, граждан, потребляющих товары и услуги. Думается, данная норма подлежит конкретизации посредством включения в перечень налогоплательщиков еще одной категории – третьих лиц.

В заключение необходимо отметить, что косвенные налоги занимают важное место в системе налогов и сборов РФ, поскольку являются основной составляющей формирования бюджетной системы. Тем не менее, существует ряд проблем, связанных с ними. В условиях жесткой конкуренции на международном пространстве, в целях развития экономики Российского государства целесообразно сосредоточить внимание на устранении существующих недостатков, так как от этого зависит эффективность проводимой налоговой политики.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6–ФКЗ, от 30.12.2008 № 7–ФКЗ, от 05.02.2014 № 2–ФКЗ, от 21.07.2014 № 11–ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.
2. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 5 августа 2000 г. № 117–ФЗ (ред. от 23.04.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.05.2018) // Собрание законодательства РФ. – 2000. – № 32. – Ст. 3340; 2018. – Российская газета. – № 88.
3. Госдума окончательно подняла акцизы на алкоголь, табак и топливо // Российская газета URL: https://rg.ru/2016/11/18/gosduma–okonchatelno–podniala–akcizy–na–alkogol–tabak–i–toplivo.html (дата обращения: 27.04.2018).
4. Кадерова Н.И. Исторический аспект развития косвенного налогообложения в России // Вестник Саратовского государственного социально–экономического университета. – 2014. – С. 91–94.
5. Мазий В. В., Сенников А. С. Современные проблемы администрирования налога на добавленную стоимость и возможные пути их решения // Инженерный вестник Дона. – 2017. – №2. – С. 1–8.

6. Мищенко В.В., Мищенко Л.А. Проблемы косвенного налогообложения и возможные пути их решения // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2014. – С. 154–157.

7. НДС или налог с продаж: доводы "за" и "против" // Российский налоговый портал URL: http://taxpravo.ru/analitika/statya–71041–nds_ili_nalog_s_prodaj_dovodyi_za_i_protiv (дата обращения: 03.05.2018).

8. Попов В.В. Налоговые полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации // Вестник Саратовской государственной академии права. 2010. № 1 (71). С. 186–189.

© Н.О. Федотов, 2018

УДК 330

АКЦИЗЫ НА ОТДЕЛЬНЫЕ ВИДЫ ТОВАРОВ, ДЕЙСТВУЮЩИЙ МЕХАНИЗМ ИСЧИСЛЕНИЯ И УПЛАТЫ, НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

АБДУРАХМАНОВА ПАТИМАТ АЛИЕВНА,
МАСЛОВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА
студенты
ЮРИУ РАНХиГС

Научный руководитель: Бородина Юлия Ивановна
к.э.н. доц. кафедры н. и н. ЮРИУ РАНХиГС

Аннотация. В статье проводится анализ действующего в РФ механизма исчисления и уплаты акцизов на отдельные виды товаров. Также особое внимание уделяется рассмотрению выявлению основных проблем акцизного налогообложения. Определены основные совершенствования механизма исчисления и уплаты акцизов.
Ключевые слова: налог, налогообложение, косвенное налогообложение, акциз, акцизная пошлина

THE EXCISE TAX ON CERTAIN TYPES OF GOODS, THE EXISTING MECHANISM OF CALCULATION AND PAYMENT, DIRECTIONS OF ITS IMPROVEMENT

Abdurahmanova Patimat Alievna,
Maslova Mariya Olegovna

Abstrakt: The article analyzes the mechanism of calculation and payment of excises on certain types of goods. Special attention is also paid to the identification of the main problems of excise taxation. The main improvements of the mechanism of calculation and payment of excises are defined.
Key Words: tax, taxation, indirect taxation, excise, excise duty.

Акциз является наиболее распространенным в современной российской налоговой практике (наряду с НДС) видом косвенного налогообложения. Акцизами облагаются товары массового потребления, а также высокодоходные товары.

Акцизы как федеральный косвенный налог является важнейшим источником формирования государственного бюджета. В 2016 году акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории РФ составили 1293,9 млрд. руб. или 8,9% консолидированного бюджета, 632,2 млрд. руб. или 9,12% федерального бюджета, 661,7 млрд. руб. или 8,76% консолидированных бюджетов субъектов РФ [1]. В 2017 году общая сумма взысканных акцизов по подакцизным товарам (продукции) составила 1521,3 млрд. руб. или 8,77% консолидированного бюджета, 909,6 млрд. руб. или 9,93% феде-

рального бюджета, 611,7 млрд. руб. или 7,48% консолидированных бюджетов субъектов РФ [2]. Наибольшее значение в структуре акцизных платежей имеют акцизы табачную продукцию - 573,3 млрд. руб. или 37,68%.

Механизм исчисления акциза достаточно прост - акциз включается в стоимость товара. Акциз уплачивается покупателем товара, который является его плательщиком. Акциз взимается с юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, лиц, осуществляющих перевозку продукции через таможенную границу

Акциз существенно отличается от другого косвенного налога - НДС – тем, что взыскание акциза происходит только один раз – «на исходной стадии по выходу продукта из производства. При перепродаже продукт, согласно которому акцизная пошлина была уже раннее оплачена, снова акцизом не облагается» [3, с. 58-64].

Ставки акциза находятся в зависимости от вида подакцизного товаров. Согласно пункту 1 статьи 181 НК РФ подакцизными товарами в РФ являются этиловый спирт; спиртосодержащая и алкогольная продукция; пиво; табачные изделия; мотоциклы и автомобили; бензин, дизтопливо; моторные масла; печное топливо; авиационный керосин; природный газ.

Существуют три основных типа акцизов, которые наряду с традиционной фискальной выполняют социальные функции. Во первых, классические акцизы, которые устанавливаются на спиртное и табачные изделия. Социальная цель их взимания очевидна - ограничение употребления вредоносных для здоровья товаров. Во-вторых, акцизы на горюче-смазочные материалы. Они являются своеобразным платежом за пользование автодорогами. В-третьих, акцизы на люксовые продукты – выполняют функцию своеобразного налога на роскошь, который в РФ отсутствует.

Акцизы являются одним из элементов формирования цены на товар. В частности, акцизы составляют 20% от цен на бензин (рисунок 1).

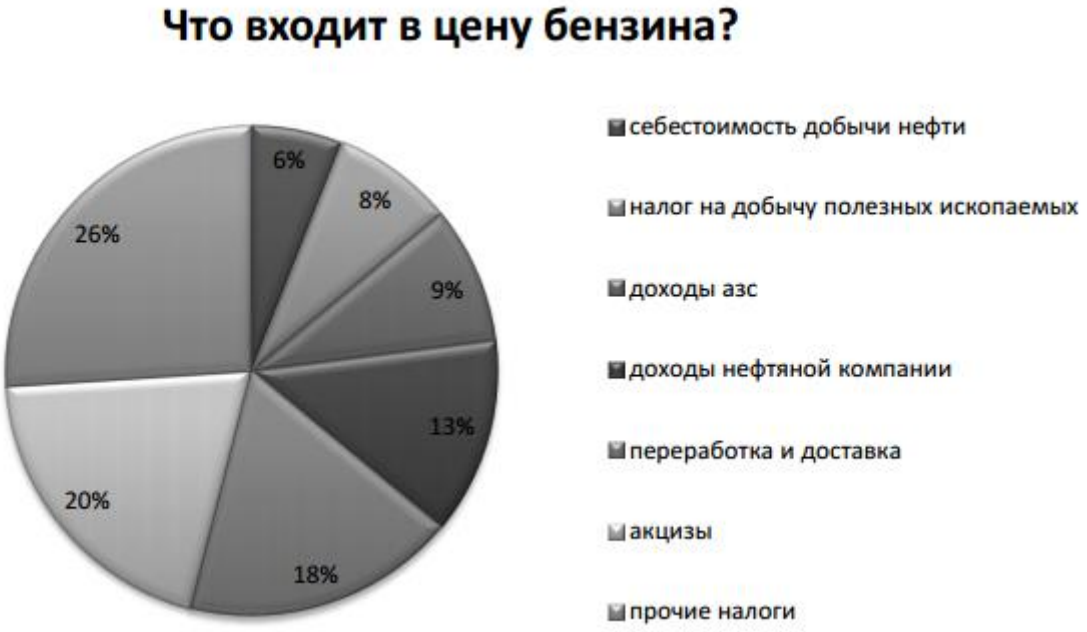


Рис.1. Элементы формирования цены на бензин [4, с. 18-20]

Главная претензия к акцизам состоит в том, что акцизы, являясь элементом формирования цен на товары, влияют на инфляцию, существенно ускоряя ее рост. Как справедливо отмечает Е.П. Огородникова, акцизы «выступают своего рода прожекторами изменения цен на определенные виды продукции». В частности, с 1 апреля 2016 года в России ставка акциза на бензин выросла на 2 рубля за литр, на дизельное топливо - на 1 рубль за литр. По мнению специалистов, рост ставки акциза на бензин приведет к росту розничных цен на него на 6,5-7%, а рост общей инфляции составит 0,3-0,4 пп [5, с. 81-84].

Рост акцизов оказывает прямое и косвенное влияние на общий уровень цен в экономике. Прямое влияние состоит в том, что цены на подакцизные товары непосредственно входят в индекс потребительских цен (ИПЦ), существенно увеличивая его. Косвенное влияние роста акцизов состоит в увеличении издержек производителей подакцизных товаров и розничных сетей. В связи с этим возникает необходимость в совершенствовании общего механизма исчисления и уплаты акцизов в РФ.

Обратимся к зарубежному опыту. Можно выделить два основных признака, по которым отбираются подакцизные товары за рубежом. Ими являются товары массового потребления с низкой эластичностью спроса по цене (сахар, соль, бензин и др.) или товары ограниченного спроса, например, ювелирные изделия, меха.

Чаще всего применяются акцизные ставки двух видов: адвалорные (в качестве отношения к стоимости подакцизного товара, выраженного в процентах (налоговые ставки) или в качестве абсолютного стоимостного выражения на определённую единицу измерения (например, в США на 1 галлон бензина и т.п.).

В современных условиях российской экономики (кризисные явления в экономики страны, введенные против РФ экономические санкции, постоянный рост инфляции, зависимость экономики от цен на нефть, необходимость импортозамещения и ряд других) товары массового потребления косвенному налогообложению подвергаться не должны. Акцизы по действующим сейчас ставка должны устанавливаться на товары ограниченного спроса (товары класса «люкс»), а также на алкогольные и табачные изделия. Тем, самым акцизы будут выполнять функции налога «на роскошь». В отношении товаров массового потребления акцизные пошлины взиматься не должны. Отмена акцизов на товары массового потребления будет способствовать росту производства, а также эффективной реализации процессов импортозамещения в нашей стране.

Список литературы

1. Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей, администрируемых Федеральной налоговой службой, в консолидированный бюджет Российской Федерации http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/fin23.docx.
2. Налоговая статистика (по данным Федеральной налоговой службы) http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_01/IssWWW.exe/Stg/d01/2-6-1-2.doc.
3. Исаенкова Л.Ю., Хаметова А.Р. Акцизы на алкогольную продукцию // Матрица научного познания. 2017. №11. С. 58-64.
4. Шамшиева Т.Ш., Власова Е.Ю. Акциза на бензин в России // Научно-образовательный потенциал молодежи в решении актуальных проблем XXI века. 2017. №8. С. 18-20.
5. Огородникова Е.П. Акцизы, и их влияние на рост цен // Аграрный вестник Верхневолжья. 2017. №3 (20). С. 81-84.

УДК 657.24

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СМЕТЫ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ АДВОКАТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ФИНТИСОВ МИХАИЛ ИГОРЕВИЧ

Магистрант
ФГБОУ ВО «Ростовский Государственный Экономический Университет (РИНХ)»

Аннотация статьи: в статье рассмотрены особенности формирования сметы доходов и расходов адвокатского образования и основные этапы разработки. Так же, в статье даны определения самостоятельного баланса и сметы. Этапы разработки сметы доходов и расходов, влияние показателей на принятия ключевых решений при разработке сметы. Представлен примерный перечень расходов адвокатов, которые могут быть включены в смету расходов.
Ключевые слова: смета, доходы, расходы, адвокаты, влияние.

FEATURES OF FORMATION OF THE INCOME AND EXPENSES OF LAWYER FORMATION

Fintisov Mikhail Igorevich

Abstract: the article describes the features of the formation of estimates of income and expenditure of legal education and the main stages of development. Also, the article gives the definition of self-balance and estimates. Stages of development of income and expenditure estimates, impact of indicators on key decision-making in the development of estimates. An indicative list of defence counsel costs that may be included in the cost estimates is provided.
Key words: estimate, income, expenses, lawyers, influence.

Формирование сметы доходов и расходов в адвокатских образованиях позволяет запланировать бюджет на предстоящий период. Этот документ является обязательным для осуществления нормальной, бесперебойной деятельности адвокатских образований.

Согласно статье 13 № 7-ФЗ от 12.01.1996 «О некоммерческих организациях» некоммерческая организация должна иметь самостоятельный баланс и (или) смету.[2]

Важно понимать, что самостоятельный баланс и бухгалтерский баланс — это несвязанные понятия. Самостоятельный баланс юридического лица и отдельный баланс отделения организации — понятия из сферы планирования деятельности. Самостоятельный баланс предполагает наличие у организации обособленного имущества в достаточном количестве, чтобы удовлетворять текущие обязательства. Речь идет об определенном количестве доходов, необходимом для произведения определенного количества расходов, т.е., по сути, это и есть бюджет или смета.

Адвокатские образования обязаны утверждать смету (бюджет/финансовый план). В законодательстве нет жесткого требования о том, что должна иметь организация — смету или бюджет, но для составления каждого их этих документов необходимо понимать, в чем состоят их различия.

Смета — это расчет затрат на деятельность, мероприятие, процесс, проект, программу. При этом следует иметь в виду, что когда мы говорим о смете доходов и расходов, то речь идет. В настоящее

время отсутствует документ, прямо обязывающий некоммерческие организации, которые состоят на учете в налоговом органе и представляют бухгалтерскую отчетность, составлять смету доходов и расходов. [3, с.12]

Смета представляет собой официальный финансовый документ, в котором постатейно отражены все виды доходов и расходов организации за определенный период времени. Как правило, смета составляется на год. При необходимости смету можно формировать поквартально или помесячно. Следует иметь в виду, что при формировании сметы доходов и расходов адвокатского образования, доходы и расходы адвокатов, связанные с осуществлением адвокатской деятельно не включаются в состав сметы.

Так как адвокатские образования финансируются за счет отчислений адвокатов, составление сметы в адвокатском образовании необходимо для определения размера отчислений адвокатов на финансирование расходов, связанных с содержанием адвокатского образования.

Смета доходов и расходов утверждается собранием (конференцией) членов адвокатского образования. В соответствии с утвержденной сметой определяется размер отчислений адвокатов содержание адвокатского образования. Каждая строка сметы должна быть подтверждена соответствующим расчетом или оправдательным документом.

В доходной части сметы отражаются все ожидаемые статьи доходов в текущем отчетном году. Если Уставом адвокатского образования предусмотрены вступительные взносы, то они обязательно должны быть отражены в доходной части сметы.

В связи с тем, что требования к составлению сметы доходов расходов законодательно не определены, адвокатские образования самостоятельно определяют перечень статей расходов, направленных на содержание адвокатского образования и планируют свои расходы исходя из необходимости осуществления таких расходов и их экономической целесообразности.

Так как адвокатские образования создают условия труда для адвокатов, то при составлении сметы следует учесть все расходные статьи, связанные с деятельностью адвокатского образования и адвокатов. Такими расходами адвокатского образования могут быть:

- заработная плата руководителя (ей) адвокатского образования ;
- заработная плата персонала адвокатского образования;
- оплата труда помощников и стажеров адвокатов;
- зарплатные налоги;
- расходы на аренду и эксплуатацию помещения;
- почтово-телеграфные расходы;
- оплата за телефон и междугородние переговоры;
- канцелярские расходы;
- расходы на обеспечение безопасности организации;
- командировочные расходы персонала;
- текущий ремонт помещения;
- банковские услуги;
- прочие.

Если смета адвокатского образования составляется на год, то в смету желательно заложить в качестве переходящего остатка На следующий год сумму, равную сумме расходов января месяца следующего года, так как у адвокатского образования в начале января должны быть средства для оплаты необходимых расходов, предусмотренных договорами с поставщиками (услуги банка, аренда помещения, оплата поставки электроэнергии, коммунальных услуг и пр.) Как правило, оплата таких услуг производится в первых числах месяца. Отсутствие на начало года денежных средств на расчетном счете не позволит адвокатскому образованию произвести оплату по счетам в соответствии с условиями договора.

По окончании периода, на который была утверждена смета, составляется отчет об исполнении сметы или исполнительная смета последующим утверждением на собрании (конференции) членов адвокатского образования. При необходимости адвокатское образование в течение года может пере-

сматривать или корректировать смету, соблюдая при этом предусмотренные формальности.

Адвокатские образования должны расходовать свои средства только нате цели, которые предусмотрены сметой, т.е. по целевому назначению. В случае использования средств на цели, не предусмотренные сметой, т.е. не по целевому назначению, такие средства считаться внереализационными (прочими) доходами адвокатского образования и должны включаться в налогооблагаемую базу для исчисления налога на прибыль на общих основаниях.

Основные этапы разработки сметы включают:

1) ознакомление с результатами стратегического планирования. Необходимо понять общую стратегию и выбранные приоритетные направления деятельности на конкретный период.

2) формулирование предположений и гипотез о состоянии экономики, тенденциях развития некоммерческого сектора в целом;

3) расчет ожидаемых источников финансирования;

4) оценку программных и административных расходов;

5) оценку денежных потоков;

6) прогнозирование дефицита или экономии бюджета.[3, с.14]

Как правило, в адвокатских образованиях сложно планировать доходы, так как они неразрывно связаны с договорами, которые адвокаты заключают со своими клиентами в течение года. Доход определяется уставными и иными локальными документами по взаимному соглашению адвокатов — членов адвокатского образования. Следует иметь в виду, что если адвокатское образование для обобщения информации о расходах, связанных с уставной деятельностью, использует счет 26 «Общехозяйственные расходы» на аналитический учет по счету 26 ведется по каждой статье утвержденной сметы.

Таким образом, смета доходов и расходов адвокатского образования является, одним из основных документом для адвокатских образований он способствует, пониманию предстоящих расходов адвокатских образований. Что позволяет, принимать различные управленческие решения в адвокатских образований и спрогнозировать доходы адвокатов на определённый период.

Список литературы

1. Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федер. закон от 31.05.2002 № 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017) – доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

2. О некоммерческих организациях [Электронный ресурс]: Федер. закон от 12.01.1996 (в последней редакции) - доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

3. Бухгалтерский учет в адвокатских образованиях: практ. руководство Федеральная палата адвокатов РФ. Издательство М.: РИОР, 2017. - 103 с.

УДК 330

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАЛОГОВЫЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ И ПРАВОНАРУШЕНИЯ

АВАКЯН КАРИНЭ СИРАСОВНА
доцент кафедры «Коммерческое и предпринимательское право», к.ф.н.
Донского Государственного Технического Университета
ГЕДИЕВА ИЗАБЕЛЛА МАХМУДОВНА,
ЛАРЮКОВА СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА
Студенты
ДонскогоГосударственногоТехническогоУниверситета

Аннотация: в данной статье рассмотрены налоговые преступления и правонарушения, а также минимизация и борьба с ними на территории Российской Федерации в условиях современной экономики. Также определены основные различия между преступлениями и правонарушениями, проанализированы меры наказания за то или иное деяние в соответствии с Уголовным кодексом и Кодексом об Административных Правонарушений.
Ключевые слова: налог, налоговая система, правонарушение, налоговое преступление, Налоговый кодекс, ответственность.

Avagyan Karine Shirasuna,
Gedieva Izabella Mahmudovna,
Laryukova Svetlana Alexandrovna

Abstract: in this article tax crimes and offenses, and also minimization and fight against them in the territory of the Russian Federation in the conditions of modern economy are considered. The main differences between crimes and offenses are also defined, the measures of punishment for this or that act according to the Criminal code and the Code of Administrative Offenses are analyzed.
Keywords: tax, tax system, offense, tax crime, Tax code, responsibility.

Ввиду развития экономических отношений и глобализации мировой экономики всё чаще и чаще мы сталкиваемся с налоговыми правонарушениями. В Российской Федерации налоговое правонарушение определяется статьей 106 НК РФ, которая гласит, что налоговое правонарушение - это виновно совершенное противоправное (в нарушение законодательства о налогах и сборах) деяние (действие или бездействие) налогоплательщика, за которое НК РФ установлена ответственность. Отметим, что нормативно-правовым документом, регламентирующим вопросы налоговых правонарушений в нашей стране, является Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ). Весь шестой раздел НК РФ посвящен налоговым правонарушениям, а также ответственности за их совершение. Однако, следует отметить, что основным нормативным актом, регулирующим ответственность по налоговым преступлениям, является Кодекс об административных правонарушениях РФ. А ответственность за преступления

в сфере налогов и сборов отражена в Уголовном кодексе РФ.

На сегодняшний день мы можем выделить две группы налоговых преступлений:

а) налоговые преступления, за которые предусматривается уголовная ответственность (УК РФ);

б) налоговые правонарушения, за которые предусматривается административная ответственность (КоАП).

Для анализа налоговых правонарушений нам необходимо классифицировать данные правонарушения. Выделяют различные классификации налоговых правонарушений. Рассмотрим классификацию по характеру и направленности, исходя из этих критериев налоговые правонарушения условно подразделяются на четыре группы:

- нарушения, которые связанные с неисполнением обязанностей в связи с налоговым учетом;
- нарушения, которые связанные с несоблюдением порядка ведения учета объектов налогообложения, доходов и расходов и представлением в налоговые органы налоговых деклараций;
- нарушения, которые связанные с неисполнением обязанностей по уплате, удержанию или перечислению налогов и сборов;
- нарушения, которые связанные с воспрепятствованием законной деятельности налоговых органов.

С правовой точки зрения, основной классификацией является классификация по видам ответственности, котораяустановленаправонарушителю за проступок или преступление [3]. В этом случае выделяют следующие виды налоговых правонарушений:

- преступления, которые связаны с нарушением законодательства, ответственность за которое устанавливается в соответствии с Уголовным кодексом РФ;
- налоговое правонарушение с признаками административной ответственности, ответственность за которое устанавливается в соответствии с Кодексом об административных правонарушениях;
- налоговое правонарушение, ответственность за которое наступает в соответствии с Налоговым кодексом РФ, а также другими нормативно-правовыми актами.

Делая вывод на основании этой классификации, можно сказать, что основным критерием данного разграничения является нормативно – правовой акт, предусматривающий степень ответственности за его совершение.

В отличии от налоговых правонарушений, налоговые преступления оказывают более сильное отрицательное влияние [1]. Однако, следует отметить, что для того, чтобы привлечь к уголовной ответственности мало самого факта совершения преступления, большую роль тут играет сумма правонарушения. Уголовная ответственность наступает при сокрытии налогов в крупном или в особо крупном размере. При совершении налогового преступления ответственность определяется Уголовным Кодексом РФ.

Сравнивая налоговые и административные правонарушения, можно сказать о том, что административное правонарушение – это антисоциальное действие (бездействие), которое посягает на общественные отношения, которые влекут за собой или могут повлечь вредные последствия [5]. Если же говорить о налоговом правонарушении, то оно выступает как нарушение законодательства, которое выражается в неисполнении обязанностей, предусмотренных НК РФ, либо в нарушении установленных нормативно-правовых актов.

Как и говорилось выше, самым серьезным и наказуемым является налоговое преступление, которые влечет за собой уголовную ответственность. Уголовная ответственность за совершение налоговых преступлений является самым тяжелым видом ответственности за нарушение законодательства о налогах и сборах. Выделим юридические особенности, которые характеризуют налоговое преступление: субъектами являются только физические лица; осуществляется только в судебном порядке; применяется за наиболее общественно опасные деяния — преступления; предусматривает строгие меры государственного принуждения.

Рассмотрим несколько примеров из судебной практики. К примеру, предприниматель открыла в филиале Сбербанка РФ расчетный счет, но не сообщила об этом в инспекцию. Налоговики вынесли решение о привлечении предпринимателя к ответственности за нарушение срока представления в

налоговой орган информации об открытии счета в виде штрафа, равного 5000 рублей. Предприниматель штраф не уплатила. Инспекторы обратились в суд. В ходе судебного разбирательства было установлено, что предприниматель долгое время находилась на амбулаторном лечении, в связи с чем не могла сообщить об открытии банковского счета. Кроме того, в ее жизни на тот момент имели место сложные семейные обстоятельства. Суд признал эти причины смягчающими ответственность и снизил размер штрафа до 500 руб.[5]

Рассмотрим еще один пример: общество с ограниченной ответственностью (ООО), применяющее систему налогообложения в виде ЕНВД, занимается розничной торговлей. В ходе проверки налоговая инспекция установила, что организация использовала неверную величину физического показателя. В итоге сумма ЕНВД, начисленного за II квартал, была занижена на 9000 руб. В данном случае ООО могут привлечь к ответственности по статье 122 Налогового кодекса. При этом штраф составит 1800 руб. (9000 руб. × 20%). Если налоговые органы докажут, что фирма намеренно исказила величину физического показателя, штраф возрастет до 3600 руб. (9000 руб. × 40%). При этом юридическое лицо (или предпринимателя) могут оштрафовать, только если в результате неуплаты налога у нее возникла недоимка. Если в предыдущем периоде у юридического лица (предпринимателя) была переплата в тот же бюджет (внебюджетный фонд) и она больше, чем неуплаченная сумма, оштрафовать их нельзя [5].

В июле 2017 года Следственный комитет совместно с ФНС России подготовил Методические рекомендации, согласно которым в 2017 году, по сравнению с предыдущим годом наблюдается уменьшение налоговых правонарушений и преступлений. По данным ФНС они уменьшились почти на 50%, по данным Следственного комитета на 38%. Скорее всего, это вызвано активной налоговой деятельностью государства. Поддержание налогового порядка в стране является одной из важнейших задач государства в современной России. Налоговая система, которая минимизирует налоговые преступления и правонарушения будет способствовать развитию экономики всей страны. На сегодняшний день налоговый контроль в нашей стране обременяется некоторыми трудностями. Выделим некоторые из них: нестабильностью экономики, политическими давлениями, невыполнение обязательств некоторыми налоговыми агентами. Всё это сказывается на экономики государства в целом. Также, следует сказать, что наблюдается быстрый рост преступлений в сфере кредитно-финансовых отношений, незаконная банковская деятельность, например. Мы все чаще и чаще сталкиваемся с преступлениями в сфере банковских карт, которые являются весьма активным инструментом в руках мошенников. Для борьбы с налоговыми, экономическими преступлениями необходимо проводить ряд мер:

- обеспечение политической и экономической стабильности в обществе;
- формирование правовой базы, которая будет способствовать минимизации налоговых и экономических преступлений;
- укрепление государственных органов, ведущих борьбу с налоговыми преступлениями и правонарушениями;
- усиление контроля со стороны государства за деятельностью предприятий;
- развитая и финансируемая автоматизация системы сбора налогов;
- проработанное налоговое законодательство.

Налоговые преступления являются элементом экономических преступлений, так как они связаны с теневой экономикой, то они должны рассматриваться в едином ключе. Согласно уголовному законодательству России к уголовной ответственности в любом случае может быть привлечено только физическое лицо. Исходя из этого, можно сказать, что нет необходимости устанавливать отдельно ответственность за уклонение от уплаты налогов с физических лиц и организаций. Во многих стран уголовная ответственность в зависимости от вида налога не разделяется, ввиду того, что уклонение от уплаты любых налогов опасно для общества одинаково.

Список литературы

1. Саргсян С. М. Ответственность за налоговые правонарушения//Актуальные проблемы права: материалы IV Междунар. науч. конф.— М.: Буки-Веди, 2017. — С. 88-91.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ [Электронныйдокумент]
3. Малиновская В. М. Налоговые правонарушения и налоговая ответственность [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/ HYPERLINK "http://отрасли-права.рф/article/19122"article HYPERLINK "http://отрасли-права.рф/article/19122"/19122 (дата обращения 20.03.2018).
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ /Г\URL: http://pravo.gov.ru/ (дата обращения 27.03.2018)
5. РосПравосудие. Судебнаяпрактика [Электронныйресурс] – Режим доступа. - URL: https://rospravosudie.com/ (дата обращения 22.03.18).

УДК 330

ВОПРОСЫ НАЛОГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТ

ПОПОВ ВАСИЛИЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ
д.ю.н., профессор
ПАНЧЕНКО КСЕНИЯ ЮРЬЕВНА
Студентка
ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия»

Аннотация: Актуальность настоящего исследования обусловлена вопросами налогового регулирования криптовалюты, в результате ее активного внедрения в мировую и российскую экономику. В том числе и рассматривается зарубежный опыт в сфере налогообложения криптовалют. Несомненно, анализируется проблемы и перспективы реализации налогообложения электронных денег в РФ. А также такие насущные вопросы: кто, как и в каком размере будет платить данный налог.
Ключевые слова: криптовалюта, биткоин, майнинг, майнеры, налогообложение, электронные деньги.

QUESTIONS OF TAX REGULATION OF CRYPTOCURRENCIES

Popov Vasily Valerievich,
Panchenko Ksenia Yuryevna

Abstract: The relevance of this study is due to the issues of tax regulation of the crypto currency, as a result of its active introduction into the world and Russian economy. In particular, foreign experience in the field of taxation of the criptovalut is considered. Undoubtedly, problems and prospects of the implementation of the taxation of electronic money in the Russian Federation are analyzed. And also such pressing questions: who, how and in what size will this tax be paid.
Key words: cryptovalut, bitcoin, mining, miners, taxation, electronic money.

Криптовалюта – виртуальная денежная единица, не имеющая физического выражения, представляющая собой, зашифрованную специальной программой код, который фиксируется и хранится на электронном носителе, но их можно обменять на реальные (фиатные деньги) с помощью криптовалютных бирж и криптообменников. Отсюда можно утверждать, что криптовалюты представляют собой разновидность электронных денег [1, с. 3-6]. Создавать криптовалюты может любой человек, который владеет мощным компьютером и специальными знаниями в области программирования. Криптовалюту нельзя подделать или запретить. Она гарантирует полную анонимность – при осуществлении расчетных операций личная информация о человеке тщательно шифруется.

В 2014 году Центробанк впервые обозначил свою позицию относительно криптjвалюты, а именно биткоина. Обширный рынок криптовалют – это серьезная и слаженная система, и поэтому Президент РФ В.В. Путин поручил до 1 июля 2018 года составить правила правового регулирования криптовалют, включая налогово-правовое. На основании поручения был разработан законопроект Минфина России «О цифровых финансовых активах», в котором регулируется публичное привлечение криптовалют. В законопроекте также даны определения понятий: "токен", "криптовалюта", "смарт-контракт", "цифровая

закладная" [2]. Также определен термин «майнинг», как деятельность, направленная на создание криптовалюты. По тексту законопроекта майнеры бывают «домашние», не превышающие лимиты энергопотребления, установленные Правительством РФ, и профессиональные, которым нужно легализовать свою деятельность путем регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя. А это значит, что создание криптовалют является предпринимательством. Но в законопроекте не указана система налогообложения такой деятельности, из чего следует полагать, что «криптовалютные» предприниматели могут выбрать налоговый режим сами. Майнерам не нужно будет получать какие-либо разрешения и лицензии. Сначала несколько лет майнеры будут обязаны вести бухгалтерский учет своей деятельности, при этом от уплаты налогов их освободят. Одной из проблем внедрения налогообложения является децентрализация криптовалют. Потому что майнинг ничем не отличается от любых других вычислительных процессов, производимых компьютером [3].

Ценность виртуальных валют очевидно будет возрастать. За ней стоит будущее всего финансового мира. Стоит отметить, что криптовалюта будет облагаться налогом не только в России. В США биткоин считается собственностью, поскольку прибыль формируется за счет прироста капитала, а не из-за различий в обменных курсах. Правила налогового правительства были установлены в 2014 году. С 1 января 2018 года, согласно закону о налоговой реформе, каждая операция с криптовалютой становится предметом налогообложения и составляет от 10% до 37% подоходного налога в зависимости от дохода, полученного с разницы курсов. Есть государства, которые пошли по пути законодательного утверждения криптовалют, к примеру, Япония, в которой с 2017 года криптовалюта является полноценным платежным средством без налогообложения. В Китае на сегодняшний день в этой стране еще не разработаны конкретные правила налогообложения криптовалютных трейдеров. Все довольно просто, китайские трейдеры платят подоходный налог и налог на прирост капитала. Кроме того, продажа монет может облагаться НДС [4]. Что касается налога с продажи и покупки криптовалюты, то здесь стоит обратиться к информационному Письму Минфина России по частному запросу № 03-04-05/66994 от 13 октября 2017 года [5]. В нем разъяснено, что особого порядка уплаты налогов на операции с криптовалютой в Налоговом кодексе РФ не предусмотрено. Но Минфин России подтверждает, что операции по покупке и продаже биткоина облагаются налогом на доходы физических лиц (далее - НДФЛ) в таком же порядке, как и другие операции, с которых уплачивается этот налог. Министерство финансово РФ ссылается на то, что глава 23 Налогового кодекса РФ «Налог на доходы физических лиц» не устанавливает особого налогообложения для доходов от криптовалюты, а значит, на них распространяется общее правило. Ведомство также напомнило, что согласно статье 41 НК РФ налогооблагаемый доход — это любая экономическая выгода, полученная в денежной или натуральной форме и подлежащая оценке. Как установлено подпунктом 1 пункта 1 и пунктами 2 и 3 статьи 228 Налогового кодекса РФ, если физическое лицо по договору получило вознаграждение от другого физического лица, то оно само рассчитывает сумму налога и уплачивает эту сумму в порядке, предусмотренном статьей 225 НК РФ. Представляется, что с каждой продажи биткоина надо будет уплачивать налог на доходы физических лиц в размере 13%. Например, если покупаются биткоины на сумму 20 тыс. руб. и продаются за 40 тыс. руб., то налог надо будет уплачиваться с 40 тыс. руб. Министерство финансов РФ в настоящее время работают над изменениями в НК РФ, которые, как ожидается, вступят в силу к концу года. В Госдуме по данным на 30 марта 2018 года обсуждается законопроект о налоге на криптовалюту. Но до тех пор, пока не будет изменен Налоговый кодекс РФ, граждане РФ должны сообщать о своем доходе в налоговых декларациях и выплачивать регулярный НДФЛ с фиксированной ставкой 13 процентов. Что касается организаций, они, инвестируя в криптовалюты, могут получать определенные дивиденды с токенов и комиссионных платежей. Дивиденды облагаются налогом в размере 13% для резидентов и 15% для нерезидентов. В данный момент налог на криптовалюту в России не уплачивается из-за отсутствия законодательного урегулирования данного вопроса.

Тем не менее, существуют некоторые проблемы связанные со сложностью налогообложения операций с криптовалютами:

1) кошельки электронной валюты являются полностью анонимными, поэтому установить владельца данного кошелька не представляется возможны

2) найти и установить личность майнеров можно теоретически, исходя из значительного энергопотребления. Именно сейчас у Федеральной налоговой службы нет конкретного плана насчёт того, как выявлять незарегистрированных майнеров и владельцев электронных кошельков.

Анонимность криптовалют усложняет процесс эффективного налогообложения, потому что цифровые активы хранятся на электронных кошельках, а доступ к ним имеет только владелец. А значит, какая именно сумма криптовалюты находится на кошельке, узнать практически невозможно. Фигурировать будет только сумма, указанная самим налогоплательщиком. Также возникает вопрос, какой объем средств учитывать при уплате налогов? Основываясь на том, что биткоины и альткоины крайне волатильные активы, сумма в реальных деньгах будет часто изменяться, при неизменном количестве криптомонет [6]. Выход в таком случае один – ориентироваться на среднегодовую стоимость монет, но и это число не будет точным, потому что цены на криптобиржах могут разниться.

На основании изложенного можно сделать вывод, что самый оптимальный вариант - платить налоги непосредственно в криптовалюте. Осуществлять сделки с криптовалютой можно будет с помощью специализированных, лицензированных площадок на территории Российский Федерации.

Таким образом, без внесения кардинальных изменений в законодательство о налогах и сборах проблема налогообложения криптовалют выглядит очень актуальной в свете всё большего развития криптовалютного рынка.

Список литературы

1. Вахрушев Д.С. Криптовалюта как феномен современной информационной экономики: проблемы теоретического осмысления // Интернет-журнал «Науковедение». Выпуск 5(24) - 2014. - С. 3-6.
2. Как платить налоги с криптовалюты — облагается ли биткоин налогом? [Электронныйресурс]. - URL: https://crypto-fox.ru/article/nalogi-s-kriptovalyuty/
3. Налог на криптовалюту в России — платить придется всем. [Электронныйресурс]. - URL: https://www.advo24.ru/publication/nalog-na-kriptovalyutu-v-rossii-platit-pridetsya-vsem.html
4. Письмо Департамента налоговой и таможенной политики Минфина России от 13.10.2017 г. N 03-04-05/66994 «Об уплате НДФЛ при совершении операций с физическими лицами по покупке и продаже биткойнов» // СПС Гарант
5. Проект Федерального закона N.419059-7 «О цифровых финансовых активах» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 20.03.2018) // СПС КонсультантПлюс
6. Ульянова Е.С. Налог на майнинг // Электронный научно-практический журнал «Электронная коммерция и законы». - URL: http://ecommercelaw.ru/articles/nalog-na-maining-bitcoin-kriptovaluta.html

УДК 330

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ НАЛОГОВЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПЕТРУШИНА А.А.

Студентка 4 курса факультета менеджмента
Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ
Научный руководитель: Петрюк О.А.
Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ

Аннотация:В современной России довольно распространенной проблемой является уклонение физических лиц от уплаты налогов. Главные причины этого явления – низкая правовая культура населения, неудовлетворительный уровень жизни значительной части российских граждан, наличие огромного теневого сектора экономики. В данной статье проведён анализ выявленных проблем и причин налоговых правонарушений.
Ключевые слова: налоговая система, налоги, налоговые правонарушения, консолидированный бюджет РФ.

ANALYSIS OF DYNAMICS OF TAX OFFENSES IN THE RUSSIAN FEDERATION

Petrushina A.A.,
Petryuk O.

Abstract: In modern Russia, a widespread problem is the evasion of individuals from paying taxes. The main reasons for this phenomenon are the low legal culture of the population, the unsatisfactory standard of living of a large part of Russian citizens, and the existence of a huge informal sector of the economy. This article analyzes the identified problems and causes of tax offenses.
Keywords: tax system, taxes, tax offenses, consolidated budget of the Russian Federation.

Многие российские граждане, занятые в теневом секторе, работающие без оформления или занимающиеся предпринимательской деятельностью, предпочитают не декларировать свои доходы, не оформляться официально и, соответственно, не платить налоги. В результате государственный бюджет не досчитывается колоссальных сумм, а сами граждане рискуют быть привлеченными к ответственности за уклонение от уплаты налогов.

Отметим, что в российском законодательстве за уклонение от уплаты налогов физическими лицами предусмотрены различные виды ответственности. Начнем с того, что в пункте 1 статьи 229 Налогового кодекса РФ подчеркивается обязанность физических лиц представлять налоговую декларацию для начисления налога на доходы физических лиц.

В Налоговом кодексе РФ установлена налоговая ответственность за уклонение от уплаты налогов в виде:

1) начисления штрафов за непредставление налоговой декларации в размере 5% от суммы налога;

2) начисления штрафов за занижение налоговой базы или неправильный расчет суммы налога в размере 30% от суммы налога или 40% от суммы налога в том случае, если это было совершено умышленно.

Таким образом, налоговый орган накладывает на гражданина, уклоняющегося от подачи декларации и уплаты налогов, штрафные санкции. Между тем, в Кодексе об административных правонарушениях РФ (Статья 15.5. Нарушение сроков представления налоговой декларации (расчета по страховым взносам) ответственность предусмотрена только для должностных лиц, причем в размере небольшого штрафа (от 300 до 500 рублей).

В Уголовном кодексе Российской Федерации присутствует статья 198 УК РФ «Уклонение физического лица от уплаты налогов, сборов и (или) физического лица – плательщика страховых взносов от уплаты страховых взносов». Однако следует отметить, что состав преступления, ответственность за которое предусмотрена в статье 198 УК РФ, возникает лишь в том случае, если уклонение от уплаты налогов совершено в крупном и особо крупном размерах.

Суммы крупного и особо крупного размеров определены в примечаниях к данной статье УК РФ и рассчитываются за период трех финансовых лет. Крупный размер составляет 900 тысяч рублей неуплаченных налогов и сборов, особо крупный размер – 4,5 млн рублей неуплаченных налогов и сборов. Соответственно, для возникновения столь крупных сумм неуплаченных налогов и сборов, во-первых, необходимо иметь достаточно приличные по российским меркам доходы, а во-вторых, налоговым органом должны быть доказаны все факты уклонения от уплаты налогов и сборов. При этом,примечание 3 к статье 198 УК РФ подчеркивает, что физическое лицо, впервые совершившее преступление, предусмотренное статьей, но полностью уплатившее сумму недоимки, пени и штраф, освобождается от уголовной ответственности.

Необходимо отметить, что в отдельные периоды развития нашей страны, несмотря на серьёзные материальные трудности и нестабильность внешнеполитической ситуации, уровень собираемости налогов был почти стопроцентным, а налоговая культура налогоплательщиков была на более высоком уровне.

Например, во время Великой Отечественной войны доля поступлений налогов в бюджеты всех уровней приближалась к 100%, существовала практика добровольных пожертвований граждан в пользу бюджета обороны.

В настоящее время в общей массе осуждённых за неуплату налогов приговорено к штрафу – 68,9%, к лишению свободы – 13,7%, из которых к реальному сроку приговорено – 11,6% граждан. По статистике ФНС РФ за 2016 г., в судах было удовлетворено около 48,5% гражданских исков, поданных налоговыми инстанциями или прокурором по защите налоговых интересов государства.

Не стоит забывать, что уплата налогов не является бременем или наказанием. Граждане, уходящие от уплаты налогов, косвенно отказывают в помощи государству, которое за счёт налоговых поступлений и обеспечивает граждан медицинскими, образовательными услугами и т.д.

Основным источником финансирования стратегических программ по развитию экономики является консолидированный бюджет РФ, который включает в себя федеральный бюджет и консолидированный бюджет субъектов РФ. Соответственно, от того насколько все уровни бюджетной системы будут наполнены финансовыми средствами и зависит реализация планов и программ высшего руководства страны.

Бюджет формируется за счет налоговых и неналоговых доходов, однако основным источником формирования доходной его части являются всё-таки налоговые доходы [2].

Из данных таблицы следует, что наибольшие поступления в доходы консолидированного бюджета составил НДПИ, что связано с ростом средних нефтяных цен (на 25% за год). Относительно 2016 г. резкие изменения претерпел именно такой показатель как НДПИ (составлял - 2 929,4 млрд,р.), не смотря на то, что в 2016 году относительно 2015 г. (составлял – 3 226,8 млрд.р.) данный показатель имел серьёзный спад связанный с падением мировых цен на нефть [2]. Также стоит отметить, что все налоговые поступления в доходы консолидированного бюджета относительно 2016 года имеют положительную динамику (напомним, что сумма всем налоговых платежей в консолидированный бюджет

составляла в 2016 году - 14 482,9млрд.р.)[2].

Таблица 1

Структура поступлений налоговых платежей в доходы консолидированного бюджета за 2017 г., % [3]

Показатель	2017 г., млрд.руб.	Удельный вес,%
Поступило – всего, в том числе:	17 343,4	100,0
Налог на прибыль организаций	3 290,0	18,9%
Налог на добавленную стоимость	3 069,9	17,7%
Акцизы	1 521,3	8,7%
Налог на доходы физических лиц	3 251,1	18,7%
Налог на добычу полезных ископаемых	4 130,4	23,8%
Имущественные налоги	1 250,3	7,2%
Прочие налоги и сборы	830,4	4,7%

По словам главы ФНС Михаила Мишустина прирост поступлений по ненефтегазовым доходам произошел не только благодаря росту ВВП после снижения в 2015-2016 годах и законодательным изменениям. «Около 400 млрд. рублей, или четвертая часть в структуре прироста, обеспечены за счет налогового администрирования, что говорит о сокращении теневого сектора экономики и формировании более прозрачной и конкурентной деловой среды» [4].

Подводя итог в целом по результатам проведенного анализа можно отметить, что теневой сектор экономики будет существовать в России ещё какое-то время точно, это лишь сигнализирует государству о том, что стоит обратить внимание на потенциальных налогоплательщиков с целью поддержки и улучшения условий их экономической деятельности. Судя по положительной тенденции налоговых поступлений и выводу главы ведомства, государство прекрасно с эти справляется.

Список литературы

1. Гритчина М.Н. Особенности налогового планирования в кризисный период // Модернизация России: актуальные вопросы налогово-финансового регулирования экономики: сб. науч. тр. Саратов, 2016г. – С. 123-243
2. Петрюк О.А. Анализ динамики и структуры налоговых поступлений в доходы бюджетной системы России в условиях турбулентности экономики //Журнал «Экономика и предпринимательство».г. Москва. №5 ч.1 (82-1) 2017г. – С. 227-233
3. Официальный сайт Федеральной налоговой службы России // www.nalog.ru.
4. Официальный сайт информационного агентства России ТАСС //www.tass.ru.

©Петрушина А.А., 2018

УДК 336.6

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ И ДОХОДОВ НА ПРИМЕРЕ ООО «УССУРИЙСКОЕ ПИВО», Г. УССУРИЙСК

ЧАЙКА ЕЛЕНА ВАЛЕРЬЕВНА

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: в статье раскрывается сущность категорий «доходы» и «расходы» предприятия, структура затрат на производство, определяются основные задачи проведения анализа затрат и доходов и информационная база исследования, рассматриваются практические аспекты проведения анализа затрат и доходов предприятия.

Ключевые слова: доходы, расходы, структура затрат, анализ, финансовый результат, рентабельность.

ANALYSIS AND EVALUATION OF THE STRUCTURE OF COSTS AND REVENUES ON THE EXAMPLE OF LLC «USSURI BEER», USSURIYSK

Chaika Elena Valeryevna

Abstract: the article reveals the essence of the categories «income» and «expenses» of the enterprise, the structure of production costs, defines the main objectives of the analysis of costs and revenues and the information base of the study, discusses the practical aspects of the analysis of costs and revenues of the enterprise.

Keywords: income, expenses, cost structure, analysis, financial result, profitability.

Важная роль при повышении эффективности хозяйственной деятельности в любой экономической сфере отведена доходности производства. В рыночных условиях хозяйствования стабильность функционирования предприятий зависит от возможности получения ими дохода, который бы смог удовлетворить не только материальные, но и социальные потребности как самого предприятия, так и его работников, а также позволил создавать фонд накопления, обеспечивающий развитие и дальнейшее совершенствование производства. Проблему формирования предпосылок для увеличения доходов предприятий, как основу их активной производственной и предпринимательской деятельности, признают одной из ведущих.

Доход является сложной и многозначной экономической категорией, объединяющей целую систему показателей. Английский экономист Дж. Хикс отмечал, что многие знаменитые авторы приводили друг друга, да и самих себя в замешательство, принимая различные определения сбережений и дохода, которые были довольно противоречивы и не вполне удовлетворительны [1].

В контексте современных реалий экономическая сущность доходов наиболее полно отражается в определении, приводимом в Положении по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99, утвержденном Приказом Минфина России от 06.05.1999 г. № 32н (ред. от 06.04.2015 г.). Здесь под доходами понимают увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных

средств, иного имущества) и (или) погашение обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [2].

Необходимым сопутствующим условием получения доходов является осуществление затрат или расходов для его образования. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99, утвержденному Приказом Минфина России от 06.05.1999 г. № 33н (ред. от 06.04.2015 г.), под расходами понимают уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)) [3].

Доходы и расходы организации делятся на доходы и расходы от обычных видов деятельности и прочие доходы и расходы.

При формировании расходов по обычным видам деятельности должна быть обеспечена их группировка по следующим элементам:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие затраты [4].

Соотношение между отдельными элементами затрат представляет собой структуру затрат на производство. Все затраты на производство и реализацию продукции являются основой для определения цен на производимую продукцию и соответственно базой для определения прибыли от реализации продукции и налога на прибыль [4].

Основные задачи анализа затрат и доходов заключаются в:

- систематическом контроле за формированием затрат и доходов предприятия;
- определении влияния как объективных, так и субъективных факторов на затраты и доходы предприятия;
- выявлении резервов увеличения суммы прибыли и уровня рентабельности и прогнозирование их величины;
- оценке работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- разработке мероприятий по освоению выявленных резервов [5].

Таюрская Е.И. отмечает, что основным источником информации для анализа затрат и доходов деятельности предприятия выступает форма бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах (форма по ОКУД 0710002) [6].

Практические аспекты анализа затрат и доходов рассмотрим на примере пивоваренного завода ООО «Уссурийское пиво», расположенного в г. Уссурийск Приморского края.

Проанализируем изменение себестоимости выпущенной продукции ООО «Уссурийское пиво» по элементам затрат в таблице 1.

По данным таблицы 1 видно, что в структуре себестоимости выпущенной продукции ООО «Уссурийское пиво» на протяжении всего исследуемого периода наибольший удельный вес занимают материальные затраты, что объясняется спецификой деятельности предприятия – производство пива.

В 2016 г. удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции составил 35,98%, что в 2,3 раза выше показателя 2014 г. и на 66,08% – показателя 2015 г. Увеличение материальных затрат объясняется как ростом цен на сырье, так и увеличением объемов производства пива.

Оплата труда составляет 16,9% от общей суммы затрат предприятия в 2016 г., что на 18,43% выше показателя 2014 г. и на 8,72% – показателя 2015 г. Рост затрат на оплату труда связан с повышением окладов в четвертом квартале 2016 г. Отчисления во внебюджетные фонды составляют 4,96% от общей суммы затрат предприятия в 2016 г., что на 21,15% выше показателя 20141г. и на 11,04% – показателя 2015 г. Рост отчислений на социальные нужны связан с увеличением затрат на оплату труда. Амортизация основных средств составляет 23,46% от общей суммы затрат предприятия в 2016 г., что в 2,2 раза выше по-

казателя 2014 г. и на 33,32% – показателя 2015 г. Увеличение амортизационных отчислений произошло за счет ввода в эксплуатацию нового оборудования. Прочие затраты составляют 18,7% от общей суммы затрат предприятия в 2016 г., что на 31,24% выше показателя 2014 г. и на 8,63% – показателя 2015 г.

Таблица 1

Динамика и структура производственных затрат ООО «Уссурийское пиво» за 2014-2016 гг.

Наименование статьи затрат	2014 г.		2015 г.		2016 г.			
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	в % (раз) к обороту	
							2014 г.	2015 г.
Материальные затраты	7478	26,79	10241	28,33	17008	35,98	В 2,3 раза	166,08
Оплата труда	6746	24,17	7348	20,33	7989	16,9	118,43	108,72
Отчисления во внебюджетные фонды	1934	6,93	2110	5,84	2343	4,96	121,15	111,04
Амортизация	5020	17,99	8316	23	11087	23,46	В 2,2 раза	133,32
Прочие затраты	6734	24,13	8136	22,51	8838	18,7	131,24	108,63
Итого по элементам	27911	100	36151	100	47265	100	169,34	130,74

В общем, себестоимость выпущенной продукции увеличилась в 2016 г. по сравнению с 2014 г. на 69,34%, а по сравнению с 2015 г. – на 30,74%, что объясняется увеличением объемов производства продукции предприятия, а также может свидетельствовать о снижении эффективности использования производственных ресурсов на предприятии.

Проанализируем состав, структуру и динамику доходов ООО «Уссурийское пиво» в таблице 2.

Таблица 2

Анализ состава, структуры и динамики доходов ООО «Уссурийское пиво» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2016 г. в % (разах) к	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	2014 г.	2015 г.
Доходы от обычных видов деятельности, в т.ч.	36363	99,99	38781	88,67	44362	86,23	122	114,39
выручка (нетто) от продажи продукции	36363	99,99	38781	88,67	44362	86,23	122	114,39
Прочие доходы, в т.ч.	4	0,01	4956	11,33	7087	13,77	В 1772 раза	143
проценты к получению	-	-	-	-	41	0,08	-	-
прочие доходы	4	0,01	4956	11,33	7046	13,69	В 1762 раза	142,17
Всего доходов организации	36367	100	43737	100	51449	100	141,47	117,63

По данным таблицы 2 видно, что доходы ООО «Уссурийское пиво» в 2014-2016 гг. представлены выручкой от продажи продукции, процентами к получению и прочими доходами. Доходы от участия в других организациях ООО «Уссурийское пиво» не имеет.

В целом доходы предприятия за 2014-2016 гг. возросли на 41,47%, в том числе за 2015-2016 гг. – на 17,63%, что оценивается положительно и обусловлено увеличением выручки от продажи продукции на 22%, процентов к получению – на 41 тыс. руб. и прочих доходов – в 1762 раза. За 2015-2016 гг.

наблюдается аналогичная динамика.

Наибольший удельный вес в структуре доходов ООО «Уссурийское пиво» занимают доходы по обычным видам деятельности, в частности выручка от продажи продукции – 86,23% в 2016 г., что ниже уровня 2014 г. на 13,76%. Удельный вес процентов к получению в 2016 г. составил 0,08%, что выше уровня 2014 г. на 0,08%. а прочих доходов – 13,69%, что выше уровня 2014 г. на 13,68%.

Таким образом, за трехлетний период наблюдается увеличение доходов от обычных видов деятельности, но имеет место тенденция снижения их удельного веса в общей структуре доходов предприятия на 13,76%. По прочим доходам предприятия наблюдается их рост в абсолютном выражении и повышение удельного веса в общей структуре доходов на 13,76%. Это объясняется значительным увеличением прочих доходов.

Анализ и оценка финансовых результатов ООО «Уссурийское пиво» за 2014-2016 гг. представлена в таблице 3.

Из таблицы 3 видно, что выручка от продажи продукции ООО «Уссурийское пиво» в 2014-2016 гг. увеличилась на 22% в связи с ростом объемов продаж, в том числе за 2015-2016 гг. – на 14,39%. При этом полная себестоимость реализованной продукции увеличилась намного больше: за трехлетний период на 53,8%, а за последние два года – на 20,67%. В этой связи наблюдается заметное сокращение прибыли от продажи продукции: за трехлетний период на 90,49%, а за последние два года – на 71,14%.

Таблица 3

Оценка финансовых результатов ООО «Уссурийское пиво» за 2014-2016 гг.

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. в % к	
				2014 г.	2015 г.
Выручка от продажи, тыс. руб.	36363	38781	44362	122	114,39
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	20423	26383	31444	153,96	119,18
Коммерческие расходы, тыс. руб.	2195	2642	2978	135,67	112,72
Управленческие расходы, тыс. руб.	5730	7106	9178	160,17	129,16
Полная себестоимость, тыс. руб.	28348	36131	43600	153,8	120,67
Прибыль от продажи, тыс. руб.	8015	2640	762	9,51	28,86
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	4523	3626	4847	107,16	133,67
Чистая прибыль, тыс. руб.	3567	2821	3696	103,62	131,02
Рентабельность продаж, %	22,04	6,81	1,72	-	-

Рентабельность продаж сократилась за трехлетний период на 20,32 процентных пункта, в том числе за последние два года – на 5,09 процентных пункта, в связи с резким сокращением прибыли от продажи продукции на фоне увеличения выручки от продажи, что свидетельствует о снижении эффективности основной производственной деятельности предприятия.

Значения показателя рентабельности продаж позволяют сделать вывод о низком уровне доходности основной деятельности ООО «Уссурийское пиво».

Рост прибыли до налогообложения и чистой прибыли в 2014-20161гг. составило соответственно 7,16% и 3,62%, в том числе в 2015-20161гг. – 33,67% и 31,02%. Это связано со снижением абсолютной суммы уплаченных банку процентов по кредитам.

В целом можно определить положительные тенденции в развитии ООО «Уссурийское пиво». За исследуемый период наблюдается рост прибыли до налогообложения и чистой прибыли предприятия. Однако эффективность производственной деятельности предприятия снизилась. Предприятию необходимо искать пути сокращения затрат с целью повышения прибыли от основной деятельности.

Список литературы

1 Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал / Дж.Р. Хикс. – М.: Прогресс, 2016. – 488 с.

2 Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 [Электронный ресурс]: Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 г. №32н; ред. 06.04.2015 г. – Режим доступа: справ.-правовая система «Консультант-плюс».

3 Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 [Электронный ресурс]: Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 г. №33н; ред. 06.04.2015 г. – Режим доступа: справ.-правовая система «Консультант-плюс».

4 Керимов В.Э. Бухгалтерский учет / В.Э. Керимов. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 686 с.

5 Елисеева Т.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности / Т.П. Елисеева. – Мн.: Современная школа, 2017. – 944 с.

6 Таюрская Е.И. Показатели финансовых результатов в бухгалтерском учете и отчетности / Е.И. Таюрская // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – №16. – С. 111-117.

УДК 336.6

АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОЙ ПРИБЫЛИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «СК «ВОСХОД», Г. ВЛАДИВОСТОК

ИВАНЦОВА АННА ВИКТОРОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: в статье раскрывается сущность бухгалтерской прибыли предприятия и обосновывается необходимость ее анализа, рассматриваются практические аспекты проведения анализа прибыли предприятия и поиска путей ее повышения.
Ключевые слова: финансовый результат; прибыль; бухгалтерская прибыль; анализ; пути повышения прибыльности.

ANALYSIS OF ACCOUNTING PROFITS ON THE EXAMPLE OF JSC «SK «SUNRISE», VLADIVOSTOK

Ivantsova Anna Viktorovna

Abstract: the article reveals the essence of the company's accounting profit and substantiates the need for its analysis, considers the practical aspects of the analysis of the company's profit and the search for ways to increase it.
Keywords: financial result; profit; accounting profit; analysis; ways to increase profitability.

Эффективная деятельность предприятия в рыночных условиях хозяйствования не зависит от его организационно-правовой формы и видов деятельности и определяется способностью предприятия приносить достаточный доход или прибыль. Основной показатель финансово-хозяйственной деятельности любого предприятия – его финансовый результат, представляющий собой прирост (либо уменьшение) стоимости собственного капитала предприятия, образованного за отчетный период в ходе осуществления им предпринимательской деятельности [1].

В экономической литературе выделяются такие виды прибыли, как бухгалтерская (фактическая), экономическая (чистая) и нормальная (нулевая) [2].

Бухгалтерскую (фактическую) прибыль можно определить путем вычитания из валового дохода (выручки) явных издержек (денежных расходов на выплату заработной платы, на оплату приобретенных сырья, материалов и т.д.). Бухгалтерскую прибыль определяют максимально точно, поэтому она является основанием для проведения дальнейших финансово-экономических расчетов.

В отличие от бухгалтерской прибыли экономическую прибыль можно определить путем вычитания из валового дохода (выручки) экономических (полных, полных конкурентных) издержек. Последние в свою очередь включают в себя явные и вмененные издержки, к которым относят доходы от факторов производства, находящихся в собственности владельца и им же используемых. Величина прибыли условна и применяется на этапе принятия решения о целесообразности организации производства.

Нормальная прибыль представляет собой прибыль, равную вмененным издержкам, вложенным в дело владельцем предприятия. Для примера, нормальная прибыль равна ссудному проценту для капитала

или арендной плате на землю для естественных ресурсов. Нормальная прибыль выступает характеристикой уровня прибыли, при котором вложения в данное производство не более эффективны, чем вложения в другой вид деятельности (сдача в аренду, хранение денег в банке). Она требуется, чтобы удержать капитал в данной отрасли производства.

В рыночных условиях хозяйствования важнейшую роль в системе экономических показателей играет бухгалтерская прибыль, представляющая собой конечный финансовый результат, характеризующий производственно-хозяйственную деятельность всего предприятия и рассчитанную по данным бухгалтерского учета. В связи с данным обстоятельством необходимо систематически проводить анализ формирования, распределения и использования прибыли, который позволяет выявить возможность улучшения финансового положения предприятия и по результатам расчетов принять экономически обоснованные управленские решения.

Основная цель анализа прибыли – разработать и принять обоснованные управленческие решения, направленные на повышение результативности деятельности предприятия [3].

Для того чтобы повысить эффективность работы предприятия, наиболее важным представляется выявление резервов увеличения объемов производства и реализации, снижения себестоимости продукции (работ, услуг), роста прибыли предприятия.

Практические аспекты анализа бухгалтерской прибыли рассмотрим на примере коммерческого предприятия ОАО «СК «Восход» – спортивный комплекс, расположенный в г. Владивосток.

В таблице 1 отражены финансовые результаты ОАО «СК «Восход» за 2014-2016 гг.

Таблица 1

Анализ финансовых результатов деятельности ОАО «СК «Восход» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014	2015	2016	2016. к 2014	
				абс.	отн.,% (раз)
Выручка, тыс. руб.	19477	21051	28950	9473	148,64
Полная себестоимость продаж, тыс. руб.	18069	17944	22184	4115	122,77
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1408	3107	6766	5358	В 4,8 раза
Рентабельность продаж, %	7,23	14,76	23,37	16,14	-
Прочие доходы, тыс. руб.	-	-	-	-	-
Прочие расходы, тыс. руб.	167	145	237	70	141,92
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	1241	2962	6529	5288	В 5,3 раза
Чистая прибыль, тыс. руб.	670	2330	5672	5002	В 8,5 раза

Как видно из таблицы 1, за 2014-2016 гг. выручка от продажи возросла на 48,64%, что свидетельствует о расширении объема финансово-хозяйственной деятельности спортивного комплекса. Благоприятно, что при таком росте выручки от продажи рост затрат спортивного комплекса составил 22,77%. Сложившаяся динамика привела к значительному росту прибыли от продажи – в 4,8 раза и росту рентабельности продаж на 16,14%.

За исследуемый период наблюдается увеличение прочих расходов предприятия на 41,92%, прочих доходов у предприятия нет. Рост прибыли до налогообложения и чистой прибыли составил соответственно в 5,3 раза и в 8,5 раза.

Таким образом, можно сделать вывод, что ОАО «СК «Восход» динамично развивающийся спорткомплекс, который работает прибыльно и рентабельно из года в год.

Оценив финансовые результаты деятельности ОАО «СК «Восход» в целом, перейдем к факторному анализу прибыли от продажи на основе данных, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Исходные данные для факторного анализа прибыли от продажи ОАО «СК «Восход» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014	2015	2016	2016 к 2014. в	
				абс.	он., %
Выручка от продажи, тыс. руб.	19477	21051	28950	9473	148,64
Себестоимость продаж, тыс. руб.	18069	17944	22184	4115	122,77
Коммерческие расходы, тыс. руб.	-	-	-	-	-
Управленческие расходы, тыс. руб.	-	-	-	-	-
Полная себестоимость продаж, тыс. руб.	18069	17944	22184	4115	122,77
Прибыль от продажи, тыс. руб.	1408	3107	6766	5358	В 4,8 раза
Индекс потребительских цен	1,0887	1,1496	1,0467	-0,042	96,14
Объем реализации сопоставимых ценах	17890	18312	27658	9768	154,60

В таблице 2 индекс потребительских цен приведен по данным официального сайта Госкомстата России на услуги физической культуры и спорта по Приморскому краю [4].

Определить размер влияния факторов на величину прибыли можно, используя следующий алгоритм:

1 Чтобы определить влияние на изменение прибыли объема продаж нужно прибыль базисного периода помножить на изменение объема продаж.

Основной методической сложностью в определении этого фактора являются трудности расчета изменения физического объема проданной продукции.

Для того чтобы обеспечить сопоставимость данных и исключить влияние других факторов, нужно сопоставить объемы реализации отчетного и базисного периода, выраженные в единых ценах (предпочтительнее в базисных ценах).

Для приведения объема продаж отчетного периода к сопоставимому виду, нужно иметь информацию об индексе изменения цен на услуги. Далее пересчет проводится путем деления объема продаж отчетного периода на индекс изменения цен продаж. Однако такой расчет не является совсем точным, поскольку цены на реализованные услуги меняются в течение всего отчетного периода.

В ОАО «СК «Восход» объем продаж за отчетный период в ценах базисного периода составил 27658 тыс. руб. (28950 тыс. руб. / 1,0467). С учетом этого изменение объема продаж за анализируемый период составило 154,60% (27658 тыс. руб. / 17890 тыс. руб. х 100), т.е. произошло увеличение объема оказанных услуг на 54,60%.

Влияние изменения объема продаж на прибыль от продаж определим по формуле (1):

$$\Delta П(ВР) = П0 \times (ВР'1 / ВР'0 - 1), \quad (1)$$

где $\Delta П(ВР)$ – изменение прибыли от продажи продукции за счет изменения объема продажи продукции;

П – прибыль от продажи продукции;

ВР – выручка от продажи продукции;

ВР'0, ВР'1 – соответственно базисный объем реализации в сопоставимых ценах, отчетный объем реализации в сопоставимых ценах.

ΔП(ВР) = 1408 х 0,546 = 769 тыс. руб.

Таким образом, за счет увеличения объема продаж прибыль от продажи возросла на 769 тыс. руб.

2 Чтобы определить влияние на прибыль структуры ассортимента оказанных услуг нужно сопоставить прибыль отчетного периода, рассчитанную на основании цен и себестоимости базисного периода, с прибылью базисного периода, пересчитанной на изменение объема продаж.

Чтобы определить прибыль отчетного периода на основании себестоимости и цен базисного периода, нужно определить с некоторой долей условности следующие показатели:

– выручка от продажи отчетного периода в ценах базисного периода – 27658 тыс. руб.;

– фактически оказанные услуги, рассчитанные по базисной себестоимости – 27935 тыс. руб. (18069 тыс. руб. х 1,546);

– коммерческие расходы базисного периода – 0 тыс. руб.;
– управленческие расходы базисного периода – 0 тыс. руб.;
– убыток отчетного периода, рассчитанный по базисной себестоимости и базисным ценам – 277 тыс. руб. (27658 тыс. руб. – 27935 тыс. руб.).

Влияние сдвигов в структуре товарной продукции на величину прибыли от продаж определим по формуле (2):

$$\Delta П(СС) = П' – П0 \times (ВР'1 / ВР'0), \quad (2)$$

где $\Delta П(СС)$ – изменение прибыли от продажи продукции за счет структурных сдвигов;

П' – прибыль (убыток) отчетного периода, рассчитанная по базисной себестоимости и базисным ценам.

ΔП(СС) = -277 – (1408 х 1,546) = -277 – 2177 = -2454 тыс. руб.

Таким образом, влияние сдвигов в структуре товарной продукции на величину прибыли от продаж составляет минус 2454 тыс. руб.

Произведенный расчет показывает, что в составе оказанных спорткомплексом услуг увеличился удельный вес услуг с низким уровнем доходности, что привело к снижению прибыли от продажи на 2177 тыс. руб.

3 Влияние изменения себестоимости оказанных услуг на прибыль можно определить, сопоставляя себестоимость продаж отчетного периода с затратами базисного периода, пересчитанными на изменение объема продаж (3):

$$\Delta П(С) = С1 – С0 \times (ВР'1 / ВР'0), \quad (3)$$

где $\Delta П(С)$ – изменение прибыли от продажи продукции за счет изменения себестоимости реализованной продукции;

С – себестоимости реализованной продукции.

ΔП(С) = 22184 – (18069 х 0,1,546) = 22184 – 27935 = -5751 тыс. руб.

Изменение себестоимости оказанных услуг составило минус 5751 тыс. руб. Себестоимость оказанных услуг снизилась, следовательно, прибыль от продажи возросла на ту же сумму, т.е. на 5751 тыс. руб.

4 В ОАО «СК «Восход» коммерческих и управленческих расходов нет, поэтому влияние их изменения на изменение прибыли от продажи не рассчитывается.

5 Для определения влияния цен оказанных спорткомплексом услуг на изменение прибыли необходимо сопоставить объем продаж отчетного периода, выраженного в ценах отчетного и базисного периода, т.е.

$$\Delta П(Ц) = ВР1 – ВР'1, \quad (4)$$

где $\Delta П(Ц)$ – изменение прибыли от продажи продукции за счет изменения цен на продукцию.

ΔП(Ц) = 28950 – 27658 = 1292 тыс. руб.

Таким образом, изменение прибыли от продажи продукции за счет изменения цен на продукцию составило 1292 тыс. руб.

Общее влияние всех перечисленных факторов представлено в таблице 3.

Таблица 3

Общее влияние факторов на изменение прибыли от продажи ОАО «СК «Восход» за 2014-2016 гг.

Факторы	Влияние, тыс. руб.
1 Снижение объема продаж	+769
2 Структурные сдвиги в ассортименте спортивных услуг	-2454
3 Снижение себестоимости продаж	+5751
4 Рост величины коммерческих расходов	-
5 Снижение величины управленческих расходов	-
6 Рост цен реализации	+1292
Общее влияние всех факторов	+5358

Из данных таблицы 3 видно, что благоприятное влияние на увеличение прибыли от продажи ОАО «СК «Восход» за 2014-2016 гг. оказало увеличение объема продаж (+769 тыс. руб.), снижение себестоимости продаж (+5751 тыс. руб. соответственно) и рост цен реализации (+1292 тыс. руб.). К снижению прибыли привели только отрицательные сдвиги в структуре оказанных услуг (-2454 тыс. руб.). Следовательно, резервами роста прибыли предприятия является оптимизация ассортимента оказываемых спорткомплексом услуг.

Итак, анализ прибыльности ОАО «СК «Восход» за 2014-2016 гг. дал следующие результаты:

1) выручка от продажи возросла на 48,64%, что свидетельствует о расширении объема финансово-хозяйственной деятельности спортивного комплекса;

2) рост затрат спортивного комплекса составил 22,77%, то есть затраты на рубль продаж сократилась на 17,2%, что оценивается положительно;

3) как следствие, прибыль от продажи продукции увеличилась за трехлетний период в 4,8 раза, а рост рентабельности продаж составил 16,14%;

4) за исследуемый период наблюдается увеличение прочих расходов предприятия на 41,92%, прочих доходов у предприятия нет;

5) рост прибыли до налогообложения и чистой прибыли составил соответственно в 5,3 раза и в 8,5 раза;

6) благоприятное влияние на увеличение прибыли от продажи продукции ОАО «СК «Восход» за 2014-2016 гг. оказало увеличение объема продаж (+769 тыс. руб.), снижение себестоимости продаж (+5751 тыс. руб. соответственно) и рост цен реализации (+1292 тыс. руб.). К снижению прибыли привели только отрицательные сдвиги в структуре оказанных услуг (-2454 тыс. руб.). Следовательно, резервами роста прибыли предприятия является оптимизация ассортимента оказываемых спорткомплексом услуг.

В целом за три года динамика прибыли ОАО «СК «Восход» благоприятная. Результаты факторного анализа позволили выявить резервы роста финансовых результатов и помогут разработать программу повышения прибыльности (рентабельности) производственно-финансовой деятельности, мобилизовав выявленные резервы.

Список литературы

1. Бригхэм Ю.Ф. Финансовый менеджмент: учебник / Ю.Ф. Бригхэм. – СПб.: Питер, 2015. – 592 с.
2. Жигалова Н.Е. Анализ и управление прибылью: учебное пособие / Н.Е. Жигалова. – СПб.: Питер, 2015. – 210 с.
3. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия АПК: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 608 с.
4. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi.

УДК 330

ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ И УЧЕТА ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА НА ПРИМЕРЕ ООО «МИКС», Г. ВЛАДИВОСТОК

МАКСИМОВА ОЛЬГА ВАДИМОВНА

Студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: Финансовый результат представляет собой итог финансово-хозяйственной деятельности организации, формируемый в денежной форме за отчетный год. Финансовый результат – это разница между суммой доходов и расходов организации. Сопоставление дебетового и кредитового оборотов за отчетный период показывает конечный финансовый результат отчетного периода. Формирование прибыли или убытка складывается из финансового результата от обычных видов деятельности, а также от прочих доходов и расходов [1, с.517]. В данной статье рассмотрим порядок формирования и учет финансового результата деятельности на примере ООО «Микс», г. Владивосток, Приморский край.

Ключевые слова: финансовый результат, доходы, расходы, прибыль, убыток, отчетность, бухгалтерский учет.

THE ORDER OF FORMATION AND ACCOUNTING OF FINANCIAL RESULTS ON THE EXAMPLE OF LLC "MIX", VLADIVOSTOK

Maximova Olga

Abstract: The financial result represents a result of financial-economic activities of the organization that are generated in cash during the year. The financial result is the difference between the amount of income and expenses of the organization. Comparison of debit and credit turnover for the reporting period shows the final financial result of the reporting period. Formation of profit or loss consists of the financial result from ordinary activities, as well as other income and expenses [1, s. 517]. In this article we consider the order of formation and accounting of financial results of activity on the example of LLC "Mix", Vladivostok, Primorsky Krai.

Key words: Financial result, income, expenses, profit, loss, reporting, accounting.

В коммерческих организациях главной целью является извлечение прибыли, то есть получение положительного финансового результата деятельности предприятия. При этом расчет должен производиться не только для внутреннего учета и анализа, но и для соблюдения требований законодательства, так как является обязательным и входит в состав отчетности. Все организации обязаны составлять с использованием данных синтетического и аналитического учета бухгалтерскую отчетность, это говорит об актуальности исследуемого вопроса о порядке формирования и отражения в учете финансового результата на примере ООО «Микс», г. Владивосток, Приморский край.

Порядку формирования и учета финансового результата посвящены труды ведущих экономистов, таких как Бакаева А.С.[1], Терентьевой Т.В.[4], Алексеевой Л.Ф.[5], Астафуровой И.С.[6] и др.

Конечный финансовый результат представляет собой прирост или уменьшение капитала организации в процессе финансово-хозяйственной деятельности за отчетный период, который выражает-

ся в форме общей прибыли или убытка[2, с.812].

Прибыль (убыток) отчетного периода определяется ежемесячно путем сопоставления всех доходов и расходов, принятых к учету. Если полученные доходы превышают произведенные в отчетном периоде расходы, то получена прибыль, а иначе будет убыток.

При формировании конечного финансового результата учитываются:

- прибыль (убытки) от обычных видов деятельности;
- прибыль (убытки) от прочих операций;
- доходы и расходы, относимые на уменьшение прибыли.

ООО «Микс» создано с целью извлечения прибыли, путем осуществления различных видов деятельности, не противоречащих действующему законодательству, а именно:

- оптовая торговля лесоматериалами;
- оптовая торговля строительными материалами;
- также предприятие производит мебель.

Для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности в ООО «Микс», а также для определения финансового результата используется Счет 90 «Продажи».

В течение года на счете 90 собираются данные о доходах и расходах организации по обычным видам деятельности. К счету 90 открываются субсчета:

- 90/1 «Выручка»;
- 90/2 «Себестоимость продаж»;
- 90/3 «НДС»;
- 90/9 «Прибыль / убыток от продаж».

Финансовый результат от продажи ООО «Микс» = Сумма выручки от продаж (кредитовый оборот за отчетный месяц по субсчету 90/1) – Себестоимость продаж и начисляемые с продажи налоги (суммарный дебетовый оборот по субсчетам 90/2 и 90/3).

Для отражения финансового результата ООО «Микс» от продаж используется субсчет 90/9 «Прибыль/убыток от продаж», результат которого списывается в конце отчетного месяца на счет 99:

Д 90/9 К 99 – отражена сумма прибыли за месяц;

Д 99 К 90/9 – отражена сумма убытка, полученного за месяц.

По окончании каждого месяца счет 90 не имеет сальдо, но все субсчета имеют дебетовые или кредитовые остатки, величина которых накапливается.

Для учета прочих доходов и расходов отчетного периода предназначен счет 91 «Прочие доходы и расходы».

Структура и порядок использования счета 91 «Прочие доходы и расходы» аналогичны структуре и порядку использования счета 90.

К счету 91 открываются три субсчета:

91/1 «Прочие доходы»;

91/2 «Прочие расходы»;

91/9 «Сальдо прочих доходов и расходов».

По окончании каждого месяца сопоставляются дебетовый оборот по субсчету 91/2 с кредитовым оборотом по субсчету 91/1. Выявленный результат представляет собой прибыль или убыток за месяц.

Финансовый результат от прочих видов деятельности ООО «Микс» = Сумма прочих доходов (кредитовый оборот за отчетный месяц по субсчету 91/1) – Сумма прочих расходов (дебетовый оборот по субсчету 91/2).

Финансовый результат списывается в конце отчетного месяца на счет 99:

Д 91/9 К 99 – отражена сумма прибыли за месяц;

Д 99 К91/9 – отражена сумма убытка, полученного за месяц.

По окончании каждого месяца счет 91 сальдо не имеет, но на субсчетах этого счета остается дебетовый или кредитовый остаток.

Таким образом, при формировании конечного финансового результата ООО «Микс» учитывается прибыль (убыток) от обычных видов деятельности (который отражается на счете 90 «Продажи»),

прибыль (убыток) от прочих операций (который отражается на счете 91 «Прочие доходы и расходы») и доходы и расходы, относимые на уменьшение прибыли (налог на прибыль). Финансовый результат ООО «Микс», выявленный в конце отчетного периода отражает изменение собственного капитала за определенный период в результате производственно-финансовой деятельности организации.

Чистая прибыль (убыток) является конечным финансовым результатам ООО «Микс» и учитывается она на счете 99 «Прибыли и убытки» и формируется следующим образом:

Чистая прибыль (убыток) за отчетный период = Прибыль (убыток) от продаж + Прибыль (убыток) от прочих видов деятельности – Налог на прибыль (ПБУ 18/02) – Санкции за нарушение налогового законодательства.

Показатель «Чистая прибыль (убыток)» отчетного года отражает конечный финансовый результат деятельности организации в отчетном году.

31 декабря счет 99 закрывается – производится реформация баланса: сумма чистой прибыли (убытка) отчетного года списывается со счета 99 в кредит (дебет) счета 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)»:

Д 99 К 84 – списана чистая прибыль отчетного года;

Д 84 К 99 – списан убыток отчетного года.

Эта сумма и отражается по строке «Чистая прибыль (убыток) отчетного года» в форме № 2 «Отчет о финансовых результатах».

Основные экономические показатели предприятия ООО «Микс» и объемов его деятельности представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные технико-экономические показатели ООО «Микс» за 2015 – 2017 года. (В тысячах рублей)

Наименование показателей	2015	2016	2017	Отклонение 2015 к 2017, (+;-)	Темп роста 2017 к 2015, %
Объем выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг	2954	3786	4139	+1185	+40,12
Полная с/ст от реализации товаров, продукции, работ, услуг	2684	3142	2956	+272	+10,13
Прибыль (убыток) от продаж	158	372	997	+839	+531,01
Чистая прибыль	270	324	1222	+952	+352,59
Среднегодовая стоимость ОФ	125	118	103	-22	-17,60
Среднесписочная численность работников, чел.	8	10	12	+4	+50,00
Среднемесячная выработка одного работника	269,25	378,60	344,92	+75,67	+28,10
Наименование показателей	2015	2016	2017	Отклонение 2015 к 2017, (+;-)	Темп роста 2017 к 2015, %
Фондоотдача, руб./руб.	23,63	32,09	40,18	+16,55	+70,04
Фондоемкость, руб./руб.	0,04	0,03	0,02	-0,02	-50,00
Фондовооруженность, руб./руб.	15,63	11,8	8,58	-7,05	-45,11

Анализируя полученные данные, можно сделать следующие выводы: В отчетном году по сравнению с прошлым увеличивается общий объем выручки на 40,12% или на 1185 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом. Численность всех персонала возросла на 4 человека. Что сказалось на производительности труда одного работника, произошло увеличение на 75,67 тыс. руб./чел.

Основной показатель эффективности деятельности – чистая прибыль, которая увеличивается.

Увеличение данного показателя составило 352,29 %. Это связано, прежде всего, с тем, что в отчетном году предприятие получило прибыль от продаж выше, чем в предыдущих на 531,01 % или на 839 тыс. руб., а себестоимость увеличилась на 10,13% или на 272 тыс. рублей. Фондовооружённость труда – показатель оснащенности основными фондами (размер основных производственных фондов в расчёте на одного работника или рабочего предприятия). В 2017 году наблюдается снижение данного показателя по сравнению с 2015 годом на 7,05 тыс. руб. Исходя из этого, можно оценить, что ООО «Микс» работает стабильно, так как особых тенденций кризиса в деятельности предприятия не наблюдается, что приводит к увеличению товарооборота.

Построение бухгалтерского учета обеспечивает возможность раскрытия информации о доходах организации в разрезе текущей, инвестиционной и финансовой деятельности. Основные составляющие финансового результата приведены в отчете о финансовых результатах. Таким образом, несмотря на свою простоту и очевидность, основное бухгалтерское равенство дает возможность в наиболее общем виде представить взаимосвязь основных элементов и форм финансовой отчетности.

Список литературы

1 Бакаев А.С. Бухгалтерский учет: учебник. - 4-е изд. - 2015. – 517с.

2 Алисенов А. С. Бухгалтерский финансовый учет: теория и практика: учебное пособие / Инфра-М, 2015. – 812с.

3 Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению: Приказ Министерства финансов РФ от 31.10.2000 № 94н (ред. от 08.11.2010) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/.

4 Терентьева Т.В. Бухгалтерский учет: учебное пособие: в 2 модулях. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. – 280 с.

5 Алексеева Л.Ф. Бухгалтерский (финансовый) учет: учебное пособие. – Владивосток: Издательство ВГУЭС, - 2014. – 168 с

6 Астафурова И.С. Оценка методик формирования системы показателей деятельности организаций // Экономика и предпринимательство. – 2014. - № 12-3 (53-3). – С. 850-854

© О.В. Максимова, 2018

УДК 330

ВИДЫ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ ПО НАЛОГУ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИХ АНАЛИЗ

БОСЕРДТ НАТАЛИЯ ЮРЬЕВНА,
ЗАЙЦЕВА ОКСАНА АЛЕКСАНДРОВНА
Студентки
ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

Аннотация: в данной статье представлены виды налоговых вычетов по налогу на доходы физических лиц, производится их описание, а также анализ количества предоставленных справок для получения налоговых вычетов и количества предоставленных налоговых вычетов в целом по России и отдельно по Курской области
Ключевые слова: налог на доходы физических лиц, налоговые вычеты, доход, расходы

TYPES OF TAX DEDUCTIONS ON PERSONAL INCOME TAX AND THEIR ANALYSIS

Boserdt Natalia Yuryevna,
Zaitseva Oksana Alexandrovna

Abstract: this article presents the types of tax deductions for personal income tax, their description, as well as the analysis of the number of certificates for tax deductions and the number of tax deductions provided in Russia as a whole and separately in the Kursk region
Keywords: the tax to incomes of physical persons, tax deduction, income, expenses.

Неотъемлемой частью функционирования экономики любой страны является налог на доходы физических лиц (НДФЛ).

Данный налог является прямым федеральным налогом, а объектом обложения по нему служит доход, реально полученный налогоплательщиком, без включения налоговых вычетов и сумм, освобожденных от налогообложения. Уплачивается НДФЛ со всех видов доходов, полученных в календарном году, как в денежной, так и в натуральной форме. [1]

При определении налоговой базы по данному налогу налогоплательщик имеет право уменьшить ее на сумму налоговых вычетов, которые представляют собой своеобразную налоговую льготу.

Налоговые вычеты предоставляются на основании письменного заявления налогоплательщика и документов, подтверждающих право на получение вычетов.

Налоговым кодексом РФ предусмотрены следующие виды налоговых вычетов:

- Стандартные налоговые вычеты
- Социальные налоговые вычеты
- Имущественные налоговые вычеты
- Профессиональные налоговые вычеты

Стандартные налоговые вычеты предоставляются одним из налоговых агентов, являющихся источником выплаты дохода, по выбору налогоплательщика. Данный вид налоговых вычетов может предоставляться как на самого налогоплательщика, так и на его детей, в том числе усыновленных детей и детей, над которыми взята опека или попечительство.

Данный вычет производится на каждого ребенка в возрасте до 18 лет, а также на каждого учащегося очной формы обучения в возрасте до 24 лет. Для единственного родителя, усыновителя, опекуна, попечителя налоговый вычет предоставляется в двойном размере. Вычет на детей предоставляется до месяца, в котором доход налогоплательщика, облагаемый по ставке 13 % и исчисленный нарастающим итогом с начала года, превысил 350 000 руб.

Социальные налоговые вычеты предоставляются по следующим направлениям:

1. Расходы на обучение. Вычет может предоставляться на собственное обучение в образовательных учреждениях, а также на обучение своих детей, подопечных, братьев, сестер, при этом форма обучения – очная (кроме собственного обучения, где форма обучения не имеет значения).
2. Расходы на благотворительные цели и пожертвования.
3. Расходы на медицинские услуги и лекарственные препараты.
4. Расходы на негосударственное пенсионное обеспечение, добровольное пенсионное страхование и добровольное страхование жизни, дополнительные страховые взносы на накопительную пенсию.

При этом ст. 219 НК РФ установлены условия получения социальных налоговых вычетов и их размеры.

Имущественный налоговый вычет подразумевает под собой возможность уменьшения налоговой базы при продаже, а также при приобретении имущества. Размер имущественных налоговых вычетов установлен ст. 220 НК РФ.

Имущественный налоговый вычет не предоставляется при продаже:

- имущества, которое находилось в собственности 3 (5) года и более;
- имущества, непосредственно использовавшегося в предпринимательской деятельности.

Вместо получения имущественного налогового вычета налогоплательщик вправе уменьшить сумму своих облагаемых налогом доходов на сумму фактически произведенных им и документально подтвержденных расходов, связанных с приобретением этого имущества.

На получение профессиональных налоговых вычетов имеют право физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, а также нотариусы, занимающиеся частной практикой, адвокаты, учредившие адвокатские кабинеты, и другие лица, занимающиеся частной практикой, установленной законодательством. Данный вид вычета предоставляется в сумме фактически произведенных и документально подтвержденных расходов. Если эти расходы не могут быть подтверждены документально, они принимаются к вычету в процентах к сумме начисленного дохода от 20 до 40 %.

Проведем анализ предоставления налоговых вычетов в целом по России, а также в разрезе по Курской области.

На первом этапе проанализируем количество предоставленных справок по форме 2-НДФЛ в таблице 1 и 2. [2]

Таблица 1

Количество справок по форме № 2-НДФЛ в целом по России

Показатель	2013 г., шт.	2014 г., шт.	2015 г., шт.
Стандартные налоговые вычеты	18 498 788	18 102 098	18 008 946
Имущественные налоговые вычеты	251 397	244 026	240 901
Социальные налоговые вычеты	649 475	766 913	66 597
Профессиональные налоговые вычеты	65 843	69 804	67 877

По данным таблицы можно сказать о том, что с каждым годом количество справок уменьшается по всем видам налоговых вычетов, кроме профессиональных, по которым наблюдается небольшой прирост в 2014 г. по сравнению с 2013 г., но в 2015 г. вновь наблюдается небольшое уменьшение количества справок, и социальных, по которым в 2014 г. наблюдается прирост. Наибольшее количество справок предоставляется по стандартным налоговым вычетам, а наименьшее – по профессиональным.

Таблица 2

Количество справок по форме № 2-НДФЛ по Курской области

Показатель	2013 г., шт.	2014 г., шт.	2015 г., шт.
Стандартные налоговые вычеты	166 120	159 479	159 577
Имущественные налоговые вычеты	1 345	1 313	1 317
Социальные налоговые вычеты	3 569	3 848	321
Профессиональные налоговые вычеты	290	305	294

По Курской области также наблюдается небольшое уменьшение количества справок практически по всем видам вычетов. Исключение составляют социальные и профессиональные налоговые вычеты, по которым в 2014 г. наблюдается увеличение, но в 2015 г. вновь происходит их уменьшение. Наибольшее количество справок также предоставляется по стандартным налоговым вычетам, наименьшее – по профессиональным.

На следующем этапе проанализируем количество предоставленных налоговых вычетов также в целом по России в табл. 3 и отдельно по Курской области в табл. 4. [2]

Таблица 3

Количество предоставленных налоговых вычетов физическим лицам в целом по России

Показатель	2013 г., млн. руб.	2014 г., млн. руб.	2015 г., млн. руб.	Абсолютное изменение	
				2015 к 2013	2015 к 2014
Стандартные налоговые вычеты	334 997,84	325 130,91	326 691,80	- 8 306,04	1 560,89
Имущественные налоговые вычеты	73 070,30	73 453,18	75 396,13	2 325,83	1 942,95
Социальные налоговые вычеты	7 737,80	8 660,40	633,80	- 7 104	- 8 026,6
Профессиональные налоговые вычеты	2 566,42	3 243,60	3 906,80	1 340,38	663,2

Таблица 4

Количество предоставленных налоговых вычетов физическим лицам по Курской области

Показатель	2013 г., млн. руб.	2014 г., млн. руб.	2015 г., млн. руб.	Абсолютное изменение	
				2015 к 2013	2015 к 2014
Стандартные налоговые вычеты	3 026,90	2 893,74	2 935,64	- 91,26	41,9
Имущественные налоговые вычеты	315,74	322,94	340,34	24,6	17,4
Социальные налоговые вычеты	33,33	32,75	3,05	- 30,28	- 29,7
Профессиональные налоговые вычеты	6,91	15,32	23,70	16,79	8,38

На основании данных таблицы 3 можно сделать вывод о том, что в большей степени предоставляются стандартные налоговые вычеты, которые в 2015 г. составили 326691,8 млн. руб., при этом их количество с 2013 г. по 2015 г. сократилось на 8306,04 млн. руб. Также уменьшилось и количество социальных налоговых вычетов в период с 2013 г. по 2015 г., и это изменение составило 7104 млн. руб. При этом наблюдается рост количества имущественных и профессиональных налоговых вычетов, которые увеличились на 2325,83 млн. руб. и 1340,38 млн. руб. соответственно.

Проанализировав таблицу 4, можно сделать вывод о том, что по Курской области наиболее часто налогоплательщики применяют стандартные налоговые вычеты. В 2015 г. они составили 2935,64 млн. руб. Сумма имущественных налоговых вычетов с каждым годом увеличивается, так в период с 2013 г. по 2015 г. это увеличение составило 24,6 млн. руб. Тоже можно сказать и о профессиональных налоговых вычетах, их сумма в 2015 г. по сравнению с 2013 г. возросла на 16,79 млн. руб. и составила 23,70 млн. руб. Что касается суммы социальных налоговых вычетов, то она уменьшается с каждым годом, и в 2015 г. она стала равной 3,05 млн. руб.

В заключении отметим, что проблемам совершенствования налоговых вычетов следует уделить особое внимание, данная проблема имеет достаточно высокий потенциал развития в отношении их размеров, условий применения, сферы распространения. Потому что применяемая налоговая система НДФЛ в настоящее время несовершенна и требует реформирования.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ // СПС КонсультантПлюс;
2. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] – https://www.nalog.ru/.

© Н.Ю. Босердт, О.А. Зайцева, 2018

УДК 338.43

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ВИДОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

СКОБЕЛКИН ДМИТРИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ,
ТОРТОЧАКОВ ДМИТРИЙ РОДИОНОВИЧ

Студенты
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

Аннотация: В данной статье исследуется производство сельскохозяйственной продукции в Новосибирской области. Аграрный сектор Сибири является одним из самых перспективных направлений деятельности региона. Уже не одно десятилетие Новосибирская область успешно реализует сельскохозяйственный план производства, внося неоценимый вклад жителям всей нашей страны.
Ключевые слова: сельское хозяйство, производство, аграрный сектор, сельскохозяйственная продукция, инвестиции.

ANALYSIS OF THE PRODUCTION OF THE MAIN TYPES OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE NOVOSIBIRSK REGION

Skobelkin D.V.,
Tortochakov D.R.

Abstract: This article examines the production of agricultural products in the Novosibirsk region. The Siberian agricultural sector is one of the most promising areas of the region. For more than one decade the Novosibirsk region has been successfully implementing the agricultural production plan, making an invaluable contribution to the inhabitants of our entire country.
Keywords: agriculture, production, agrarian sector, agricultural products, investments.

С наступлением эры научно-технической революции в сельском хозяйстве стало возможным, несмотря на крайне ограниченные площади сельскохозяйственных угодий, радикально увеличить продуктивность земли, рост скота, объём урожая и качество сельскохозяйственной продукции в целом.

Аграрный сектор Новосибирской области обладает огромным потенциалом и вносит значительный вклад в обеспечение страны сырьем и продуктами, играет важную роль в балансировании продовольственного рынка, а также способствует ограничению поступлений импортной сельскохозяйственной продукции на российский рынок.

Новосибирская область - важный сельскохозяйственный район Сибири. По производству сельскохозяйственной продукции область занимает 2-е место в Западной Сибири, уступая лишь Алтайскому краю. Аграрный сектор является одним из ведущих в данном регионе. НСО занимает 22 место по производству сельскохозяйственной продукции среди всех регионов России. [3, с. 779]

Трудно переоценить вклад Сибири в аграрный сектор экономики. На рисунке 1 представлена доля произведённой сельскохозяйственной продукции в Новосибирской области относительно Россий-

ской Федерации.

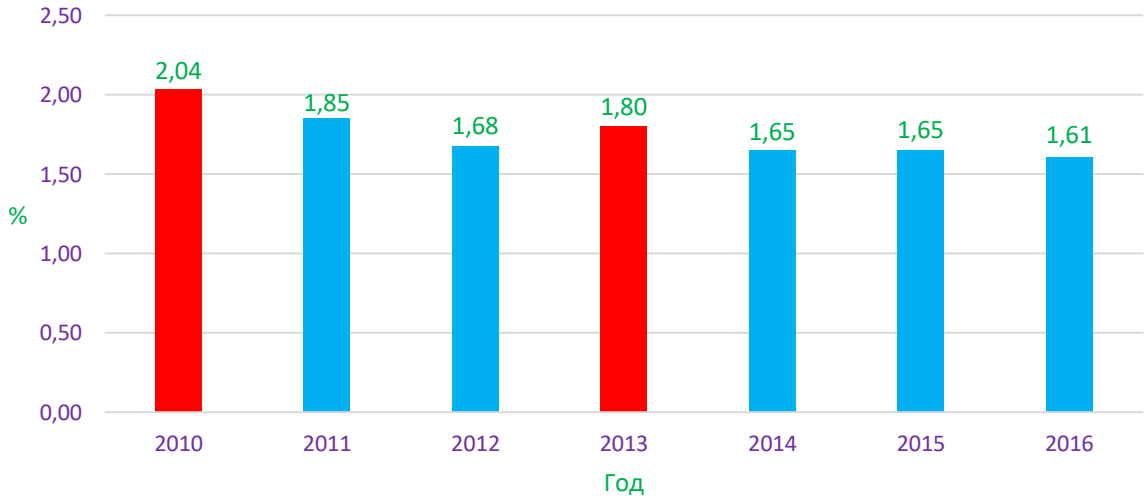


Рис. 1. Доля Новосибирской области в производстве сельскохозяйственной продукции РФ (в %). [2, с. 644]

На основании данного рисунка можно сделать вывод, что последние годы Новосибирская область снизила свой вклад в производство сельскохозяйственной продукции России примерно на 21%. Стало быть, производство с/х в НСО сократилось и испытывает некоторые трудности. Однако это не так. В Новосибирской области, разумеется, наблюдаются проблемы связанные с сельскохозяйственным производством, но они обусловлены отсталостью аграрного сектора Российской экономики в целом.

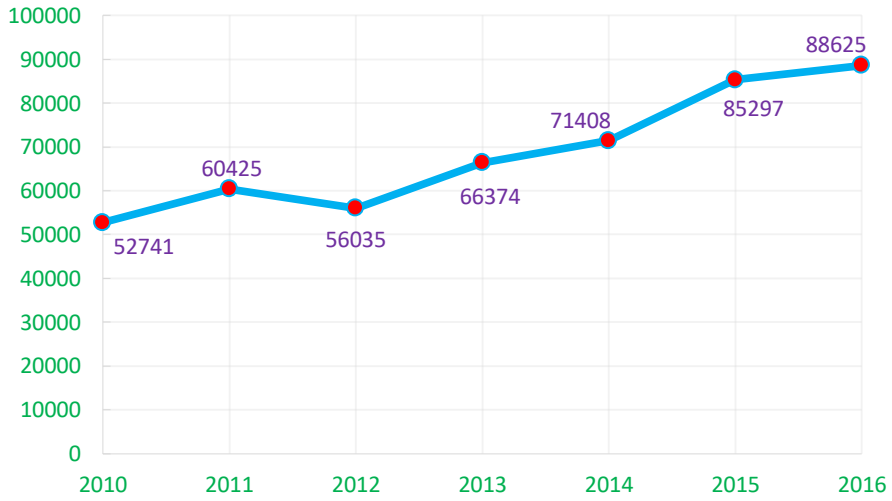


Рис. 2. Продукция с/х, в фактически действовавших ценах, млн. руб. [2, с. 644]

Для наиболее точного анализа были рассмотрены данные о производстве различных видов сельскохозяйственной продукции в Новосибирской области за 2010-2016 годы.

Чтобы убедиться в возрастающем потенциале аграрного сектора Новосибирской области был рассчитан множественный коэффициент корреляции между показателями, представленными в таблице 1. Несмотря на большой массив регрессоров (6 объясняющих переменных) множественный коэффициент корреляции оказался равен 0,997.

Таким образом, можно с уверенностью сделать вывод, что производство различных видов сельскохозяйственной продукции в НСО функционирует как единый механизм, и при его стимулировании,

объём всего ассортимента продукции будет возрастать.

Стоить отметить, что структура производства сельскохозяйственной продукции за последние 10 лет претерпела значительные изменения. Речь идёт о возрастающей значимости крестьянско-фермерских хозяйств.

Таблица 1

Производство сельскохозяйственной продукции в Новосибирской области за 2010-2016 годы. [2, с. 645]

Год	Овщи, тыс. тонн	Семена подсолнечника, тыс. тонн	Зерно, тыс. тонн	Скот и птица на убой, тыс. тонн	Молоко, тыс. тонн	Яйца, млн. штук
2010	195,8	7,9	2350,3	142,1	757,1	1281,6
2011	235,6	6,8	2503,3	155,4	775,3	1319,2
2012	243,1	4,7	1239,5	158,3	713,1	1323,9
2013	223,2	9,6	2292,6	155,4	654,2	1340,9
2014	211,2	3,8	1784,6	165,7	660,5	1253,7
2015	201,1	4,3	2196,5	165,2	661,05	1254,8
2016	205,2	7,3	2341,1	169,7	667,6	1236,0

Правовые, экономические и социальные основы создания и деятельности современных крестьянских (фермерских) хозяйств определяет Федеральный закон от 11 июня 2003 г. №74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», гарантируя гражданам право на создание крестьянских (фермерских) хозяйств и их самостоятельную деятельность.

Согласно этому закону, крестьянское (фермерское) хозяйство представляет собой объединение граждан, связанных родством и (или) свойством, имеющих в общей собственности имущество и совместно осуществляющих производственную и иную хозяйственную деятельность (производство, переработку, хранение, транспортировку и реализацию сельскохозяйственной продукции), основанную на их личном участии.

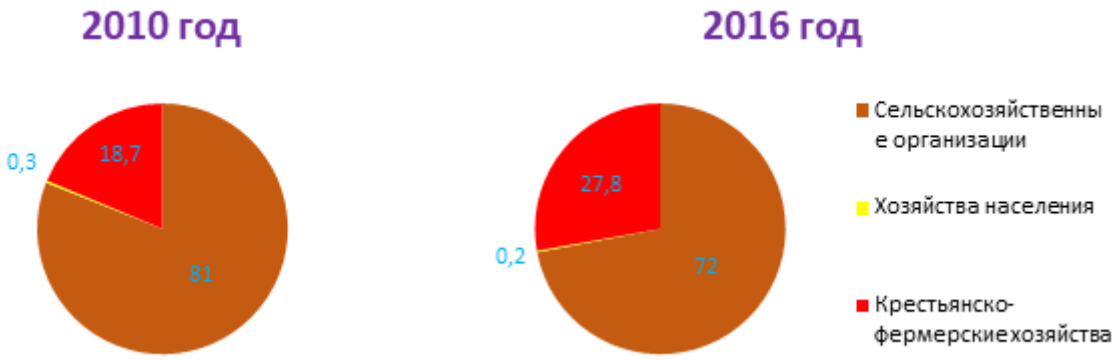


Рис. 3. Доля различных категорий хозяйствования в производстве с/х продукции Новосибирской области в 2010 и 2016 годах. [3, с. 788-789]

Значимость крестьянских (фермерских) хозяйств очевидна и признана, в том числе и со стороны государственной власти. Все соглашаются, что политика сохранения и развития КФХ дает многогранный эффект: *социальный* - улучшает демографическую ситуацию страны, повышает уровень сельской жизни; *экономический* - стабилизируют цены на продукты питания, вносят вклад в продовольственную безопасность; *геополитический* – формируют оптимальную систему расселения.

Однако потенциал фермерского уклада в России до сих пор недооценен. Его развитие идет

сложно и противоречиво. Зачастую, фермерское хозяйство развивается исключительно благодаря собственным силам и внутренней мотивации, нередко балансируя на грани выживания. Государственные меры, направленные на поддержку и развитие крестьянско-фермерских хозяйств в настоящее время, к сожалению, недостаточны.

В США численность фермерских хозяйств – 2,2 миллиона. Они владеют 89 % всех земель. В Германии сельское хозяйство более чем на 90% состоит из крестьянских ферм. В Финляндии сельское хозяйство практически на все 100% фермерское. Несмотря на значительно-ограниченную территорию этого скандинавского государства на одну ферму приходится в среднем 29 коров. Кроме того, Финляндия является поставщиком цельномолочной продукции и для России (в пределах 10 тысяч тонн в год).Тем не менее, аграрный сектор Новосибирской области направлен на становление данной категории хозяйствования. С 2010 по 2016 годы их доля заметно возросла, что подтверждает рисунок 3.

Ключевую роль в финансировании сферы сельскохозяйственного производства играют частные инвестиции, реализуясь более эффективно, чем государственная поддержка и заёмные средства. Это должно стать одним из первоочерёдных направлений развития политики регулирования в нашей области. В сложившихся условиях инвесторы не хотят вкладывать деньги в развитии отечественного сельского хозяйства. Такая тенденция связана не только с отсутствием действенного механизма привлечения частных инвестиций, но и с большим риском и долгосрочным оборотом вложенных денежных средств. При столь трудоёмких условиях привлечения капитала ещё ярче акцентируется проблема получения заёмных средств у кредитных организаций.

Ну и самое главное — в сельском хозяйстве должны быть обеспечены нормальные условия труда — начиная от финансового аспекта и заканчивая развитием автоматизации производства. Однако проблема привлечения передовых современных технологий решаема только после преодоления проблем с финансированием. Всем этим проблемам необходимо решение путем создания благоприятных (льготных) условий ведения агробизнеса подобно странам Европы, что позволит привлечь в отрасль активную часть населения. Именно заинтересованность всех субъектов сельскохозяйственного сектора является мощным средством преодоление рассмотренных проблем.

Создание стабильной правовой системы, которая защищала бы производителей, и экономическую систему, а также стимулировала их эффективность, разумеется, имеет долгосрочную перспективу развития агропромышленного комплекса Новосибирской области и, конечно же, всей России, однако поставленная цель вполне достижима и её результат станет ещё одним предметом гордости нашей страны.

Список литературы

1. Федеральный закон «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» от 11.06.2003 N 74-ФЗ;
2. Регионы России. Социально-экономические показатели // Р32.Стат.Сб. – М., 2017. – 1402 с.;
3. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации // Р32. Стат.Сб. – М., 2017. – 751 с.

© Д.В.Скобелкин, Д.Р.Торточаков, 2018

УДК 657

ДОХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ, ИХ СОСТАВ, УЧЕТ НА ПРИМЕРЕ КГАУ «КРАЕВАЯ СПОРТИВНАЯ ШКОЛА» Г. ВЛАДИВОСТОК

КОСМАЧЕВА МАРГАРИТА АНДРЕЕВНА

Студент

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: Хозяйствование в действующих рамках рыночной экономики, проходящие процессы усиления интеграции в мировую экономическую систему потребовали перестройки всего функционирования субъектов и в том числе сектора государственного управления, а также изменения правил учета операций и с государственными финансами. Эти изменения характерны для всех сфер и аспектов экономической деятельности организаций коммерческих и бюджетных сфер, в том числе и для такой важнейшей составляющей как учет доходов.

В настоящее время резко повышается значимость учета дохода организаций, их состава и учета, так как это важнейшая категория, от оптимальности структуры которой, напрямую зависят финансовые процессы функционирования.

Ключевые слова: доход организации, состав доходов, учет доходов, бюджетная организация, раскрытие информации.

THE INCOME OF THE ORGANIZATION, THEIR COMPOSITION, ACCOUNTING ON THE EXAMPLE OF KSAU "REGIONAL SPORTS SCHOOL", VLADIVOSTOK

Kosmacheva Margarita Andreevna

Abstract: The economic management in the current market economy framework, the ongoing processes of strengthening integration into the world economic system, required the restructuring of all the functioning of the subjects, including the public administration sector, as well as changes in the rules of accounting for operations and public finances. These changes are typical for all spheres and aspects of the economic activity of organizations of commercial and budgetary spheres, including for such an important component as income accounting.

At present, the importance of accounting for organizations' income, their composition and accounting is sharply increased, since this is the most important category, the optimal structure of which directly affects the financial functioning processes.

Keywords: income of the organization, income composition, income accounting, budget organization, information disclosure.

Доходами принято признавать рост, своеобразное увеличение получаемых экономических выгод, которые наступают в результате поступления или процессов выбытия активов, а также в случае погашения либо возникновения обязательств, приводящие к соответствующим изменениям капитала организации. Рыночные условия требуют от субъектов хозяйствования вести тщательный учет полученных доходов [1].

Доходы группируют в себе и представляют собой в дальнейшем рост, увеличение экономических выгод посредством поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения (исполнения) обязательств, что приводит к росту объема капитала субъекта хозяйствования, за исключением поступающих вкладов участников (собственников имущества).

Не входят в состав доходов, а, следовательно, не приводят к увеличению капитала следующие поступления в виде: суммы, подлежащие обязательному перечислению в бюджет субъектами хозяйствования, в виде НДС, акцизов, пошлин и других аналогичных обязательных платежей;поступления платежей у комиссионера по договорам комиссии;суммы полученных коммерческих кредитов, залогов, задатков;суммы, полученные в виде погашение кредита (займа), ранее предоставленного заемщику.

Все доходы организации подразделяются в зависимости от характера поступлений, условий получения и характеристики направлений деятельности субъекта хозяйствования на [1]:

– доходы от обычных видов деятельности, которые носят основной и регулярный характер, взаимоувязанный с обычной производственной (уставной) и коммерческой, финансовой или инвестиционной деятельностью субъекта хозяйствования, если в учредительных документах она обозначена как предмет деятельности организации;

– прочие поступления (операционные, внереализационные и чрезвычайные доходы).

Доходом от реализации в учете субъекта хозяйствования признается выручка от продажи товаров, как собственного производства, так и ранее приобретенных, а также оказанных работ, произведенных услуг и выручка от продажи имущественных прав. Объем выручки от реализации определяется суммированием всех финансовых поступлений, связанных с расчетами за реализованные товары (работы, услуги) либо имущественные права, выраженные как в денежной, так и в натуральной формах.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации в России каждая коммерческая организация создается для получения прибыли, а каждая бюджетная организация для исполнения бюджетных ассигнований [2]. Современное толкование понятия дохода вызывает особый интерес через такую категорию как экономическая выгода. Экономическая выгода обусловлена тем, что в таком понимании дохода прослеживается весьма существенный признак - влияние притока активов на общее приращение капитала организации. Поэтому доход рассматривается как повышение экономических выгод в результате поступления активов в виде денежных средств, иного имущества и или погашения возникших обязательств, приводящее к увеличению капитала.

Сложившаяся система рыночных отношений и сформированная экономическая среда обусловили необходимость четкого правового регулирования хозяйственного, бухгалтерского учета на законодательном уровне. Это послужило принятию нового Федерального закона от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», который ввел и утвердил основные нормы, задачи законодательства о бухгалтерском учете, а также закрепил, что основной целью законодательства о бухгалтерском учете является обеспечение единообразия ведения учета имущества, обязательств и осуществляемых хозяйственных операций, которые происходят в организациях [4].

На примере конкретного хозяйствующего субъекта - КГАУ «Краевая спортивная школа», г. Владивосток - расмотрим особенности состава и учета доходов в бюджетной организации. Согласно Бюджетным кодекса РФ для верного и рационального использования финансовых ресурсов учреждения и в соответствии с требованиями в КГАУ «Краевая спортивная школа» составляется и утверждается смета доходов, так как вся финансовая деятельность бюджетного учреждения ведется в рамках смет доходов и расходов.Смета доходов выступает одним из главных элементов сводного бюджета учреждения.

Для выполнения предпринимательской деятельности в уставе учреждения закреплен перечень видов деятельности, по которым осуществляется предпринимательская работа и он носит исчерпывающий характер. КГАУ «Краевая спортивная школа» выдано разрешение на открытие лицевого счета по учету средств, полученных от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности, в территориальных органах Федерального казначейства. В таком документе отражаются все виды доходов, которые вправе иметь учреждение. Порядок использования средств, полученных учреждением от ведения предпринимательской и иной приносящей доход деятельности оговорен законом о федеральном бюджете.

Каждый центр финансовой ответственности спортивной школы имеет доходы, которые покрывают их основные затраты. Доходы формируются за счет бюджетных ассигнований, и собственных средств от платных услуг.

Ведение учета доходов, а также сумм доходов от предпринимательской деятельности бюджетным учреждением производится раздельно. Если организация получает доходы в результате использования целевых средств, а также плату за выполненные работы и оказанные услуги, то сумма превышения доходов над расходами, полученная от этой деятельности, подлежит обложению налогом на прибыль в установленном порядке. Доходы, полученные спортивной школой по факту от платных услуг сверх плана финансово-хозяйственной деятельности, подлежат включению в план финансово-хозяйственной деятельности.

Прибыль бюджетных учреждений, каким является КГАУ «Краевая спортивная школа», оставшаяся после уплаты в бюджет налога на прибыль, может быть направлена на осуществление основной уставной деятельности. Платные услуги проводятся в соответствии с действующей нормативной, методической и нормативно-технической документацией. Доход по платным, в том числе, услугам может поступать в КГАУ «Краевая спортивная школа» путем безналичных расчетов согласно заключенным договорам на оказание услуг. Перечисление сумм проводится на расчетный счет. Доходы могут также вноситься наличными в кассу, согласно договору о платных услугах. Прием наличных денег производится с применением контрольно-кассовых аппаратов с выдачей чека и расшифровки услуг, а также в исключительных случаях по квитанциям строгой отчетности, пронумерованным и сброшюрованным в книжки.

Синтетический и аналитический учет доходов в КГАУ «Краевая спортивная школа» осуществляется согласно плану бюджетного учета по статьям бюджетной классификации и позволяет более детально сформировывать показатели, что дает возможность анализировать их дальнейшем по каждому отделу и в целом.

Для учета доходов используется Счет 20500 «Расчеты по доходам». Счет предназначен для отражения расчетов по суммам доходов (поступлений), начисленных учреждением в момент появления требований к их плательщикам. Группировка расчетов проводится в разбивке видов доходов бюджета, администрируемых учреждением в рамках выполнения полномочий администратора доходов бюджета, и (или) видов поступлений, предусмотренных утвержденной сметой (планом финансово-хозяйственной деятельности) учреждения по аналитическим группам синтетического счета объектов учета. Аналитический учет расчетов по поступлениям отражается в структуре видов доходов (поступлений) по плательщикам (группам плательщиков) и соответствующим им суммам расчетов в карточке учета средств и расчетов и (или) в Журнале операций расчетов с дебиторами по доходам [5].

Счет 40110 «Доходы текущего финансового года» и счет 40120 «Расходы текущего финансового года» необходимы для учета по методу начисления финансового результата текущей деятельности учреждения. Оценка доходов проводится по продажной цене, сумме сделки, указанной в договоре, признание доходов осуществляется по методу начисления, дата признания определяется по дате перехода права собственности на услугу, работу [5].

К финансовым активам синтетический номер счета 020000000 относят по плану счетов: «Денежные средства учреждения», «Средства на счетах бюджетов», «Средства на счетах органов, осуществляющих кассовое обслуживание исполнения бюджетов», «Финансовые вложения», «Расчеты с дебиторами по доходам», «Расчеты по выданным авансам», «Расчеты с дебиторами по бюджетным ссудам и кредитам», «Расчеты с подотчетными лицами», «Расчеты по недостачам», «Расчеты с прочими дебиторами», «Внутренние расчеты между органами, осуществляющими кассовое обслуживание исполнения бюджетов, по поступлениям в бюджет», «Внутренние расчеты по выбытию средств из бюджета между органами, осуществляющими кассовое обслуживание исполнения бюджетов», «Расчеты с дебиторами по прочим операциям между органами, осуществляющими кассовое обслуживание исполнения бюджетов», которые имеют свои номера. Каждый из них, в свою очередь, имеет субсчета.

Так, денежные средства подразделяются на счет 020100000 «Денежные средства учреждения», счет 020101000 «Денежные средства учреждения на банковских счетах», счет 020102000 «Денежные

средства учреждения во временном распоряжении», счет 020103000 «Денежные средства учреждения в пути», счет 020104000 «Касса», счет 020105000 «Денежные документы», счет 020106000 «Аккредитивы», счет 020107000 «Денежные средства учреждения в иностранной валюте» [5].

Счет 020104000 «Касса» необходим для учета движения наличных денежных в кассе.

КГАУ «Краевая спортивная школа» составляет и представляет месячную, квартальную, годовую бюджетную и иную отчетность в порядке и в сроки установленные соответствующими нормативно-правовыми актами органов государственной исполнительной власти, органам управления государственных внебюджетных фондов, органам местного самоуправления, органам статистического управления, налоговой инспекцией и иную отчетность как бюджетополучатель средств краевого бюджета. Формируемая бухгалтерская отчетность КГАУ «Краевая спортивная школа» включает [6]:

– Баланс государственного (муниципального) учреждения;

– Баланс исполнения бюджета главного распорядителя (распорядителя), получателя средств бюджета;

– Отчет о финансовых результатах деятельности.

Все вышеуказанные формы отчетности являются источником сопоставления «плановых» и «фактических» показателей результативности текущей финансово-хозяйственной деятельности и источником анализа расходов и доходов бюджетного учреждения.

Список литературы

1 Воробьева И.П. Государственные (муниципальные) учреждения, особенности учета бюджетной деятельности / И.П. Воробьева // Проблемы учета и финансов. – 2014. – №1(35). – С. 64-69.

2 Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (с учётом поправок, внесённых Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 5.02.2014 г. № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // Российская газета. – 1993. – 25 декабря.

3 Гражданский кодекс РФ (часть первая): федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (в ред. от 29.12.2017г.) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

4 О бухгалтерском учете: федеральный закон РФ № 402-ФЗ от 6 декабря 2011 г. (ред. от 31.12.2017) // Собрание законодательства РФ. – 2011. – №50. – Ст.7344.

5 Потапова Т.Н. Методический инструментарий учета в автономных спортивных учреждениях / Т.Н. Потапова // Вектор науки. – 2014. – №4 (24). – С. 258-263.

6 Строкова Е.В. Анализ форм финансовой отчетности, представляемой бюджетным учреждением / Е.В. Строкова // Советник бухгалтера. – 2015. – № 6. – С. 26-51.

© М.А. Космачева, 2018

УДК 330

РАСЧЕТ БЕЗОПАСНОЙ ДОЛИ ВЫЧЕТОВ ПО НДС

НЕЩЕРЕТ ВЕРОНИКА АНДРЕЕВНА,
СМЫВАЛОВА МАРИЯ КОНСТАНТИНОВНА

Студенты
«Хабаровский государственный университет экономики и права»

Научный руководитель: Домагальская Ирина Михайловна, к.э.н., доцент

Аннотация: Отражение в декларации по НДС значительных сумм налоговых вычетов – один из критериев для проведения выездной налоговой проверки. Данный критерий является общедоступным и был разработан налоговиками для того, чтобы налогоплательщики могли самостоятельно оценить риск проведения в отношении себя выездной налоговой проверки. В данной статье мы рассмотрим, что такое НДС, способы налогообложения, нюансы расчетов безопасной доли вычетов по НДС.
Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, налоговая база, налоговая ставка, исчисление налога, налогоплательщик, объект налогообложения, налоговые риски, безопасная доля вычетов.

THE CALCULATION OF THE SAFE SHARE OF VAT DEDUCTIONS

Nescheret Veronika Andreevna,
Smyvalova Maria Konstantinovna

Abstract: reflection of significant amounts of tax deductions In the VAT Declaration is one of the criteria for an on – site tax audit. This criterion is publicly available and has been developed by the tax authorities in order for the taxpayers to be able to independently assess the risk of an on-site tax audit. In this article we will consider what is VAT, methods of taxation, nuances of calculations of the safe share of VAT deductions.
Key words: value-added tax, tax base, tax rate, tax calculation, taxpayer, object of taxation, tax risks, safe share of deductions.

Налог на добавленную стоимость (НДС) – один из основных источников формирования доходной части федерального бюджета Российской Федерации. Налог на добавленную стоимость считается одним из важнейших и вместе с тем сложных налогов, существующих в налоговой системе нашего государства. Следует отметить факторы, влияющие на внедрение НДС в экономику:

1. Недостатки прямых налогов, например, максимальная сложность налогообложения или огромные масштабы уклонения налогов от их уплаты.
2. Бесконечная потребность расширения налогооблагаемой базы для увеличения дохода бюджета.
3. Необходимость улучшения налоговых систем для преобразования их в соотвествие с обновленным этапам экономического развития.

В нашей стране налог на добавленную стоимость является самым молодым налогом, формирующим большую часть доходных поступлений в бюджет. Данный налог был введён в налоговую систему с 1992 года и представляет собой косвенный многоступенчатый налог, взимаемый с каждого акта про-

дажи, начиная с производственного цикла и заканчивая продажей конечному потребителю. Сейчас он занимает 4 место в доходах консолидированного бюджета и составляет 34%. [3]

НДС - это федеральный косвенный налог, который представляет собой форму изъятия определенный части прибавочной стоимости товара (работ, услуг) в бюджет государства.

Мировая практика применения НДС предполагает использование четырёх способов налогообложения добавленной стоимости.

Рис. 1. Способы налогообложения добавленной стоимости

Прямой аддитивный предполагает применение ставки налога к результату сложения компонентов добавленной стоимости.

Косвенный аддитивный основан на применении ставки к каждому из компонентов.

Метод прямого вычитания основан на применении ставки к разнице в ценах реализации и закупки.

Косвенный метод вычитания, или зачетный метод по счетам, предполагает применение ставки отдельно к цене реализации продукции и к цене приобретения сырья, материалов и пр.

Порядок исчисления НДС в налоговой системе РФ предполагает использование налогового вычета, на который налогоплательщик может уменьшить сумму НДС, исчисленную исходя из налоговой базы.

Схему расчета расчёта НДС исходя из налоговой базы можно представить следующим образом:

НДС нб = НБ × Ст,

Где: НДС нб – сумма НДС, исчисленная исходя из налоговой базы;

НБ – налоговая база (стоимость реализуемых товаров (работ, услуг) с учётом акциза, без НДС);

Ст – ставка НДС.

На территории Российской Федерации в 2018 году ставки НДС устанавливаются в следующих размерах: [1]

Налогоплательщик уплачивает в бюджет сумму НДС, исчисленную исходя из налоговой базы, уменьшенную на сумму налоговых вычетов (НВ).

НДС в бюджет = НДС нб – НВ

В соответствии с положениями Налогового кодекса РФ (статья 171) «вычетам подлежат суммы налога, предъявленные налогоплательщику при приобретении товаров (работ, услуг), а также имущественных прав на территории Российской Федерации либо уплаченные налогоплательщиком при ввозе товаров на территорию Российской Федерации и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией»[1]. Налоговые вычеты определяются законодательно и рассчитываются согласно условиям их применения.

Таблица 1

Размер процентной ставки по НДС в Российской Федерации

Размер ставки НДС (%)	Объект налогообложения
18	применяется по всей территории РФ на товары и услуги, кроме отдельных групп товаров, на которые установлена ставка 10% .
10	установлена при реализации: продовольственных товаров; товаров для детей; периодических печатных изданий; книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой; медицинских товаров.
0	установлена при экспорте и реализации товаров (работ, услуг: по международной перевозке товаров, в области космической деятельности, драгоценных металлов, построенных судов, а также ряда транспортных услуг.

В соответствие с принятой в 2007 году Концепцией системы планирования выездных налоговых проверок, главным критерием отбора плательщиков налога на добавленную стоимость для выездной проверки является высокая доля вычетов от суммы исчисленного НДС за предыдущие 12 месяцев. Этот показатель должен составлять не более 89%. [4] На первое января 2018 года средний размер доли вычетов по НДС в РФ фактически составил 88,06 %.[5]

Компания может рассчитать безопасную долю вычетов по НДС по следующей формуле:

$$\text{Доля НДС вычетов по РФ (региону)} = \frac{\text{Сумма вычетов по НДС}}{\text{Налог к исчислению}} \times 100\%$$

Так же следует отметить, что если доля вычетов НДС у данного налогоплательщика значительно отличается от среднего значения, то при проведении камеральной проверки инспектор может учесть отраслевую принадлежность, повлиявшую на вычеты налога. Кроме того, налогоплательщик в пояснениях может сослаться на отраслевые особенности своей деятельности.

Для определения безопасной доли вычетов необходимо ориентироваться на сведения отчета 1-НДС.

Организация, у которой не было экспортных операций может определить безопасное значение вычетов по НДС в соответствии следующей формуле:

$$\text{Доля НДС вычетов налогоплательщика} = \frac{\sum \text{вычетов по НДС}}{\sum \text{исчисленного НДС с учетов востановленных сумм}} \times 100\%$$

Полученную долю вычетов необходимо сравнить со средней безопасной долей в регионе.

Компании необходимо понимать, что превышение безопасной доли вычетов по НДС- один из критериев оценки налоговых рисков, который используется инспекциями при отборе организации для проведения выездной проверки. Само по себе превышение не означает автоматического включения в план проверок, но, при наличии других тревожных критериев налоговый орган может принять решение о назначении выездной проверки. Компании, которые хотят избежать лишнего контроля налоговыми инспекциями подгоняя вычеты под нужную величину должны понимать, что это не может гарантировать отсутствие внимания со стороны налоговых органов.

Налоговые органы в праве:

1. Вызывать плательщиков НДС для пояснений, отправив при этом письменное уведомление.
2. Направить плательщику НДС требования о предоставлении пояснений.

Если, налогоплательщик сможет доказать, что рассчитывает налоговые обязательства согласно законодательству и предоставит подтверждающие документы, то претензий со стороны проверяющих органов быть не должно.

НДС является эластичным налогом, исходя из этого с ним постоянно происходят изменения в механизме его исчисления. Поэтому его детальное изучение и выработка предложений по дальнейшему совершенствованию законодательной базы и практики его взимания имеют важное значение как для налогоплательщиков, так и для государства в лице его исполнительных органов. Также необходимо

отметить, что доля налоговых вычетов по НДС снизилась, что является положительным моментом для налогоплательщиков.

Список литературы

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая.-Москва : Проспект, 2018.
2. Налоговый менеджмент. Продвинутый курс : учебник / И.А. Майбуров, Ю.Б. Иванов, Л.Н. Васянина, С.А. Жернаков, ред.: И.А. Майбуров, ред.: Ю.Б. Иванов .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
3. https://www.minfin.ru/common/upload/library/2017/04/main/0454_Ispolnenie-2017_preview.pdf
4. Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок". Приказ ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ (ред. от 10.05.2012)/СПС «КонсультантПлюс»
5. https://www.nalog.ru/rn27/related_activities/statistics_and_analytics/forms/7313198/ (Отчет по форме № 1-НДС по состоянию на 01.02.2018, сводный в целом по Российской Федерации).
6. http://textarchive.ru/c-2373599-pall.html

УДК 657.375.2

ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ И ВЫХОДА ПРОДУКЦИИ ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР

ФАРРАХОВА ФАНИСА ФАУЗЕТДИНОВНА
к.э.н., доцент
ХАСАНОВА АДЕЛИЯ ИРЕКОВНА
студент
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный аграрный университет»

Аннотация: В статье рассмотрена организация бухгалтерского учета затрат и выхода продукции зерновых культур. Растениеводство относится к важнейшим отраслям сельского хозяйства, которое обеспечивает население продуктами питания, а так же ряд отраслей промышленности сырьем. Главным направлением в развитии растениеводства является выращивание зерновых культур.
Ключевые слова: бухгалтерский учет, растениеводство, зерновые культуры, первичные документы, статьи затрат, выход продукции, зерно.

ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF COSTS AND THE YIELD OF GRAIN CROPS

Farrakhova Fanisa Pausylipona,
Khasanova Adeliya Irekovna

Abstract: the article considers the organization of accounting of expenses and output of grain crops. Crop production is one of the most important sectors of agriculture, which provides the population with food, as well as a number of industries raw materials. The main direction in the development of crop production is the cultivation of grain crops.
Keywords: accounting, crop production, crops, primary documents, cost items, output, grain.

Актуальность темы исследования заключается в том, что важнейшим источником повышения эффективности развития зерновой отрасли является правильно организованный учет затрат на производство продукции зерновых культур. От ее уровня зависят финансовые результаты деятельности предприятий, темпы расширенного воспроизводства, финансовое состояние хозяйствующих субъектов.

ГУСП МТС «Зауралье Агро» создано 31 декабря 2008 года на базе двух филиалов: Абзелиловского и Баймакского, расположено в с. Аскарово Абзелиловского района. Итогом этого объединения стало создание одной из лучших машинно-технологических станций в республике Башкортостан. На сегодняшний день, главное предприятие "Зауралье Агро" находится в Баймакском районе в Старом Сибае, а филиалы в Абзелиловском, Хайбуллинском и Учалинском районах.

ГУСП МТС «Зауралье Агро» выращивает и реализует зерновые культуры для промышленных предприятий, а также оказывает поддержку сельскохозяйственным производителям.

Для удовлетворения потребности населения в продовольствии должен быть обеспечен значительный рост среднегодового валового сбора зерна, повышение урожайности зерновых культур, а так-

же увеличено производство других основных видов сельскохозяйственной продукции. Важной задачей отрасли растениеводство является резкое увеличение производство кормов для создания прочной кормовой базы животноводства.

Правильно организованный учет затрат в растениеводстве имеет первостепенное значение. При учете сельскохозяйственной продукции важно своевременно составить соответствующие первичные документы и регулярно контролировать их поступление согласно графику документооборота в бухгалтерию. Только в этом случае работники учета могут обеспечить достоверный учет движения готовой продукции.

Согласно Федеральному закону «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. (ред. от 31.12.2017 г.) формы первичной учетной документации разрешается разрабатывать организациям самостоятельно [1].

Первичные документы принимаются к учету, если они составлены по форме, содержащейся в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации или отраслевых инструктивных нормативных документах, утвержденных в установленном порядке (Постановление Госкомстата РФ от 29.09.1997 г. № 68 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету сельскохозяйственной продукции по учету сельскохозяйственной продукции и сырья») [5].

Создание первичных документов, порядок и сроки передачи их для отражения в бухгалтерском учете должно производится в соответствии с графиком документооборота [3].

Свод первичных документов по учету затрат на производство продукции зерновых культур указаны в таблице 1.

Таблица 1

Свод первичных документов по учету продукции зерновых культур

Номер формы	Наименование формы	Область применения
Первичная учетная документация по учету продукции растениеводства		
СП-1	Реестр отправки зерна и другой продукции с поля	Для оформления отправки зерна и другой продукции с поля в места хранения
СП-2	Реестр приема зерна и другой продукции	Является основанием для внесения данных в Книгу складского учета
СП-5	Талон водителя	Для оформления отправки продукции на склад
СП-6	Талон комбайнера	Для оформления отправки продукции на склад
СП-9	Реестр приема зерна весовщиком	Для оформления поступления зерна на склад
СП-11	Ведомость движения зерна и другой продукции	Для учета поступления и расхода зерна в местах их хранения
СП-12	Акт на сортировку и сушку продукции растениеводства	Для оформления операции по сортировке и сушке зерна и другой продукции растениеводства
СП-13	Акт расхода семян и посадочного материала	Для оформления списания в расход (с подотчета) семян и посадочного материала на посев
СП-17	Акт приема грубых и сочных кормов	Для оприходования грубых и сочных кормов

Для учета затрат на производство продукции зерновых культур применяются следующие унифицированные и специализированные формы первичной учетной документации:

1) по учету затрат труда.

На механизированных работах применяют учетные листы тракториста-машиниста (ф. № 411-АПК), на немеханизированных работах - учетные листы труда и выполненных работ (ф. № 410-АПК), для учета отработанного времени используется - табель учета использования рабочего времени и расчета заработной платы (ф. № Т-12).

Учет затрат труда и ГСМ. В начале каждого дня руководитель общества определяет объем работы. Для этой цели он выписывает наряды. Главный агроном назначает ответственных звеноводов по звеньям. В свою очередь каждый звеновод распределяет работы. Диспетчер выписывает путевки каждому водителю, или трактористу. В кладовой хозяйства при погрузке материальных ценностей весовщица подписывает путевки.

В конце рабочего дня водитель, или тракторист сдают путевки в диспетчерскую. Задача диспетчера состоит в том, чтобы определить расход ГСМ и рассчитать заработную плату. В течение месяца все путевки собираются в диспетчерской и в конце месяца сдаются бухгалтеру по растениеводству (совмещает бухгалтера по механизации). Следует отметить, что уже к 25 декабря, т.е. в конце года наряды не выписываются и бухгалтером по механизации составляется «Разработочная ведомость». В конце года все затраты по тракторному парку соотносятся с объемом выполненных работ и получается фактическая себестоимость 10 т.км. После этого плановая себестоимость доводится до фактической или «методом дописывания» или «красное сторно». Для этой цели также составляется разработочная ведомость.

2) Документы по учету затрат предметов труда.

Расход семян на посев и посадочного материала оформляют на основании акта расхода семян и посадочного материала (ф. № СП-13), расход удобрений, ядохимикатов и гербицидов - Акта об использовании минеральных, органических и бактериальных удобрений, ядохимикатов и гербицидов (ф. № 420-АПК), мелкого инвентаря - накладными внутрихозяйственного назначения (ф. № 264-АПК).

Учет затрат удобрений и посевного материала. Главный агроном разрабатывает «План весенне-полевых работ», где также определяет, какие удобрения, и в каком количестве будут вноситься в каждое поле. С этим документом главный агроном ознакомит бухгалтера по растениеводству. С началом весенне-полевых работ на отпуск удобрений из кладовой бухгалтером по растениеводству заполняются накладные внутрихозяйственного назначения. На основании этих документов весовщица каждый день заполняет лимитно-заборную карту, где указывается количество отпущенных товарно-материальных ценностей, назначение, остатки, подписи ответственных лиц.

3) Документы по учету затрат средств труда.

К ним относятся: ведомость начисления амортизации и отчислений в ремонтный фонд по основным средствам, ведомость расчета амортизации по автотранспорту и отчислений в ремонтный фонд, инвентарная карточка учета основных средств (ф. № ОС-6).

Затраты на амортизационные отчисления учитываются и бухгалтером по растениеводству, и бухгалтером по механизации. Если первый учитывает здания, сооружения отрасли растениеводства, то второй - автомобили, тракторы, комбайны и т. д. каждый месяц автоматически рассчитывается амортизация. Интерес вызывает, как накопленная в течение года амортизация распределяется по культурам, то есть по аналитическим счетам синтетического счета 20 «Основное производство», субсчет 01 «Растениеводство». Для этого годовая сумма амортизационных отчислений соотносится с общим объемом выполненных работ и путем умножения на площадь культур определяется, в какой доле амортизация будет участвовать в формировании себестоимости каждой культуры. Амортизацию основных средств, используемых в растениеводстве начисляют на основании ведомости начисления амортизации (ф. № 41-АПК).

4) Документы по учету выхода продукции зерна.

К ним относятся: реестр отправки зерна и другой продукции с поля (ф. № СП-1), реестр приема зерна и другой продукции (ф. № СП-2), талон водителя (ф. № СП-5), талон комбайнера (ф. № СП-6), реестр приема зерна от водителя (ф. № СП-8), реестр приема зерна весовщиком (ф. № СП-9), ведомость движения зерна и другой продукции (ф. № СП-11).

В ГУСП МТС «Зауралье Агро» применяется талонный способ оприходования продукции. Другим документом по учету выхода продукции является Реестр отправки зерна и другой продукции с поля, которая составляется каждый день весовщицей. Реестр отправки зерна и другой продукции с поля (СП-1) каждый день сдается бухгалтеру по растениеводству. В бухгалтерии продукция зерновых культур в течение года оприходуют по плановой себестоимости. Примечательно, при оприходовании зерна со-

ставляется проводка: дебет счета 10 «Материалы», субсчет 09 «Семена и посадочный материал» и кредит счета 20 «Основное производство», субсчет 01 «Растениеводство» на плановую себестоимость.

Таблица 1

Типовые факты хозяйственной жизни по счету 20 «Основное производство» субсчет 01 «Растениеводство»

Содержание фактов хозяйственной жизни	Документы на основании которых проводятся бухгалтерские записи	Сумма, тыс. руб.	Корреспонденции счетов	
			дт	кт
Начислена оплата труда работникам, занятым выращиванием зерновых культур	Учетный лист тракториста-машиниста (ф. № 411-АПК), Наряд на сдельную работу (ф. № 414-АПК).	4 301	20.01	70
Произведены отчисления страховых взносов	Расчетно-платежная ведомость (ф. № Т-49)	1 842	20.01	69
Списаны семена на посев	Акт расхода семян и посадочного материала (ф. № СП-13)	3 057	20.01	10.08
Списаны минеральные удобрения на подкормку зерновых культур	Акт об использовании минеральных, органических и бактериальных удобрений, ядохимикатов и гербицидов (ф. № 420-АПК)	1 504	20.01	10.09
Средства защиты растений списаны на подкормку зерновых культур	Акт об использовании минеральных, органических и бактериальных удобрений, ядохимикатов и гербицидов (ф. № 420-АПК)	423	20.01	10.04
Начислена амортизация основных средств, используемых в отрасли растениеводства	Ведомость начисления амортизации (ф. № 41-АПК)	5 146	20.01	02
Списан хозяйственный инвентарь	Лимитно - заборная карта (М-8), Накладная внутрихозяйственного назначения (ф. 264 -АПК)	21	20.01	10.02
Оказаны услуги автопарка на перевозку зерновых культур	Путевой лист грузового автомобиля (ф. № 4-с)	213	20.01	23.04
Общепроизводственные расходы по растениеводству включены в себестоимость зерновых культур	Ведомость распределения общепроизводственных расходов	120	20.01	25.01
Общехозяйственные расходы по растениеводству включены в себестоимость продукции зерновых культур	Ведомость распределения общехозяйственных расходов	110	20.01	26
Оприходовано зерно по плановой себестоимости	Реестр приемки зерна и другой продукции (ф. № СП-2)	22 357	43	20.01
Оприходовано зерно по фактической себестоимости	Реестр приемки зерна и другой продукции (ф. № СП-2)	22 713	43	20.01
Выявлена калькуляционная разница (+,-) между плановой и фактической себестоимостью зерна	Бухгалтерская справка (ф. № 0124736)	+356	43	20.01
Оприходовано зерноотходы по плановой себестоимости	Реестр приемки зерна и другой продукции (ф. № СП-2)	131	10.09	20.01
Оприходовано зерноотходы по фактической себестоимости	Реестр приемки зерна и другой продукции (ф. № СП-2)	129	10.09	20.01
Выявлена калькуляционная разница (+,-) между плановой и фактической себестоимостью зерноотходов	Бухгалтерская справка (ф. № 0124736)	-2	10.09	20.01

Талоны комбайнера и водителя, сданные в конце рабочего дня весовщику, вместе с Ведомостью движения зерна и другой продукции и приложенными реестрами приема зерна ежедневно передаются в бухгалтерию.

Как правило, заведующим складом, оприходование готовой продукции на склад оформляется приходным документом. Данный документ также является самостоятельно разработанной внутри организации формой.

Из вышеизложенного следует, что в отрасли растениеводства применяется большое число самых разнообразных документов как по учету затрат, так и по выходу продукции. Данные каждой группы документов при их обработке систематизируют по определенным признакам в соответствии с характером движения и использования документов. В то же время в отрасли растениеводства данные всех документов обязательно систематизируют по объектам учета затрат – видам работ и культурам (группам культур). Для этой систематизации в настоящее время применяется производственный отчет по растениеводству (ф. № 18-АПК) [2].

Производственные затраты осуществляются неравномерно в разное время года. Выход продукции обусловлено сроками созревания растений и происходит в период уборки урожая. От урожая получают основную и побочную продукцию (солому, ботву и т.д.). В процессе производства параллельно осуществляются затраты под урожай текущего года и под урожай будущих лет. Технологический процесс включает несколько этапов:

-подготовку почвы к посеву (пахота, культивация и т.д.);

- посев (посадка);

- уход за растениями;

- уборку урожая.

Рассмотрим структуру затрат входящих в себестоимость производства продукции растениеводства в ГУСП МТС «Зауралье Агро» в таблице 1.

Для синтетического учета в плане счетов предусмотрен калькуляционный, активный счет 20 «Основное производство», субсчет 1 «Растениеводство». Сальдо означает незавершенное производство на начало и конец отчетного периода. По дебету учитываются затраты, по кредиту – выход готовой продукции. Синтетический учет затрат и выхода продукции зерновых культур ведется в журнал-ордере № 10-АПК.

Записи по дебету счета 20 «Основное производство», субсчет 01 «Растениеводство» ведут в корреспонденции с кредитом счетов приведенных в данных таблицы.

Учет затрат на производство продукции растениеводства, в т.ч. зерновых культур – это один из наиболее трудоёмких участков бухгалтерского учета и от достоверности его показателей зависит эффективность дальнейшего функционирования предприятия [4].

В условиях рыночной экономики учет производственных затрат имеет важное значение и является актуальной, т.к. себестоимость продукции непосредственно влияют на формирование объема полученной прибыли. Чем ниже себестоимость производимой продукции, тем более конкурентоспособно предприятие. Правильно организованный учет затрат помогает определить эффективность расходов, уточнить, не будут ли они чрезмерными, подскажет, как установить цены, как применять сведения о затратах на ближнюю и дальнюю перспективу.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете : федер. закон от 6 дек. 2011 г. № 402-ФЗ : принят Гос. Думой 22 нояб. 2011 г. : одобр. Советом Федерации 29 нояб. 2011 г. (ред. от 31.12.2017 г.) // СПС «КонсультантПлюс».

2. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях : утверждено приказом Минфина РФ : от 06.07.2003 г. № 792 // СПС «КонсультанПлюс».

3. Особенности учета затрат на производство продукции зерновых культур Фаррахова Ф.Ф., Ермолаева Н.В. В сборнике: Новые парадигмы общественного развития: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции и закономерности Материалы международной научно-практической конференции в 4 частях. Ответственные редакторы: Н.Н. Понарина, С.С. Чернов. 2016. С. 91-94.

4. Бухгалтерский учет и отчётность в малом предпринимательстве аграрной сферы экономики: особенности и тенденции развития Фаррахова Ф.Ф., Фазлыева Г.Г. В сборнике: Социально-экономические проблемы развития аграрной сферы экономики и пути их решения. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета. 2015. С. 211-216.

5. Особенности учета дебиторской задолженности. Галеева А.А., Фаррахова Ф.Ф. В сборнике: Экономика и управление: теория и практика збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 12-13 вересня 2013 р.. 2013. С. 165-168.

© Ф.Ф. Фаррахова, А.И. Хасанова, 2018

УДК 657.22

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА БАЗЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

КАТАЛЕВСКАЯ АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА

магистрант

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина»

Аннотация: Вся хозяйственная деятельность экономического субъекта, как правило, ориентирована на получение положительного финансового результата, что достигается в большей части за счет правильной и хорошо отлаженной системы управленческого учета. В данной статье рассматривается один из важнейших вопросов, возникающий при организации управленческого учета – выбор базы распределения накладных затрат.

Ключевые слова: накладные расходы, база распределения, управленческий учет, АВС-костинг, драйвер затрат.

THE PROBLEM OF CHOOSING A BASE ALLOCATION OF OVERHEAD EXPENSES OF THE ENTERPRISE

Katalevskaya Anastasia Evgenievna

Abstract: as a rule, all economic activity of an economic entity is focused on obtaining a positive financial result, which is achieved mostly due to the correct and well-functioning management accounting system. This article discusses one of the most important issues arising in the organization of management accounting y choice of the basis of allocation of overhead costs.

Keywords: overhead costs, allocation base, management accounting, ABC-costing, cost driver.

Вопрос о том, насколько важна информация, сформированная в рамках системы управленческого учета и каково ее влияние на исход принятия управленческих решений, уже давно и подробно раскрыт в научных работах и не требует досконального изучения. И в практике российских предприятий управленческий учет признан как система и вопрос о его необходимости уже не ставится, а обратно наблюдается явный интерес к этой области, что подтверждается даже динамикой продаж программных продуктов для автоматизации управленческого учета и бюджетирования.

Но гораздо больший интерес на сегодняшний день вызывают проблемы организации системы управленческого учета на практике и пути их решения.

Ведь не смотря на возможность пользоваться широкой теоретической базой и богатым опытом зарубежной практики, не смотря на наличие программно-консалтинговых решений, управленческий учет осваивается чрезвычайно медленно и остается слабым звеном в системе управления многих российских организаций.

Концептуальный провал организации управленческого учета в практике отечественных предприятий обусловлен доминированием бухгалтерского мышления в рамках управленческого учета, тогда как основная проблематика данной подсистемы хозяйственного учета – экономическая.

Так, например, в практике российских организаций нередко можно столкнуться с тем, что управленческий учет полностью базируется на данных бухгалтерского учета, а управленческая отчетность часто понимается как коррекция бухгалтерских форм. При этом не учитывается, что это абсолютно

разнородная по степени детализации первичная информация, отвечающая разного рода целям и задачам и предназначенная для разных категорий пользователей.

Отсюда вытекает следующая проблема – непонимание того, что каковы цели учета, таковы и решения. Как известно, объекты, методы учета и прочие инструменты напрямую зависят от поставленных перед учетной системой целей, и если конкретные цели не сформированы или они не взаимоувязаны с системой управленческого учета, то о какой точности, полезности и вообще необходимости информации может идти речь.

Информация управленческого учета отчасти обращена к будущему с целью внесения своевременной корректировки в оперативные и стратегические планы хозяйствующего субъекта, при этом на практике мы нередко сталкиваемся с полным игнорированием стратегического учета, что опять же относится к исследуемой проблематике.

Непринятие отечественными бухгалтерами-аналитиками сбалансированной системы показателей в условиях рыночной экономики тоже можно считать серьезным упущением. Так как система управления современным предприятием требует не только всесторонне оценивать бизнес-процессы, протекающих внутри организации, но и учитывать при этом влияние внешних факторов.

Перечисленное не исчерпывает тот перечень проблем организации управленческого учета в российской практике, который существует на данный момент, но данный вопрос заслуживает отдельного и более подробного изучения. Мы же остановимся на теме распределения накладных затрат, а именно проблематике выбора базы распределения.

Перед этим следует отметить, что на сегодняшний момент в России существует классический подход к управленческому учету, используется традиционная система учета и преобладают старые эмпирики распределения затрат, что было распространено на Западе еще лет 50-60 назад. И тут мы сталкиваемся с противоречием между используемой системой учета затрат и современным укладом экономики. А проявляется это как минимум в том, что эти теоретические основы характерны для XX в., когда доля косвенных затрат в себестоимости выпускаемой продукции составляла 5–10%, теперь же этот показатель зачастую превышает 50-60%.

Соответственно использование такого механизма распределения косвенных затрат не обосновано, и в большинстве случаев будет вести к значительному искажению информации о себестоимости продукции.

Стандартная ошибка данного метода проявляется в избыточном поглощении затрат массовыми и традиционными продуктами и недооценки затрат на новые и сложные товары и услуги. В результате чего происходит мнимое завышение экономического эффекта от производства одних видов продукции посредством необоснованного занижения результатов производства других видов. Все это вводит в заблуждение административный персонал, последствием чего становится формирование нецелесообразной ассортиментной политики и недополучение потенциальной прибыли.

Потенциал управления затратами в нашей стране можно подтвердить динамикой показателей результатов деятельности уральских заводов, в которых переход к более точному подсчету себестоимости, привел к изменению пропорций выпуска в пользу маржинально прибыльной продукции, изменению стратегических позиций по бизнес-направлениям и росту прибыли на 60 млн. руб. только за вторую половину 2005 г.

Все это наталкивает на мысли о поиске альтернативных систем аллокации накладных расходов. Современной инновационной альтернативой традиционному подходу распределения затрат является метод ABC-костинг (Activity Based Costing).

Метод ABC это своего рода усовершенствованная форма метода полного поглощения затрат, воплощающий относительно новый подход к калькуляции. Этот метод более корректный, более точный по подсчету себестоимости, дает более правдивые результаты, что достигается за счет применения нескольких баз распределения одновременно. Данные дескрипторы управленческого учета устанавливаются исходя из анализа тех функций и факторов, которые обуславливает выявление затрат на каждом из бизнес-процессов, в каждом подразделении. То есть в данном случае должна производиться более глубокая аналитическая работа по установке таких баз распределения, соответственно, учетная

система организации должна быть готова к сбору подобной информации.

К предпосылкам появления АВС-костинг в первую очередь стоит отнести изменение продуктовой линейки предприятий, а также изменения соотношений прямых и накладных затрат в себестоимости продукции.

Суть в том, что если лет 50 назад продуктовая линейка составляла 2-3 направления, то на данный момент с ростом автоматизации производственных процессов, увеличением конкуренции и необходимостью удерживать конкурентоспособные позиции на рынке ассортимент производимой предприятием продукции значительно вырос.

Помимо прочего сократилась доля ручного труда, вместе с чем значительно увеличился объем накладных расходов. Например, если ранее доля накладных затрат была невелика и составляла порядка 10 %, то сейчас этот показатель в большинстве организаций превышает 50 % себестоимости производства продукции, что делает более значимой задачу распределения накладных расходов в условиях развития технологий.

То есть погрешность, которая могла возникнуть при распределении всего лишь 5–10 % накладных затрат на каждую из единиц продукции крайне невелика и не оказывала значительного влияния на принятие решений менеджером, соответственно такая ситуация позволяла применять метод полного поглощения затрат. В настоящее время погрешность распределения становится более очевидной, соответственно и традиционные методы распределения затрат перестают удовлетворять систему управления по качеству предоставляемой информации.

Руководители организаций, у которых вопросы, связанные с себестоимостью продукции занимают существенное место в процессе принятия решения, планирования и осуществления контроля могут испытывать большие трудности в связи с тем, что информация, получаемая на основе использования традиционных методов, является неадекватной их информационным потребностям.

Но все же на практике многие компании склоняются к системе учета полной себестоимости, так как этот метод проще воплотить с точки зрения автоматизации учетной системы. Помимо этого можно столкнуться со сложностью выбора самих драйверов затрат, сложностью распределения по процессам общезаводских и управленческих расходов.

Необходимо понимать, что принятию решения о внедрении метода АВС должны предшествовать изменения в мышлении и подходе к учету, ведь как только в организации будут определены драйвера затрат, станет очевидным, какой информации не хватает для фиксации в учете. Это в свою очередь повлечет за собой функциональную нагрузку на имеющийся штат, затраты на администрирование такой системы, переналадку системы и обучение персонала.

Но конечно же, не взирая на все положительные аспекты системы, необходимо помнить, что в первую очередь она должна быть рациональной и целесообразной в рамках конкретного предприятия. Поэтому уже до дорогостоящей реализации проекта управленческого учета необходимо поставить вопросы о необходимости такого формата информации, а также соотнести и оценить затраты на реализацию проекта с возможным экономическим эффектом, получаемым в результате его внедрения.

Список литературы

1. Вахрушина, М. А. Стратегический управленческий учет: полный курс MBA / М. А. Вахрушина, М. И. Сидорова, Л. И. Борисова. – М.: Рид Групп, 2011. – 192 с.

2. Говдя, В. В. Развитие методологических основ управленческого учета / В. В. Говдя, Дегальцева Ж. В. – Краснодар, 2013. – 187 с. – Режим доступа: http://edu.kubsau.ru /

3. Дегальцева Ж. В. Проблемы развития управленческого учета в современных условиях / Ж. В. Дегальцева, А. А. Ремезков, Е. А. Тончу // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – № 98– Режим доступа: http://ej.kubagro.ru

УДК 657

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

МИННИВАЛЕЕВ АРТУР НАИЛЕВИЧ
Студент
Башкирский государственный университет

Аннотация: статья освещает вопросы организации учета и налогообложения на предприятиях малого бизнеса, рассматривается понятие «малое предпринимательство» и критерии отнесения предприятия к субъектам малого бизнеса. Рассмотрены условия и возможности применения на предприятиях малого бизнеса общей системы налогообложения и специальных налоговых режимов.
Ключевые слова: малое предпринимательство, субъекты малого предпринимательства, бухгалтерский учет, налогообложение, упрощенная система налогообложения, единый налог на вмененный налог, патентная система налогообложения, специальные налоговые режим.

ACTUAL PROBLEMS OF ACCOUNTING AND TAXATION FOR SMALL BUSINESSES

Minnivaleev Artur Nailevich

Abstract: the article covers the organization of accounting and taxation in small businesses, the concept of «small business» and criteria for classifying an enterprise as a small business entity. The conditions and possibilities of application of the General system of taxation and special tax regimes at small business enterprises are considered
Key words: small business, small business entities, accounting, taxation, simplified tax system, unified tax on imputed tax, patent tax system, special tax regimes.

Актуальность исследования состоит в том, что в современной экономике России высокую значимость во всех сферах деятельности приобретают предприятия малого бизнеса, где бухгалтерский учет и налогообложение сталкиваются с различными проблемами.

Малое предприятие – это любое зарегистрированное в реестре хозяйственное общество, партнёрство, производственный или потребительский кооператив, индивидуальное или фермерское крестьянское хозяйство [1]. Критерии отнесения к субъектам малого бизнеса:

- среднесписочная численность не более 100 человек;
- доход не более 800 млн руб.;
- общий процент членства других хозяйственных предприятий в уставном фонде в отношении равноправных СМП не должен превышать 25 процентов. В отношении других юридических лиц или иностранных компаний – 49 процентов.

Ведение бухгалтерского учета субъектами малого предпринимательства регулируются несколькими положениями Федерального закона № 402–ФЗ от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете» [2]. Организации - субъекты малого предпринимательства могут вести упрощенный бухучет и составлять упрощенную бухгалтерскую отчетность, если они не являются организациями, поименованными в ч. 5 ст. 6

Закона № 402-ФЗ (п. 1 ч. 4 ст. 6 Закона № 402-ФЗ). Возможность применения этих льгот не зависит от того, какую систему налогообложения применяет ваша компания (ОСН, УСН, ЕНВД).

Упрощенные способы ведения бухгалтерского учета представляют собой такие способы формирования документированной систематизированной информации об объектах, предусмотренных Федеральным законом № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», и составления на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности, применение которых обеспечивает снижение финансовой и административной нагрузки на экономические субъекты [3, с. 25]. Наиболее важным в методологии ведения бухгалтерского учета является разрешение не применять целый ряд ПБУ представителям малого предпринимательства, а также сокращенный вариант представления бухгалтерской отчетности. Существенным фактором в этом случае является возможность раскрывать в бухгалтерской отчетности меньший объем информации по сравнению с объемом, предусмотренным для иных субъектов предпринимательства. С учетом всех разрешений для предприятий малого бизнеса в отношении бухгалтерского учета, ведение полноценного упрощенного бухгалтерского учета становится не трудоемким и не сложным процессом. Во-первых, это сокращенная система налогообложения. Во-вторых, бухгалтерский учет должен вестись в объеме, который будет позволять выводить остатки по счетам и составлять бухгалтерскую отчетность, плюс обеспечивать руководство необходимым объемом информации. В-третьих, проверка бухгалтерской отчетности, также осуществляется в облегченном порядке.

К настоящему времени существуют различные системы налогообложения, применяемые в отношении субъектов малого бизнеса:

- Общая система налогообложения (ОСН);
- Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН);
- Упрощенная система налогообложения (УСН);
- Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД);
- Патентная форма налогообложения (ПСН).

Таблица 1

Основные изменения в налоговом законодательстве по УСН в 2017 г.

Изменения в порядке применения УСН	До 2017 г.	С 2017 г.	Статья НК РФ,
Организация имеет право перейти на упрощенную систему налогообложения, если по итогам 9 месяцев того года, в котором организация подает уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения, доходы, определяемые в соответствии со ст. 248 НК РФ, не превысили	59 805 000 руб., если организация переходит на УСН с 1 января 2017 г.	112 500 000 руб., если организация переходит на УСН с 1 января 2018 г.	п. 2 ст. 346.12 НК РФ
Налогоплательщик считается утратившим право на применение УСН, если по итогам отчетного (налогового) периода доходы налогоплательщика, определяемые в соответствии со ст. 346.15 и подп. 1 и 3 п. 1 ст. 346.25 НК РФ	превысили 79,74 млн руб.	превысили 150 млн руб.	п. 4 ст. 346.13 НК РФ
Не вправе применять упрощенную систему налогообложения организации, у которых остаточная стоимость основных средств, определяемая в соответствии с законодательством РФ о бухгалтерском учете	превышает 100 млн руб.	превышает 150 млн руб.	подп. 16 п. 3 ст. 346.12 НК РФ

Большинство субъектов малого бизнеса облагаются налогами по общепринятой системе, то есть уплачивают все виды действующих налогов (с некоторыми льготами, различающимися по регионам). Таким образом, основные виды налогов при ОСН - это налог на прибыль организаций, НДФЛ (в качестве налогового агента), НДС, налог на имущество организаций, транспортный налог и др. Также индивидуальные предприниматели платят фиксированные взносы. МРОТ не участвует в расчете фиксированных платежей для ИП в 2018 году. Конкретные суммы взносов обозначены в НК РФ. Для 2018 года это 26 545 руб. в ПФР и 5 840 руб. в медицинское страхование. Если доход превысил 300 000 руб., вносится дополнительный платеж в ПФР (1% от суммы превышения дохода над указанным лимитом).

В последнее время наблюдается положительная динамика увеличения числа малых предприятий, применяющих специальные налоговые режимы, основным преимуществом которых является замена уплаты ряда налогов одним - единым. Многие предприятия выбирают упрощенный режим налогообложения. Основное преимущество УСН - низкие налоговые ставки. При этом применяется два вариант налоговой базы и ставки налога – это перечисление сборов с доходов по ставке 6% и 15% с разницы между доходами и расходами [4, с. 75].

С 2017 г. в налоговом законодательстве, регулирующем порядок применения УСН, произошли существенные изменения (табл. 1).

С 1 января 2017 года плательщики УСН утрачивают право применять этот специальный налоговый режим, если по итогам отчетного или налогового периода их доходы оказались больше предельной величины, которая с 2017 года увеличена до 150 млн руб. Рост предельной величины дохода выгоден для бизнеса, ведь для 2016 года она была гораздо меньше – 79,74 млн руб. На 2017-2019 годы действие нормы об индексации предельной величины доходов приостановлено, а на 2020 год коэффициент-дефлятор будет равен 1.

Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД) - предполагает уплату единой вмененного налога в фиксированном размере, который определяется государством. Также необходимо отметить, что ЕНВД не подвергся изменениям в 2017 году. Для предприятий малого бизнеса предусмотрена административная льгота – это право проведения наличных расчетов без применения кассового аппарата предоставлено плательщикам ЕНВД и ПСН до июля 2018 г. ЕНВД является единственным налоговым режимом в РФ, основной налог которого не привязан к фактическому финансовому результату, что позволяет при увеличении доходности бизнеса платить фиксированные суммы единого налога, тем самым снижая общий уровень налоговой нагрузки субъекта малого бизнеса [5, с. 346].

Сельскохозяйственные товаропроизводители имеют право выбора; применять общую систему налогообложения пли специальный режим в виде Единого сельскохозяйственного налога. Использовать данный режим имеют право только предприятия и частные предприниматели, получающие 70% дохода от деятельности в определенных, установленных НК РФ, отраслях: производства сельскохозяйственной продукции в области растение- и животноводства; вспомогательного производства в той же сфере; разведения и вылова рыбы и прочих водных биоресурсов. Находясь на ЕСХН, сельхозтоваропроизводители уплачивают налог по единой ставке 6 %, а также уплачивают страховые взносы. Налоговой базой при этом признается денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов. В связи с жесткостью требований к видам деятельности предприятия, данный режим налогообложения применяет немногие субъекты малого бизнеса.

Патентная система налогообложения (ПСН) является одним из специальных налоговых режимов Российской Федерации, предназначенных для малого бизнеса, и призвана облегчить налоговое бремя налогоплательщиков путем низкой налоговой нагрузки и освобождения от уплаты некоторых видов налогов. Ставка налога при патентной системе составляет 6 %. Применять ПСН могут только индивидуальные предприниматели при соблюдении следующих условий [6]:

- средняя численность наемных работников, привлекаемых индивидуальным предпринимателем по всем видам осуществляемой деятельности, не должна превышать 15 человек;
- объем годовой выручки, полученной от деятельности в рамках ПСН и упрощенной системы налогообложения не должен превышать 60 млн. руб.

Переход с единого налога на вмененный доход на патентную систему являлся добровольным до 2018 года. Следует отметить, что такая система налогообложения предполагает осуществление определенных видов деятельности, количество которых с 1 января 2018 года увеличилось до 69 видов. Обобщая опыт применения ПСН за период 2013 – 2017 годов, отметим, что к плюсам данного специального режима можно отнести:

- наличие возможности выбора срока и количества патентов;
- фиксированную сумму потенциально возможного дохода;
- отсутствие необходимости сдавать налоговую декларацию [4, с. 80].

При этом ПСН также присущи и минусы. В частности, сумма уплачиваемых ИП страховых взносов не уменьшает стоимость патента. Основные изменения в патентной системе налогообложения направлены на повышение доступности и упрощение порядка его применения.

Таким образом, несмотря на все вышесказанное, предприятия малого бизнеса необходим грамотный, четкий и вдумчивый подход к организации бухгалтерского и налогового учета, который сможет снизить трудоемкость учетных процессов, повысить точность и оперативность обработки бухгалтерской информации и, следовательно, повысить качество принимаемых управленческих решений.

Список литературы

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (в ред. от 27.11.2017 г.) [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – URL.: http://www.consultant.ru/online, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 15.04.2018 г.)

2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (в ред. от 31.12.2017 г.) [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – URL.: http://www.consultant.ru/online, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 15.04.2018 г.)

3. Храмова Е.А. Организация бухгалтерского учета и налогообложения на предприятиях малого бизнеса / Е.А. Храмова // Достижения науки и образования. – 2017. – № 4 (17). – С. 25–26.

4. Малис Н. Малый бизнес: налоговое стимулирование расширяет границы / Н. Малис // Налоговый вестник - Консультации. Разъяснения. Мнения. – 2016. – № 5. – С. 75 – 81.

5. Федорова С.Н. Актуальные вопросы учета и налогообложения на предприятиях малого бизнеса / С.Н. Федорова // В сборнике: Актуальные проблемы бухгалтерского учета, анализа и аудита материалы VIII Международной молодежной научно-практической конференции: s 2-х томах. Ответственный редактор ЕА Бессонова. – 2016. – С. 346–351.

6. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 от 05 августа 2000 года № 117-ФЗ (в ред. от 31.12.2017 г. [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – URL.: http://www.consultant.ru/online, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 15.04.2018 г.)

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 338.26

БРЕНДИНГ КАК ФОРМА СОВРЕМЕННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

КОЙТАНОВА АЛИЯ ЖЕНИСОВНА
к.э.н.
ЖОЛМУХАНОВА АЙГУЛЬ ЖАХЫЯНОВНА
к.э.н., ассоциированный профессор
АЛЬПЕИСОВА ШОЛПАН ЕСЕНБАЕВНА
к.э.н.
Казахский агротехнический университет им. С.Сейфуллина
Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати

Аннотация: Национальный бренд определяется как уникальная, многомерная смесь элементов, обеспечивающих страну культурной обоснованностью дифференциации и релевантности для всех целевых аудиторий. В статье рассмотрены понятия «бренд», «страновой бренд», «национальный бренд». В статье также показаны признаки бренда. Таким образом, продвижение национального бренда является крайне важным для любого государства.
Ключевые слова: бренд, страновой бренд, национальный бренд, бренд государства, признаки бренда

BRANDING AS A FORM OF MODERN MARKETING STRATEGY

Koitanova Aliya Zhenisovna,
Zholmyhanova Aigul Zhahiyanovna,
Alpeissova Sholpan Esenbaevna

Abstract: A national brand is defined as a unique, multidimensional mix of elements that provide the country with cultural validity of differentiation and relevance for all target audiences. In the article the notions "brand", "country brand", "national brand" are considered. The article also shows the signs of the brand. Thus, the promotion of the national brand is extremely important for any state.
Keywords: brand, country brand, national brand, state brand, brand attributes

Создание бренда страны — сильнейший инструмент повышения привлекательности товаров страны-производителя, т.к. бренд несет высокую прибыль и обеспечивает долгосрочное развитие. Один из основных признаков бренда – наличие устойчиво существующего большого числа лояльных потребителей. Страна, имеющая бренд, не только привлекает туристов, ее национальный бизнес и товары получают сильную поддержку в конкурентной борьбе.

Любая страна, претендующая быть конкурентоспособной на международной арене, должна осознавать, что отсутствие узнаваемых позитивных брендов или наличие негативных брендов является серьезным препятствием для действий государства. В итоге государства профессионально позиционируют себя на мировом рынке: бренд и имидж страны становятся составляющими национального капитала.

Национальный бренд определяется как уникальная, многомерная смесь элементов, обеспечивающих страну культурной обоснованностью дифференциации и релевантности для всех целевых аудиторий. Это определение признает многогранный характер национального бренда вместе с необходимостью интегрировать национальные аспекты идентичности. Кроме того, предлагаемое определение бренда страны также признает утверждение, что бренды существуют в умах потребителей и не являются полностью контролируемой, созданной маркетинговой функцией.

Экономика страны динамично развивается, Казахстан отличают политическая стабильность, толерантность. Сегодня в стране проводятся значительные, масштабные мероприятия мирового уровня: всевозможные форумы, съезды, культурные и спортивные мероприятия. Все это было отмечено и положительно оценено мировым сообществом, в том числе кредитно-рейтинговыми агентствами.

Понятие «бренд» применительно к стране, как кластер значений, позволяющий нации обещать уникальный ожидаемый опыт, остается неизменным. Успешные бренды процветают потому, что люди, формирующие бренд, строят его таким образом, что он отражает обещанные значения. Национальный бренд будет также успешен, если доминировать ценностями, определяющими поведенческие характеристики популяции. Тип конституции правления в стране, религии и социальные нравы позволят населению оценить граничные точки, определяющие скопление ценностей. Через социальные и экономические взаимодействия люди становятся более осведомленными о ключевых ценностях наций.

Национальный брендинг может помочь стереть неверные представления о стране и позволить ей представить себя более благоприятно в отношении целевых аудиторий.

Целостный бренд государства складывается из множества составляющих компонентов: политический или общественный деятель данного государства, отдельные сферы жизнедеятельности государства – власть, экономика, армия, внешняя и внутренняя политики. Это именно то, что определяет репутацию, которую приобретает или приобретет государство в сознании мировой общественности в результате взаимодействий тех или иных ее субъектов, взаимодействующих с остальным миром. Поэтому бренд страны является совокупным показателем авторитета на международной арене, оценкой мнения зарубежной общественности о стране [1].

Формирование странового брендинга выполняет ряд существенных функций в развитии государства: во-первых, внутренний брендинг государства способствует преодолению конфликтности и абсентеизма в обществе, развитию патриотизма и идентичности; во-вторых, международный брендинг государства помогает сформировать совершенно различные восприятия собственной страны, отношения других государств и собственных граждан к государству. Положительный международный имидж государства помогает закреплять политические успехи на мировой арене, выстраивать нужный ассоциативный ряд, практически, любому действию государства.

Сущность бренда страны заключается в совокупности непреходящих ценностей, отражающих своеобразие, неповторимые оригинальные потребительские характеристики данной территории и сообщества, широко известные, получившие общественное признание. Бренд формируется на основе ярко выраженного позитивного имиджа страны, в основе которого лежат уникальные возможности удовлетворения тех или иных запросов ее потребителей; бренд страны является высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтений.

В итоге страновой брендинг олицетворяет собой комплекс возможностей и гарантий реализации существенных интересов членов различных групп целевой аудитории, заинтересованных в наиболее эффективном использовании конкурентных преимуществ данной территории для жизни, бизнеса, капиталовложений, отдыха, учебы и т.д. При этом имидж страны – это его конкурентное преимущество. Брендинг страны – это стратегический подход к развитию этого преимущества и видения того, куда страна может двигаться. Без такого видения страна не сможет конкурировать. При этом проецируемый во внешний мир бренд страны имеет эффект и на ее население.

Потребление определенных брендов также является средством передачи определенных ценностей. Выбирая конкретные бренды, потребитель демонстрирует, что он или она использует определенные ценности; бренд становится инструментом формирования идентичности.

Признаки бренда показаны на рисунке 1.

Бренд способствует лояльности клиентов. Особенно сильные бренды могут установить преобладание премиальных цен на рынке и смягчить реакции потребителей на изменения цен. В частности, бренд-ориентированные покупатели, которые больше интересуются брендами, чем цены, более устойчивы, когда речь идет об изменениях в конкурентном сценарии. Это снижает чувствительность к изменениям цен делает их более ценными как клиенты. Снижение воспринимаемого покупательного риска закладывает основу для отношений доверия, давая брендам играть роль в привязке клиентов к компании. Бренды могут противостоять различным рядам торговли, потому что дилеры хранят свои полки и заполняют свои списки заказов продуктами, явно запрошенными потребителями. Сильные бренды, в частности, сохраняют уровень продаж и долю рынка постоянными и значительно уменьшают зависимость от краткосрочных специальных рекламных акций [2].

Рис. 1. Признаки бренда

Таким образом, продвижение национального бренда является крайне важным для любого государства. При этом экономический рост и динамичное развитие отношений с другими государствами, во многом, зависят от того, каким образом сформирован и продвигается на внешнем рынке бренд страны. В этом смысле законы конкуренции и маркетингового продвижения одинаковы и на уровне государства, и на уровне бизнеса.

Список литературы

1. Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211-II «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 17.11.2015 г.)
2. Александрова А. Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. М.: Изд-во МГУ, 2007.

УДК 659.19

ОЦЕНКА КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ: МЕТОД РАСШИРЕННЫХ КРЕАТИВНЫХ ГРУПП

СЕРЫХ АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
ШЕВЧЕНКО ОЛЬГА АЛЕКСЕЕВНА

Студенты
НИУ «Бел ГУ»

Аннотация: коммуникативная эффективность является важным показателем работы рекламной компании. Для того чтобы объективно оценить уровень рентабельности рекламного сообщения, мы должны знать какое влияние оно оказывает на аудиторию. Метод расширенных креативных групп позволяет получить наиболее достоверные данные об изучаемом вопросе, а большое количество методов позволяет оценить разные стороны эффективности рекламы.
Ключевые слова: реклама, фокус-группы, коммуникативная эффективность, метод расширенных креативных групп, техники.

EVALUATION OF COMMUNICATIVE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING: METHOD OF EXPANDED CREATIVE GROUPS

Serykh Anastasia Alexandrovna,
Shevchenko Olga Alekseevna

Abstract: communicative efficiency is an important indicator of the work of the advertising company. In order to objectively assess the level of profitability of the advertising message, we need to know what impact it has on the audience. The method of extended creative groups allows to obtain the most reliable data on the question under study, and a large number of its methods allow estimating different aspects of advertising.
Key words: advertising, focus groups, communicative effectiveness, the method of extended creative groups, techniques.

В современном мире реклама присутствует во всех сферах общественной жизни и непрестанно развивается стремительными темпами. Её основной целью является привлечение внимания к товару или услуге. Нет никакого смысла в создании и распространении неэффективной рекламы, которая в конечном итоге не повлияет на увеличение прибыли рекламодателя. Эффективность рекламы можно измерять с разных сторон. В настоящее время в маркетинге существует два основных показателя: экономическая эффективность рекламы и коммуникационная эффективность.

«Коммуникационная эффективность - показатель оценки рекламного сообщения, который позволяет установить, насколько реклама передает аудитории необходимую информацию о товаре и марке». [1, с. 35] Помимо этого коммуникационная эффективность дает возможность понять формируется ли у этой аудитории желания приобретения товара или пользования услугой.

В целом, коммуникационная эффективность рекламы - это совокупность трех составляющих:

1. Воздействие рекламы на формирование и изменение знаний о товарах, брендах, услугах;
2. Влияние рекламы на создание позитивного отношения к рекламе;
3. Влияние рекламы на намерения потребителя. [2, с. 67]

Для измерения коммуникационной эффективности рекламы используется множество методов. Рассмотрим один из них.

Метод расширенных креативных групп (РКГ) – это «исследование, базирующееся на стандартном методе фокус-групп, однако предоставляющее возможность для получения информации о гораздо более глубоких уровнях сознания человека» [3, с. 8]. РКГ - это способ исследования аудитории, который одновременно позволяет активизировать творческий потенциал респондентов и подготовить их подсознание для плодотворной дискуссии. РКГ представляет собой процесс выполнения группой из 5-10 человек определённых заданий с последующим обсуждением итогов. Стоит отметить, что «это не просто форма коммуникации, а специализированный метод социологического исследования, который может быть реализован в ходе высокоорганизованного, хорошо структурированного процесса».

Отличительные особенности РКГ:

1) Большая продолжительность существования, нежели у обычной фокус-группы.
2) Три стадии действия: стадия разогрева, основная часть, стадия завершения.
3) Выбор техник и задач исследования зависит от поставленных целей и аудитории.
4) Обязательное присутствие живого и открытого процесса группового творчества респондентов.
5) Ключевая роль модератора или ведущего фокус-группы.
6) Строгий, многоуровневый отбор респондентов.
7) «Условия фокус-группы дают выход эмоциям и чувствам ее участников». [4, с. 52]

Проанализировав вышесказанное, можно сделать вывод, что РКГ представляет собой более усложненную версию обычной фокус-группы. Она включает в себя её черты, дополняя их индивидуальными особенностями.

Достоинства метода РКГ:

1) Результаты исследований РКГ менее предсказуемы и демонстрируют наиболее точные данные.
2) «Наличие прочного социально-психологического фундамента, обосновывающего их функционирование, то есть групповой динамики».
3) «Процедура данных методов (ECG и фокус-группы) учитывает основные феномены и закономерности групповой динамики».
4) Подобный метод даёт возможность сделать анализ характеристик товара, определить верную стратегию рекламы и маркетинговую тактику. [4, с. 65]

Недостатки метода РКГ:

1) Данные, полученные с помощью этого метода весьма сложно правильно интерпретировать. Необходимо учитывать особенности восприятия информации корреспондентом, его мотивации, неосознанные суждения, проверять уровень достоверности получаемой информации.
2) Данный метод является одним из самых затратных методов оценки поведения аудитории.
3) «Многие заказчики исследований полагают, что такой же результат (новые идеи и образы) можно получить и в ходе проведения стандартных фокус-групп, а это в корне неверно». [5, с. 21]

Как любая форма исследования аудитории расширенные креативные групп имеют собственные техники, которые можно условно разделить на три группы:

- «использующие вербальные стимулы (словесные ассоциации, незаконченные предложения, завершение сценки);
- требующие привлечения воображения участников или розыгрыша сценариев (персонификация, антропоморфизм, ролевые игры, составление списков покупок и т.п.);
- использующие в качестве стимулов рисунки (коллажи, рисуночные проекции, цветовые тесты и т.д.)». [3, с. 176]

Техники РКГ:

Интуитивные ассоциации.

«Респондентам сообщается название продукта, слоган или какое-то другое слово, связанное с

темой предстоящей дискуссии, и фиксируются мысли, высказанные ими на основе возникших ассоциаций». В данном случае ассоциация – это базовый материал для создания рекламной компании бренда.

Завершение рисунка, сценки, bubbles.

«Участникам предъявляются рисунки с изображением какой-либо сценки, в которой участвует обсуждаемый продукт, и предлагается описать ее с применением диалогов, придумать развитие сюжета или предысторию изображенной сценки».

Ролевые игры.

Представляют собой процесс «обыгрывания» фирменных знаков, рекламы, последовательность вывода на рынок нового продукта.

Рисуночные техники.

«Позволяют получить от участников нужную информацию, которую невозможно выявить в ходе обычных дискуссий, путем поощрения создания ими специфических невербальных ассоциаций (цвета, формы, символов)».

Коллажи.

Композиция из разнообразных вырезок из газет, журнала и др. Является техникой, провоцирующей появление дальнейшего высказывания. «Считается, что он позволяет выявить полную и рельефную картину всех жизненных обстоятельств респондента, его восприятия окружающей действительности, влияющих на мотивы принятия того или иного решения».

Неоконченные предложения.

«Это достаточно часто используемый метод, когда участникам даются частично незавершенные утверждения и предлагается закончить их».

Направленные мечты.

«Используются с целью получения "фотографии" эмоциональной жизни товара или фирменного знака».

Антропоморфизм.

Используется для получения информации о типичном потребителе исследуемого товара или услуги. Суть данного метода состоит в том, что участникам предлагается "оживить" продукт, дать ему человеческое имя, физическое описание, характер и др. [3, с. 245]

Метод РКГ не подразумевает под собой банальное получение информации по запланированному списку действий. Это специализированный метод социологического исследования, который может быть реализован только благодаря высокоорганизованному и структурированному подходу к исследованию.

Таким образом, важно отметить, что метод расширенных креативных групп незаменим в сфере маркетинговых коммуникаций. Главной целью существования данного метода является поддержание контакта с потребителями, их беспрерывно меняющимися вкусами, запросами, эмоциями, взглядами, тенденциями, которые формируют важнейшую составляющую сферы маркетинга – потребительское поведение.

Список литературы

1. Мартынцев А.Н.. Эффективность рекламы: [Текст] / А.Н. Мартынцев; - М.: Финпресс, 2002. – 258 с

2. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: [Текст] / Ю.С. Бернадский; - М.:Юнити-дана, 2008. – 154 с.

3. Кутлалиев А., Попов А., Эффективность рекламы: [Текст] / А. Кутлалиев, А. Попов; - М:Эксмо, 2006. – 416 с.

4. Лысенко О.Ю., Марковская И.М. Качественные методы социально- психологических исследований: Учебное пособие. : [Текст] / О.Ю. Лысенко, И.М. Марковская; – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2001. – 106 с.

5. Крылов А. Креаливные фокус-группы: [Текст] / А. Крылов //Зеркало зимы , - 2003- №6 – 154-163 с.

УДК 2964

УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ

ВОЛОСУХИНА ЛИЛИЯ ВИКТОРОВНА
Студент
ФГБОУ ВО ВИУ «РАНХиГС»

Аннотация: Роль знаний в постиндустриальном обществе сложно переоценить. А залогом процветания компании можно по праву считать ее сотрудников. В связи с этим можно утверждать, что эффективность функционирования организации напрямую зависит от эффективности управления профессиональным интеллектом сотрудников.
Ключевые слова: менеджмент, профессиональный интеллект, управление персоналом, управление знаниями, интеллектуальны капитал

THE MANAGEMENT OF PROFESSIONAL INTELLECT

Volosukhina Liliya Viktorovna

Abstract: The Role of knowledge in postindustrial society cannot be overestimated. And the key to the prosperity of the company can rightly be considered its employees. In this regard, it can be argued that the effectiveness of the organization depends on the effectiveness of the management of the professional intellect of employees.
Keywords: management, professional intellect, personnel management, knowledge management, intellectual capital.

В современном постиндустриальном обществе знания являются ресурсом первостепенной важности и основным источником конкурентного преимущества личностей и организаций. Значимость таких традиционных составляющих производства, как земля, труд, капитал, постепенно перешла на второстепенный уровень, так как эти ресурсы могут быть приобретены и использованы лишь при условии наличия специализированных знаний.

Знания рассматривались с философских, исторических, психологических позиций, однако в контексте науки управления они начали рассматриваться относительно недавно.

С философской точки зрения, знания это продукт общественной духовной и материальной деятельности людей, идеальное выражение объективных свойств и связей природного и человеческого мира в знаковой форме. [1, с. 10]

В «Словаре русского языка» С. И.Ожегова знание рассматривается как «результаты познания, научные сведения; совокупность сведений в какой-либо области» [2, с. 215].

Экономист и социолог Ф. Махлуп дал следующее определение: «Знания – любая форма представления частей реального и предполагаемого мира на некотором носителе» [3, с. 110].

П. Друкер определил знания, как ключевой ресурс мировой экономики. Именно знания, согласно П. Друкеру, становятся важнейшей составляющей производственного процесса [4, с. 31].

Если рассматривать понятие «знания» применительно к сотрудникам организации, то можно выделить такое свойство знаний, как комплексный характер. Знания сотрудника включают в себя обыденное знание, влияющее на эффективность межличностной коммуникации, общий интеллект, который

может содействовать сотруднику в профессиональной деятельности и профессиональный интеллект, который представляет собой знания, присущие сотруднику как носителю определенной квалификации. Профессиональный интеллект является ключевым компонентом в структуре знаний сотрудника, так как оказывает прямое влияние на эффективность выполняемой им работы. Место профессионального интеллекта в структуре знаний сотрудника зависит от его профессии. Это связано с тем, что для одних профессий профессиональный интеллект играет важнейшую роль (это чаще всего узкоспециализированные профессии), для других профессиональный интеллект находится на том же уровне значимости, что и другие составляющие знаний сотрудника (характерно для универсальных специалистов).

Задачу выявления знаний сотрудников и превращения их в корпоративный капитал, в конкурентное преимущество организации, ставит перед собой такая область менеджмента, как управление знаниями.

Основной задачей современной организации становится выявление, сохранение и эффективное использование знаний людей. Иными словами, в качестве объекта управления знаниями выступают не столько документы или таблицы-классификаторы, сколько люди и отношения между ними, следовательно, управлять знаниями надо с помощью технологий управления человеческими ресурсами. Именно поэтому управление знаниями становится важной сферой деятельности специалистов по управлению персоналом.

Знаниевый подход рассматривает развитие персонала, оценку, мотивацию трудовой деятельности и регулирование социально-психологических процессов в качестве ключевых функций управления персоналом.

Управление знанием предполагает новый взгляд на сотрудника. Согласно знаниевому подходу, человек является не просто исполнителем трудовой функции, а источником, носителем и транслятором внутрикорпоративных знаний, а также носителем знаниевого потенциала.

Знаниевый потенциал – это совокупность профессиональных знаний сотрудника, необходимых для успешной трудовой деятельности. К знаниевому потенциалу также применимо понятие профессионального интеллекта сотрудника.

Эффективность функционирования организации напрямую зависит от эффективности управления профессиональным интеллектом сотрудников. Под эффективностью управления профессиональным интеллектом следует понимать 100% использование организацией знаниевого потенциала сотрудников, максимальное использование профессионального интеллекта сотрудников в трудовой деятельности и его развитие.

Для максимального использования профессионального интеллекта в организации важно его измерять. Критерии измерения бывают формальные и реальные. К формальным критериям можно отнести наличие у сотрудника диплома об образовании, различных сертификатов и удостоверений о прохождении обучения и курсов. Реальными критериями являются результаты аттестаций, проверок знаний, выполнение работником конкретных практических заданий, а так же ключевые показатели эффективности деятельности сотрудника.

Управление профессиональным интеллектом заключается в мероприятиях по приращению профессионального интеллекта, что немаловажно, так как знания со временем устаревают, и в мероприятиях по его оценке. Оценка профессионального интеллекта производится при приеме сотрудника и повторно. К мероприятиям по приращению профессионального интеллекта относятся различные тренинги, стажировки, повышение квалификации и т.д.

Формирование профессионального интеллекта обычно происходит с помощью институтов общего и дополнительного образования.

Существуют проблемы эффективности управления профессиональным интеллектом. Во-первых, это проблема формирования. Молодые специалисты зачастую плохо подготовлены к реальной профессиональной деятельности, причиной этого являются слабые образовательные институты. Во-вторых, это проблема оценки. При приеме сотрудника иногда слишком большое внимание уделяется формальным характеристикам и игнорируется реальный уровень знаний кандидатов, что в последствии отражается на эффективности их работы и функционировании организации в целом. Кроме того,

знания уже работающих сотрудников также нуждаются в регулярной оценке. Третья проблема – это проблема приращения. Многие организации не занимаются развитием сотрудников и поддержанием их профессионального интеллекта хотя бы на том уровне, что был выявлен при трудоустройстве. Виной этому является отсутствие у руководства понимания значимости этих мероприятий и связи между уровнем профессионального интеллекта и результатами деятельности компании.

Список литературы

1. Мильнер, Б.З. Управление знаниями в корпорациях [Текст] : учебное пособие / Б.З. Мильнер. – М. : Дело, 2006. – 304 с.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеол. выражений [Текст] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. – 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 2000. – 941 с.
3. Батракова, А. Г. Стратегия и тактика управления знаниями [Текст] / А. Г. Батракова, Л. Г. Колпакова // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 1, т. 1. – (Сер. «Гуманитарные науки»).
4. Друкер, П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке [Текст] : пер. с англ. / П. Ф. Друкер. – М. : Вильямс, 2004. – 272 с.

УДК 658.562

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

ЛУНЕВА ТАТЬЯНА АНАТОЛЬЕВНА
к.т.н., доцент
ФГАОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф.Решетнева»
БАБИЧЕВА АННА АЛЕКСАНДРОВНА,
НОВОЖЕНЦЕВА НАТАЛЬЯ ВЛАДИСЛАВОВНА
Магистранты
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Аннотация: статья посвящена проблемам и перспективам внедрения системы менеджмента качества в российских компаниях. Показаны основные проблемы внедрения менеджмента качества и рассмотрена сущность современной системы управления качеством: статистический контоль процессов, управление персоналом и система непрерывного совершенствования процессов.
Ключевые слова: управление качеством, система менеджмента качества, статистический контроль качества, менеджмент, управление персоналом, организационное развитие.

MANAGING QUALITY: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Luneva Tatyana Anatolyevna,
Babicheva Anna Alexandrovna,
Novozhentseva Natalya Vladislavovna

Abstrakct: the article is devoted to the problems and prospects of implementation of quality management system in Russian companies. The main problems of quality management implementation are shown and the essence of modern quality management system is considered: statistical office of processes, personnel management and system of continuous improvement of processes.
Keywords: quality management, quality management system, statistical quality control, management, personnel management, organizational development.

Высокое качество невозможно без профессионального управления. Поэтому современные организации развивают у себя системы менеджмента качества, призванные повысить качество продукции и услуг, а также эффективность внутренних процессов. Сам менеджмент качества в своем развитии прошел несколько этапов. Во второй половине XX века произошла смена парадигмы: от традиционного управления качеством – к современному. Современный менеджмент качества базируется на фундаментальных идеях основателей нового подхода к качеству – Э. Деминга и Дж. Джурана [3], которые нашли отражения в стандартах ISO серии 9000 и таких концепциях управления, как Всеобщий менеджмент качества (TQM), Шесть сигм, Бережливое производство, Реинжениринг бизнес-процессов и др.

Несмотря на то, что в России получили массовое распространение система Всеобщего менеджмента качества (TQM) и добровольная сертификация предприятий по стандартам ISO серии 9000, ре-

альный уровень качества остается достаточно низким. Основными причинами неэффективности системы менеджмента качества: недостаточную вовлеченность высшего руководства; невовлеченность в процесс управления качеством всего персонала; не реализация принципа постоянного улучшения; сложности с осуществлением процессного подхода на практике; недостаток лидеров и др. [5. с.19].

На наш взгляд, одной из основных проблем внедрения системы менеджмента качества в российскую практику является недостаточное понимание сущности современного менеджмента. Современный менеджмент качества выражен в ключевом принципе Э. Деминга «98/2». В литературе по менеджменту его часто называют главной управленческой формулой века [7]. Суть этого принципа можно пояснить следующим образом. Если организация в своей работе сталкивается с проблемами или браком, то в 98% случаев этот брак имеет системные причины (за которые отвечает высшее руководство) и не зависит от человеческого фактора и только в 2% случаев это может происходить по вине исполнителей. Наняв даже самых лучших исполнителей в плохую организационную систему, мы получим низкий результат. Принцип «98/2» определяет менеджменту компании фокус для приложения основных управленческих усилий: совершенствование организационной системы, а не поиск виноватых и наказание людей. Положив этот принцип в основу проектирования системы менеджмента качества предприятия, можно добиться высоких результатов и повысить конкурентоспособность.

Как улучшать организационную систему? Для этого необходимо разработать и внедрить в систему управления несколько подсистем, которые составляют основу современного управления качеством. Рассмотрим их подробнее.

Первая система – это система статистического контроля качества процессов. Она позволяет своевременно выявлять брак и организационные проблемы и дает информацию для совершенствования организационной системы. Впервые вести статистический контроль качества процессов предложил в начале XX века американский исследователь У. Шухарт [5]. Однако распространение этот подход получил только современных системах управления качеством: TQM, Шесть сигм и Бережливое производство. Он предполагает, что ежедневно ведется учет всех проблем и ошибок в организации. Данные заносятся в информационную систему в реальном времени. Это дает возможность выявлять системные проблемы и устранять их именно на системном уровне. Без понимания статистического состояния системы, улучшить ее качество невозможно. Как показывают опыты Э. Деминга с воронкой и мишенью, если менеджент не имеет понятие о статистическом состоянии системы, то его вмешательство обычно только ухудшает качество [4. с. 101-109].

Статистический учет качества предполагает использование двух видов диаграмм: диаграмм рассеивания и диаграмм Парето. Диаграммы рассеивания говорят об общем уровне брака и о состоянии организационной системы и ее процессов – стабильное или аномальное поведение. Стабильное состояние системы говорит об ее уровне брака. Диаграммы Парето позволяют ранжировать основные проблемные области организации и помогают понять, какие из них в первую очередь требуют улучшений.

Вторая система – это система управления персоналом. Вести статистику ошибок и брака в реальном времени невозможно, если не опираться при этом на самих сотрудников. Чтобы сотрудники не скрывали ошибки и жалобы клиентов, необходимо полностью отказаться от наказания за брак и искоренить из организационной культуру страх [3. с. 107-132]. Право наказания должено быть исключено из полномочий линейных руководителей. Как показывает реальный опыт внедрения менеджмента качества в российских и западных компаниях, объективный сбор статистики качества возможен только при соблюдении этого условия [6]. В тех организациях, где существует атмосфера страха, никогда не узнают реальный уровень брака и состояния организационой системы и, соответственно, не смогут принять эффективных решений в области качества. В организационной культуре необходимо развивать не страх за ошибки, а гордость за высокое качество.

Третья система – это система непрерывного совершенствования организационных процессов. Объективная статистика брака является условием совершенствования организационной системы. Однако для того, чтобы система непрерывных улучшений работала, она должна быть выстроена на организационном уровне. Основным субъектом контроля и улучшения процессов в системах TQM, Шесть сигм и Бережливое производство являются территориальные и межфункциональные команды сотруд-

ников. Для того, чтобы такие команды могли вносить изменения в организационные процессы, необходимы изменения на уровне организационной структуры, которые наделяли бы эти команды соответствующими полномочиями. Возможно несколько вариантов реализации этих идей на практике. Например, И. Адизес предлагает создавать параллельные управленческой вертикали элементы структур управления с функцией постоянных улучшений [1]. В американском менеджменте приняты варианты матричной организационной структуры проектного типа, наделяющей сотрудников полномочиями [2. с. 39-47]. Примером первого типа структур являются кружки качества, распространенные в «Бережливом производстве», примером второго типа структур – проектные команды, принятые в системе «Шесть сигм».

Таким образом, нами обозначены три основных подсистемы современного менеджмента качества: статистический контоль брака, управление персоналом и система непрерывного совершенствования. Их реализация раскрывает ключевой принцип Э. Деминга «98/2» и позволяет улучшать организационную систему.

Список литературы

1. Адизес Ш, Капуста А., Бурда В. Методология Адизеса. Реальный опыт внедрения / Ш. Адизес, А.Капуста, В. Бурда. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 192 с.
2. Богданов, В.В. Управление проектами. Корпоративная система – шаг за шагом / В. Богданов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 248 с.
3. Деминг. Э. Новая экономика / Эдвард Деминг; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2006. – 2008 с.
4. Маколов В.И. Проблемы систем менеджмента качества российских организаций в современных условиях // Национальные интересы приоритеты и безопасность. № 26.2015. С. 16-25.
5. Нив. Г. Организация как система: принципы построения устойчивого бизнеса Эдварда Деминга / Генри Нив; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 370 с.
6. Уилер Д., Чамберс Д. Статистическое управление процессами. Оптимизация бизнеса с использованием контрольных карт Шухарта. М: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 409 с.
7. Фидельман Г., Дедиков С., Адлер Ю. Альтернативный менеджмент. Путь к глобальной конкурентоспособности. М.: Альпина Паблишер, 2010. 192 с.
8. Фельдман Г.Н. Менеджмент систем [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ins-am.ru/publication/?id=54.

УДК 331

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

ЖДАНОВА АННА ПАВЛОВНА
Магистрант 1 курс
КУДЛАЕВА АЙГУЛЬ РАУЛЕВНА
Кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Уфимский Государственный Авиационный Технический Университет»

Аннотация: В статье автором изучаются методы оценки результативности труда руководителей, специалистов и служащих. Выявление факторов, влияющих на результаты труда. Проанализирована специфика оценки результативности труда руководителей, специалистов и служащих на примере современного машиностроительного предприятия.
Ключевые слова: оценка результативности труда, персонал, методы оценки.

EVALUATION OF THE IMPACT OF LABOUR

Zhdanova Anna Pavlovna,
Kulaeva Aigul Raulina

Abstract: in the article the author studies the methods of assessing the effectiveness of managers, specialists and employees. Identification of factors affecting the results of work. The specificity of the assessment of the performance of managers, specialists and employees on the example of modern engineering enterprise is analyzed.
Key words: assessment of labor efficiency, personnel, methods of assessment.

Организации создаются для достижения определенных целей. Степень достижения этих целей представляет, насколько эффективно работает и развивается организация, т.е. насколько эффективно используются организационные ресурсы.

На показатели результативности труда персонала оказывает влияние совокупность различных факторов. Эти факторы можно разделить на основные группы:

1. Биологические (возраст, пол, климат, здоровье и т.д.);
2. Социально - экономические (государственные ограничения, требования, законы, квалификация персонала, состояние экономики);
3. Социально - психологические (моральный климат в коллективе, отношение к работе, психологическое состояние работника);
4. Технико - организационные (условия труда, организация производства, сложность труда, объем информации и т.д.);
5. Рыночные (развитие экономики, конкуренция, безработица и т.д.).

Довольно легко задача оценки труда решается для категории рабочих, в особенности рабочих – сдельщиков, так как их качественные и количественные результаты выражаются в количестве произведенной годной к применению продукции. Сравнив этот показателей с плановым значением можно легко оценить результат их труда.

А вот с оценкой труда руководителей, специалистов и служащих все значительно сложнее, так как данная оценка характеризует их способность оказывать влияние на работу производственного или управленческого звена. Выделяя три категории управленческих работников, следует иметь в виду, что работники каждой из этих категорий вносят свой вклад в управленческий процесс: специалисты вырабатывают и подготавливают решение, служащие их оформляют, а руководители принимают решения, оценивают их качество, контролируют сроки выполнения. В общем виде можно сказать, что результат работы аппарата управления характеризуется степенью или уровнем достижения определенных целей при минимизации затрат.

Приведем примеры количественных показателей оценки результативности труда по некоторым должностям:

1. Руководитель организации - прибыль, оборот капитала, темпы роста прибыли, доля организации на рынке;
2. Начальник производственного цеха – выполнение плана по номенклатуре изделий, динамика производительности труда и объема производства, потери от брака и простоев оборудования, текучесть кадров, снижение издержек производства;
3. Руководитель службы управления персоналом (Начальник отдела кадров) – производительность труда и ее динамика, уровень заработной платы, показатели по обучению и повышению квалификаций, количество вакансий;

Также на практике помимо количественных показателей оценки труда руководителей, специалистов и служащий стоит учитывать и качественные показатели. К таким факторам результативности относятся: оперативность работы, напряженность, интенсивность труда, сложность труда, качество труда и т.п. Для оценки факторов результативности чаще всего используется балльный метод.

Методы оценки, в которых работников оценивает их непосредственный руководитель, на сегодняшний день являются традиционными и применяются большинством современных предприятий. Они эффективны в крупных организациях, но в то же время имеют и свои существенные недостатки:

- сфокусированы на отдельном работнике, оценивая его вне организационного контекста;
-основываются исключительно на оценке сотрудника руководителем.

По сути, подчиненный находится в прямой зависимости от взаимоотношений с руководителем, так как он его контролирует, определяет задачи и оценивает в конце года. Если человек как работник справляется со своими должностными обязанностями в полном объеме, но имеет конфликт с начальством, скорее всего высоких баллов по оценки он не получит, если руководитель не будет объективен.

Рассмотрим на примере современного ПАО машиностроительного предприятия, как проводится оценка результативности труда руководителей, специалистов, служащих. ПАО является юридическим лицом, имеет в оперативном управлении федеральное имущество, самостоятельный баланс, текущий и другие счета в банках, может приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права и нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Персонал имеет сложную взаимосвязанную структуру. Штатная численность сотрудников составляет около 18 тысяч человек.

Качество труда каждого руководителя, специалиста, служащего (далее - исполнитель) по выполнению возложенных на него функций оказывает решающее влияние на качество продукции в процессе ее производства и эксплуатации, определяет качество работы подразделения в целом. Оценку качества труда исполнителя и подразделения в целом осуществляют путем выявления количественной оценки отклонений при выполнении возложенных на них функций.

Действенность данной системы оценки качества труда обеспечивается:

- установлением конкретных функций каждого подразделения (функциональные положения и должностные инструкции);
- системой контроля исполнения организационно – распорядительных документов, заданий управляющего директора и его заместителей по направлениям деятельности, входящих документов сторонних организаций и вышестоящих органов;
- наглядной количественной оценкой уровня качества труда и сопоставимостью результатов работы отдельных исполнителей и коллективов за определенный отчетный период.

Оценку качества труда исполнителя производят путем сравнивания расчетного (фактического) коэффициента качества труда с нормативным. Расчетный (фактический) Кт определяют по формуле:

Кт=1-Ссн.,

где Ссн.- суммарное снижение Кт за показатели, снижающие качество труда исполнителя.

Величина снижения Кт зависит от:

1) типа цеха: производственный, вспомогательный, инструментальный либо отдел;
2) занимаемой работником должности;
3) бюро цеха, к какому относиться занимаемая должность работника.

Например, приведем некоторые примеры нарушений, за которые возможно снижение Кт руководителя отдела и службы:

- за невыполнение приказов, распоряжений, заданий;
- за невыполнение мероприятий по планам организационно – технического развития;
- за наличие несчастного случая на производстве;
- за превышение лимита текучести кадров;
- за нарушение трудовой дисциплины;
- за нарушение техники пожарной безопасности.

Для каждого отдела и должностей разработаны свои нарушения, за которые может быть снижен Кт. Расчет фактического Кт для руководителей, специалистов и служащих, производит руководитель этого структурного подразделения и утверждает начальник отдела. Коэффициент рассчитывается каждый месяц, соответственно если нет нарушений, то Кт=1 и заработная плата остается неизменной. В случае наличия нарушений снижается Кт и как следствие заработная плата сотрудника.

Список литературы

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремина. - М.: Юнити, 2007. - 327 с.
2. Марр Р. Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики / под. ред.Г. Шмидта. - М.: Издат-во МГУ, 2007. - 528 с.
3. Оганесян И.А. Управление персоналом организации / И.А. Оганесян. - М.: Вильямс, 2008. - 390 с.
4. Федосеев, В.Н. Управление персоналом организации: учеб. пособие / В.Н. Федосеев, С.Н. Капустин. - М., 2003. - 368 с.

УДК 338

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОРОМ КОНКУРЕНТОСПОСТОБНОСТИ

ЛЕОНОВ СЕРГЕЙ АНДРЕЕВИЧ

к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»

Аннотация: В статье рассмотрены ключевые элементы реализации инновационного процесса на предприятии в сравнении с традиционным (стабильным) процессом по различным показателям. Приведены структура и модель инновационного процесса, его основные этапы.
Ключевые слова: инновации, процесс, показатель, этапы, модель, структура

MANAGEMENT OF THE INNOVATION PROCESS OF ENTERPRISES AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS

Leonov Sergey Andreevich

Abstract: The article describes the key elements of the implementation of the innovation process in the enterprise in comparison with the traditional (stable) process for various indicators. The structure and model of the innovation process, its main stages are presented.
Keywords: innovation, process, indicator, stages, model, structure

Как отмечается в Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года, анализ современного состояния легкой промышленности показал, что при наличии положительных тенденций в ее развитии остаются проблемы, негативно влияющие на ее экономический рост и финансовую устойчивость. Одной из основных системных проблем, требующими скорейшего решения, является низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности отрасли, выражаемый в слабой конкурентоспособности отечественных товаров, в низкой доле «ноу-хау» и инновационной продукции в объеме продаж на российском и мировом рынке [1]. Внедрение инноваций в деятельность предприятий в целом должно укладываться в некий формализованный инновационный процесс. В таком случае менеджмент организации должен понимать различие между традиционным (стабильным) процессом и инновационным. Сравнение инновационного и стабильного процесса по ряду показателей представлены в таблице 1 [2].

Указанные показатели в отношении инновационного процесса оказывают влияние на формирование уникальной для каждого предприятия структуры инновационного процесса. На формирование такой структуры влияет история создания предприятия, его организационая структура, а иногда и личностные характеристики высшего менеджмента предприятия. В целом пример структруры инновационного процесса может быть приведен на рисунке 1 [2].

Таблица 1

Основные различия инновационного и стабильного процессов

Показатели процесса	*Инновационный процесс*	*Стабильный процесс*
Главная конечная цель	Обеспечение новой общественной потребности	Обеспечение сложившейся общественной потребности
Риск при реализации поставленной цели	Высокий	Низкий
Тип процесса	Дискретный	Непрерывный
Управляемость процесса как единого целого	Низкая	Высокая
Возможности развития системы	Переход на новый, более прогрессивный уровень развития	Сохранение сложившегося уровня развития
Взаимодействие со сложившейся системой интересов участников процесса	Вступает в противоречие	Основывается на них
Характерные формы организации процесса	Гибкие, имеющие слабую структуризацию системы	Жесткие, основанные на нормативном регламенте

Рис.1. Структура инновационного процесса

В структуру инновационного процесса входят блоки «Инициацция», «Маркетинг инноваций», «Выпуск (производство инноваций)», «Реализация инноваций», «Продвижение инноваций», «Оценка эффективности инноваций», «Диффузия инноваций», которые в свою очередь подразделяются на свои составные части.

В рамках управления инновационным процессом предприятия должна быть построена соответствующая модель. Как уже подчеркивалось выше, модель инновационного процесса – это сугубо индивидуальное видение инновационной деятельности предприятия, так как должны учитываться особенности становления предприятия, его производственного процесса, организационной структуры и т.д.

Классическая модель инновационного процесса должна формироваться укрупненными блоками «Генерация идей», «Отбор и постановка стратегической цели», «Проверка концепции и определение тактических задач», «Контроль и утверждение (отказ от) инновационного проекта», «Коммерциализация». Указанные блоки в последствии разбиваются на структурные элементы. В целом пример модели инновационного процесса может быть приведен на рисунке 2 [2].

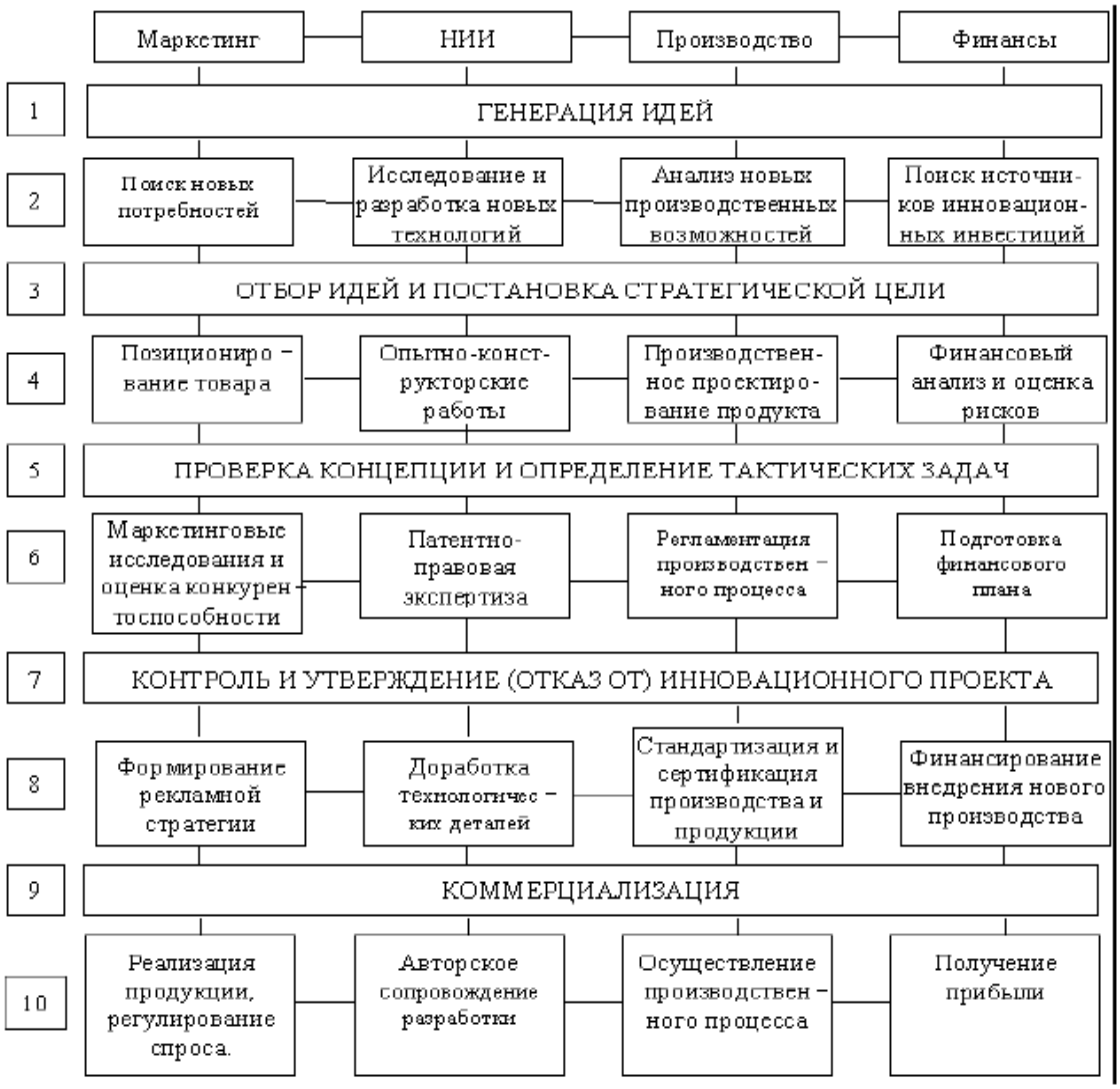


Рис. 2. Модель инновационного процесса

Вне всяких сомнений активизация деятельности предприятия в инновационной сфере сопрядена с интенсификацией научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, что находит свое отражение в создании новых технологий, оптимизации имеющихся, применению новых материалов, улучшению качества в целом. Указанные улучшения направлены на увеличение объема прибыли организации в рамках реализации инновационного процесса, иными словами, на предприятии должно быть организовано соответствующее подразделение, которое отвечало бы за коммерциализацию продуктов инноваций.

Основные этапы инновационного процесса приведены в графической форме на рисунке 3 [2].

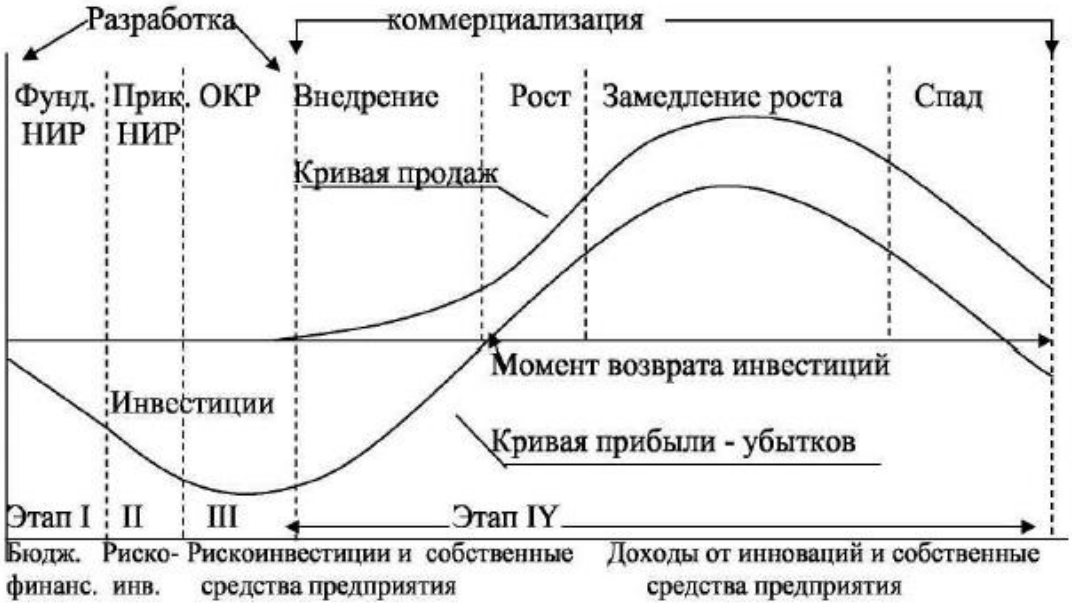


Рис. 3. Этапы инновационного процесса

Следует отметить, что управление инновационным процессом предприятия на основе самостоятельно разработанных регламентов, положений и инструкций неизбежно даст положительный эффект. Инновационная деятельность сама по себе призвана давать положительный экономический эффект, а с другой стороны, грамотное управление инновационным процессом позволить получить предприятию преимущество технологического превосходства над конкурентами. В рамках эффекта синергии технологического превосходства и положительного экономического эффекта предприятием могут быть получены так называемые устойчивые конкурентные преимущества.

Список литературы

1. Приказ Минпромторга РФ от 24.09.2009 N 853 "Об утверждении Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и Плана мероприятий по ее реализации"
2. Мясникова Е.Б. Менеджмент инноваций в таблицах и схемах: учебное пособие. – М.: Финансовый университет, 2016. – 108 с.

© С.А. Леонов, 2018

УДК 330.13

ПОНЯТИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ФЁДОРОВА ЕКАТЕРИНА ВЛАДИМИРОВНА

Магистрант 1 курса
Научный руководитель: Воловская Нина Михайловна, д.социол.н., профессор
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Аннотация: В статье рассмотрены различные точки зрения на понятие «рекламная деятельность». Проанализированы подходы к изучению рекламной деятельности.
Ключевые слова: рекламная деятельность, потребитель, подходы к изучению рекламной деятельности, прибыль.

CONCEPT OF ADVERTISING ACTIVITY

Fedorova Ekaterina Vladimirovna,
Volovskaya Nina M.

Abstract: Different views on the concept of "advertising activity" are considered in the article. Approaches to the study of advertising activity are analyzed.
Keywords: advertising activity, consumer, approaches to the study of advertising activity, profit.

На сегодняшний день каждая компания стремится к повышению своей конкурентоспособности и поэтому вынуждена вести серьезную борьбу за клиента. Реклама становится обязательным условием успешности компании на рынке. Однако рекламная деятельность является эффективной только в том случае, если она правильно организована. Многие компании не уделяют достаточного внимания рекламной деятельности при разработке стратегии и используют лишь единичные рекламные кампании, результат которых сложно отследить. Руководители желают видеть немедленный результат и зачастую разочаровываются, не получив его так скоро, как хотелось бы. Это говорит о том, что они не понимают, что такое рекламная деятельность. Чтобы избежать ошибок при планировании и реализации рекламной деятельности, прежде всего, необходимо понять, что она собой представляет и какие компоненты включает в себя. На основе этого рекламодателю будет значительно проще организовать процесс по организации рекламной деятельности компании.

Анализ литературы показал, что существует множество определений понятия «рекламная деятельность». Ее изучением в той или иной степени занимаются многие науки: журналистика, социология, психология, экономика, и др. Каждая из наук анализирует рекламную деятельность, используя с этой целью свою методологию, собственный понятийный аппарат. Все это говорит о многогранности рекламы как явления, находящегося «на стыке наук».

Например, с точки зрения экономики, реклама выступает как инструмент продвижения товара на рынок, условием повышения уровня его продажи. Социологическая наука рассматривает рекламную деятельность с позиций функционирующего общественного института, оказывающего значительное влияние на социально-политические и культурные процессы в обществе, способствующие его изменению [1, с. 36]. Стоит отметить, что социологические методы сбора и анализа информации широко используются при проведении рекламных кампаний и оценки их эффективности.

Психологическая наука исходит из того, что реклама - это процесс информирования населения о товаре, ознакомления с ним, убеждения в необходимости его покупки [2]. Поэтому, очевидно, что здесь главная задача рекламы состоит в том, чтобы побудить людей приобрести этот товар. Чтобы добиться

максимальной эффективности рекламного сообщения, необходимо знать психологические особенности целевой аудитории.

Что касается журналистики, то она акцентирует внимание на методах создания эффективного рекламного сообщения, принципах и особенностях его построения, как принадлежности к массовой информации. Это объясняет как выбор основного средства передачи информации, так и характер воздействия, оказываемые текстами рекламы, которые, если следовать определению В.В. Ученовой и Н.В. Старых, распространяются как «информативно-образные, экспрессивно-суггестивные тексты» [1, с. 45].

Таким образом, интерпретация понятия «рекламная деятельность» предполагает совмещение различных подходов, каждый из которых вносит свой компонент. Поэтому мы можем сказать, что рекламная деятельность не существует отдельно, а является частью широкого комплекса каналов и средств продвижения товара от производителя к потребителю. Как мы уже выяснили, поскольку исследованиями в области рекламы, занимаются специалисты разных сфер деятельности, существует множество точек зрения на понятие «рекламная деятельность».

Например, авторы С. В. Шарохина и Е. А. Братухина в одной из своих статей предлагают следующее определение: «рекламная деятельность – это результат совместных согласованных действий рекламодателя (производителя или продавца товара, работы, услуги) как заказчика, рекламопроизводителя (рекламного агентства) как создателя, и рекламораспространителя (средства распространения рекламы) как канала, доводящего рекламное обращение до потребителя» [3, с. 3]. То есть, авторы делают акцент на том, что рекламная деятельность это сложный многоступенчатый процесс, в котором участвует множество сторон, способствующие достижению максимальной эффективности этой деятельности.

По мнению И. Резепова, рекламная деятельность представляет собой «комплекс мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга и направленных на потребителей товара, работы, услуги, представляющих соответствующие сегменты рынка и способствующих решению фирмой-производителем своих стратегических и тактических задач» [4, с. 69]. По нашему мнению, это определение затрагивает важный момент, заключающийся в том, что рекламная деятельность должна соответствовать не только текущим целям компании, но и долгосрочным планам. В противном случае реклама теряет всякий смысл.

Согласно определению Л.Н. Хромова, «рекламная деятельность – это целенаправленное стремление оказать воздействие на продажу или покупку товаров, работ, услуг» [5, 89]. Преимущество этого определения в том, что автор делает упор на основную цель рекламы, которая заключается, в первую очередь, в получении прибыли. Схожее мнение имеет Ю. П. Свит, которая утверждает, что «рекламная деятельность – деятельность по получению, обработке и распространению информации, способствующей реализации товаров, работ, услуг, идей и начинаний» [6, с. 20]. Это определение обозначает главное предназначение рекламы, которое состоит в продаже ее объекта.

Следует отметить, что распространены подходы к определению рекламной деятельности с позиции менеджмента и маркетинга. С позиции менеджмента рекламная деятельность – это технология управления рекламным процессом, рекламным бизнесом. Рекламный менеджмент реализуется в единстве таких управленческих функций, как организация, планирование, мотивация, контроль, распределение ресурсов. Формулируются рекламные сообщения, которые доходят до целевой аудитории через отобранные рекламные каналы, контролируются эффективность рекламных коммуникаций. Управляя рекламной деятельностью, рекламодатель совместно с рекламопроизводителями и рекламораспространителями преследует цель: регулирование рыночной устойчивости организации [2].

С точки зрения маркетинга рекламная деятельность представляет собой стратегическую ориентацию рекламодателя на потребителя с целью выявления его нужд, чтобы работать более эффективно, чем конкуренты. То есть создать себе и своему продукту или услуге конкурентные преимущества с помощью рекламы. Основной акцент в рекламной деятельности с позиции маркетинга делается не на товаре и его свойствах, а на нуждах и потребностях целевой аудитории, потому что прибыль рекламодатель получает благодаря обеспечению потребительской удовлетворённости.

Осуществляя подход к рекламной деятельности с позиции маркетинга, важно выявлять и ориен-

тироваться на систему показателей, которые позволят обеспечить оптимальность и эффективность рекламной деятельности, вызовут нужную реакцию спроса целевой аудитории [2].

Итак, рассмотрев различные подходы к определению понятия «рекламной деятельности» мы сформулировали следующее определение, которое заключается в том, что рекламная деятельность – это комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга компании и направленных на целевую аудиторию с целью реализации товара, работы, услуги. По нашему мнению, это определение более полно отражает суть рекламной деятельности, а также включает в себя все необходимые компоненты для организации успешной рекламной деятельности компании, а именно: совокупность мероприятий, соответствие маркетинговой стратегии компании и ориентация на потребителя.

Список литературы

1. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы: детство и отрочество. М.: Смысл, 1994. – 96 с.
2. Научная электронная библиотека. Понятие рекламной деятельности [Электронный ресурс] URL: https://monographies.ru/ru/book/section?id=7121
3. Шарохина С. В. Рекламная деятельность как система // Науковедение. – 2016. – №28. – С. 1-8
4. Резепов И. Ш. Психология рекламы и PR. Учебное пособие. 2-е издание. М.: Дашков и К, 2013. – 224 с.
5. Хромов Л. Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. Петрозаводск: Фолиум, 1994. – 308 с.
6. Свит Ю. П. Ненадлежащая реклама и защита прав потребителей // Законы России. – 2010. – №5. – С. 36-43

© Фёдорова Е.В., Воловская Н.М., 2018

УДК 658.628

СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА

КЛЕМЕНТЬЕВА СВЕТЛАНА ВЯЧЕСЛАВОВНА
к.э.н., доцент
КОПЫЛОВА МАРИЯ АЛЕКСЕЕВНА
соискатель
ЕМЕЛЬЯНОВ МАРАТ СЕРГЕЕВИЧ
соискатель
Московский Государственный Технический Университет им. Н.Э. Баумана

Аннотация:Статья посвящена современным подходам к формированию товарного ассортимента предприятия. В ней рассмотрены условия и ограничения использования разных подходов управления ассортиментного портфеля. Приведено подробное сравнение моделей и методик планирования и управления ассортиментом.
Ключевые слова: товарный ассортимент, ассортиментная политика, товарная политика, конкурентоспособность, маркетинг

WAYS OF FORMATION OF THE PRODUCT RANGE

Klementeva Svetlana Vyacheslavovna,
Kopylova Maria Alekseevna,
Emelyanov Marat Sergeevich

The article is dedicated to modern approaches to the formation of the product range of the company. The article deals with the conditions and limitations of using different approaches of assortment portfolio management. Detailed comparison of models and methods of planning and assortment management is given.
Key words: product assortment, assortment policy, product policy, marketing, competitiveness

Одной из главных проблем товарной политики предприятий является определение стратегического набора товаров. В условиях восстановления после экономического кризиса это приобретает особое значение для производителя, так как это позволяет предприятию быстрее приспособиться к изменившимся условиям. Повышение уровня разнообразия требований и потребностей потребителей заставляет предприятия формировать собственный ассортимент и внедрять изменения в его структуры.

Либо А.М. отмечает, что товарный ассортимент– это группа товаров, тесно связанных между собой либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одинаковым группам клиентов, или через одинаковые типы торговых заведений, или в рамках одного и того же диапазона цен [1, с.131-133]. Это определение раскрывает понятие «ассортимент» с позиций рынка.

Сурай Н.М считает, что ассортимент – это перечень и соотношение отдельных видов продукции в составе отдельной номенклатурной группы, которые отличаются между собой параметрами, внешним оформлением, назначением и другими характеристиками [2, с. 153-160].

Одним из важнейших механизмов обеспечения конкурентоспособности предприятия является его

ассортиментная политика, основной целью которой является формирование такого номенклатурного и ассортиментного состава товарного выпуска, который способен обеспечить предприятию устойчивую рыночную позицию, экономическую стабильность и стратегическое развитие.

Ф. Котлер дает следующую дефиницию ассортиментной политике: ассортиментная политика – это определение, формирование и поддержание оптимальной структуры товаров, которые производятся и реализуются с учетом текущих и будущих целей предприятия [3, с. 816].

Для предприятия одним из основных залогов успеха является формирование оптимального ассортимента, который бы соответствовал ситуации на рынке, удовлетворял потребности потребителей, способствовал эффективному использованию предприятием сырьевых, технологических, финансовых и других ресурсов для изготовления продукции с низкими затратами и обеспечивает получение желаемой прибыли.

Ассортиментная политика является определением набора тех товарных групп, которые становятся наиболее предпочтительными для успешной работы предприятия и обеспечивают экономическую эффективность его деятельности, формированием ассортимента продукции в соответствии с потребностями рынка, финансовым состоянием предприятия и его стратегических целей.

Несбалансированность ассортиментного портфеля приводит к снижению уровня прибыли, потере конкурентных преимуществ на рынке, неправильного распределения инвестиций.

Управление ассортиментом представляет собой деятельность соответствующих служб предприятия по контролю, анализу и принятию управленческих решений в области маркетинга, сбыта и производства с целью адаптации ассортимента к потребностям покупателей

Формирование ассортиментной политики связано с определением целей, средств и методов, с помощью которых цели могут быть реализованы. Обращаясь к целевым ориентирам ассортиментной политики (более полное удовлетворение потребительского спроса, укрепление рыночных позиций предприятия, оптимальное использование ресурсного потенциала), вполне логичным будет предположить целесообразность рассмотрения трех принципиальных подходов к формированию ассортиментной политики:

– формирование ассортиментной политики на основе потребительских предпочтений (с целью увеличения потребительской ценности предлагаемого ассортимента);

– формирование ассортиментной политики на основе ожидаемых конкурентных преимуществ (с целью укрепления конкурентных позиций за счет усиления конкурентоспособности предлагаемого ассортимента);

– формирование ассортиментной политики на основе лучшего распределения ограниченных ресурсов (с целью обеспечения повышения эффективности использования ресурсного потенциала).

Выделение именно таких подходов, обосновано, целями ассортиментной политики, а также факторами, влияние которых целесообразно учитывать при ее формировании.

Общей целью использования любого из предлагаемых подходов является повышение эффективности ассортиментной политики, а непосредственный выбор наиболее целесообразного (приоритетного) подхода будет зависеть от наличия определенных условий для его применения и учета ограничивающих факторов.

Рассмотрим предпосылки и ограничивающие факторы для каждого из предложенных подходов к формированию ассортиментной политики (таблица).

Приведенная характеристика предпосылок и ограничений относительно целесообразности использования предлагаемых подходов к формированию ассортиментной политики предприятий розничной торговли может иметь рекомендательный характер как на общем уровне управления товарным ассортиментом, так и использоваться в рамках управления отдельными товарными категориями.

В последнем случае для разных товарных групп могут применяться разные сочетания подходов. Определив целевую направленность и предпосылки, в которых те или иные цели будут уместными.

Таблица 1

Условия и ограничения использования разных подходов к формированию товарной политики

Подход к формированию ассортиментной политики	Объективные условия для использования	Ограничивающие факторы
Формирование ассортиментной политики на основе потребительских предпочтений	- стабильность спроса на основные товарные группы предлагаемого ассортимента; - низкая вероятность влияния случайных факторов на поведение потребителя; - отсутствие внутренних возможностей для реализации более рискованные, как правило, более прибыльных вариантов ассортиментной политики; - наличие возможностей организации систематического мониторинга потребностей потребителем и высокая прогнозируемость их изменений; - низкий уровень эффективности ассортиментной политики по критерию потребительской ценности.	- ресурсные возможности (прежде всего, финансовые, пространственные и кадровые); - склонность к риску менеджеров и руководства; - условия поставщиков (необеспеченность поставками товаров, потребительская ценность которых возрастает, приводит к потере доли лояльных клиентов); - действия конкурентов (активизация деятельности конкурентов может привести к опозданию реакции на рост спроса).
Формирование ассортиментной политики на основе ожидаемых конкурентных преимуществ	- наличие достаточных финансовых ресурсов; - высокий организационный, кадровый, маркетинговый потенциал; - наличие товарного предложения инновационного направления со стороны производителей; - низкий уровень эффективности ассортиментной политики по критерию конкурентоспособности.	- спрос потребителей (задача усложняется тем, что потребители еще недостаточно информированы о товаре, который предлагается к продаже, и в основном консервативны в своем выборе); - действия конкурентов (которые создают препятствия для удержания конкурентных преимуществ)
Формирование ассортиментной политики на основе лучшего использования ресурсов	- тяжелое финансовое положение предприятия; - низкие технические, пространственные, организационные и кадровые возможности; - низкий уровень эффективности ассортиментной политики по критерию соответствия внутренним возможностям.	- активное развитие рыночного сегмента, на котором действует предприятие; - агрессивные действия конкурентов

Весомым исследованием моделей и методик планирования ассортимента можно считать монографию Фидарова В. В., Герасимова Б. И., Романова А. П. [4, с.152], которыми отдельно выделена группа математических моделей (имитационных, балансовых, оптимизационных), рыночных моделей (модель Розенберга, модель с идеальной точкой, модель расчета коэффициента адекватности каждой ассортиментной позиции рынка, методы оценки конкурентоспособности), модели планирования и оптимизации ассортимента с помощью различных показателей хозяйственной деятельности (маржинального дохода, рентабельности, показателей финансового состояния, чистой текущей стоимости), методы стратегического анализа (матричные модели БКГ, Мак-Кинси, Shell). Указывая на преимущества и недостатки каждой группы методов и моделей, авторы справедливо отмечают, что приведенные мето-

ды не являются самодостаточными и должны рассматриваться в комплексе».

При таких условиях, не уменьшая ценность использования отдельных методов, необходимо, прежде всего, исходить из целей формирования ассортиментной политики и адекватности им того или иного метода.

С целью систематизации методического инструментария именно с точки зрения целей и соответственно подходов к формированию ассортиментной политики предприятий розничной торговли разработаны рекомендации относительно приоритетности использования отдельных методов при различных целевых установках:

1) матрица БКГ;
2) матрица Мак-Кинси;
3) матрица «широта-глубина»;
4) анализ жизненного цикла товара;
5) методика построения карты позиционирования товарной линии по Ф. Котлеру

Таким образом, рассмотренный методический инструментарий охватывает довольно широкий спектр вопросов ассортиментной политики и может быть использован в процессе ее формирования всех необходимых для этого условий. В этом контексте стоит также обратить внимание на то, что каждое предприятие является уникальным с точки зрения не столько целей своей деятельности, сколько средств их достижения, а соответственно и круг проблем, которые возникают в связи с формированием ассортиментной политики может существенно различаться и требовать разработки применение специфического (собственного) методического инструментария, который будет наиболее полно соответствовать выявленным проблемным зонам.

Список литературы

1. Либо А. М. Экономическое содержание процесса формирования товарного портфеля // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2012. №11. С.131-133

2. Сурай Наталья Михайловна, Ковалева Ирина Валериевна Механизм формирования и управления товарным ассортиментом // Вестник АГАУ. 2015. №8 (130). С.153-160

3. Котлер, Филип Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд. - СПб. : Питер, 2012. - 816 с.

4. Фидаров В. В. Формирование товарно-ассортиментной политики организации в условиях неопределенности / В. В. Фидаров, Б.И. Герасимов, А.П. Романов. – Тамбов: Из-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2014 – 152 с.

УДК 330

EVENT-МАРКЕТИНГ: ПОНЯТИЕ И ПРЕИМУЩЕСТВА

ЗИМИНА АННА ВАЛЕРЬЕВНА

Магистрант 1 курса
Научный руководитель: Воловская Нина Михайловна, д.социол.н., профессор
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Аннотация: В статье подчеркивается особая значимость event-маркетинга в условиях усиления конкуренции на рынке. Представлены теоретические подходы отечественных и зарубежных авторов к изучению понятия «Event marketing». Автором проанализированы основные преимущества event-мероприятий в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
Ключевые слова: событийный маркетинг, маркетинговые коммуникации, пиар, реклама, продвижение

EVENT-MARKETING: DEFINITION AND BENEFITS

Zimina Anna Valeryevna,
Volovskaya Nina Mikheilovna

Annotation: The article emphasizes the special importance of event-marketing in the context of increasing competition in the market. Theoretical approaches of domestic and foreign authors to the study of the concept "Event marketing" are presented. The author analyzes the main advantages of events in the system of integrated marketing communications.
Keywords: event marketing, marketing communications, PR, advertising, promotion

На сегодняшний день рынок товаров и услуг заполнен множеством предложений. В условиях большой конкуренции становится все сложнее заинтересовать искушенного потребителя простыми рекламными сообщениями. Как следствие, появляется необходимость создания новых подходов в продвижении. Актуальность постановки вопроса заключается в том, что прямая реклама сегодня воздействует слабее, чем раньше, поэтому все большее значение приобретают нестандартные способы продвижения. Благодаря event-мероприятиям компания может заявить о своих ценностях, более точно очертить круг целевой аудитории, привлечь внимание не только к производимым товарам или услугам, но и к себе как к социально активной организации. Event-маркетинг стимулирует продажи в долгосрочной перспективе.

Первичный анализ научной литературы позволил выделить различные подходы к определению термина «Event marketing».

Наиболее цитируемым является определение Ф. Котлера: «Event marketing (событийный маркетинг) — систематическая организация мероприятий как платформы презентации товара (услуги) для того, чтобы с помощью эмоционального воздействия активизировать внимание целевой группы к товару (услуге)» [1, с.29].

К. Кули отмечает возрастающую роль непрямой рекламы в коммуникативной политики компании: «С увеличением психологического воздействия бренда на эмоциональное состояние клиента event-маркетинг приобретает распространение среди коммуникационных инструментов брендинга. Он способствует донесению ценностей и главных атрибутов бренда до клиента в процессе двусторонней

коммуникации посредством презентации продукта» [2, с.83]. Таким образом, по мнению К. Кули: «Событийный маркетинг – это комплексная организация мероприятий, направленная на продвижение марки или продукта компании при помощи ярких и запоминающихся событий. Эмоциональный контакт с аудиторией, который устанавливается во время мероприятия, даёт универсальную возможность повлиять на целевую аудиторию тоньше и эффективнее [2, с.53].

По мнению одного из наиболее известных отечественных экспертов event-индустрии А. Шумовича: «Event мероприятия – это проекты, отличающиеся яркостью, торжественностью, праздничной атмосферой, энергичностью, развлекательным характером. То есть основной посыл организации event мероприятий – создание образа, имиджа, который бы привлекал как перманентное внимание целевой аудитории, так и смог с помощью дополнительной поддержки закрепиться в создании потребителей и клиентов» [6, с.77].

Можно сделать вывод, что на сегодняшний день не существует единого, общепризнанного определения термина «Event marketing». Анализ источников показал, что в зависимости от контекста термин «Event marketing» понимается по-разному. С одной стороны, event-маркетинг – это современный инструмент продвижения, который позволяет передать целевой аудитории наиболее полную информацию о продукте и бренде. А с другой стороны event-маркетинг – это комплекс мероприятий, направленных на продвижение торговых марок с помощью ярких и запоминающихся событий: концертов, фестивалей, вечеринок, презентаций и т.п.

Считая, что приоритетным направлением работы событийного маркетинга является работа с брендом за счет установления прочных ассоциативных связей в умах потребителей между брендом и конкретными эмоциями, транслируемыми в ходе event-мероприятия, мы можем заключить, что event-маркетинг – это инструмент брендинга. Но event-мероприятия могут преследовать различные цели, к примеру, проведение дегустаций, семплинг, разнообразные акции по стимулированию сбыта. И здесь мы имеем дело не только с инструментом брендинга, но и с инструментами связей с общественностью, рекламы и маркетинга в целом. Исходя из вышесказанного мы можем дать следующее определение: Event-маркетинг – это инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Эксперты event-бизнеса выделяют ключевые преимущества от реализации event-мероприятий.

Так А.Н. Романцов описывает основные преимущества событийного маркетинга [4, с. 87]:

- имеет долгосрочный эффект;
- ненавязчивость, присутствует элемент развлечения;
- минимизация издержек компании путем сотрудничества с другими компаниями;
- экономит до 30% бюджета, выделенного на рекламу;
- повышенная восприимчивость аудитории;
- продукция связывается с социальным явлением.

А.А. Манихин дает более подробный анализ особенностям российского событийного маркетинга, выделяя следующие преимущества: «…Формирование эмоциональной связи с целевыми аудиториями; возможность сочетать рекламу, пиар, стимулирование сбыта и директ-маркетинг; общественный резонанс; «раскрученное» событие само становится брендом; длительный эффект; привлечение заинтересованных аудиторий; создание «информационного повода»; высокая эффективность (выгода/затраты)» [3, с. 117].

Изучив позицию двух авторов, трудно не согласится с тем, что, прежде всего существенным преимуществом event-маркетинга является активное воздействие мероприятия на эмоциональную составляющую восприятия потребителем информации. Человек лучше запоминает то, что он пережил на эмоциональном уровне. Событийный маркетинг обладает долгосрочным эффектом, т.к. начинается задолго до события в анонсах, афишах, на пресс-конференциях и продолжается в последующих выступлениях, гастролях и публикациях в СМИ. Успешное событие само становится брендом, что позволяет использовать его при построении дальнейшей стратегии компании.

Дополнительно к преимуществам event-маркетинга, по нашему мнению, можно отнести и то, что всех участников мероприятия можно рассматривать как одну большую фокус-группу, на которой компа-

ния может апробировать собственные новые идеи. Кроме того event-маркетинг дает возможность осуществлять прямую продажу товаров в ходе мероприятия.

Неоспоримым преимуществом при организации event-мероприятия является гибкость финансовой составляющей: в зависимости от бюджета, возможно, выбрать оптимальный вариант мероприятия.

Событийный маркетинг в России только начинает набирать популярность, такие мероприятия еще не кажутся потребителям навязчивой рекламой. Event-маркетинг судя по тенденциям последнего десятилетия, обещает стать одним из главных способов продвижения компаний и товаров на рынке. Современные event-мероприятия – это сложные, долгосрочно планируемые действия, требующие знаний в области коммуникаций, презентаций, управления проектами, технического оснащения, новинок в области программного обеспечения и техники, навыков креативного подхода и творческого мышления.

Список литературы

1 Котлер Ф. Основы маркетинга. – М. : Вильямс, 2007. - 656 с.

2 Кули, К., МакЭван, К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой. М.: Феникс, 2015. 256 с.

3 Манихин А.А. Особенности event-маркетинга в России / А. А. Манихин // Известия ВолГТУ , 2015. – 114-119 с.

4 Романцов А.Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации. Практическое пособие. – М. : Дашков и К, 2015. – 144 с.

5 Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – М. : Питер, 2017. – 320 с.

6 Шумович А. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий. М. : Манн, Иванов, Фербер, 2017. – 320 с.

7 Хальцбаур, У. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий / Ульрих Хальцбаур, Эдвин Йеттингер, Бернхард Кнаус, Ральф Мозер, Маркус Целлер / пер. с нем. М.: Эксмо, 2014. 384 с.

УДК 005.7

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ И СТРЕССАМИ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ

МАКАРКИНА ГАЛИНА ОЛЕГОВНА,
КУЛАКОВА ИРИНА АНДРЕЕВНА
студенты
ФГБОУ ВО Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аннотация: объектом исследования в статье является организация ОАО «Магнит», деятельность которой заключается в розничной торговле товаров. Предметом исследования является система управления конфликтами.
Ключевые слова: менеджмент, организационное управление, управление конфликтами.

SUGGESTIONS FOR IMPROVING CONFLICT AND STRESS MANAGEMENT ON THE EXAMPLE OF THE ORGANIZATION

Makarkina Galina Olegovna,
Kulakova Irina Andreevna

Abstract: the object of the study in the article is the organization of JSC "Magnet", whose activity is in the retail trade of goods. The subject of the research is the conflict management system.
Key words: management, organizational management, conflict management.

Конфликт — это неизбежное явление в жизни человека. Человек вступает в конфликтные ситуации или же отклоняется от них в течение всей своей жизни.

В современном мире проблема эффективного разрешения конфликтов становится весьма актуальной. В любой организации, даже самой сплоченной, возникают конфликты. Каждый работник хочет, чтобы в организации, где он работает, было как можно меньше конфликтных ситуаций. Управление поведением в конфликтных ситуациях – важная задача для менеджеров предприятия.

«Магнит» — крупнейшая российская сеть продовольственных магазинов - дискаунтеров, основанная в 1994г. Головная компания сети — Закрытое акционерное общество «Тандер». Штаб-квартира — в городе Краснодаре.

"Магнит" – сеть супермаркетов продуктов питания. Лидер на рынке по количеству торговых объектов и территории их покрытия в России – 64 филиала, 1 представительство, более 5 тыс. магазинов формата "у дома" и 93 гипермаркета и 210 магазинов косметики в более чем 1389 городах и населенных пунктах. В настоящее время открывается несколько десятков магазинов в месяц. Девиз компании: Всегда низкие цены.

Целью деятельности организации является получение прибыли его участниками на основе удовлетворения потребностей граждан, хозяйственных обществ и любых других законных образований в товарах, работах, услугах, предлагаемых обществом.

Миссия предприятия: «Мы работаем для повышения благосостояния наших покупателей, сокращая их расходы на покупку качественных товаров повседневного спроса, бережно относясь к ресурсам компании, улучшая технологию и достойно вознаграждая сотрудников» [1].

Конфликты на рабочем месте особенно нерешенные и затянувшиеся угрожают не только экономике предприятия, но что немаловажно и здоровью, а то и жизни сотрудников. Менеджерами по персоналу в ОАО «Магнит» являются: директор магазина и 2 его администратора. В конфликтных ситуациях, возникающих в процессе функционирования предприятия, директор выступает в качестве медиатора третьей стороны в процессе поиска решения проблемы.

Директор и администраторы не берут на себя лишних обязанностей по разрешению конфликтов на предприятии, в связи с загруженностью возложенных на них обязательств и большим количеством управляемого персонала. Роль третьего лица для них является неприемлемой, так как в этом случае проблема должна решаться с позитивным результатом для всех оппонентов. В случае выигрышного результата только для одной стороны сразу же возникают недовольства другой, презрение и личная ненависть.

В итоге можно сделать вывод о том, что директор и администраторы не участвуют в разрешении конфликтов на предприятии. И работники, желая не потерять свое рабочее место, стараются вообще не конфликтовать, так как на их претензии мало кто отреагирует, а если и отреагирует, то только приказом на увольнение или лишением части заработной платы. Ведь как только считает директор, удовлетворишь жалобу одного, сразу же поднимается ряд претензий от других, чьи проблемы они сразу не в состоянии решить.

Предприятие теряет время на разрешение конфликтов, выяснения причины, в результате уменьшается производительность работников, ухудшается морально-психологический климат, усложняются процессы партнерского сотрудничества, падает престиж предприятия.

На взаимоотношение и поведение людей в трудовом коллективе влияют три комплекса взаимосвязанных факторов:

- предписанные и привычные для данного производства шаблоны делового поведения;
- эмоции и чувства, возникающие в межличностных контактах;
- знания людей об условиях производства и самих себе [2].

Эти факторы составляют основу в формировании производственной установки работников ОАО «Магнит». На уровне неформальной структуры, главенствующую роль приобретают факторы, связанные с психическим состоянием участников, динамикой и уровнем их работоспособности, субъективным чувством усталости или творческого подъема.

Для определения психологического климата в ОАО «Магнит» было проведено анкетирование с выборкой 25 человек. Каждому работнику предлагалось самостоятельно определить психологический климат группы путем оценки выраженности того или иного показателя(табл.1).

В целом можно сделать вывод о том, что морально – психологический климат в ОАО «Магнит» характеризуется удовлетворенностью членов группы, соблюдением в ней моральных норм уровнем нравственности и культуры, но нельзя определить коллектив высоким уровнем социально-психологического развития, сплоченность группы оставляет желать лучшего, психологическая благоприятность и удовлетворенность нуждаются в улучшении.

Таблица 1

Анкетирование персонала ОАО «Магнит»

Положительные особенности	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Отрицательные особенности
Преобладает бодрое и жизнерадостное настроение		x						Преобладает подавленное настроение, тон пессимистический
В отношениях внутри коллектива взаимное расположение и понимание			x					Конфликтуют между собой
Членам коллектива нравится быть вместе, участвовать в совместных делах, вместе проводить свободное время			x					Члены коллектива проявляют безразличие к более тесному общению, выражают отрицательное отношение к совместной деятельности
Успехи или неудачи отдельных членов коллектива вызывают сопереживание, участие всех членов коллектива		x						Равнодушны к успехам других, иногда вызывают зависть и злорадство
Преобладают поддержка и одобрение, упреки и критика высказываются с добрыми побуждениями		x						Критические замечания носят характер явных и скрытых выпадов
Члены коллектива с уважением относятся к мнению друг друга			x					В коллективе каждый считает свое мнение главным и нетерпим к мнениям товарищей
В трудные для коллектива минуты происходит эмоциональное соединение			x					В трудных случаях коллектив «раскисает», появляется растерянность, возникают ссоры, взаимные обвинения
Коллектив участливо и доброжелательно относится к новым членам, старается помочь им освоиться		x						Новички чувствуют себя лишними, чужими, к ним редко проявляется враждебность
Коллектив активен, полон энергии			x					Коллектив пассивен, инертен
Коллектив быстро откликается если нужно сделать полезное дело			x					Коллектив невозможно поднять на совместное дело, каждый думает только о собственных интересах
Существует справедливое отношение ко всем членам, поддерживают слабых, вступают в их защиту			x					Коллектив презрительно относится к слабым, высмеивают их
У членов коллектива появляется чувство гордости за свой коллектив, если его отмечают руководители		x						К похвалам и поощрениям здесь относятся равнодушно

Чтобы членам коллектива нравилось быть вместе, участвовать в совместных делах, вместе проводить свободное время, можно использовать метод, который условно может быть назван методом психологического поглаживания. Он предполагает, что настроения людей, их чувства поддаются регу-

лированию, нуждаются в определенной поддержке. Для этого предприятию предлагается проводить совместный отдых коллектива. Эти и подобные им мероприятия снимают психологическое напряжение, способствуют эмоциональной разрядке, вызывают позитивные чувства взаимной симпатии и таким образом создают нравственно-психологическую атмосферу в организации затрудняющую возникновение конфликтов.

Чтобы члены коллектива с уважением относились к мнению друг друга, можно воспользоваться методом взаимного дополнения. Учет и умелое использование не только способностей, но и недостатков людей, которые тесно связаны друг с другом, помогают укрепить взаимное доверие и уважение людей их сотрудничество, а следовательно помогают избежать конфликтов.

Для того чтобы в трудные для коллектива минуты происходило эмоциональное соединение, можно воспользоваться методом доброжелательности, развития способности к сопереживанию и сочувствию другим людям, к пониманию их внутренних состояний, готовности практическое содействие партнеру.

Чтобы существовало справедливое отношение ко всем членам коллектива, чтобы была поддержка слабых, целесообразно использовать метод недопущения дискриминации людей, который требует исключения, подчеркивания превосходства одного партнера над другим, а еще лучше – и каких бы то ни было различий между ними.

Поддержание и укрепление сотрудничества отношений взаимовыручки, является центральной задачей ОАО «Магнит» всей тактики предотвращения и разрешения конфликта. Ее решение носит комплексный характер и включает в себя методы социально-психологического, организационно – управленческого и морально-этического характера. Во многом это зависит от руководства, поэтому директор и администраторы должны прислушаться к следующим рекомендациям:

– почаще задумываться над точностью оценки способностей и склонностей работников;
– демонстрировать доверие и поддержку подчиненным;
– использовать стиль руководства, соответствующий конкретной производственной ситуации и особенностям состава сотрудников;
– при неудачах сотрудников оценивать в первую очередь обстоятельства, в которых действовал человек, а не его личные качества;
– не исключать из арсенала средства общения с подчиненными, (компромиссы, уступки, извинения).
– запретить использовать сарказм, иронию, юмор, направленные на подчиненного;
– периодически задумываться о способах снятия уже накопленных подчиненными стрессов. Держать в поле зрения проблемы отдыха сотрудников, возможности их эмоциональной разрядки, развлечений и т.д [3].

Предприятию в целом необходимо реализовывать ряд последовательных мероприятий, выполняя которые можно добиться на организационно-управленческом уровне прочное сотрудничество, сплоченность в трудовых коллективах, их высокий антиконфликтный потенциал:

1. Прежде всего предприятие должно ставить цели на долговременный период 10 – 15 лет, которые должны быть направлены на производство, обучение и развитие работников, постоянное повышение качества продукции и услуг. От которого во многом зависят стабильность организации, ее возможность противостоять конфликтам.
2. Необходимо делать ставку не на послушного работника, который больше всего страшится совершить ошибку, а на людей способных на обдуманный риск, не взирая на возрастающую при этом возможность ошибок.
3. Признание новых идей в качестве главной ценности любого дела – создавать климат поощрения инноваций. Внедрение нововведений создает условия творческого напряжения людей, значительно суживает возможность возникновения психологических стрессов, негативного характера с которыми сопряжены конфликтные ситуации.

4. Руководитель ОАО «Магнит» должен заботиться о профессиональном росте совершенствовании сотрудников, требуя от них постоянного осмысления и корректировки, как поставленной цели, так и способов ее достижения.

Таким образом, один из ключей к успеху в преодолении служебных стрессов заключен в общей жизненной стратегии индивида, опирающейся на избранные базовые ценности и учитывающей особенности его личности.

Список литературы

1. Официальный сайт, розничная сеть «Магнит» АО «Тандер» (дата обращения 24.03.2018)
2. Шарков, Ф. И. Общая конфликтология: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков, В.И. Сперанский; под общ.ред. засл. деят. науки РФ Ф. И. Шаркова. — М.: Издательскоторговая корпорация «Дашков и К », 2015. - 240с.
3. Кибанов А.Я. Управление конфликтами и стрессами./ А.Я. Кибанов, В.Г. Коновалова, О.Л. Белова- М.: Из-во Проспект,2015.- 88 с.

УДК 330

ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ И СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

САПУНОВ А.В.
к.э.н.
Академии маркетинга и социально- информационных технологии – ИМСИТ
ПЕТРУШИНА А.А.
Студентка 4 курса факультета менеджмента
Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ

Аннотация: Коммуникационная стратегия разрабатывается на основе принятой предприятием общей стратегии деятельности на рынке, а также с учетом соответствующих стратегий в области продукта, цен и сбыта. Стратегия маркетинговых коммуникаций занимает определенное место в стратегическом планировании.
Ключевые слова: стратегический менеджмент, коммуникационная стратегия организации, коммуникации, стратегия.

INTERDEPENDENCE OF THE COMMUNICATION SYSTEM AND THE STRATEGY OF THE ORGANIZATION

Sapunov A.V.,
Petrushina A.A.

Abstract: The marketing communications strategy cannot exist isolated from the marketing strategy, which, in turn, is directly related to the corporate strategy. The communication strategy is developed on the basis of the general market strategy adopted by the enterprise, and also taking into account the relevant product, price and sales strategies. The strategy of marketing communications occupies a certain place in strategic planning.
Key words: strategic management, communication strategy of the organization, communications, strategy.

Возросший уровень конкуренции на фоне санкций западных стран и обострившейся ситуации в экономике России вынуждает организации уделять особое внимание повышению эффективности своей деятельности, в том числе постоянному совершенствованию коммуникаций между менеджментом высшего звена и рядовыми сотрудниками компании для повышения эффективности реализации целей и задач для достижения стратегии развития организации [4].

Под коммуникацией стратегии подразумевается донесение ключевой информации стратегии до всех сотрудников организации, в то время как коммуникация в классическом понимании менеджмента – это процесс обмена информацией между двумя и более человек.

Коммуникации как обязательную составную часть менеджмента стали рассматривать в рамках стратегического управления организацией, когда выяснилось, что современный бизнес зависит не только от экономических, но и от ряда других факторов, весьма зависимых от хорошо налаженной в

организации коммуникации [1].

От качества внутренней коммуникации стратегии зависит результат её внедрения. Залог успешной коммуникации – наличие понятной прозрачной миссии, ценностей и стратегии организации.

Так, главной задачей современного производства является не увеличение его эффективности (фактор экономический), а адаптация людей к изменениям вследствие внедрения более эффективных технологий (фактор психологический, связанный с созданием грамотной мотивации персонала). Формирование у сотрудников мотивации на работу именно в этой фирме становится ключевым пунктом в работе с персоналом в целом.

Для эффективного продвижения товара на рынок, заполненный аналогичной продукцией, ключевым является формирование соответствующего отношения к товару потребителей и отвечающих за реализацию агентов и дилеров, что также невозможно без эффективной системы коммуникации.

Таким образом, на смену командной экономике пришла экономика переговоров. При этом впечатление, что люди обрели большую свободу обманчиво, так как на самом деле сменились только методы управления.

Нормой ведения бизнеса стало обязательное консультирование и переговоры по всем более или менее важным вопросам. И поэтому как люди, так и организации намного чаще стали вступать в контакты и поддерживать отношения с большим числом людей, существенно различающихся между собой с точки зрения интересов и системы ценностей.

Исследователь коммуникации Шолтен в 1999 г. предложил теорию, согласно которой для выживания организации в современном мире фундаментальное значение имеют два фактора: «быть хорошей» и «быть видимой»[2].

«Хорошей» продолжает оставаться для большинства потребителей та организация, которая предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам. Но, кроме того, «хорошей» считается сегодня та организация, которая может и способна подтвердить на практике, что ведет свою деятельность таким образом, что это дает ей право на определенное продолжение в социуме, т.е. организация является «социально ответственной». Причем критерии ответственности или безответственности следует искать в самом обществе, в его культуре, традициях, моральных нормах и запретах[2].

Что же обозначает для организации быть «видимой»?

За этим также стоят две идеи: во-первых, это означает, что продукция и услуги организации должны быть «известны» — «видимы» обществу. Во-вторых, образ организации складывается в том числе из тех ценностей, которые она разделяет. Представление о ценностях организации можно почерпнуть из отчетов о ее деятельности и ее конкретных практических мероприятиях, которые демонстрируют, что организация принимает во внимание интересы и мнения общественности. Оба отношения складываются из осуществления на практике стратегии управления коммуникациями организации с окружающей средой.

Есть еще одна причина, из-за которой стратегическое управление коммуникациями сегодня так популярно. Речь идет о взаимоотношениях организации с окружающей средой в период кризиса. Установлено, что исход коммуникаций в условиях кризиса в значительной мере предопределяется отношениями, существовавшими между организацией и этими группами в докризисное время, уровнем доверия, которое сумела завоевать организация во внешней среде[3].

Пример коммуникационной стратегии компании IBM (пример стратегии продвижения на европейском рынке), концепция, IT-рынок.

В основе стратегии коммуникаций бренда IBM лежит позиционирование бизнеса как организации, предоставляющей решения потребителям, которая в полной мере понимает потребности клиентов и готова предоставить им полные и успешно реализующиеся решения. Все коммуникации работают на уникальную способность, которая объединяет маркетинг и информационные технологии в единой, интегрированной манере.

Все коммуникации осуществляются в персонализированном режиме на основе результатов серьезных исследований. Документы, которые готовятся для этого, используются на общественных конференциях, собственных мероприятиях, в ходе подготовки персонала и во время постоянно реализуе-

мой кампании установления отношений со СМИ (IBM).

Итак, под стратегическим управлением коммуникациями подразумеваются функции инициации, направления и контроля над коммуникациями, а также над информационными процессами в контексте организации и в рамках ее политики. Стратегическое управление коммуникациями исследует перспективы организации, создает рычаги для наиболее эффективного воздействия на организацию как на единое целое с учетом характера ее функционирования в обществе и принятых кратко- и долгосрочных решений.

Список литературы

1. Федотова М.Г.. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ,2006. - 76 с. 2016г.
2. Федько Е.Н. Маркетинговые коммуникации,.2-го англ. Издания / Е.Н. Федько – К.: Знания-Прес, 2016г.
3. Стратегические коммуникации //http://www.communicare.com.ua/ru/
4. Сапунов А.В., Капсамун Е.А. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики, Сборник статей международной научно-практической конференции, Челябинск -2016, С. 169-171.

© А.В. Сапунов, А.А. Петрушина, 2018

УДК 658

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В КОРПОРАТИВНОЙ МОТИВАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ

АНГЕЛОВА АННА ЮРЬЕВНА
Студентка
ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В данной статье рассматривается сущность организационной культуры современных организаций, ее функции и влияние организационной культуры современных предприятий на эффективность менеджмента.
Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, мотивация, работники, корпоративные ценности, совершенствование, менеджмент.

ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE CORPORATE MOTIVATION SYSTEM OF THE ORGANIZATION

Angelova Anna Yuryevna

Annotation: in this article, the essence of the corporate culture of modern organizations, its functions and the influence of the organizational culture of modern enterprises on the effectiveness of management.
Key words: corporate culture, organizational culture, motivation, employees, corporate values, perfection, management.

Организационная культура в корпоративной мотивационной системе организации создает рациональную и справедливую систему вознаграждений результатов трудовой деятельности работников в зависимости от их профессионального уровня и квалификации. Также она призывает работников постоянно совершенствоваться и развиваться, что выступает основной задачей мотивационной политики организации. Корпоративная система мотивации как инструмент реализации мотивационной политики является неотъемлемым элементом совокупности факторов влияния на формирование и развитие системы мотивации. Комплексное взаимодействие и интеграция концепций корпоративной системы мотивации и организационной культуры предполагает объединение их в единое целое, проведение совместных практических действий и воспитательных мероприятий, которые приведут к синергетическому эффекту. Большое значение имеет история становления предприятия, формирования самого коллектива и сложившиеся традиции. [3, с. 61].

Интересы эффективной организации требуют, чтобы культура организации, ее стратегия, окружение (внешняя среда) и технология (внутренняя среда) были приведены в соответствие. [4, с. 39].

Субъектом организационной культуры в корпоративной системе мотивации организации выступает управленческая команда. Особую роль организационная культура играет в развитии мотивационной политики организации, задачей которой выступает оказание помощи и поддержки в стремлении работников самосовершенствоваться, повышать эффективность своей трудовой деятельности и получать при этом моральное удовлетворение от своей профессии. Создается культура мотивации, в которой при помощи организационной культуры на постоянном контроле и учете находятся такие факторы

и показатели, как мотивы работника, его потребности и стимулы, вся совокупность предъявляемых работой требований к уровню его профессионализма, ясность и разъяснение трудовых задач, представление о значении задачи для организации, организация обратной связи, предоставление работнику самостоятельно проявлять свои креативные стороны характера при решении проблем.

Организационная культура в системе мотивации персонала позволяет достигнуть баланса между властью и ответственностью, сформировать имидж организации и работы, внести инновационные формы стимулирования творческого отношения работников к труду. Для реализации целей мотивационной политики необходимо разработать определенные ценностные ориентиры и установки у работника, при помощи учета принципов, закономерностей и интересов. В этом случае организационная культура выступает актуальным инструментом, влияющим на мотивацию и на поведение работников организации. [2, с.27].

Главным условием эффективного применения организационной культуры в системе мотивации персонала выступает ее целостность и непротиворечивость. Если внедряемые в организации правила, ценности и нормы поведения будут расходиться с интересами и внутренними убеждениями персонала, то в системе мотивации будет достигнут отрицательный эффект. Организационная культура не должна быть двусмысленной, разделять работников по субъективным убеждениям и характеристикам, она должна быть единой для всех, иначе работники перестанут серьезно принимать все методы и способы воздействия на них при помощи методов и норм поведения, отраженных в корпоративном кодексе организации.

Организационная культура через культуру управления персонала и его мотивацию ускоряет решение задач формирования эффективной корпоративной системы мотивации и экономической системы организации, способствует внедрению современных инновационных технологий управления персоналом, структурирует и упорядочивает деятельность организации в целом.

Организационная культура управления персоналом вносит свой мощный вклад в прирост стоимости. Четкое следование установленным правилам и корпоративным ценностям является залогом социального одобрения и принятия их коллективом. Такая реакция и поведение позволит повысить активность наращивания эффективности системы управления мотивацией, что приведет в итоге к модернизации и улучшению показателей трудовой отдачи работников организации.

Среди многих факторов, которыми обусловлена тенденция развития организационной культуры, обычно выделяют три основных:

1) **Культура компаний стала прозрачной**. Их открыто обсуждают на различных сайтах. Тысячи людей мгновенно узнают, что клиенты или сотрудники чем-то недовольны. Культура стала неотъемлемым элементом общественного имиджа, а от него в свою очередь зависит и качество найма, и тип людей, которые приходят работать, и репутация бренда среди клиентов.

2) **Культура объединяет команды**. Рассмотрим рейтинг лучших работодателей и рейтинг избранных компаний с наибольшей капитализацией. В оба списка входят компании с высокоразвитой, сильной культурой. Например, у QuickenLoans (один из лучших работодателей и бессменный лидер ипотечного рынка) есть целая книга по корпоративной культуре –«ISM'sofQuickenLoans». В этом сборнике содержатся священные принципы культуры компании – примеры, истории и правила общения с клиентами.

3) **Культура стимулирует инновации**. Если в компании есть четко определенная культура, у работников есть чувство свободы и безопасности, ведь они знают, чего ожидать. Разобщенную организацию ждет предсказуемый провал, потому что без взаимной поддержки людям сложно проявлять личную эффективность и раскрывать способности. [1, с.47].

Дружелюбную и открытую атмосферу можно создать только там, где люди чувствуют себя востребованными, где их уважают и признают их право на индивидуальность. Все это достигается благодаря четко обоснованной (и документально подтвержденной) культуре. Даже если культура построена по принципу «вверх или за дверь» (uporout), нужно донести это до всех сотрудников и тогда между людьми восстановится взаимопонимание, а менеджеры смогут понять свою роль в продвижении организации.

Управлять культурой теперь намного сложнее. Корпоративной культуре важно уделять внимание не только в период роста или слияния. Работники стремятся к балансу между работой и личной жизнью, и ожидают достойного вознаграждения за эффективное лидерство.

Одна из важнейших задач менеджера – тесно сотрудничать с генеральным директором и руководителями ключевых подразделений компании, чтобы сформировать основные ценности и определить инструменты для измерения корпоративной культуры.

Таким образом, организационная культура (корпоративная культура) – одна из главных составляющих успешного функционирования организации. Образцы культуры, которые были приняты и усвоены такой организацией, всесторонне воздействуют на деятельность членов коллектива, влияют на специфику властных и межличностных отношений внутри компании, регулируют отношения с внешней средой. Конечная цель организационной культуры проявляется в выстраивании системы координат, которое обеспечивает компании возможность адаптироваться к постоянно меняющимся внешним условиям, предоставляет условия для внутренней интеграции.

Список литературы

1. Безлепкин, Максим Влияние организационной культуры на инновационную активность персонала / Максим Безлепкин. - М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2016. - 204 с.
2. Карташова Л. В. Организационное поведение: учебное пособие / Л. В. Карташова; Ин-т экономики и финансов «Синергия». — М.: Инфра-М, 2013. — 156 с.
3. Козлов В. Организационная культура / Виктор Козлов. - М.: КноРус медиа, 2015. – С. 153.
4. Торопова А.В. Формирование и развитие организационной культуры.Международный научный журнал Инновационная наука. 2015. № 7. С.171-173.

УДК 330

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

МИРОНОВА ОЛЬГА ПЕТРОВНА

магистрант 2 курса инженерно-экономического факультета
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный радиотехнический университет»

Аннотация: Фундаментальная проблема современной экономики состоит в повышении уровня конкурентоспособности предприятий любой формы собственности, оптимизации их функционирования. Категория «конкурентоспособность предприятия» является основой национальной конкурентоспособности в части экономической составляющей.
Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, обеспечение конкурентоспособности предприятия.

ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Mironova Olga Petrovna

Abstract: the Fundamental problem of the modern economy is to increase the level of competitiveness of enterprises of any form of ownership, to optimize their functioning. The category "competitiveness of the enterprise" is the basis of national competitiveness in terms of the economic component.
Key words: competition, enterprise competitiveness, ensuring enterprise competitiveness.

В рыночных условиях предприятия вынуждены удовлетворять возрастающие требования потребителей, которые создают базу для усиления конкурентной борьбы, изменения позиций для обеспечения конкурентоспособности, углубления и разделения платежеспособного спроса между конкурентами, внедрения инновационных разработок и ноу-хау, изменения границ отрасли или сферы и видов деятельности.

Конкуренция вызывает условия, при которых предприятия должны мгновенно и продуктивно приводить свою деятельность в соответствие с новыми условиями на основе управленческих, технологических, социальных, инновационных требований. Все это также свидетельствует о необходимости обеспечения конкурентоспособности предприятий.

Многие экономисты рассматривают проблему обеспечения конкурентоспособности предприятия с точки зрения маркетингового подхода, считая, что она определяется лишь конкурентоспособностью товара (услуги). Но конкурентоспособность представляет собой четко привязанную к месту и времени характеристику состояния товара (услуги), отражающую ее преимущества по сравнению с другими аналогичными объектами». [5]

Кроме того, конкуренция является фундаментальным свойством рыночной экономики и основой динамичного и сбалансированного развития экономики любой страны. При этом следует помнить, что по мере развития социума понятия конкуренции и конкурентоспособности менялись.

Смысл современных определений конкуренции сводится к тому, что конкуренция понимается как соперничество предприятий за особые предпочтения потребителей. Понятно, что основной целью является получение наибольшей доходности (прибыли, рыночной доли, продаж, роста и т. д.).

Отсюда, в самом общем смысле конкурентоспособность – это опережение других при использо-

вании своих преимуществ в достижении поставленных целей. С другой стороны, применительно к предприятию конкурентоспособность – это возможность эффективно действовать и добиваться прибыли в условиях высокой конкуренции.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия – это, прежде всего, результат его финансово-хозяйственной деятельности, в котором отражены все усилия его служб и подразделений, а также способность быстро и грамотно реагировать на изменение конъюнктуры рынка.

Кроме того, конкурентоспособностью предприятия является способность выпускать конкурентоспособный товар (услугу), имеющий больше преимуществ, чем предприятия той же отрасли или предлагающих подобные товары (услуги).

Конкурентоспособность услуг представляет собой важный показатель деятельности предприятия, так как предоставление конкурентоспособных услуг обеспечивает наличие денежного потока. [3]

Итак, ученые обобщают понятие конкурентоспособности в качестве суммы всех свойств предприятия и товара (услуги). Однако, нельзя забывать, что потребителей все чаще интересует не только соотношение «цена/качество», что достигается только при полной оценке всех факторов конкурентоспособности, но и статус предлагаемой продукции (услуг) и т.п.

В связи с изложенным, О.Н. Мельников и В.Н. Шувалов предлагают к основным принципам концепции обеспечения конкурентоспособности предприятий относить следующее:

- задачи обеспечения конкурентоспособности предприятия включают обеспечение конкурентоспособности услуг и предприятия в целом;

- выделение разных критериев конкурентоспособности предприятия в зависимости от горизонта планирования и управления на предприятии;

- считать основным показателем конкурентоспособности предприятия на оперативном уровне интегральный показатель конкурентоспособности услуг;

- на тактическом уровне конкурентоспособность предприятия обеспечивать общим финансово-хозяйственным состоянием и комплексными показателями его состояния;

- на стратегическом уровне конкурентоспособность предприятия характеризовать инвестиционной привлекательностью, критерием которой является рост стоимости бизнеса. [4]

Обеспечить выполнение указанных принципов можно при использовании всей совокупности мер и средств общества и предприятия. Сюда можно включить создание условий, способствующих нормальному протеканию экономических процессов, предотвращение сбоев и нарушений законов, нормативных установок и контрактов, помощь в стабильном функционировании отраслей со стороны государства, а также полной реализацией намеченных планов, программ и проектов, совокупностью вспомогательных средств, используемых в автоматизированных системах управления и в информационных системах со стороны предприятия.

Обеспечение конкурентоспособности предприятия возможно при внедрении целой совокупности направлений, основной целью которых является повышение конкурентоспособности, а задачами – способствующее формированию оптимального функционирования и развития, достижение баланса интересов потребителей и предприятия, следствием чего как раз и являются лучшие возможности предоставления услуги.

В связи с изложенным, существенное влияние на общую эффективность работы оказывает структура взаимодействий, а учесть данную структуру можно лишь подходя к проблемам организации с позиций целостного системного подхода. В настоящее время обеспечение конкурентоспособности предприятия, его способности стойко держаться на рынке товаров и услуг, главным образом, зависит от деловой восприимчивости его сотрудников к малейшим изменениям предпочтений потребителей и их способности своевременно удовлетворять эти потребности.

При этом следует понимать, что в кризисных условиях «вектор обеспечения конкурентоспособности все более смещается в сторону использования интеллектуальных ресурсов предприятия, способных решать не только вопросы повышения качества или снижения издержек и цен» .

Также все более важными становятся неценовые факторы борьбы за рынки сбыта, такие, как деловая репутация, дизайн, брэнд, имидж и т. д.

В свою очередь, от обладания длительным и устойчивым конкурентным преимуществом зависит и стратегический успех предприятия в отрасли. При этом длительность заключается в том, что конкурентное преимущество сохраняет и обеспечивает защиту самого предприятия от возможного воспроизведения предлагаемых им товаров (услуг) его конкурентами. Устойчивость зависит от трех факторов: источника, количества и наличия возможности находить новые источники конкурентного преимущества. Оценка уровня использования потенциала предприятия является важнейшим фактором в процессе обеспечения конкурентоспособности.

Таким образом, в условиях современной экономики наиболее важным критерием эффективности деятельности предприятия и оценки системы управления им является конкурентоспособность. Степень реализации конкурентного потенциала определяет совокупность конкурентных преимуществ предприятия.

Список литературы

1. Березин, Артем Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности / Артем Березин. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. - 156 с.
2. Боровских Н. В., Паскевич Е. В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. — 2017. — №3. — С. 299-302.
3. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. - М.: Высшее образование, Юрайт, 2016. - 464 с.
4. Мельников, О.Н. Современные задачи повышения конкурентоспособности инновационных товаров и услуг / О.Н. Мельников, В.Н.Шувалов // Российское предпринимательство. – 2004. – № 1. – С. 56-67.
5. Сергеев А. Проблемы и перспективы инновационного развития и повышения конкурентоспособности предприятий России / А. Сергеев // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2012. - № 4. - С. 118-122.

© О.П. Миронова, 2018

УДК 339.162.4

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ШИРОЧЕНКО НАТАЛЬЯ ВАСИЛЬЕВНА
к.э.н., доцент
ХУДКИНА ЕКАТЕРИНА АНДРЕЕВНА
Студент
«Сибирский государственный университетнауки и технологий имени академика М. Ф.Решетнева»

Аннотация: В статье проанализированы особенности закупочной деятельности розничных торговых предприятий. Выделены основные операции, которые включает в себя закупочная деятельность. Проведено сравнение подходов к организации закупочной деятельности в России и за рубежом.
Ключевые слова: закупочная деятельность, торговля, розничные торговые предприятия, информационные технологии, информационные системы.

FEATURES OF THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE PROCUREMENT ACTIVITIES OF RETAIL TRADE ENTERPRISES

Natalya Vasilyevna Shirochenko,
Ekaterina Andreevna Khudkina

Abstract: The article analyzes the features of purchasing activity of retail trade enterprises. The main operations, which include procurement activities, are singled out. Comparison of approaches to the organization of procurement activity in Russia and abroad is carried out.
Key words: purchasing activity, trade, retail trade enterprises, information technologies, information system.

Закупочную деятельность можно по праву считать одной из важнейших коммерческих функций розничных торговых предприятий. По своей экономической природе закупки представляют собой оптовый или мелкооптовый товарооборот, осуществляемый торговыми предприятиями (юридическими лицами) или частными лицами с целью последующей перепродажи закупленных товаров. Правильно организованные закупки дают возможность сформировать необходимый ассортимент товаров для снабжения населения, осуществлять воздействие на производителей товаров в соответствии с требованиями покупательского спроса, а так же обеспечивают эффективную работу торгового предприятия.

Правильно организованная закупочная деятельность способствует не только удовлетворению потребительского спроса, но и уменьшает вероятность коммерческого риска. При этом закупочная деятельность включает в себя следующие операции:

- изучение и прогнозирование покупательского спроса;

- определение потребности в товарах;
- выявление источников поступления товара и выбор поставщика;
- установление хозяйственных связей с поставщиками [5].

Изучение и прогнозирование покупательского спроса. Без данной задачи невозможно принятие коммерческих решений по закупке товара. Именно объем и структура населения определяют, какие товары необходимы потребителю и какую цену они готовы заплатить за них. Комплексное изучение спроса позволяет выявить тенденции его изменения и развития.

Следующий элемент закупочной деятельности – определение потребности в товарах. Данная операция позволяет получить информацию о поставщиках-изготовителях и производимых ими товарах (ассортимент, качество, упаковка, цена).

Одна из емких и очень важных задач при осуществлении закупочной деятельности – это выявление источников поступления товара и выбор поставщика, которая включает в себя всесторонний анализ потенциальных поставщиков.

Установление хозяйственных связей с поставщиками. Операция, которая включает в себя регулирование отношений между поставщиком и потребителем. Под хозяйственными связями понимают складывающиеся между поставщиком и потребителем экономические, коммерческие, финансовые, организационные, правовые и другие связи [2].

Важную роль в данных операциях закупочной деятельности, как и в логистических процессах в целом играет автоматизация. Проанализируем сходства и отличия российских и западных автоматизированных систем розничной торговли.

Прежде чем перейти к вопросу о сравнении торговых систем запада и России, необходимо понять разницу в целях, которые ставят перед собой предприятия при автоматизации.

Так, на российских торговых предприятиях автоматизации подлежит учет и некоторые функции управления, в то время как западные торговые предприятия стараются подключать большое количество систем, где учет занимает лишь небольшую часть торговой системы [7].

Анализируя западные информационные системы и технологии можно выделить следующую особенность использования программного обеспечения, которое ведет учет не товара, а учет посетителей. Данное программное решение используется повсеместно, в первую очередь на объектах ритейла: торговых центрах, магазинах и т.д. Для западных торговых систем задача определения числа покупателей и посетителей является очень актуальной. Очевидно, что количество покупателей соответствует числу чеков [3].

На российский рынок данные технологии только зашли, и пока набирают популярность. Такие гиганты и лидеры рынка как Ашан, Магнит, Лента и др. используют системы учета посетителей, а Ашан пошел дальше и выводит количество человек, которые прошли через рамки на большое табло и каждый посетитель может посмотреть конверсию магазина.

В целом все автоматизированные системы можно разделить на два типа: комплексные и специализированные [6]. А также программное обеспечение для автоматизации торговли делится на фронт-офис и бэк-офис.

Фронт-офис представляет кассовые программы, бэк-офис представляет торговую систему, которая занимается поддержанием товарного ассортимента, заказами, управлением ценами.

При этом отличительной особенностью является ориентированность отечественных программ на бухгалтерию, в то время как зависимость от бухгалтерии в западных системах практически отсутствует.

Второй отличительной особенностью является то, что для западных программ имеется четкое разделение систем: комплексная, специализированная, для оптовой или розничной торговли. Российские разработчики часто совмещают в рамках одной системы разнообразные виды торговли.

Отличие имеют и системы заказов (одна из функций бэк-офиса). В западных системах система заказов более развернута и имеет жесткие требования к графику поставок. В наших системах максимум, это плановый товарный запас, сформированный на основе анализа отчетов.

Также различия имеют системы логистики и поставок. Западные логистические системы могут работать и как оптовые, и как розничные, распределяя товар, как в собственные магазины, так и в сто-

ронние организации. Российские системы тоже работают по такому принципу, однако есть разница в том, что западные технологии работы со своими магазинами и со сторонними организациями примерно одинаковые. Российские же технологии позволяют навести порядок в своей сети и прийти к правильной системе заказов, но не позволяют прийти к этому же со сторонними организациями. Кроме того, западные организации экономят на пересчетах при отгрузке товара в собственные магазины. Предполагается, что в пределах организации (дистрибьюторский центр, фирменный транспорт, магазин) не может возникнуть каких-либо расхождений. Поэтому, в частности, лишняя коробка, переданная в магазин с центрального склада, засекается только при продаже в кассе. В российских магазинах товар сначала пересчитывают на складе, потом при отгрузке, потом и при получении товара и т.д. Характерным для этого всего является то, что в западной торговле в случае расхождения в количестве товара вручную оформляется отдельный документы, который передается на специальную обработку для принятия индивидуального решения. В российской торговле составление документов на нестандартные случаи скорее правило, чем исключение. Причин этому может быть несколько, частые смены поставщика (особенно поставщики продуктов питания), смена условий поставки (графики, ценовые условия, минимальные партии и др.). По этим и многим другим причинам поддерживать актуальную информацию о поставщиках в системе практически невозможно.

Торговые системы, предлагаемые на российском рынке, можно разделить на централизованные и децентрализованные системы с базой данных [4].

В централизованной системе управления все операции с базой данных выполняются на едином сервере, доступ к базе данных осуществляется через персональные терминалы пользователей. Работа на терминале может осуществляться только в режиме on-line. Децентрализованные системы управления используют распределенные базы данных, которые физически находятся на удаленных серверах в каждом магазине или складе, и периодически обновляются.

Сегодня на российском рынке находится достаточно много решений, охватывающих практически все сферы деятельности розничного торгового предприятия. Принимая решения об автоматизации процессов на предприятии, руководство встает перед нелегким выбором, так как рынок уже достаточно насыщен не только отечественными разработками, но и достаточно эффективными зарубежными системами.

Современному предприятию необходимо автоматизировать и интегрировать уже не только внутренние, но и межкорпоративные бизнес-процессы, которые связывают его с конкретными партнерами или с рядом поставщиков. Одним из наиболее популярных и востребованных решений в этой области стали корпоративные информационные порталы.

Таким образом, по мере развития ИТ в торговле, компании - ритейлеры переходят к использованию веб-доступа, беспроводных технологий, открытого аппаратного и программного обеспечения.

Список литературы

1. Ахмедзянова Рузиля Маратовна Международный опыт развития розничных торговых сетей // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2014. №8. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-razvitiya-roznichnyh-torgovyh-setey

2. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений / А. М. Гаджинский – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1998. – 228 с.

3. Евтюгина А.А. Международный опыт развития торговых сетей [электронный ресурс]. Режим доступа: http:// www.do.gendocs.ru/docs/index-228697.html.

4. Зайцева Е.А., Попова А.С. Управление бизнес процессами торгового предприятия // Инновационная наука. 2016. №6-1. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-biznes-protsessami-torgovogo-predpriyatiya

5. Кунаева С.Е. Стратегия торговых предприятий: учебное пособие для вузов / С.Е. Кунаева. – М., 2006 г. – 254 с.

6. Неруш Ю.М. Коммерческая логистика: Учебник для вузов / Ю.М. Неруш – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005. – 512 с.
7. Семененко Ю.А. Системы автоматизации деятельности торговой фирмы // Вестник МГУП. 2012. №9. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/sistemy-avtomatizatsii-deyatelnosti-torgovoy-firmy
© Н.В. Широченко, Е.А. Худкина, 2018

УДК 330

ИСКУССТВО ДЕЛЕГИРОВАНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ

ЕВДОКИМОВА ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА
Магистрант
Одинцовский филиал МГИМО МИД России

Аннотация: В статье даётся обзор основных понятий и определений посвящённых проблемам делегирования полномочий. Анализируются различные подходы к понятиям «полномочия», «виды полномочий», «принципы распределения полномочий». Рассматриваются оптимальные варианты делегирования полномочий в различных ситуациях.
Ключевые слова: полномочия, ответственность, власть, этапы делегирования полномочий, типичные ошибки в управлении, основные виды полномочий, модели делегирования полномочий, принципы распределения полномочий.

THE ART OF DELEGATION OF AUTHORITY

Evdokimova Elena Alexandrovna

Abstract: the article gives an overview of the basic concepts and definitions devoted to the problems of delegation of authority. Different approaches to the concepts of "powers", "types of powers", "principles of distribution of powers" are analyzed. The optimal options for delegation of authority in various situations are considered.
Keywords: powers, responsibility, power, stages of delegation of powers, typical mistakes in management, main types of powers, models of delegation of powers, principles of distribution of powers.

Делегирование полномочий - это процесс передачи части функций руководителя другим управляющим или сотрудникам для достижения конкретных целей организации.

Делегирование полномочий, как правило, представляют собой средства, при помощи которого руководство распределяет среди сотрудников бесчисленные задачи. Если задача не делегирована другому человеку, то руководитель вынужден будет выполнить ее сам. Сущность управления заключается в умении добиться выполнения работы другими. С понятием делегирование тесно связано понятие ответственность.

Ответственностью является своего рода обязательство выполнять имеющиеся задачи и отвечать за их удовлетворительное разрешение. Например, лица, выходившие за пределы полномочий делегированных им должностей, несут за это ответственность. Предел полномочий расширяется по мере продвижения по организационной иерархии, но даже менеджеры высшего звена обладают ограниченными полномочиями. Полномочия – это то, что сотрудник имеет право делать в рамках своей должности. Власть - это то, что он реально может сделать. Можно выделить следующие виды полномочий:

1) линейные полномочия – это полномочия, которые передаются непосредственно от начальника к подчиненному. Именно линейные полномочия предоставляют руководителю законную власть для направления своих подчинённых на достижение поставленных целей. Руководитель, обладающий линейными полномочиями, имеет право принимать определённые решения и действовать без согласования с другими руководителями в тех пределах, которые установлены организацией, законом, обычаями.

2) штабные полномочия: создаются специальные штабы (административный аппарат). Виды административного аппарата: а) консультативный аппарат – консультируют в области права, новейших

технологий; б) обслуживающий аппарат: PR, отдел маркетинга; в) личный аппарат (секретарь, водитель).

К основным видам штабных полномочий можно отнести следующие:

- Рекомендательные полномочия, когда полномочия сводятся к рекомендательным, предполагается, что линейное руководство будет обращаться за консультациями, когда потребуются знания консультативного аппарата. Примером является привлечение аппарата к исследованию рынка. Во многих организациях отдел маркетинга и производственный отдел должны иметь оценку предполагаемой реализации нового продукта от аппарата по исследованию маркетинга. Правило компании требует этой оценки до того как высшее руководство примет к рассмотрению новый продукт.

- Параллельные полномочия (П.П.). Целью является установление системы контроля для уравновешенной власти и предотвращение грубых ошибок. Параллельное полномочие широко используется в правительственных организациях. Например, прежде чем высшая палата РФ оформит закон он должен быть принят нижней палатой. Во многих полномочиях применяются П.П. для контроля финансовых расходов.

- Функциональные полномочия Ф.П.). Аппарат, обладающий Ф.П. может как предложить, так и закрепить какие-то действия в области своей компетентности. Так линейные полномочия руководителя реализуются через аппарат, давая ему право действовать в определённых вопросах. Благодаря Ф.П. достигается единообразие в таких отличиях как методы бухучёта, трудовые отношения, контроль занятости.

Необходимо отметить, что в теории менеджмента выделяют 2 основных принципа распределения полномочий:

1. Единоначалие. Согласно принципу единоначалия работник должен получать полномочия только от одного начальника и отвечать только перед ним. В организациях, с таким принципом, все формальные коммуникации направляются по цепи команд. Лицо, у которого возникла проблема, не может обращаться через голову своего начальника к руководителю высшего ранга. Также и руководитель высшего ранга не может отдать приказ, сотруднику низшего уровня минуя руководителей промежуточных уровней.

2. Ограничение нормы управляемости, т.е. количество работников, которые подчиняются данному руководителю устанавливаются по средствам делегирования линейных полномочий.

Не профессиональное делегирование похоже на коварную болезнь, которая поначалу кажется неопасной, но, если не принять меры, может вызвать серьезные осложнения. Существует ряд симптомов, по которым можно определить, есть ли у вас проблемы с делегированием: у ваших подчиненных подавленное настроение; вы нередко задерживаетесь на работе допоздна; в команде назревают конфликты; сотрудники слишком часто задают вопросы по поводу делегированных заданий. В такой ситуации многие руководители задаются вопросом: «как повлиять на ситуацию?».

Естественно, что для получения положительного эффекта нужно делегировать не только задачи, но и полномочия. Руководитель должен четко разграничить сферы своей ответственности и ответственности подчиненного, которому делегируется задание. Как вариант, можно составить перечень случаев, когда подчиненный самостоятельно принимает решение, и список людей, к которым следует обратиться за помощью.

Как найти «золотую середину»: чтобы и сотрудник осознавал свою ответственность за решение задачи, и самому не беспокоиться, что незамеченная ошибка в итоге помешает достижению ожидаемого результата? Нужна обратная связь. Причем для каждой задачи желательно выбрать оптимальную форму! Письменные отчеты: ежедневные, еженедельные, ежемесячные. Периодичность и объем зависят от сложности задачи и степени доверия к сотруднику.

Решив, кому из сотрудников поручить подлежащую делегированию задачу, руководитель должен провести инструктаж. Прежде всего, необходимо выбрать стиль общения.

Желательно, что бы разговор с подчиненным включал в себя следующие этапы:

1. Выяснение загруженности. Возможно, подчиненный слишком занят и делегировать ему задачу будет нецелесообразно.

2. Объяснение задачи должно быть максимально полным, четким и обстоятельным, чтобы подчиненный мог вникнуть во все детали.

Особенно важен подробный инструктаж в случае, если сотрудник никогда ранее не имел дела с подобными заданиями и руководитель хочет научить его чему-то новому.

3. Обратная связь. Руководитель должен спросить у сотрудника, что он думает об этой задаче, выслушать ответ и сделать три вывода: насколько собеседник понял, что от него требуется, мотивирован ли он и готов ли переходить к обсуждению ресурсов.

4. Обсуждение ресурсов можно начинать, получив согласие сотрудника на выполнение задачи. Лучший вариант – если подчиненный сам заговорит о необходимых средствах и сроках выполнения задания. Если подчиненные жалуются на нехватку ресурсов, то руководители часто ведут себя либо слишком агрессивно («а я что могу сделать? работай с тем, что есть!»), либо чересчур уступчиво («бери все, что хочешь, только выполни задачу»). В первом случае сотрудник не сможет чувствовать себя мотивированным. А что касается второго, то в следующий раз руководитель скорее всего столкнется с еще большим давлением и вынужден будет предоставить еще больше средств.

Оптимальный (хотя и требующий затрат времени) вариант поведения в данной ситуации – обсуждение ресурсов с сотрудником до тех пор, пока не будет достигнут компромисс. Если руководитель понимает, как можно выполнить задачу с имеющимися ресурсами, он сможет объяснить суть своего варианта действий и таким образом обосновать отказ в предоставлении большего объема средств.

5. Определение способов контроля. Нужно договориться с сотрудником о точках контроля и требованиях в каждой из них. Количество точек контроля определяет руководитель для каждой ситуации отдельно.

6. Повторение пройденного. Завершая разговор, руководитель повторяет ключевые моменты задания и напоминает подчиненному, к какому сроку ждет от него результата.

Зачастую руководитель, пытаясь делегировать часть своих полномочий, совершает типичные ошибки в управлении относительно вопросов делегирования, чаще всего они следующие:

- Попытка переложить ответственность на подчиненного. При делегировании ответственность руководителя не может уменьшиться – она только увеличивается, ведь в любом случае за конечный результат отвечать ему.

- Слишком много указаний. Недостаточно подробный инструктаж – это, несомненно, плохо. Однако если сотрудник, которому вы поручаете дело, почувствует себя несмышленым ребенком из-за слишком подробных распоряжений – не ожидайте от него рвения.

- «Верю на слово». Не стоит, верьте подчиненному всецело до тех пор, пока он не повторит ваши указания, и вы не убедитесь, что он не упустил ничего существенного.

- «Сам сделаю быстрее и лучше». Часто менеджеры не делегируют задачи потому, что не хотят тратить время на контроль их выполнения. Им проще самостоятельно сделать работу. Однако это заблуждение. Нужно изучить сильные и слабые стороны подчиненных – тогда вы сможете находить для них посильные задания.

- Разное видение ситуации. Ни один руководитель не застрахован от того, что подчиненный неправильно его поймет. Выход из подобной ситуации – не только в более детальном объяснении. Вопросы должны быть открытыми и начинаться со слов «кто», «зачем», «что» и т.п.

- Пренебрежение эмоциями. Не многие руководители обращают внимание на эмоции сотрудников. Он должен уметь распознавать эмоции своих подчиненных, улавливать изменения в их настроении и при необходимости беседовать с ними и предлагать помощь.

- Неправильный контроль. Многие руководители не могут сбалансированно контролировать выполнение задач подчиненными. Они или стремятся следить за каждым шагом сотрудника, или же предоставляют его самому себе. Обе эти крайности вредны. Оптимальный вариант – контроль после выполнения ключевых этапов задачи (определяются во время инструктажа). Контроль предполагает и поддержку, и похвалу, и критику.

- Отсутствие обратной связи. Чтобы совершенствовать навыки делегирования, руководителю необходимо уметь слушать и слышать подчиненных: регулярно интересоваться их мнением о том, насколько хорошо ему удается поручать задания, и прислушиваться к их пожеланиям.

Процесс делегирования должен приветствоваться обеими сторонами. Если же начальник переваливает на подчиненного все больше своих дел, но никак не компенсирует это, ничего хорошего не получится.

Лучшая методика делегирования основана на принципе «от простого к сложному». Нужно поручить сотруднику небольшую задачу, и если он справился – расширить полномочия, поставить цель крупнее. Обратный вариант, когда работник абсолютно бесперспективен: сложное поручение с большими полномочиями может привести к плачевному результату.

На Западе существует две модели делегирования полномочий:

- традиционная (харизматическая), или ограниченное делегирование;
- Бад-Гарцбургская, или полное делегирование.

В первом случае сотрудник исполняет задание, которое руководителю нецелесообразно делать самому. Подчиненный, с одной стороны, получает некоторую свободу в поиске оптимального решения, с другой – отвечает перед вышестоящими за результат своего труда, поэтому работает в тесном контакте с начальством.

Во второй модели делегируется не только выполнение задачи, но и ответственность за все сделанное. Р. Хён создал ее в 50-х годах прошлого века в Академии руководителей в г. Бад Харцбург (Германия), считая, что это – способ превращения простых исполнителей в активных мыслящих индивидуумов. Его принцип – «руководство в единении с сотрудниками». По замыслу Хёна в идеале система делегирования полномочий должна быть четко описана. К сожалению, эта схема грешит немецкой педантичностью – ведь чтобы она работала, нужно соблюдать всего 3150 организационных правил!

Делегирование же «без ответственности» обычно называют нулевым, а перекладывание исполнителем работы и ответственности на начальника – «делегированием наоборот».

Именно поэтому, по мнению многих авторов, ключевым моментом делегирования для руководителя является умение мотивировать сотрудника. Несомненно, обращает на себя внимание тот факт, что во многих скандинавских фирмах на руководящие посты предпочитают брать женщин, которые долгое время занимались домашним хозяйством. Этот странный факт объясняется просто – такая работница блестяще владеет приемами делегирования полномочий, без которых не выжить ни одному начальнику.

Младшего – в сад, среднюю – в школу, старшего – разбудить, чтобы не опоздал институт. Диетическое питание – мужу, собаку – выгулять, маме – продукты, свекрови – лекарства. Не забыть про юбилей у свекра и напомнить мужу про замену резины на летнюю…

Сирил Норткот Паркинсон называет это привычное состояние женщины в ее рабочие будни «синдромом загнанной домашней хозяйки». Слабые ломаются, большинство же осваивает науку делегирования: средняя ведет младшего в сад по дороге в школу, собака будит старшего и «выгуливает» его перед институтом, свекровь завозит маме продукты, а та, в свою очередь, покупает ей лекарства, обе они готовят диетическое питание мужу, напоминание про резину посылает по электронной почте подруга, осваивающая интернет, а юбилеем свекра займется творчески и со вкусом сама хозяйка. В результате – все довольны! Это и есть краткая схема делегирования полномочий.

Народная мудрость гласит: «при правильном распределении сил бригадир должен отдыхать». К сожалению, не всегда руководителю удается найти баланс между выполнением собственных обязанностей и передачей части полномочий своим сотрудникам.

Как утверждал Теодор Рузвельт: лучший руководитель – тот, у которого достаточно здравого смысла, чтобы найти подходящих людей, способных сделать то, что он хочет, и самообладания, чтобы не вмешиваться, когда они это делают.

Список литературы

1. Бёме, Г., Календжян, С. Межличностные коммуникации при делегировании полномочий и ответственности / О. Д. Проценко. — М.: МЕЛАП, 2002. — 228 с. — (Евро-менеджмент для России). — 1500 экз. — ISBN 5-94112-007-9.
2. Бёме, Г., Календжян, С. Теория и практика делегирования полномочий и ответственности в рамках компании / О. Д. Проценко. — М.: МЕЛАП, 2002. — 200 с. — (Евро-менеджмент для России). — 1500 экз. — ISBN 5-94112-005-2.
3. Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. Глава 11. Организация взаимодействия и полномочия // Основы менеджмента = Management / Пер. Л. И. Евенко. — М.: Дело, 1997. — 704 с. — 12 000 экз. — ISBN 0-06-044415-0, 5-7749-0047-9.
4. Митропольская-Родионова Н.В. Глава 5. Бизнес-планирование в условиях глобализации малого предпринимательства / Н.В. Митропольская-Родионова // Экономическая политика: Инновации, инвестиции, конкурентоспособность. – 2017. – С. 47 – 54.
5. Митропольская-Родионова Н.В. Роль образования в вопросах предпринимательства в системе международных социально-экономических отношений / Н. В. Митропольская-Родионова, М. В. Андриянова // Педагогическое образование и наука. 2017. №4. С. 136 – 139.
6. Митропольская-Родионова Н.В. Роль современного образования в подготовке рационального субъекта. / Н. В. Митропольская-Родионова, А. Б. Конобеева // Педагогическое образование и наука. 2017. №4. С. 145 – 147.
7. Рудакова Н.В. Показатели и методы оценки эффективности управленческих решений. // Вестник университета (Государственный университет управления). 2010. №7. с. 164
8. Рудакова Н.В. Разработка инструментария обеспечения конкурентоспособности социально-экономических систем при реализации стратегий инновационного развития. Часть 2. // Коллективная монография под ред. д.э.н., проф. Т.О.Толстых. - Воронеж: 2012.
9. Шереметьева Е.Н. Инвестиционная стратегия проектного маркетинга организации рекреационных услуг / Е.Н. Шереметьева, Н.В. Митропольская-Родионова // Региональный маркетинг сборник научных статей IV Международного конгресса по маркетингу. Под общ. ред. М.В. Макаровой; РЭУ им. Г.В. Плеханова ; Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2015. – С. 171 – 176.
10. Hutson, Richard K. Delegation: Green Light to Command Control. // Military Review. — November 1963. — Vol. 43 — No. 11. (о практике делегирования полномочий в военном деле)

УДК 330

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСНОСТИ ТРУДА И ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯНА ПРИМЕРЕ ООО «ТРАНСНЕФТЕПРОМ»

ШАЙХЕЛИСЛАМОВ И.И

Студент Инженерного института К(П)ФУ
ФГАОУВО “Казанский (Приволжский) Федеральный Университет”

Аннотация. Организация ООО «Транснефтепром» заинтересованы в достижении и демонстрации стабильности своей деятельности во всех его областях, а именно в области профессиональной безопасности и охраны труда, путем внедрение и использования нового стандарта OHSAS 18001:2007.
Ключевые слова: Система менеджмента OHSAS, разработка, внедрение, установление полномочий, требования OHSAS.

MANAGEMENT OF LABOR SAFETY AND HEALTH PROTECTION ON THE EXAMPLE OF OOO «TRANSNEFTEPROM»

Shaihkelislamov Ildar Ilnurovich

Annotation. The organization is as follows:the organization "Transnefteprom" interested in achieving and demonstrating the stability of its activities in all its areas, namely in the field of occupational safety and health, through the introduction and use of the new standard OHSAS 18001: 2007.
Keywords: OHSAS management System, development, implementation, establishment of powers, OHSAS requirements.

Одним из основных факторов успеха предприятия являются высококвалифицированные специалисты. Опыт и знания персонала играют важнейшую роль при создании качественного продукта и при предоставлении услуги. В свою очередь, работодатель должен позаботиться о том, чтобы условия труда сотрудников были безопасными и соответствовали установленным требованиям.

Содействовать этому призван международный стандарт OHSAS 18001, который посвящен созданию системы управления профессиональной безопасностью и охраной труда. В тексте указанного стандарта был обобщен ведущий мировой опыт формирования безопасных условий труда для сотрудников любых предприятий и организаций. Это позволяет говорить об универсальности данного документа и о широких возможностях его применения. Его могут использовать любые предприятия, без разделения по их географическому местоположению и сфере деятельности.

Такой популярности документа, безусловно, способствовали те принципы, которые содержатся в нем. Благодаря их использованию у руководства любого предприятия появляется возможность позаботиться об охране труда для своих сотрудников, создать безопасные условия для выполнения ими профессиональных обязанностей. Положения стандарта OHSAS 18001 основаны на методичном выявлении и контроле рисков для здоровья и безопасности персонала. Это закономерно способствует снижению вероятности возникновения несчастных случаев и нештатных ситуаций. Благодаря системе менеджмента профессиональной безопасности и охраны труда, созданной на основании стандарта

OHSAS 18001, деятельность предприятия выстраивается в рамках действующих законодательных норм и ведет к повышению эффективности его работы.

Рассмотрим внедрение OHSAS 18001:2007 (система менеджмента безопастности труда и охраны здовья) в ООО ««Транснефтепром»

Стандарт OHSAS 18001 содержит в себе ряд ключевых аспектов, использование которых приводит к созданию действенной системы управления охраной труда и профбезопасностью сотрудников. Эти аспекты включают в себя:

Разработку программы действий по выявлению, анализу и контролю возможных рисков профессиональной безопасности;

Программы управления OHSAS;

Действия и ответственность руководства;

Обучение и уровень компетентности персонала;

Консультации и эффективный обмен информацией;

Операционный контроль;

Подготовку к возможным нештатным ситуациям и оперативное реагирование на них;

Оценку эффективности системы, проведение измерений и разработку улучшений.

Высшее руководство должно взять на себя максимальную ответственность за OHSAS и систему менеджмента OHSAS.

Высшее руководство должно демонстрировать свою приверженность путем:

a) обеспечение доступности ресурсов, необходимых для разработки, внедрения, поддержания в рабочем состоянии и улучшения системы менеджмента OHSAS;

b) определения обязанностей и подотчетности, распределения ответственности и делегирования полномочий; чтобы способствовать результативности менеджмента OHSAS; обязанности, ответственность, подотчетность и полномочия должны быть документированы и доведены.

Организация должна назначить члена(ов) высшего руководства с определенной ответственностью за вопросы OHSAS, вне зависимости от других обязанностей, и с установленными обязанностями и полномочиями, необходимыми для:

a) обеспечения того, что система менеджмента OHSAS разработана, внедрена и поддерживается в рабочем состоянии в соответствии с настоящим стандартом OHSAS;

b) обеспечения того, что отчеты о показателях деятельности в области системы менеджмента OHSAS представляются высшему руководству для анализа и используются как основа для улучшения системы менеджмента OHSAS.

Кто является представителем высшего руководства должно быть известно всему персоналу, работающему под управлением Организации.

Все руководители должны демонстрировать свою приверженность постоянному улучшению показателей деятельности в области OHSAS.

Организация должна обеспечить, чтобы персонал на рабочем месте принимал ответственность за аспекты в области OHSAS, которыми он может управлять, включая соблюдение соответствующих требований OHSAS Организации.

В отношении опасностей в области OHSAS и системы менеджмента OHSAS, Организация должна разработать, внедрить и поддерживать в рабочем состоянии процедуру(ы) по:

a) внутреннему обмену информацией между различными уровнями и функциями Организации;

b) обмену информацией с подрядчиками и другими посетителями рабочих мест;

c) получению, документированию и ответу на соответствующие сообщения внешних заинтересованных сторон.

Список литературы

1. ГОСТ Р 54934-2012/OHSAS 18001:2007 Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья. Требования (дата обращения 18.04.2018)
2. Шамсутдинова З. Р. Анализ и совершенствование системы экологического менеджмента нефтеперерабатывающих предприятий (на примере АО «Танеко») / З. Р. Шамсутдинова, И. И. Хафизов // Экономический вестник Республики Татарстан. - 2016 . - № 2. - С. 85-88. (дата обращения 17.04.2018)
3. Галимов, А. Н. РОЛЬ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ IT-КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ / А. Н. Галимов, И. И. Хафизов // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. - 2016. - № 4 (46). - С. 134-139. (дата обращения 18.04.2018)
4. ИСО 14001:2004 Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по их применению (дата обращения 18.04.2018)
5. Левштанова Ю.Ю., Хафизов И.И. Сетевая модель комплекса работ по технической подготовке производства нового изделия как способ повышения качества // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 79. № 2. С. 372–379. doi:10.20914/2310-1202-2017-2-372-379. (дата обращения 18.04.2018)

УДК 331

МЕРОПРИЯТИЯ, ПОВЫШАЮЩИЕ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТЬ НА РАБОТЕ

НИКОЛАЕВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА
к.э.н., ст. преподаватель
КУЛИК АННА ПАВЛОВНА,
БУТАХИНА ДИАНА РУСЛАНОВНА
Студенты
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»

Аннотация: Жизнь в больших городах ставит трудные задачи: необходимо приспосабливаться к меняющимся условиям труда, ускоренному темпу, напряжённому графику. Из-за этого буквально каждый сотрудник испытывает стресс на рабочем месте. Это негативно влияет на концентрацию и способность быстро принимать решения. В рамках данной статьи рассмотрим мероприятия, направленные на улучшение стрессоустойчивости на работе.
Ключевые слова: стрессоустойчивость, факторы стрессоустойчивости, организация труда, рабочее место, повышение стрессоустойчивости.

ACTIVITIES REDUCING STRESS RESISTANCE AT WORK

Nikolaeva Nadezhda Alexandrovna,
Kulyk Anna Pavlovna,
Butakhina Diana Ruslanovna

Annotation: Life in big cities poses difficult tasks: it is necessary to adapt to changing working conditions, accelerated pace, intense schedule. Because of this, literally every employee experiences stress in the workplace. This negatively affects the concentration and the ability to make quick decisions. In the framework of this article, we will consider activities aimed at improving stress tolerance at work.
Key words: stress-resistance, factors of stress-resistance, work organization, workplace, increase of stress-resistance.

Стрессоустойчивость представляет собой комплекс личных качеств человека, который позволяет без вреда для здоровья переносить серьезные нервные нагрузки. Они могут иметь разный характер. Стрессоустойчивость в деловом общении имеет психологический, эмоциональный, а также интеллектуальный характеры. Она определяется способностью спокойно переносить конфликтные ситуации с руководством, клиентами и коллективом в целом.

Часто стрессовые ситуации возникают в рабочей обстановке.

На табл. 1 предоставлены основные причины стресса на работе: физические и гигиенические, информационные, эмоциональные и коммуникативные.

Стоит отметить, что все люди разные, и у каждого человека существует допустимый уровень стресса. Некоторые люди сохраняют спокойствие и под градом социальных ударов, для других же невыносимым стрессом является простой разговор с руководством по телефону. Для определения допу-

стимого уровня стресса необходимо обратить внимание на такие факторы как моральное истощение, бессонница, рассеянность, чувство вины и социальная отчуждённость.

Таблица 1

Основные факторы, влияющие на работоспособность человека

Физические и гигиенические	Информационные
– повышенный или пониженный уровень температуры окружающей среды; – повышенная или пониженная освещенность; – загрязненный воздух с содержанием посторонних веществ; – увеличение шумов или вибраций; – большая плотность на рабочих местах, чрезмерное скопление людей; – изолированные рабочие места; – условия деятельности, идущие вразрез с биологическими ритмами в организме (сбои в приемах пищи, сне приводят к появлению стрессов); – монотонная работа или, напротив, постоянные стрессы в работе и «гонки»; – отсутствие промежутков для отдыха (восстановление сил крайне необходимо).	– неопределенные должностные обязанности; – нечеткие и неясные алгоритмы деятельности; – эвристичная деятельность; – отсутствие учебного процесса для приобретения должных навыков и управления инструментами.
Эмоциональные	**Коммуникативные**
– повышенная ответственность; – завышенные ожидания от сотрудника; – опасные условия работы, при которых человек рискует жизнью и здоровьем.	– работа со стрессом на высокой должности; – «ядовитая» и критикующая манера управления начальства; – отсутствие возможностей общаться с сотрудниками.

Повысить стрессоустойчивость работник может как самостоятельно, так и с помощью эффективной работы кадровой системы.

В случае самостоятельного сглаживания стрессоустойчивости, помогут приемы эмоционального самоконтроля:

- самоуправление – умение адаптировать свои эмоции и поведение в изменяющихся обстоятельствах;
- самосознание – способность классифицировать свои эмоции и понимать, каким образом они влияют на поведение и принимаемые решения;
- общественное сознание – умение реагировать, чувствовать и понимать причины поступков и эмоции других людей, это необходимо, чтобы избегать конфликтов в коллективе;
- управление отношениями – способность к взаимодействию с другими людьми.

Повысить стрессоустойчивость на работе также можно за счёт эффективной работы системы управления персоналом.

Причины, провоцирующие возникновение стрессов у работников, можно подразделить на:

1. те, которые зависят от того, насколько успешно функционирует система управления кадрами на предприятии;
2. те, влияние которых можно нивелировать или совсем устранить, если повысить собственную стрессоустойчивость.

Решая вопрос о том, как повысить стрессоусточивость сотрудников, кадровой службе необходимо обращать внимание на это личное качество уже при приеме на работу, особенно, когда речь идет о

тех профессиях или должностях, где оно является обязательным условием для нормального выполнения должностных обязанностей. Эффективно функционирующая система мотивации персонала также будет способствовать тому, что работники будут чувствовать себя уверенно и понимать, что творческий и продуктивный труд будет вознагражден адекватно. Расстановка кадров в соответствии с их квалификацией и личностными характеристиками поможет минимизировать такой фактор, как неудовлетворенность работой, а учет психологических качеств работников позволит объединять их в группы и коллективы, в которых количество конфликтов будет невелико.

Руководителям следует учитывать, что:

1. стресс увеличивается в случаях, когда работники лишаются возможности контролировать свою деятельность, а нагрузки и ответственность при этом увеличиваются;
2. воздействие факторов стресса снижается, если усиливается социальная поддержка со стороны коллег и начальства.

Учитывая приведённые выше факторы, влияющие на работоспособность человека, рекомендуется использовать преимущественно нематериальные способы мотивации труда:

1) возможность карьерного роста;
2) публичное признание, похвала за успехи;
3) комфортные условия труда (зоны отдыха, массаж, корпоративные обеды, спортзалы);
4) культурные мероприятия внутри организации, корпоративы;
5) поздравление со значимыми для сотрудника датами (день рождения, свадьба, юбилей);
6) мотивирующие совещания;
7) участие в принятии стратегических решений; профессиональные конкурсы, розыгрыши призов;
8) обратная связь от руководства (ответ на пожелания, претензии работников).

Организация вышеперечисленного ряда мероприятий поможет работникам чувствовать себя комфортно на работе, и сгладит все физико-гигиенические, коммуникативные, эмоциональные и информационные барьеры.

Таким образом, за уровень стрессоустойчивости на работе ответственны руководители, так как понижение стрессоустойчивости, в свою очередь, влияет на работоспособность и производительность труда. Эффективные менеджеры должны занять проактивную позицию в заботе о душевном и физическом состоянии своих подчиненных, предлагая им профессиональное обучение и развитие и определяя цели их работы, а также стимулируя их труд.

Список литературы

1. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений. Учебное пособие. Басенко В.П., Жуков Б.М, Романов А.А./Издательство: «Академия Естествознания». М.: 2009 г.
2. Леви, Л. Эмоциональный стресс [Текст] / Л. Леви. — Л. : Медицина, 1970. — 326 с.
3. Сурай Т. В. Стрессоустойчивость: понятие и формирование // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 866–870. – URL: http://e-koncept.ru/2016/86187.htm.

© Н.А. Николаева, А.П. Кулик, Д.Р. Бутахина, 2018

УДК 338

ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ УБЫТОЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ДОНГАК ЧЕЙНЕШ ГЕННАДЬЕВНА
к. э. н., доцент
КРИВОРУЧКО ВАЛЕРИЯ АНАТОЛЬЕВНА
Студент
ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет»

Аннотация: в статье исследована сущность планирования маркетинговых стратегий антикризисного управления в условиях убыточного предприятия, рассмотрены и определены их особенности и условия применения в системе антикризисного менеджмента, также проанализированы и сформированы классификационные признаки.
Ключевые слова: маркетинговые стратегии управления, механизм маркетингового антикризисного управления, маркетинговые инструменты, кризисные явления

PLANNING MARKETING IN THE CONDITIONS OF THE LOSS ENTERPRISE

Dongak Cheinesh Gennadyevna,
Krivoruchko Valeria Anatolievna

Abstract: in the article the essence of planning of marketing strategies of crisis management in the conditions of unprofitable enterprise is investigated, their features and conditions of application in system of crisis management are considered and defined, classification signs are also analyzed and formed.
Key words: marketing strategies of crisis management, mechanism of marketing crisis management, marketing tools, crisis phenomena.

Сегодня большинство отечественных и зарубежных предприятий пытаются преодолеть последствия кризисных явлений, которые носят глобальный характер. В таких условиях наблюдается комплексное взаимодействие инструментов маркетинга и менеджмента на предприятиях. Не вызывает сомнений тот факт, что именно маркетинговые стратегии являются наиболее подходящими и адекватными в кризисных условиях, поскольку являются гибкими и предусматривают поиск новых эффективных путей развития даже при условии незначительных финансовых затрат. К сожалению, сегодня практика отечественных предприятий свидетельствует о неэффективном использовании маркетинговых инструментов, поскольку бюджет маркетинга первым подлежит сокращению в условиях дефицита материальных и финансовых ресурсов. Поэтому, именно актуализация эффективности маркетинговой деятельности и поиск оптимальных стратегических решений является одной из проблем, что требует первоочередного решения.

Среди ученых, которые исследуют роль маркетинга в управлении предприятием в условиях убытка, не существует общего мнения относительно определения категории «маркетинг убыточного предприятия» как вид маркетинговой деятельности с собственным содержанием и средствами. Соответственно, понятие «маркетинг в условиях убыточного предприятия», скорее всего, применено к конкретной программе действий для достижения целей компании в новых условиях кризиса. Это означает,

что во время кризиса не пересматривается стратегия маркетинга. Она остается той же, и благодаря этому предприятие не теряет интереса к перспективе своего развития, в том числе и в послекризисный период [9, с. 14].

Следует различать понятия «кризис» (период нарушения равновесия, ухудшение параметров функционирования) и «антикризисное управление» (система мероприятий и средств, направленных на недопущение банкротства, обеспечение возрождения предприятий, попали в затруднительное финансовое положение) [8, с. 213]. Кризис является одним из этапов антикризисного управления, а меры в обоих случаях называются антикризисными, что и приводит к возникновению вышеупомянутых противоречий.

Маркетинг в антикризисном управлении применяется на различных стадиях цикла: в предкризисный, кризисный и после кризисный период, поскольку все эти стадии являются объектом антикризисного управления. В период обострения кризиса, когда возникает сложная непредсказуемая ситуация возникает необходимость поиска неотложных адекватных решений, что обусловило появление категории антикризисный маркетинг. Распространенным является утверждение, что основой антикризисных планов предприятий должны быть маркетинговые мероприятия [1, с. 12; 2, с. 23].

Дискуссионными остаются также вопросы относительно толкования маркетинговых стратегий. Существует ряд эквивалентных вариантов: маркетинговые стратегии в условиях кризиса, маркетинговые стратегии выхода из кризиса, стратегии антикризисного маркетинга [3, с. 32], маркетинговые антикризисные стратегии [2, с. 38], маркетинговые стратегии антикризисного управления [1, с. 46; 8, с. 245], стратегии управления маркетингом в условиях кризиса. Аналогично, обобщающим является категория маркетинговые стратегии антикризисного управления, а в случае, когда следует подчеркнуть значение маркетинговых инструментов именно на пути преодоление кризисных явлений (антикризисные стратегии), следует конкретизировать как, например, стратегии выхода из кризиса.

Специалисты по антикризисному управлению рассматривают классические виды традиционных маркетинговых стратегий, ссылаясь на учебники по менеджменту, для которых применение этих маркетинговых стратегий в практике хозяйственной деятельности уже, по сути, является одним из путей выхода из кризиса [1, с. 59; 2, с. 81; 4, с. 111; 8, с. 265]. Собственно, в таком случае, игнорируются новейшие маркетинговые подходы, которые имеют целью преодоление негативных последствий кризисных явлений и поиск новых возможностей. Традиционно выделяют следующие классификационные признаки [1, с. 125; 2, с. 234; 8, с. 279]: маркетинговая среда, функциональное назначение, развитие организации, вид и масштаб рынка, приоритет средств маркетинга, рыночная конъюнктура, рыночное поведение, вид дифференциации, средства обеспечения конкурентоспособности, период разработки и реализации, уровень управления. Считаю, что такая классификация требует усовершенствования. Маркетинговые стратегии антикризисного управления можно дополнить и расширить следующими классификационными признаками:

1. По стадиям (этапам) антикризисного управления [5, с. 37]:

– предкризисное управление – стратегии, которые предотвращают кризисные ситуации:

– «позиционная защита» – состоит в защите рыночной доли, завоеванных рынков сбыта;

– «фланговая защита» – предполагает оборону «слабых мест»;

– «мобильная защита» – предполагает выход на другие товарные, и территориальные рынки сбыта (стратегия развития рынка, стратегия дифференциации);

– кризисное управление – стратегии, которые сглаживают действие кризисных явлений, активизируют выход из кризиса:

– стратегия «отступления» - характеризуется ослаблением активности;

– стратегии диверсификации (концентрическая, горизонтальная);

– малобюджетные стратегии по комплексам маркетинга;

– послекризисное управление – стратегии, направленные на ликвидацию последствий кризиса, поиск новых рыночных возможностей:

– стратегия развития рынка – предполагает сбыт существующего товара новым покупателям на новых рынках;

– стратегия развития товара – внедрение нового или модифицированного товара существующим потребителям на имеющихся сегментах рынка;

– стратегия глубокого проникновения на рынок направлена на расширение сбыта существующего товара существующим покупателям на существующем рынке.

2. В зависимости от характера влияния кризиса на деятельность предприятия [8, с. 304]:

– стратегии «сокращение»:

– стратегия «замораживания» - все статьи расходов сокращаются, в компании остается минимальный штат сотрудников для формальной поддержки «жизнедеятельности» юридической структуры, будущее развитие компании потребует серьезных инвестиций, фактически бизнес нужно будет развивать с нуля;

– стратегия оптимизации затрат – сокращение расходов носит характер оптимизации, а не минимизации, то есть уменьшаются статьи административных расходов, расходов на заработную плату;

– стратегии «захвата рынка»:

– стратегии диверсификации;

– стратегия «региональной экспансии» («дистанционная работа» – налаживание работы с потребителями через технические средства: телефон, факс, интернет и т. п.;

– стратегия прямой интеграции – объединение усилий производителя и посредников – открытие оптовых баз, фирменных магазинов;

– «партнерские фирмы» - создание официальных представительств;

– «разъездные бригады» - основная задача таких бригад – заключение договоров с оптовиками, формирование сети сбыта;

– собственно торговое представительство – открытие собственного представительства в другом регионе, (построение дистрибуционной сети).

3. В зависимости от концепции антикризисного управления:

– превентивные стратегии, которые предотвращают возникновение кризиса (стратегии поиска целевых рынков, маркетинговые исследования и тому подобное);

– стратегии стабилизация положения (стратегия интенсификации маркетинговых усилий);

– стратегии приспособления к воздействию кризисных явлений (стратегии стабилизации, адаптации);

– стратегии невмешательства (стратегии нейтралитета);

– стратегии, способствующие развертыванию кризиса (стратегии выживания);

– стратегии выхода из кризиса (стратегии роста);

– стратегии, направленные на борьбу с негативными последствиями кризиса (стратегии выживания и стабилизации);

– стратегии, направленные на поиск новых возможностей в результате положительных послекризисных изменений (инновационные стратегии, креативные стратегии и тому подобное).

4. В зависимости от критерия малобюджетности:

– стратегия снижения затрат на маркетинг (сокращение работников, уменьшение бюджет на коммуникации и тому подобное);

– переход на низкобюджетные маркетинговые средства (вирусный маркетинг, партизанский маркетинг).

5. В зависимости от элементов маркетинга – микс:

– товарная: стратегия развития товара (если есть производственные возможности);

– стратегия концентрической диверсификации;

– стратегия улучшения качества продукции (предоставления услуг);

– стратегия изменения ассортимента и номенклатуры продукции и прочее;

– сбытовая:

– стратегия прямой интеграции;

– стратегия «региональной экспансии»;

– стратегия выхода с рынка; переориентация на платежеспособных клиентов; сокращение срока отсрочек и скидок;

– ценовая:

– стратегия гибких цен (например, если кризисное явление возникло из-за сезонных колебаний спроса);

– стратегия установления цен, ниже, чем у большинства фирм (такую стратегию целесообразно применять, если спрос на продукцию резко снизился и тенденция продолжается);

– стратегия договорных цен (применяется для удержания рыночных позиций при высоком уровне конкуренции, дает возможность предоставлять покупателям разнообразные скидки);

– повышение цены (для убеждения потребителей и конкурентов, дела предприятия идут хорошо, но применяется при условии, если кризисная ситуация – не снижение объемов сбыта из-за высокой цены);

– коммуникационная:

– стратегия напоминание, акцентирование на преимуществах (кризисное явление – снижение спроса);

– стратегия проталкивания (стимулирование посредников),

– стратегия протягивания (стимулирование потребителей);

– стратегия сокращения относительной стоимости одного контакта, стратегия сокращения общего бюджета на коммуникации;

– стратегия прямого маркетинга;

– стратегии с рациональными мотивами;

– импульсные коммуникации.

6. В зависимости от прогноза ситуации на рынке и возможностей самого предприятия выбирается тип антикризисной маркетинговой стратегии [1, с. 316]:

– стратегия возвращения предприятия на рынок. Для реализации этой стратегии необходимо улучшение организации маркетинга и сбыта. Данная стратегия наименее затратная для восстановления платежеспособности предприятия, особенно для того случая, когда ниша осталась не занятой конкурентами или рынок продолжает расширяться. Такая стратегия применяется для предприятий с продукцией, имеющей рыночный спрос. Реализуется на начальном этапе восстановления нормальной деятельности предприятия.

– стратегия развития рынка. Для реализации этой стратегии необходимо установление новых прямых контактов с потребителями продукции, активизация создания на новых рынках дилерской сети, внедрение инструментов анализа конкуренции, планирование и проведение рекламной кампании. Данная стратегия оправдана тогда, когда предприятие стремится расширить свой рынок проникновением на новые географические рынки за счет сокращение затрат и повышение качества, т. е. роста конкурентоспособности продукции.

– стратегия разработки товара. Осуществляется посредством создания принципиально новых или модификации выпускаемых товаров, уже имеющихся на старых рынках. Применяется для предприятий, не имеющих продукции, пользующейся спросом у покупателей, а также, если уже имеются разработки товара рыночного спроса. Данная стратегия требует вложение дополнительных финансовых средств в разработку, освоение и продвижение на рынок нового товара.

– стратегии диверсификации. Предполагает, что предприятие пытается выйти на новые рынки, для чего вводит в свой ассортимент новые товары. В условиях недостаточной информированности о запросах клиентов и их финансовом благополучии, такое обстоятельство является затруднительной для предприятий, имеющих большие долги. Стратегия предполагает разработку новых продуктов, внедряемых на новые рынки.

– стратегии ухода с рынка (ликвидация предприятия как хозяйствующего субъекта или подразделения). Стратегия принимается только после тщательного анализа экономической (продолжения функционирования) и ликвидационной стоимостей. В данном случае задействован и социальный фак-

тор – ликвидация может привести к резкому обострению социальной напряженности. Ликвидация предприятия может быть как добровольной, так и принудительной (по требованию кредиторов через суд).

7. В зависимости от конкурентной позиции и поведения на рынке:

– стратегия крупных предприятий (глубокое проникновение, снятие сливок, стратегия защиты позиций);

– стратегия средних предприятий (интенсивный маркетинг, патентная стратегия, инновационная стратегия и тому подобное);

– стратегия малых предприятий (бенчмаркинг, стратегия рыночной ниши, интеграционные стратегии и тому подобное).

8. Согласно позиционированию предприятия в кризисных условиях:

– стратегия предприятий, которых обошел кризис (имиджевые коммуникации, акцент на надежности, стабильности, престижа);

– стратегия предприятий, которые успешно преодолевают кризис (снижение цен, антикризисные предложения, рациональные мотивы в коммуникациях);

– стратегия предприятий, которые уже вышли из кризиса за короткий срок (репозиционирование, ребрендинг);

– стратегии предприятий, страдающих от кризиса (прекращение деятельности).

9. В зависимости от вида кризиса выделяют стратегии, которые направлены на их преодоление:

– кризис сбыта (стратегия протягивания, стратегия проталкивания, товарные инновационные стратегии);

– кризис отношений (маркетинг отношений, стратегические интересы стейкхолдеров);

– финансовый кризис (стратегия развития рынка и развития товара при осуществлении санации и реструктуризации предприятия; стратегия диверсификации) и тому подобное.

Среди указанных выше стратегий нельзя выделить приоритетных, их применение должно носить индивидуальный ситуационный характер. Все стратегии в условиях кризиса можно использовать как набор тактических мер, ведь только комплексное применение предоставит возможность получить желаемого результата.

Список литературы

1. Антикризсное управление: учеб. пособие / под ред. Е.М. Короткова. - М.: Инфра-М, 2000 - 431 с.
2. Василенко, В. А. Антикризисное управление: учеб. пособие / В.А. Василенко. - М.: ЦУЛ, 2003. - 504 с.
3. Котлер Филип, Дипак К. Джайн, Мэйсинси Сувит. Маневры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 224 с.
4. Жарковская, Е. П., Бродский, Б. Е., Бродский, И. Б. Антикризисное управление. – М.: Омега-Л, 2011. – 472 с.
5. Краснова, Л. Н., Гинзбург, М. Ю., Садыкова Р. Р. Экономика предприятий. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2016. – 376 с.
6. Калька Регине, Мэссен Андреа. Маркетинг. – М.: SmartBook, 2012. – 126 с.
7. Серновиц Энди. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 213 с.
8. Черенков, В. И. Международный маркетинг. Учебное пособие. – М.: ИВЭСЭП, Знание, 2003. – 848 с.
9. Эксперты об антикризисном маркетинге (результаты блиц-опроса) // Маркетинг и реклама. - №2. - 2009. - С. 14-22.

УДК 658.014.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ АО «ТРАНСНЕФТЬ - ЦЕНТРАЛЬНАЯ СИБИРЬ»

САМСОНОВА ЯНА ИГОРЕВНА
Магистрант
Томский Политехнический Университет

Аннотация: В данной статье рассмотрены отраслевые особенности функционирования интегрированной системы менеджмента на предприятии нефтегазовой отрасли, проанализированы стандарты серии ISO, применяемые в конкретнойорганизации. Обосновывается идея о необходимости дополнения и усовершенствования ИСМ, путем внедрения актуального, отраслевого стандарта ISO/TS 29001.
Ключевые слова: интеграция, внедрение, интегрированная система менеджмента, стандарт, сертификация, аудит, нефтегазовая отрасль, Транснефть.

IMPROVEMENT OF THE INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM BY THE EXAMPLE OF PJSC «TRANSNEFT - CENTRALNAYA SIBIR»

Samsonova Yana Igorevna Magistrate

Annotation: In this article, the industry specifics of the functioning of the integrated management system in the oil and gas industry are examined, the ISO series standards applied in the specific organization are analyzed. The idea of the necessity of completing and improving the IMS is substantiated by introducing the current, industry standard ISO / TS 29001.
Key words: integration, implementation, integrated management system, standard, certification, audit, oil and gas industry, Transneft.

В настоящее время, учитывая высокий уровень требований применяемых к качеству продукции, а также к уровню качества управления бизнес-процессами, обеспечивающими конкурентоспособность предприятий и поддержание деловой репутации, актуально внедрение интегрированных систем менеджмента, созданных в соответствии с требованиями таких международных стандартов, как: ISO 9001:2015 (менеджмент качества), ISO 14001:2004 (экологический менеджмент), OHSAS 18001:2007 (охрана труда и промышленная безопасность), а также ISO 50001:2011 (энергетический менеджмент). Соответствующие документы являются основой в области совершенствования менеджмента на предприятии нефтегазовой отрасли с той или иной точки зрения, появившиеся на основе международного управленческого опыта.

Компании нефтегазового комплекса относятся к числу базовых отраслей российской индустрии. АО «Транснефть – Центральная Сибирь» дочернее предприятие ПАО «Транснефть», которое, в свою очередь, является субъектом естественных монополий и ключевым элементом энергетической отрасли Российской Федерации. Ее стабильное и динамичное функционирование имеет особое значение для развития всех сегментов отечественной экономики.

Специфика функционирования предприятий нефтегазовой отрасли, а именно система «Транснефть», устанавливает специальные требования решения вопросов по обеспечению безопасности, диапазон которых значительно расширился и включает в себя производственную, технологическую, экологическую и прочие виды безопасности.

Основной целью данного работы является обоснованиепричин для совершенствования интегрированной системы менеджмента в АО «Транснефть – Центральная Сибирь».

Поставленная цель требует решения следующих задач:

- проанализировать действующую систему менеджмента АО «Транснефть – Центральная Сибирь»;
- разработать мероприятия по улучшению системы для данного предприятия.

Задача Компании и всех дочерних предприятий, в числе которых АО «Транснефть – Центральная Сибирь» заключается в формировании и развитии системы транспорта нефти и нефтепродуктов таким образом, чтобы не нанести вред окружающей среде и гарантировать более высокий уровень экологической безопасности на производственных объектах.[1]

Экономия ресурсов в топливно-энергетической сфере достигается за счет использования энергоэффективных технологий и режимов работы оборудования. В результате в 2017 году АО «Транснефть – Центральная Сибирь» получило экономию 1,24 МВт/ч.(1). В процессе своей деятельности АО «Транснефть – Центральная Сибирь» непрерывно улучшает и совершенствует природоохранную деятельность и систему экологического менеджмента, предотвращает и снижает негативное воздействие на окружающую среду путем применения инновационных технологий, сокращения вредных выбросов и производственных отходов.

В Обществе внедрены и поддерживаются такие системы менеджмента как:

- ISO 9001:2015 «Системы менеджмента качества. Требования». Область деятельности: Строительство, техническое перевооружение и капитальный ремонт магистральных нефтепроводов.
- ISO14001:2004 + Cor 1: 2009 «Система Экологического Менеджмента». Область деятельности: Организация и осуществление транспортировки по системе магистральных трубопроводов нефти и нефтепродуктов, эксплуатация, проектирование, управление строительством и реконструкцией объектов магистрального трубопроводного транспорта.
- ISO 50001:2011 «Система Энергетического Менеджмента». Область деятельности: Организация и осуществление транспортировки по системе магистральных трубопроводов нефти и нефтепродуктов, эксплуатация, проектирование, управление строительством и реконструкцией объектов магистрального трубопроводного транспорта.
- OHSAS 18001:2007 «Системы менеджмента охраны здоровья и обеспечения безопасности труда». Содержит требования к системе менеджмента охраны здоровья и обеспечения безопасности труда (ОЗиОБТ), в целях предоставления возможности компании управлять рисками для здоровья и безопасности и улучшать свои показатели деятельности в области ОЗиОБТ.

Компания уделяет вопросам энергосбережения первоочередное внимание. Это связано со значительной энергоемкостью технологических процессов: потребление электроэнергии объектами системы ПАО «Транснефть» составляет около 1,3% от общего энергопотребления в стране. Подтверждение же того, что существующая система энергосбережения полностью соответствует лучшим бизнес-практикам, отраженным в международном стандарте ISO 50001:2011, создаёт дополнительную систему гарантий для всех заинтересованных сторон в том, что во всех аспектах потребления энергии осуществляется эффективное управление компанией.

В целях совершенствования процессов в АО «Транснефть – Центральная Сибирь» разработана, документирована, внедрена и поддерживается в рабочем состоянии Полтика ПАО «Транснефть» в области охраны труда, энергоэффективности, промышленной и экологической безопасности. Данная Политика является ключевым элементом интегрированной системы менеджмента Общества.[2]

В соответствии с Политикой ПАО «Транснефть» все дочерние организации компании проводят активную работу в сфере повышения уровня энергоэффективности и популяризации энергосбережения среди работников. В целях постоянного улучшения системы менеджмента в области охраны труда, энергоэффективности, промышленной и экологической безопасности в соответствии с требованиями

международного стандарта ПАО «Транснефть» еще в 2013 году ввело практику перекрестного внутреннего аудита, который подразумевает проведение проверок друг друга организациями системы, но исключает взаимность таких проверок. Аудит позволяет определить наилучшие модели поведения работников и функционирования оборудования, повышающие энергоэффективность, с последующим тиражированием их в другие организации системы «Транснефти». Внутренний аудит также позволяет проводить эффективный обмен опытом между работниками различных дочерних предприятий и повышать уровень знаний в области энергосбережения и энергоменеджмента.

Повышение эффективности общего менеджмента организации путем поддержания в рабочем состоянии интегрированной системы менеджмента недостаточно, любая система не идеальна и требует постоянного совершенствования.Наилучший результат улучшения системы, может быть достигнут лишь в случае тщательного анализа, выявление узких мест, разработкой мероприятий и их основательное применение на практике, что возможно при грамотном, логичномруководствованным проектом. Высший менеджмент организации, и прежде всего – руководитель компании должен быть основным звеном и играть главную роль в управлении и регулировании ИСМ.

Учитывая специфику и уникальные особенности выбранной компании, интеграция систем менеджмента осуществлялась путем одновременного интегрирования. Последовательное объединение или наложение представляется в виде аддитивной модели интеграции, когда на основе системы менеджмента в области охраны труда и профессиональной безопасности формируется система экологического менеджмента, ложащаяся в основу системы менеджмента качества, не применялась на данном предприятии (рис. 1).[3]

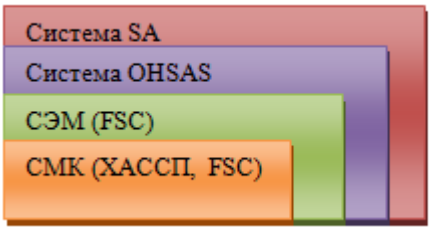


Рис. 1. Аддитивная модель

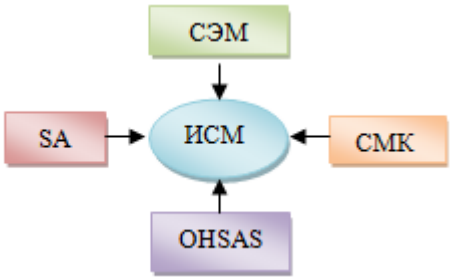


Рис. 2. Модель одновременного интегрирования

Другим вариантом интеграции является модель одновременного интегрирования, когда все системы менеджмента объединяются в единый комплекс единовременно (рис. 2).

Учитывая тот факт, что в АО «Транснефть – Центральная Сибирь» успешно работали вышеупомянутые системы менеджмента, то было целесообразнопременить модель одновременного интегрирования. Политика введена в действие приказом ПАО «Транснефть» от 07.12.2017 №209.[2]

Поддержание Политики ПАО «Транснефть» в области охраны труда, энергоэффективности, промышленной и экологической безопасностии функционирование системы менеджмента качества в области строительства, технического перевооружения и капитального ремонта магистральных нефтепроводовв рабочем состоянии дает Компании огромные преимущества среди других предприятий нефтегазовой отрасли. Но все же эти важнейшие компоненты системы менеджмента не учитывают весь спектр вопросов, возникающих в процессе работы конкретного предприятия.

В стандарте 29001 все это учтено, он расширен специфическими терминами и дополнен важными элементами. Стандарт ISO / TS 29001 – это международная система менеджмента качества, разработанная специально для предприятий, работающих в нефтегазовой и нефтехимической отрасли, и направленная на регламентацию управленческих и технологических процессов, обеспечивающих качество сырья и конечных продуктов.[4]

Новый стандарт принимает во внимание отраслевые технологические процессы, позволяет минимизировать количество брака и потерь, дает возможности для дальнейшего улучшения деятельности компании.

Так, например, значительные изменения коснулись тех глав, где дается информация о проекти-

ровании и разработке. Данные относящиеся к производству промышленных товаров и услуг учитывают специфичность природного сырья. Указаны дополнительные параметры, относящиеся к идентификации готового продукта, отслеживанию его перемещения между участниками торговой цепочки.

Целью стандарта 29001для нефтегазовой промышленности является обеспечение постоянного соответствия работы организации требованиям и нуждам заказчика.

- Предоставляет гарантию качества продукции и услуг на предприятиях нефтехимической и газовой отраслей;
- Повышает лояльность к предприятию со стороны клиентов, партнеров и контролирующих органов;
- Обеспечивает высокий уровень привлекательности компании для действующих и потенциальных акционеров и инвесторов;
- Формирует положительный имидж компании для СМИ , потребителей и широкой общественности;
- Является конкурентным преимуществом на внутренних и международных рынках;
- Повышает шансы на победу в тендерах и аукционах;
- Минимизирует процент брака, повышает среднее качество сырья и продукции;
- Сокращает незапланированные затраты, связанные с проблемами некачественного товара (возврат, компенсация ущерба от продукции ненадлежащего качества, штрафы и прочие выплаты, расходы на отзыв и утилизацию некачественных партий);
- Повышает эффективность управленческих процессов и обеспечивает гибкость их адаптации к меняющимся условиям;
- Дает возможность получения более выгодных условий для страхования, получения кредитов и т.д.

Для более грамотного, рационального и логичного внедрения данного стандарта необходимо объединение нового стандарта с существующей системой менеджмента. А именно, создать необходимые условия для разработки и качественного внедрения стандарта 29001 и обеспечить его успешное функционирование. Ведь отраслевой стандарт ISO/TS 29001 полностью совместим со стандартами серии ISO, регулирующим другие системы управления качеством, безопасностью и экологическим соответствием.

Таким образом, дополнение существующей ИСМ важным отраслевым стандартом, позволит усовершенствовать качество работы предприятия, улучшить систему управления рисками и повысит производительность. Вследствие чего, произойдет повышение конкурентоспособности компании на данном сегменте внутреннего и внешнего рынков.

Список литературы

1. Тематический год: "2018 год – Год энергосбережения" http://centralsiberia.transneft.ru/ekolog/tematicheskii-god-2018-god-god-energosberejeniya/
2. Политика ПАО "Транснефть" в области охраны труда, энергоэффективности, промышленной и экологической безопасности http://centralsiberia.transneft.ru/ekolog/politika-pao-transneft-v-oblasti-ohrani-tryda/
3. Жамболова, А. Б. Путь к успеху: о внедрении интегрированных систем менеджмента / А. Б. Жамболова // SciencetimeВып. 4. - Казань, 2015. - С. 270-272.
4. ГОСТ Р ИСО/ТУ 29001-2007 (ISO/TC 29001:2010 Менеджмент организации. Требования к системам менеджмента качества организаций, поставляющих продукцию и предоставляющих услуги в нефтяной, нефтехимической и газовой промышленности.

УДК 330

ИССЛЕДОВАНИЕ БЮДЖЕТА СЕМЬИ. ЗНАЧЕНИЕ МЕХАНИЗМОВ МЕНЕДЖМЕНТА ПРИ РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ПЛАНИРОВАНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА

ОКРЕСТИНА ОЛЬГА РЕВОВНА
старший преподаватель
СИХВАРТ ЭЛИНА АНДРЕЕВНА
студентка 3 курса факультета «Управление процессами перевозок»
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»

Аннотация: в статье проводится сравнительный анализ среднестатистической молодой семьи и семьи пенсионеров. Разработаны рекомендации по оптимизации семейного бюджета и ведению личного финансового плана.
Ключевые слова: семейный бюджет, механизмы менеджмента, план, доход, расход.

INVESTIGATION OF THE FAMILY BUDGET. THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT MECHANISMS IN THE SOLUTION OF THE OBJECTIVES OF PLANNING THE FAMILY BUDGET

Elina Andreevna Sikhvart,
Okrestina Olga Revovna

Annotation: the article compares the average young family and the family of pensioners. Recommendations are developed to optimize the family budget and maintain a personal financial plan.
Keywords: family budget, management mechanisms, plan, income, expenditure.

Рыночная экономика диктует свои условия. Сегодня простому обывателю легко попасть в ситуации, влекущие за собой финансовые и материальные убытки. На наш взгляд, наиболее ярким объектом влияния внешних экономически-вредных факторов является семейный бюджет, поскольку семья состоит из лиц разного возраста (взрослые, дети), участвующих в различных сферах общественной жизни и совместно реализовывающих социально-экономические потребности каждого из членов.

Цель: исследование бюджета семьи и выяснение возможности применения механизмов менеджмента для его оптимизации, а так же разработка рекомендаций, влияющих на улучшение состояния бюджета среднестатистической молодой семьи и семьи пенсионеров.

Задачи:

1) провести социологический опрос по теме исследования, наглядно представить полученные данные и выявить наиболее уязвимые места бюджета семьи;
2) провести анализ бюджета среднестатистической молодой семьи и семьи пенсионеров;

3) выполнить сравнительный анализ бюджета молодой семьи и семьи пенсионеров с целью выявления черт сходств и различий для последующей формулировки более точных рекомендаций по ведению семейного бюджета с использованием механизмов менеджмента;

4) адаптировать полученные знания в условия повседневной жизни.

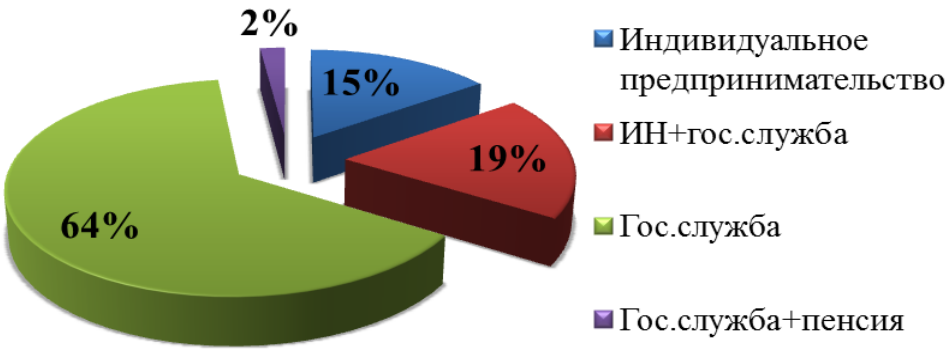
Объект исследования: среднестатистическая молодая семья и семьи пенсионеров

Предмет исследования: бюджет семьи

Бюдже́т (от старонормандского «*bougette» —сумка, кожаный мешок, мешок с деньгами*) – это схема доходов и расходов определённого лица (семьи, бизнеса, организации, государства и т. д.), устанавливаемая на определённый период времени.

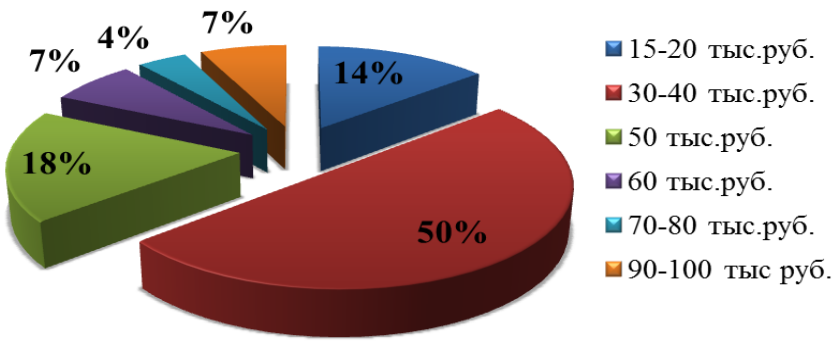
Бюджет семьи – это та же совокупность денежных доходов и расходов на фиксированный период времени, но в роли «определенного лица» здесь выступает именно семья. Для того чтобы иметь наиболее полное представление о состоянии бюджета семей г. Куйбышева на сегодняшний день, нами было проведено анонимное анкетирование. Всего было опрощено 47 респондентов, являющихся представителями семей различных категорий доходности. Были получены следующие результаты:

1. Укажите вид деятельности, который приносит вашей семье основной доход?



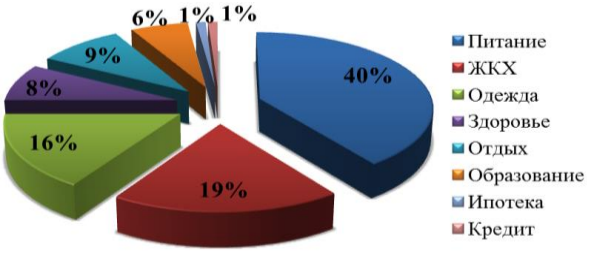
Основной доход 64% опрощенных составляет заработная плата, получаемая на государственной службе (работа в гос. организации, на предприятии и т.п.), у 5% опрошенных доход семьи складывается из пенсии и заработной платы, доходная часть 19% семей опрошенных состоит из некого симбиоза: дохода от индивидуального предпринимательства и от гос. службы, а 15% опрошенных указали в качестве основного вида деятельности семьи индивидуальное предпринимательство.

2. Каков в среднем ежемесячный доход вашей семьи?



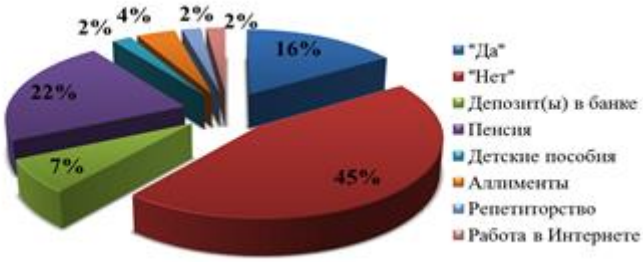
Многочисленные источники по теме исследования гласят, что за последние 5 лет наблюдается тенденция возрастания разницы между величиной среднего заработка регионов Российской Федерации. Нами было выяснено, что даже в пределах одного города существует ярко выраженное социальное неравенство.

3. Какие сферы расходов в вашей семье требуют наибольших затрат?

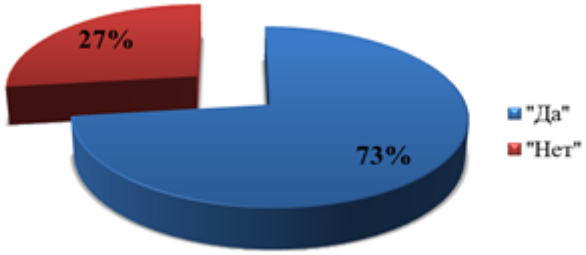


Наибольшие затраты семейного бюджета направленны на питание (40%), оплату услуг ЖКХ (19%), и своевременную покупку одежды (16%), тогда как статья «Отдых» фигурирует в списке наиболее затратных в семьях 9% опрошенных, а «Здоровье» - только у 8%.

4. Есть ли у вашей семьи источник(и) дополнительного дохода?



5. Рассматриваете ли Вы в качестве источника дополнительного дохода работу через Интернет?



Оптимальным вариантом для увеличения доходной части бюджета путём получения дополнительного дохода является *подработка*. Мы выяснили, что семьи 45% опрошенных не имеют источников дополнительного дохода, 22% указали в качестве дополнительного дохода семьи пенсию, 7% - банковские депозиты, 4% - алименты, и по 2% опрошенных указали в этой графе на репетиторство, детские пособия и получение дополнительного дохода от работы в Интернете.

Проведенное анкетирование позволило нам оценить средний доход в г. Куйбышеве и выявить не только его основные, но и наиболее прибыльные источники, а так же мы заметили «проблемные зоны» и наиболее затратные сферы семейного бюджета, что и являлось основной целью проведения опроса.

Бюджет каждой семьи имеет свои специфические особенности, но в любом случае в нём объединяются результаты совокупного труда в виде доходов и возможности последующего потребления в виде расходов. Удобным способом контроля семейного бюджета является теория бюджетирования, которая используется на предприятиях. Составляется таблица из двух столбцов - о доходной и расходной частях бюджета. Далее ежедневно в течение выбранного периода ведутся записи всех расходов и доходов семьи, а по истечении срока проводится исследование расходов из семейного бюджета и оцениваются доходы. Таким образом была составлена таблица расходов и доходов на примере среднестатистической семьи, выбранной по пунктам расходных и доходных частей наиболее широкого спектра в данных результатов проведенного ранее анкетирования. Семья состоит из 2 работающих

родителей и 2 детей, находящихся на иждивении.

Таблица 1

Анализ бюджета среднестатистической молодой семьи

Доход	Сумма	Расход	Сумма
з/п 1	55 000руб.	Питание	20 000 руб.
з/п 1	55 000руб.	Товары повседневного спроса	5 000 руб.
		Коммунальные услуги	**1 400 руб.**
		Электроэнергия	**900 руб.**
		Плата за телефон и Интернет	1 000 руб.
		Лекарства	500 руб.
		Одежда, обувь	10 000 руб.
		Содержание КРС, хозяйства	-
		Выплаты в банк(кредиты,ссуды)	12 000 руб.
		Сотовая связь	2 000 руб.
		Бензин	15 000 руб.
		Топливо (дрова, уголь)	**-**
		Старший ребёнок (студент) + школьное питание	10 000 руб.
Итого:	**110 000руб.**		**70 800 руб.**

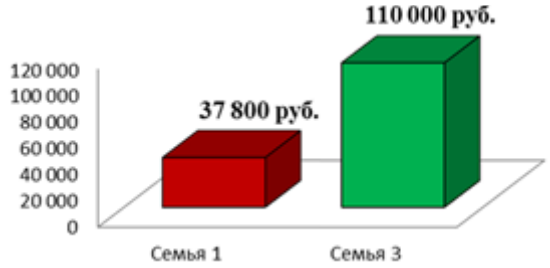
Исследование расходов и доходов из бюджета семьи пенсионеров, состоящей из 2 человек, при этом один из пенсионеров – работающий представлено ниже. В среднем разница в доходах между молодой семьей и семьей пенсионеров в нашем случае - 110 000: (33 100+37 800):2 ≈ 3(раза). Однако здесь следует учесть, что количество членов семьи пенсионеров в два раза меньше, а следовательно и расходы на питание, товары повседневного спроса и т.д. тоже сокращаются. Как и в молодой семьи, наибольшие затраты семейного бюджета пенсионеров идут на оплату банковских услуг и покупку продуктов питания.

Таблица 2

Анализ бюджета среднестатистической семьи пенсионеров

Доход	Сумма	Расход	Сумма
Пенсия 1	12 700 руб.	Питание	5 000 руб. (29%)
Пенсия 2	13 100 руб.	Товары повседневного спроса	500 руб.
з/п 2	12 000 руб.	Коммунальные услуги	100% льгота
		Электроэнергия	100% льгота
		Плата за телефон и Интернет (модем, Интернет-коннект)	1 000 руб.
		Лекарства	1 000 руб. (6%)
		Одежда, обувь	2 000 руб. (11%)
		Содержание КРС, хозяйства	6 000 руб. (35%)
		Выплаты в банк (кредиты, ссуды)	-
		Сотовая связь	600 руб.
		Бензин	1 000 руб.
		Топливо (дрова, уголь)	100% льгота
		Помощь внукам	2 000 руб.
Итого:	**37 800 руб.**		**19 100 руб.**

Была составлена гистограмма, в которой представлены обработанные данные, полученные в ходе исследования бюджетов семей.



Гистограмма. «Расходы исследуемых семей за один календарный месяц»

Личный финансовый план:

Личный финансовый план - это документ, в котором просчитаны способы достижения собственных финансовых целей.

Составляем личный финансовый план

1. Определим финансовые цели. Они должны быть конкретные, измеримые, достижимые и ограниченные во времени:

«-» Неправильно: «хочу купить маме мобильный телефон, «посовременнее»».

«+» Правильно: «хочу на день рождения мамы купить в подарок мобильный телефон марки Sony Xperia M стоимостью 9 490 руб. »

2. Выясним стоимость целей:

«-» Неправильно: «покупка нового телефона обойдётся примерно в 9 000-12 000 рублей».

«+» Правильно: «через год телефон марки Sony Xperia M будет стоить **9 945** рублей»

Будущую стоимость цели можно рассчитать с помощью *формулы 2*:

Цс*ИНЦ/100*Г = Цб, (2)

где Цс- цена сегодня; Цб- цена в будущем; Г – количество лет до цели;

ИПЦ – индекс потребительских цен, который регулярно публикуется Госкомстатом (среднее значение индекса потребительских цен за 2012–2022 гг. согласно прогнозам, опубликованным на сайте Минэкономразвития России, составит 104,8)

9 490* 104,8/100*1 = 9 945 руб.

3. Рассчитываем оптимальный темп движения к цели:

«-» Неправильно: «буду экономить и немного откладывать».

«+» Правильно: «пересмотрю расходы, постараюсь сократить их на 10-15%, буду работать летом и ежемесячно откладывать сумму 1 989 рублей*, которую положу на депозит «Пополняй» в Сбербанке России под 10.18% ».

Для того чтобы сосчитать сумму, которую необходимо откладывать ежемесячно, следует воспользоваться формулой 3:

Цб/Мк=До, (3)

где Цб - стоимость цели с учетом инфляции; Мк - количество месяцев до дня покупки;До - сумма, которую необходимо ежемесячно откладывать.

С июня по октябрь – 5 месяцев (Мк).

9 945/5 = 1 989 руб.

Эксперты утверждают, что человек способен сократить свои ежемесячные расходы на 30-40%, и эта нагрузка на бюджет будет разумной и комфортной. Финансовое планирование личных вопросов является эффективным и действенным механизмом оптимизации денежных средств любой семьи.

Заключение

В ходе работы производилось исследование бюджета семей разных возрастных групп с помощью математических способов и с учётом использования механизмов менеджмента, а так же путём проведения анкетирования, последующих анализа и обработки полученных данных. Были выявлены наиболее «уязвимые места» бюджета большинства семей: это оплата услуг ЖКХ и затраты на покупку продуктов питания и одежды. На основе полученных в ходе исследования знаний были разработаны рекомендаций, которые помогут контролировать состояние семейного бюджета и смогут оказать на не-

го положительное влияние как с расходной, так и с доходной части. В процессе работы мы установили, что грамотное планирование семейного бюджета, отслеживание текущих доходов и вместе с этим поиск новых, а так же целевое и обдуманное назначение расходов являются главные «источниками» благоприятного развития бюджета любой семьи. Мы убедились, что менеджмент в самом широком смысле имеет значение не только в крупных холдингах - нет смысла недооценивать роли его механизмов в повседневной жизни.

Список литературы

1. Аллен Р. Г. « Множественные источники дохода», Москва ООО «ТД «Издательство мир книги», 2004
2. Новидкий В.М. «Эффективное планирование семейного бюджета», Москва ООО «ТД «Издательство мир книги», 2009
3. Окрестина О.Р., Цевелев В.В., Аксенов В.Н., «Методы и модели оптимизации в задачах планирования» , Метод. указ., 2013
4. Острикова Г.С. «Семейный бюджет, или кто положил деньги в тумбочку?», Москва ООО «ТД «Издательство мир книги», 2010
5. Петров И.Н. Проценты на все случаи жизни.- Челябинск: Южноуральское книжное издательство,1996.
6. Финансовая система России: история и современность: Материалы научно - практической конференции/ Под ред. доц. Юдиной И.Н. - Барнаул: Филиал ВЗФЭИ, 2003. - 238 с.
7. http://letitbit.net/download/2f16973abdf7c96/1000_sovet.zip.html
8. http://www.sun-hands.ru/6bydget6sostav.htm
9. https://online.sberbank.ru/CSAFront/index.do

УДК 658.3.07

ПРОБЛЕМА КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

ЧУБ МАРГАРИТА ВЛАДИМИРОВНА
кандидат экономических наук, доцент кафедры учета, анализа и аудита ВИУ РАНХиГС
СОЛОМИНА АЛИНА ВИКТОРОВНА,
ВАЛЬКОВСКАЯ ЕКАТЕРИНА АЛЕКСЕЕВНА
Студенты ВИУ РАНХиГС
Специалисты по работе с молодежью МУ «МЦ «Друзья» Волгограда»

Аннотация: статья посвящена основным проблемам кадрового обеспечения антикризисного управления. Раскрываются качества и навыки, которые должны быть присуще антикризисным менеджерам, а также изучаются квалификационные требования. Рассматриваются пути и методы решения данных проблем, таких как система подготовки персонала, переквалификация антикризисных менеджеров и т.д.
Ключевые слова: антикризисное управление, антикризисный менеджер, специалисты, подготовка, кадровое обеспечение, кризис, квалификационные требования.

THE PROBLEM OF STAFFING CRISIS MANAGEMENT

Chub Margarita Vladimirovna,
Solomina Alina Viktorovna,
Valkovskaya Ekaterina Alekseevna

Abstract: the article is devoted to the main problems of staffing crisis management. The author reveals the qualities and skills that should be inherent in crisis managers, as well as studying the qualification requirements. Discusses the ways and methods of solving these problems, such as the system of personnel training, retraining of crisis managers, etc.
Key words: crisis management, crisis Manager, specialists, training, staffing, crisis, qualification requirements.

Особенности развития воспроизводственных процессов в социально-экономических системах и мировая история экономического развития свидетельствует о неотвратимости и неизбежности возникновения опасных ситуаций, кризисов и цикличности как неотъемлемых характеристик любого процесса развития при любом, даже самом успешном управлении. Поэтому процесс управления социально-экономической системой должен быть всегда антикризисным.

Сам термин «антикризисное управление» возник значительно недавно, с переходом к рыночной экономике, который сопровождался ее кризисом и массовым банкротством предприятий [1, 3]. Именно этим обусловлена острая необходимость возникновения в современной России антикризисного управления. Очевидно, что именно такой тип управления, который значительно отличается от менеджмента в условиях стабильности, необходим для выхода экономики страны из кризиса.

Антикризисное управление - это особый вид управления, при котором высокоразвиты механизмы прогнозирования и мониторинга кризисов, анализа их симптомов и природы, для которого характерно при-

менение мер, направленных на минимизацию негативных последствий кризисов и использование их результатов для последующего более устойчивого развития социально-экономических систем [2, 67].

В связи с высокой значимостью антикризисного управления, на рынке труда можно встретить такого специалиста, как антикризисный управляющий. Он способен не только предвидеть кризисные ситуации и готовиться к ним благодаря знаниям циклического характера развития социально-экономических систем, но и способен найти и выбрать наиболее оптимальные пути выхода из кризисных ситуаций на основе тщательного анализа и оценки всех достоинств и недостатков конкретных вариантов, мобилизовать все ресурсы на преодоление проблем, используя прошлый опыт, и разработать перечень действий, которые дадут возможность преодолеть кризисные явления с наименьшими потерями.

Во многих ситуациях, именно от эффективной работы этого специалиста в условиях неопределенности зависит судьба социально-экономической системы, в связи с этим его деятельность характеризуется высокой ответственность и достаточно высокой сложностью.

Антикризисный менеджер должен иметь высокую профессиональную грамотность в симбиозе с профессиональными личностными качествами и специфическим типом мышления. Он должен легко адаптироваться в постоянно изменяющихся условиях кризисной ситуации, достигая ее эффективного разрешения, работать в сложных условиях, с серьезным уровнем конфликта, анализировать ситуацию в перспективе, уметь видеть сильные и слабые стороны, а также любые возможности и риски, уметь расставлять приоритеты. Во многом этому способствуют такие черты личности, как решительность, воля, рационализм мышления, перспективно-аналитический склад ума, физическая выносливость к перегрузкам и особенностям режима труда, высокая работоспособность в условиях дефицита времени и неясности, коммуникабельность.

Таким образом, данная профессия требует от человека, кроме диплома, как глубоких знаний в области финансов, экономики и менеджмента, так и жизненного опыта и владения определенными знаниями в сфере психологии взаимоотношений.

Особенностью подготовки специалистов по антикризисному менеджменту является то, что эта специальность находиться на стыке целого ряда предметов, базируясь на менеджменте, праве, финансах и бухгалтерском учете [3, 90]. В соответствии с квалификационным требованиями, антикризисный менеджер должен разбираться в следующих областях: основы менеджмента и маркетинга, финансовый учет и аудит, право, стратегическое планирование, основы оценки бизнеса и недвижимости, работы с ценными бумагами и т.д.

Указанные области знаний составляют базис профессиональной подготовки специалиста по антикризисному управлению. Необходимыми также являются знания основ статистики, математического моделирования, теории вероятности и т.д.

В современных условиях антикризисный менеджер для эффективного осуществления своих полномочий должен обладать умениями, которые условно можно разделить на три группы:

1. Умения, нужные для воплощения функций антикризисного управления: умения распределять функции, задачи, полномочия и обязанности, грамотно организовать собственную работу и составлять план деятельности, выполнять оперативное руководство в сложных условиях, ясным и понятным языком давать поручения подчиненным, организовывать контроль, осуществлять главные формы деятельности (оперативные совещания, служебную переписку, разные виды переговоров), а также повышать активность деятельности персонала через мотивирование и стимулирование [4, 55].

Для того, чтобы эффективно применять указанные умения на практике необходимо обладать следующими личностными качествами: целеустремленность, организованность, ответственность, активность, информированность, предусмотрительность, требовательность и т.д.

2. Умения, связанные с реализацией педагогической функции. Специалист по антикризисному управлению должен знать основы конфликтологии и социальной психологии, а также отличаться высокой степенью развития профессиональных и морально-этических качеств личности.

Касательно индивидуальных качеств личности антикризисного управляющего в рамках указанной группы, можно выделить моральные качества: внимательность к окружающим и их проблемам, вы-

держка, воспитанность, чувство такта, доброжелательность, честность, справедливость, интеллигентность, человечность и т.д.

3. Умения, связанные с коммуникативной функцией. Для того чтобы создать наиболее эффективную коммуникационную сеть, отличающуюся экономичностью и высоким качеством, необходимо, чтобы антикризисный управляющий умел общаться с людьми, устанавливать контакт с персоналом, партнерами, представителями сторонних организаций и госструктур. Он должен обладать эмпатией, эмоциональным контролем, умением слушать собеседника, владеть письменной и устной речью. Также достижению успеха способствует наличие обаяния, жизнерадостности, сдержанности, воспитанности и т.д. [5, 121]

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно говорить о том, что важнейшая цель подготовки антикризисных менеджеров – подготовка в области основ гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний, направленная на владение универсальными и предметно-специализированными компетенциями, способствующими социальной мобильности, конкурентоспособности и устойчивости специалиста на рынке труда.

В процессе профессионального обучения они готовятся к выполнению следующих конкретных видов деятельности: организационно-управленческая; предпринимательская; аналитическая; консультационная; нормативно-методическая; образовательная; научно-исследовательская и др.

Антикризисный управляющий должен уметь не только управлять несостоятельными организациями, но, прежде всего, предвидеть рисковые и кризисные ситуации, ведь основой выживания и процветания современной организации является ее адаптивность и гибкость, а антикризисная работа в виде профилактики должна начинаться непосредственно с момента образования [1, 13].

Наиболее эффективными методами обучения антикризисных менеджеров являются деловые и ролевые игры, ситуационные задачи, мастер-классы, тренинги с приглашением специалистов-практиков. По вопросам антикризисного управления регулярно проводятся научные конференции, олимпиады, образовательные семинары и тренинги, которые способствуют развитию профессиональных компетенций специалиста [2, 187].

За последние несколько нет произошли весьма сильные изменения в процессах глобализации хозяйственных отношений, что повлияло на снижение экономических циклов почти в два раза. В настоящее время кризисы сильно участились, и основные методы подготовки антикризисных управляющих начали оказывать наименьший эффект, чем раньше. Именно это является одной из главных проблем подготовки кадров антикризисного управления [6, 40].

Уже сама система подготовки, которая сложилась еще в 90-х годах, начала разрушаться. Сейчас нет определенной специальности, которая бы готовила антикризисных менеджеров, а существуют лишь предметы в высших учебных учреждениях, которые раскрывают некоторые лишь некоторые принципы антикризисного управления. Открытие такого профессионального профиля, как «антикризисное управление», будет способствовать развитию приоритетных направления образования в РФ, а также будут обеспечены условия для формирования инновационной системы знаний [7, 18]. Также требуется улучшить качество дополнительного образования и повышения квалификации антикризисных менеджеров. Так будет подготовлен специализированный персонал, который будет обладать превосходной компетенцией и сможет принимать верные решения в кризисных ситуациях. Таким образом, необходимо создание специального подразделения или факультета, где готовили бы именно специалистов антикризисного управления, а также улучшить эффективность переквалификации персонала [3, 89].

Для преодоления возникшего кризиса особенно важна работа с персоналом. Деятельность кадровой службы на этом этапе должна включать диагностику кадрового потенциала предприятия, разработку стратегии реорганизации и кадровых программ поддержки реорганизации, сокращение персонала, повышение производительности труда, разрешение конфликтов, особенно обостряющихся в этот период [8, 444].

Еще одной из самых больших проблем является качество отбора кандидатов на роль антикризисных управляющих. Каждый год появляются тысячи специализированных специалистов в этой области, но осуществляют свою деятельность не более сотни. Из чего следует сделать вывод, что нужно

уделить больше внимания психологическим и деловым составляющим при найме персонала [2]. Чтобы решить данную проблему, предлагается производить отбор персонала из практиков, имеющих уже значительный опыт в сфере управления. Преимуществом такого отбора является «адресное» ориентирование на специфику отрасли и специализации. Также необходимо проводить тестирование, изучать морально-деловые качества претендента и умение работать в команде и управлять ей. Специалисту по антикризисному управлению часто приходиться общаться с кредиторами, юристами, поэтому он должен обладать навыками командообразования, уметь составлять стратегии и оценивать перспективы развития компании [9, 69].

Таким образом, в современном мире, когда компании постоянно находятся в кризисных ситуациях, очень важно готовить квалифицированный персонал, который сможет эффективно управлять компанией и принимать правильные решения в ее развитии.

Антикризисный менеджер должен обладать всеми навыками, чтобы предвидеть кризисные ситуации и уметь их предотвратить или хотя бы снизить угрозы и ухудшение деятельности и развития организации. Для этого должна быть создана эффективная система образования и переквалифицирования персонала, после которого будут подготовлены компетентные специалисты. Это может помочь решить проблему подбора кадров антикризисного управления, а значит может предотвратить некоторые кризисные ситуации в компании, ведь именно кадры являются главным ресурсом любой организации и влияют на ее развитие.

Список литературы

1. Антикризисное управление. Правовые и экономические основы. М:ИНФРА-М, 2008г.
2. Митин А.Н. Антикризисное управление персоналом организации. - М., 2005. - 272 с
3. Ряховская, А.Н. Актуальные проблемы развития системы подготовки специалистов по антикризисному и арбитражному управлению / А.Н.Ряховская, Н.Г. Акулова // Эффективное антикризисное управление.- Москва.- 2010.- №2.- С.88-93.
4. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: учебник / А.Я. Кибанов. – М.: Инфра, 2010
5. Рогова, Т.Н. Антикризисное управление предприятием : учебное пособие / Т. Н. Рогова // Ульян. гос. техн. ун-т. – Ульяновск : УлГТУ, 2014. – 200 с
6. Чуб. М. В. В помощь начинающему предпринимателю: методическое пособие Волгоград: ВЭТК, 2013.
7. Чуб М. В., Белова Ю. А. Анализ осуществления инвестиционной деятельности предприятиями Волгограда и волгоградской области / Совершенствование процесса подготовки специалистов для сферы высшего профессионального образования: сборник научных трудов посвященный 50-летию ФГОУ ВПО «ВГАФК», 28-29 октября 2010 г. / Под общей ред. А. И. Шамардина, Ю. А. Зубарева, А. В. Скворцовой. — Волгоград: ФГОУ ВПО «ВГАФК», 2010 г.
8. Огарков А.А. Управление организацией, - М.: Эксмо, 2006. - 512 с
9. Бармуцкий, Р.И. Необходимость совершенствования подготовки антикризисных менеджеров / Р.И. Бармуцкий // Вестник БНТУ.- Беларуссия.- 2007. - №5. – С. 67-71.

УДК 331.52

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

БУРЦЕВА ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА,
ЦЫБЕНОВА ДАРИ ДАШИЖАМСОЕВНА
Студенты
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Аннотация: В данной статье рассматривается понятие трудовых ресурсов предприятия и методы оценки эффективности их использования, а также система обобщающих, вспомогательных и частных показателей производительности труда, среди которых можно выделить выработку, трудоемкость, рентабельность персонала.
Ключевые слова: трудовые ресурсы, эффективность, выработка, трудоемкость, производительность труда, рентабельность персонала

EVALUATION METHODS OF EFFICIENCY OF USE OF LABOUR RESOURCES OF THE ENTERPRISE

Burtseva Elena Evgenievna,
Tsybenova Dari Dashizhamsoevna

Abstract: This article discusses the concept of labor resources of the enterprise and methods of assessing the effectiveness of their use, as well as a system of generalizing, auxiliary and private indicators of labor productivity, among which can be identified production, labor intensity, profitability of personnel
Key words: labor resources, efficiency, production, labor intensity, labor productivity, personnel profitability.

Трудовые ресурсы являются главным ресурсом, от качества и эффективности которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. Понятие «трудовые ресурсы предприятия» включает в себя работников, прошедших определенную подготовку к должности, имеющих опыт и необходимые навыки при занятости в коллективе предприятия.

Оценка эффективности использования трудовых ресурсов занимает важное место в деятельности любого предприятия. Большую роль в увеличении экономических достижений предприятия играют достаточная обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами и высокий уровень производительности труда. Для того, чтобы оценить насколько интенсивно используются трудовые ресурсы предприятия применяется система обобщающих, вспомогательных, а также частных показателей производительности труда [1].

Так, обобщающий показатель деятельности характеризует уровень применения трудовых ресурсов. Здесь выработка показывает отношение количества произведенной продукции или оказанных услуг к числу работников в единицу трудового времени. Этот показатель дает возможность анализировать изменение структуры персонала предприятия.

Одним из показателей является расчет выработки в единицу времени (1):

$$В_{сг} = \frac{ТП}{Ч}, \quad (1)$$

где $В_{сг}$ – среднегодовая выработка на одного рабочего или работника;

ТП – количество произведенной продукции;

Ч - среднесписочная численность.

Другим показателем является среднедневная выработка сотрудника (2):

$$В_{дн} = \frac{ТП}{Дн}, \quad (2)$$

где $В_{дн}$ - среднедневная выработка на одного рабочего или работника; Дн - количество отработанных за год человеко-дней.

Еще один показатель - среднечасовая выработка работника (3):

$$В_{час} = \frac{ТП}{Т_{час}}, \quad (3)$$

где $В_{час}$ – среднечасовая выработка на одного работника;

$Т_{час}$ – количество отработанных за год человеко-часов.

Таким образом, выработка является прямым показателем производительности труда, который принято рассчитывать как в натуральных, условно-натуральных, так и в стоимостных измерителях. Однако, только стоимостной метод является универсальным измерителем

Показатель выработки следует характеризовать различными факторами. На их основе составляется некая мультипликативная факторная модель среднегодовой выработки рабочих (4):

$$В_{сг}^{раб} = Т_{час} * Д_{раб} * В_{час}, \quad (4)$$

Где $В_{сг}^{раб}$ – среднегодовая выработка рабочих;

$Д_{раб}$ – удельный вес рабочих в общей численности персонала.

Трудоемкость продукции является частным показателем, характеризующим эффективность использования трудовых ресурсов. Она показывает сколько времени или работников затрачивается на производство единицы или всего объема изготавливаемой продукции [2].

Трудоемкость, отражающая количество затраченных человеко-часов на производство единицы товара, рассчитывается по следующей формуле (5):

$$Т_е = \frac{Т_{час}}{ТП}, \quad (5)$$

где Те – трудоемкость продукции.

Для расчета численности работников, приходящихся на единицу произведенной продукции, используется следующая формула (6):

$$Т_е = \frac{Ч}{ТП}, \quad (6)$$

Показатель трудоемкости имеет некоторые преимущества перед показателем выработки. Одним из них является установление прямой зависимости между объемом производства и затратами на труд. В данном случае подразумеваются воздействия изменений в условиях производства, которые наиболее реально отражает экономию труда. Кроме того, это не зависит от изменений ассортимента товаров и услуг, и обеспечивает сопоставимость и согласованность результатов на одинаковые по производству товары и услуги, при наличии разных на них цен.

Также структура показателя трудоемкости позволяет предусмотреть группировку затрат по функциям, которые выполнены сотрудником в процессе деятельности, что позволяет выявить резервы экономии труда, и, конечно, ведет к перспективе роста производительности труда.

Нормативной базой исследования трудоемкости обычно являются основные рабочие. Рост производительности труда происходит в основном за счет снижения трудоемкости продукции.

Другая группа показателей оценки эффективности использования трудовых ресурсов – вспомогательные показатели. Они отражают затраты времени на производство единицы продукции за единицу времени.

В условиях рынка важное значение при оценке эффективности использования трудовых ресурсов предприятия имеет показатель рентабельности персонала. Он является обособленным от вышерассмотренных показателей, поскольку всегда зависит от прибыли. Показатель рентабельности персо-

нала рассчитывается по формуле (8):

$$Р_{перс} = \frac{П}{Ч}, \quad (8)$$

где $Р_{перс}$ – рентабельность персонала;

П – прибыль от продаж.

Прибыль предприятия зависит от коэффициента рентабельности, оборачиваемости капитала и суммы функционирующего капитала, поэтому факторную модель рентабельности персонала можно представить следующим образом (9, 10):

$$Р_{перс} = \frac{Р_{прод} * В}{К * К_{тр}} \quad (9)$$

$$Р_{перс} = Р_{прод} * Д_{в} * В_{сг}, \quad (10)$$

где $Р_{прод}$ - рентабельность продаж;

В - выручка от реализации;

К - среднегодовая сумма капитала;

Ктр - капиталовооруженность;

$Д_{в}$ - доля выработки в стоимости выпускаемой продукции.

Следует отметить, что понятие оценки эффективности труда настолько объемное, что предполагает не только соизмерение полученного экономического эффекта с затратами живого труда, но и оценку социального эффекта, который выражен в степени обеспеченности предприятий рабочей силой, как важное условие эффективного функционирования предприятия.

Таким образом, эффективное управление персоналом и динамичная оценка трудовых ресурсов способствуют увеличению объема производства и повышению его эффективности, снижению себестоимости продукции и увеличению размера полученной прибыли.

Список литературы

1. Шекшня С.В. Управление современной организацией. - М.: Интел-Синтез, 2015. – 312 с.
2. Моргунов Е.Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение. - М.: Управление персоналом, 2015. – 550 с.

УДК 658

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСНОСТИ ТРУДА И ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ГАЗНЕФТЬ»

ПАВЛОВА ЕЛЕНА ВАЛЕНТИНОВНА

Магистрант

Инженерный институт ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Аннотация: в данной статье анализируется роль стандарта OHSAS 18001:2007 при внедрении СМК на примере нефтегазоперерабатывающего предприятия ООО «Газнефть». Предлагается применение этого стандарта в качестве одного из действенных инструментов для улучшения производства организаций.

Ключевые слова: внедрение СМК, система менеджмента качества, сертификация, стандарт OHSAS 18001:2007, безопасность труда.

MANAGEMENT OF LABOR SAFETY AND HEALTH PROTECTION ON AN EXAMPLE OF THE ENTERPRISE OF OPEN COMPANY "GASNEFT"

Pavlova Elena Valentinovna

Annotation: This article analyzes the role of the standard OHSAS 18001: 2007 in the implementation of QMS on the example of the oil and gas processing company LLC Gasneft. The application of this standard is proposed as one of the effective tools for improving the production of organizations.

Key words: implementation of QMS, quality management system, certification, OHSAS 18001: 2007 standard, safety.

Одной из основных промышленных составляющих нашей страны является нефтегазовая отрасль, которая неотъемлемо связана с большим риском для жизни и здоровья. Современные предприятия по переработке нефти и газа представляют собой сложный комплекс, состоящий из механизированных установок и выполняющий конкретные технические операции со взрывоопасными свойствами используемого сырья. Особенностью труда персонала нефтяной промышленности является воздействие на работников опасных и вредных факторов. [1, с. 198-201]

В связи с этим, явления производственного травматизма и профессиональных заболеваний сотрудников предприятия являются одной из ключевых проблем современной индустрии промышленности. Любое производство связано с рисками и даже самый незначительный вред работникам предприятия необходимо привести в соответствие со стандартом. [2, с. 94-97]

Одним из таких стандартов в сфере охраны здоровья и безопасности труда служит система сертификации OHSAS 18001:2007.

Внедрение OHSAS 18001:2007 в процессы менеджмента предприятия – это своевременный контроль с возможностью снижения производственных рисков в пределах организации. Система менеджмента безопасности труда и здоровья – это система, созданная для управления и руководства организацией, осуществляющей какой-либо вид деятельности. Введение системы менеджмента на основе

стандарта OHSAS 18001:2007 помогает повысить эффективность функционирования организации.

Стандарт OHSAS 18001:2007 представляет собой признанный международный стандарт, который регламентирует требования в отношении безопасности условий трудовой деятельности. Одной из важнейших ее функций является сохранение здоровья персонала, предотвращение всевозможных несчастных и аварийных случаев на производстве. Как и любой стандарт, связанный с безопасностью жизни людей, он может применяться абсолютно к любым организациям, независимо от размера и принадлежности к отрасли. [3, с. 15]

Проанализируем данную систему на примере нефтегазоперерабатывающего предприятия ООО «Газнефть», для которой обеспечение безопасных условий труда является актуальной и острой проблемой.

Организация была создана в декабре 1992 года. Местонахождение: Республика Татарстан, г. Альметьевск.

Одними из основных целей системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья являются:

- определение и реализация требований OHSAS 18001:2007, документирование и разработка политики организации в области Охраны Здоровья и Охраны безопасности Труда (ОЗиОБТ);
- оценки законодательных, нормативных и других требований к ОЗиОБТ;
- описание основных элементов СМК и их взаимодействие;

Цели согласованы с политикой в области ОЗиОБТ и включают обязательства по предотвращению травмы и ухудшения здоровья рабочего персонала. Разработкой, внедрением и поддержанием системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья в данной организации занимаются 2 инженера по стандартизации, относящиеся к отделу главного технолога. Ответственным за состоянием дел в области ОЗиОБТ назначен заместитель руководителя. Персонал предприятия является компетентным и высококвалифицированным. Высшее руководство организации проводит периодический интервальный анализ системы.

Организация ведет активное сотрудничество с отечественными партнерами, является объектом интереса для иностранных инвесторов. Таким образом, наличие у предприятия сертификата OHSAS 18001:2007 гарантирует его партнерам и клиентам, что организация на постоянной основе осуществляет проверку факторов производственных и профессиональных рисков, и, соответственно, заботится о безопасности всего персонала.

Создание на ООО "Газнефть" системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья также привело к значительному расширению направлений повышения качества продукции и перераспределению функций между подразделениями и службами.

Для максимально эффективного внедрения системы менеджмента безопасности трудовых ресурсов и обеспечения вышеуказанных преимуществ необходимо учесть не только требования стандартов системы OHSAS 18001, но и индивидуальные условия, управленческие и производственные процессы, которые существуют в компании на текущий момент. [4, с. 5-6]

Компания ООО «Транснефть» обладает многолетним опытом успешной разработки и внедрения систем менеджмента промышленной безопасности согласно стандартам OHSAS 18001 (ГОСТ 12.0.230-2007). Успешная реализация проекта системы управления охраной труда демонстрирует постоянное увеличение объема добываемого сырья. Повышение мотивации персонала благодаря улучшению рабочих условий способствует повышению производительности труда. Уменьшаются затраты на ликвидацию последствий аварий и несчастных случаев. Минимизируются риски и финансовые потери от выплаты компенсаций нанесения вреда здоровью и штрафных санкций.

Решение о внедрении новой системы стало стратегическим ходом в развитии и расширении производства. Подтверждение соответствия всемирному стандарту раскрывает множество новых возможностей для российского производителя – влияет на конкурентоспособность и использование современного импортного и отечественного оборудования. [5, с. 44-46.]

Список литературы

1. Хафизов, И. И. Этапы и трудности внедрения элементов системы менеджмента качества в образовательном учреждении высшего профессионального образования / И.И. Хафизов // Вестник Казанского технологического университета. - Казань: КНИТУ, 2012. - Т. 15. - № 7. - С. 198-201.
2. Шаймулин, Л. Ш. Система менеджмента качества (на примере предприятия ООО «Причал») / Л.Ш. Шаймулин, И.И. Хафизов // Анализ современных проблем в науке: сборник между- нар. науч.-практической конф. - 2017. - С. 94-97.
3. Чайка И.И. Конкурентоспособное качество отечественной продукции - ключевая проблема выхода России из экономического кризиса. // Стандарты и качество. - 2007. - №8. - с.15
4. Системы менеджмента охраны здоровья и обеспечения безопасности труда. Требования. Перевод OHSAS 18001:2007 на русский язык и научно-техническое редактирование В.А. Качалова. Редакция от 01.10.2007. - С.5-6.
5. Нуруллин, И. Г. Влияние внедрения и сертификации нововведений на деятельность и репутацию компании / И.Г. Нуруллин, И.И. Хафизов // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей IV междунар.науч.-практической конф. - Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2016. - С.44-46.

УДК 658

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА БЕЗОПАСТНОСТИ ТРУДА И ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «АЛЬМЕТНЕФТЬ»

ИШМЕТЬЕВА ВЕРОНИКА ИГОРЕВНА

Магистрант

Инженерный институт ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Аннотация: в данной научной статье рассматривается вопрос повышения эффективности системы промышленной безопасности и условий охраны труда на основе применения системы менеджмента качества в ОАО " Альметнефть " путем внедрения международного стандарта OHSAS 18001:2007.
Ключевые слова: система менеджмента качества, СМК, экологический менеджмент, международные стандарты, безопасность труда.

MANAGEMENT OF LABOR SAFETY AND HEALTH PROTECTION ON THE EXAMPLE OF OAO ALMETNEFT

Ishmeteva Veronika Igorevna

Annotation: In this scientific article the issue of increasing the efficiency of the industrial safety system and the conditions of labor protection is considered on the basis of the application of the quality management system in OAO Almetneft through the implementation of the international standard OHSAS 18001: 2007.
Key words: quality management system, QMS, environmental management, international standards, safety.

Неотъемлемой частью системы менеджмента организации является система менеджмента качества (СМК). Она предназначена для постоянного улучшения деятельности фирмы, для того чтобы фирмы могли занимать лидирующие позиции на национальном и мировом рынках. Организации, внедрившие СМК, могут достичь долгосрочного успеха путём максимального удовлетворения запросов как одного потребителя, так и общества в целом.

Для того чтобы система менеджмента качества на предприятии сработала отлажено формулируется необходимая составляющая структура документации системы менеджмента качества:

- Политика в области качества;
- Цели в области качества;
- Руководство по качеству;
- Качество записи.

Основной задачей стоящей перед производителями продукции и услуг — полное удовлетворение потребителя. Все эти задачи содержат нормы и требования, которым должна соответствовать система менеджмента качества, независимо от того будет она сертифицирована или нет. [1, с. 97-100]

Рассмотрим систему менеджмента качества ОАО «Альметнефть». Открытое акционерное общество является новым, стабильно развивающимся перспективным предприятием. Местонахождение Общества: Республика Татарстан, г. Альметьевск

ОАО «Альметнефть» – энергетическая компания, занимающаяся геологоразведкой и добычей

природного газа, газового конденсата, нефти в Татарстане.

Учесть все возможные риски и минимизировать, вызываемые ими потери можно одним только способом - в результате комплексного системного решения задач обеспечения промышленной безопасности и охраны здоровья, охраны окружающей среды. Это достигается путем внедрения международных стандартов OHSAS 18001 "Система профессиональной безопасности и охраны здоровья", ISO 14001 "Системы экологического менеджмента", требования которых легко интегрируются с требованиями стандарта ISO 9001 "Системы менеджмента качества". [2]

OHSAS 18001 был разработан и создан таким образом, чтобы быть совместимым со стандартами системы менеджмента ISO 9001 (Качество) и ISO 14001 (Экология), для того, чтобы предоставить организациям возможность интегрировать системы менеджмента качества, экологии и профессиональной безопасности, и охраны труда, если они пожелают это. [3], [4]

Для достижения поставленной цели в ходе работы необходимо решить следующие задачи:

1. Разработать этапы внедрения в ОАО " Альметнефть " международного стандарта OHSAS 18001:2007.

2. Интеграция дополнительных инструментов OHSAS 18001:2007 в действующую систему управления охраной труда и промышленной безопасности в ОАО " Альметнефть ".

В качестве основы для интеграции систем менеджмента принимается подход, основанный на методологии "планируй - выполняй - проверяй - действуй", который положен в основу большинства существующих стандартов на системы менеджмента, включая ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001.

Сущность данного подхода «PDCA» заключается в том, что любая деятельность может быть представлена как следующая последовательность действий:

- "Plan" - определение целей и процессов, необходимых для обеспечения результатов в соответствии с требованиями заинтересованных сторон и в соответствии с политикой организации;
- "Do" - выполнение процессов;
- "Check" - контроль и измерение процессов и продукции для сопоставления с политикой, целями, требованиями и представление результатов;
- "Act" - принятие действий для дальнейшего улучшения выполнения процессов и постоянного улучшения результативности системы менеджмента и деятельности организации в целом.

Общие требования, используемые во всех системах менеджмента, комбинируясь с методологией "PDCA", которой следуют международные стандарты, трансформируются в структуру интегрированной системы менеджмента.

Данные специфические требования каждого стандарта на системы менеджмента должны быть приняты и удовлетворены для выполнения требований отдельных стандартов. Причем требования OHSAS 18001 должны рассматриваться в качестве приоритетных. [5]

Это объясняется, тем, что в свою деятельность предприятие вовлекает огромные, как правило, исчерпаемые природные ресурсы и деятельность его вызывает социальные последствия в таких важных областях, как окружающая среда, безопасность производства и продукции, безопасность и права сотрудников.

Экологический менеджмент, менеджмент охраны труда и промышленной безопасности не может рассматриваться в отдельности от общей системы менеджмента организации. Это составные части, позволяющей осуществить подход к деятельности организации с точки зрения приносимого вреда природе, сотрудникам предприятия, заинтересованным лицам.

Разработка и деятельность интегрированной системы в области охраны труда и промышленной безопасности, охраны окружающей среды нацелена на подробное изучение всех тонкостей бизнес-процессов внутри организации, выявление уровня приносимого ими вреда, а также снижение этого уровня до минимальных значений. [6, с. 176-177]

Основные элементы системы:

- Политика;
- Планирование;
- Внедрение и функционирование;

- Проверочные и корректирующие;
- Анализ со стороны руководства.

Главным понятием всей деятельности по разработке и внедрению системы является оценка рисков. В качестве риска здесь выступает вероятность нанесения вреда здоровью кадровой единицы или понижения уровня ее безопасности до недопустимого во время выполнения служебных обязанностей, а также вероятность воздействия на окружающую среду. Первичной задачей создаваемой системы должно стать вычисление этой вероятности, далее необходимы меры для снижения уровня риска.

Использование OHSAS 18001:2007, позволяет организациям существенно снизить производственные риски. Стандарты базируются на системном подходе к инструментам управления рисками, что в свою очередь позволяет эффективно предупреждать аварийные ситуации.

Список литературы

1. Шаймуллин, Л. Ш. управление проектированием систем качества на примере ОАО «СИМБИРСКАЯ СТЕКОЛЬНАЯ КОМПАНИЯ» (ОАО ССК) / Л. Ш. Шаймуллин, И. И. Хафизов // анализ современных проблем в науке: сборник междунар. науч.-практической конф. - 2017. - С. 97-100.
2. ГОСТ Р 54934-2012/OHSAS 18001:2007 Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья.
http://docs.cntd.ru/document/1200094433
3. ГОСТ ISO 9001-2011 Системы менеджмента качества.
http://docs.cntd.ru/document/1200093426
4. ГОСТ Р ИСО 14001-2007. Системы экологического менеджмента.
http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-14001-2007
5. Шамсутдинова, З. Р. Анализ и совершенствование системы экологического менеджмента нефтеперерабатывающих предприятий на примере АО «ТАНЕКО» / З. Р. Шамсутдинова, И. И. Хафизов // Экономический вестник РТ. - 2016. - №2
6. Ручкина Э. Р., Хафизов И. И. Внедрение системы менеджмента качества на предприятии [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2017 г.). — СПб.: Свое издательство, 2017. — С. 176-177.

УДК 330

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС МОДЕЛИ КОМПАНИИ

ЗАЙЦЕВА ВЕЛГА-МАРИЯ АЙВАРСОВНА
Студентка
Ростовский Государственный Экономический Университет

Аннотация: Все бизнес-процессы в организации взаимосвязаны и находятся в тесном взаимодействии. Определение и анализ взаимосвязи и взаимодействия бизнес-процессов в организации позволяет представить общую картину деятельности и допустить дисфункциональность бизнес-процессов при управлении ими.
Ключевые слова: бизнес-система, бизнес-процессы, объект управления, первичный вход, вторичный вход, качественные показатели , количественные показатели.

IMPROVEMENT OF THE COMPANY'S BUSINESS MODEL

Zaitseva Velga-Maria Ivanovna

Abstract: All business processes in the organization are interrelated and in close cooperation. Definition and analysis of interrelation and interaction of business processes in the organization allows to present the General picture of activity and to allow dysfunctional business processes at their management.
Keywords: business system, business processes, control object, primary input, secondary input, qualitative indicators , quantitative indicators.

Формируя мнение о предприятии как о бизнес-системе, руководитель прежде всего ориентируется на процессы его хозяйственной деятельности. Такая направленность устанавливает в качестве объекта управления совокупность хозяйственных процессов в организации. Уход в управлении от ориентации на детализированные функции деятельности и переход к управлению объединенной деятельности привел к формированию новой концепции управления —управлению организацией на основе бизнес-процессов.

Внешний бизнес-процесс	Внутренний бизнес-процесс
Имеет вход и/или выход вне организации	процесс, полностью находящийся в рамках организации

Предоставленный подход к классификации бизнес-процессов организации не притязает на всеобъемлемость и предполагает систематизацию существующих определений, нередко весьма противоречивых. Эта классификация дает возможность, в зависимости от характера задач, возникающих в процессе развития организации, ориентировать разработчиков управления на специфику и сущность тех или иных бизнес-процессов деятельности.

Восприятие бизнес-процессов организации во многом связано с тем, по каким принципиальным положениям можно идентифицировать те или иные процессы деятельности бизнес-системы. Здесь определяющим является система принципов формирования бизнес-процессов.

Принцип наличия входа (входов) бизнес-процессов является отражением основной цели бизнес-

процесса, лежит в преобразовании входов (входа), то есть входящих в процесс ресурсов, нужных для реализации данного процесса, в выходы (выход), то есть результат процесса. Входы и выходы разнохарактерны, они делятся на первичные и вторичные.

Первичные входы	Вторичные входы
необходимы для начала процесса	входят в процесс через его верхнюю границу, то есть появляются в ходе реализации процесса на составляющих процесс подпроцессах
это те, для получения которых существует процесс и которые предназначены его главным клиентам.	это побочные продукты процесса, получаемые в результате выполнения поставленных задач, но не являющиеся причиной их существования

Отсутствие выходов или входов не позволяет говорить о процессе как таковом, поскольку не будет реализовываться его особенность — преобразование ресурсов. Поэтому бизнес-процесс определяется как своеобразный объект, имеющий вход и выход.

Принцип существования поставщика бизнес-процесса предполагает наличие поставщика ресурсов (результатов деятельности других бизнес-процессов), необходимых для осуществления процесса. В зависимости от вида входа процесса, для которого поставляется некий ресурс, поставщики могут быть

- первичными и
- вторичными.

Принцип наличия клиента бизнес-процесса. Бизнес-процесс осуществляется для кого-то (чего-то). Потребитель результата процесса является клиентом процесса. Это положение отражает главную цель процесса — удовлетворение требований потребителей и клиентов процесса. Клиенты могут быть:

первичными	те, кто получает первичный выход
вторичными	находящимися вне процесса и получающими вторичный выход
косвенными	не получающими первичный выход, но являющимися следующими в очереди его использования
внешними	находящимися вне данной организации, но получающими выход процесс
потребителями	конечные пользователи выхода процесса

Любой бизнес-процесс имеет свои границы — точки, в которых процесс начинается, заканчивается или контактирует с другими процессами. Верхняя граница бизнес-процесса представляет собой точку, где выходы других бизнес-процессов стыкуются с рассматриваемым бизнес-процессом. К примеру, процесс управления можно рассматривать как обособленный процесс, выход которого стыкуется с входом основного бизнес-процесса (производство продукции). Нижней границей бизнес-процесса является точка, в которой выход из данного процесса служит входом в другие процессы (например, выход из процесса закупки сырья и полуфабрикатов служит входом в процесс производства).

Границы бизнес-процесса определяются не технологическими или функциональными принципами, а запросами клиента.

Принцип взаимодействия и взаимосвязи бизнес-процессов. Все бизнес-процессы в организации взаимосвязаны и находятся в тесном взаимодействии. Определение и анализ взаимосвязи бизнес-процессов в организации позволяет представить общую картину деятельности и не допустить дисфункциональность бизнес-процессов при управлении ими.

Принцип измеримости и управляемости бизнес-процесса. Тот или иной бизнес-процесс организации должен иметь параметры, отражающие его функционирование. Параметры процесса должны быть измеряемыми, то есть иметь количественные и качественные характеристики.

Показатели деятельности, относящиеся ко времени производства продукта, отображают уровень конкурентного преимущества компании и являются основными внутренними показателями деятельности предприятия.

Качественные и количественные показатели бизнес-процессов, взаимосвязаны и дополняют, друг друга, формируя систему показателей процессов деятельности организации.

Изменяемость тесно связана с управляемостью. Если можно измерить параметры (определить показатели) бизнес-процессов, появляется возможность сопоставлять достигнутый уровень функционирования с желаемым, анализировать реакцию процесса на управляющее воздействие, а также осуществлять корректировку. Управляемость достигается за счет упрощения и оптимизации бизнес-процесса, ликвидации дублирующих и лишних действий.

Список литературы

1. Российские регионы: экономический кризис и проблемы модернизации / Под ред. Л. М. Григорьева, Н. В. Зубаревич, Г. Р. Хасаева. – М.: ТЕИС, 2011.
2. Российская промышленность на перепутье: что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными. Доклад ГУ—ВШЭ под руководством Е.Ясина. // Вопросы Экономики. 2007.
3. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. — New York: The Free Press, 1980 (2nd ed. — New York: Free Press, 1998.

УДК 656.07

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ НАДЕЖНОСТИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОАО «РЖД»

ЦЕВЕЛЕВ ВЛАДИМИР ВИКТОРОВИЧ
науч. руков., к.э.н., доцент
КАЗАКОВА АЛЕКСАНДРА АНДРЕЕВНА
студент
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»

Аннотация: в работе описаны методы принятия и оптимизации решений, а также рассмотрены факторы, влияющие на надежность принятия интуитивных управленческих решений. Оценена возможность снижения рисков принятия ненадежного решения.
Ключевые слова: управленческие решения, методы принятия решений, железная дорога, образование работников, нарушение безопасности движения поездов.

THE PROBLEM OF INCREASING THE RELIABILITY OF DECISION-MAKING FOR ENTERPRISES OF JSC "RZD»

Tsevelev Vladimir Victorovich,
Kazakova Aleksandra Andreevna

Abstract: the paper describes the methods of decision making and optimization, as well as the factors influencing the reliability of intuitive management decisions. The possibility of reducing the risks of making an unreliable decision is estimated.
Key words: managerial decisions, methods of decision-making, Railways, education of employees, violation of traffic safety of trains.

На сегодняшний день от принятия правильного и адекватного управленческого решения зависит судьба, как крупных корпораций, так и мелких фирм. На первый план выходит надежность принятого решения. От чего же зависит надежность его принятия? Ответ кроется в процессе принятия управленческого решения, а именно в методах его поиска и оптимизации. Рассмотрим три метода поиска правильного управленческого решения: экономический анализ, многовариантный расчет, интуитивное решение (рис. 1).

Необходимо оценить какой из методов более эффективный, более энергозатратный и более быстрый, так как зачастую решение необходимо принять в сжатые сроки и при этом оно должно решать поставленные задачи.

Для того, чтобы практически осуществить использование метода экономического анализа, разработаны определенные методики. Они представляют собой набор способов и приемов, применяемых для оптимального решения аналитических задач.

Используемые в экономическом анализе методики на отдельных этапах проведения аналитиче-

ских работ предусматривают применение различных приемов и способов.

Рис. 1. Методы принятия управленческого решения

Узловым моментом метода экономического анализа является исчисление влияния отдельных факторов на экономические показатели. Взаимосвязь экономических явлений представляет собой совместное изменение двух или большего числа этих явлений. Существуют различные формы взаимосвязей экономических явлений. Наиболее значимой среди них является причинная взаимосвязь. Её сущность заключается в том, что изменение одного экономического явления вызывается изменением другого экономического явления. Подобная взаимосвязь носит название детерминистской, иначе — причинно-следственной взаимосвязи. Если два экономических явления связаны такой взаимосвязью, то экономическое явление, изменение которого вызывает изменение другого, называется причиной, а то явление, которое изменяется под влиянием первого, называется следствием.

В экономическом анализе те признаки, которые характеризуют причину, носят название факторных, независимых. Те же признаки, которые, характеризуют следствие, принято называть результатными, зависимыми.

Преимуществами данного метода можно назвать надежность результата, выявление причинно-следственных связей внутри исследуемого объекта, что позволяет сразу выявлять пути оптимизации (рис. 2).

Недостатками же являются трудоемкость процесса, а также большие временные затраты (чем больше взаимосвязей нужно выявить, тем долговременнее процесс).

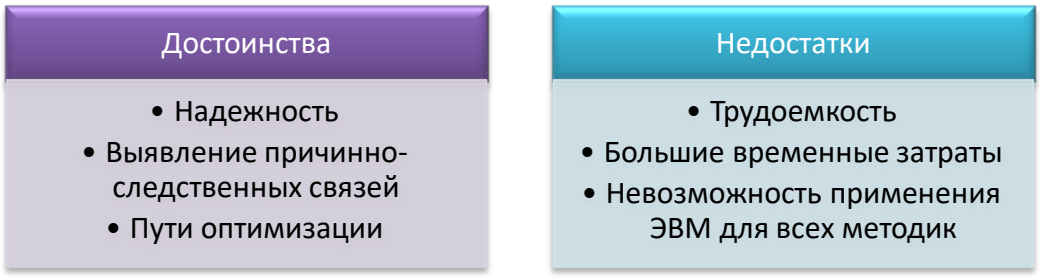


Рис. 2. Достоинства и недостатки экономического анализа

Данные недостатки можно устранить применением ЭВМ, но не все причинно-следственные связи возможно выявить путем математического моделирования (особенно в долгосрочной перспективе).

Метод многовариантности заключается в разработке нескольких вариантов финансовых планов (например, оптимистического, пессимистического и наиболее вероятного). Каждому варианту приписывают его вероятностную оценку. Для каждого варианта рассчитывают вероятное значение критерия выбора, а также оценки отклонений от среднего значения.

Достоинства данного метода заключаются в том, что оценивается несколько планов, один из которых может выступать, как запасной. Также метод показывает, что приобретет и что потеряет компания в экономическом плане в ходе реализации того или иного решения.

Недостатки у данного метода такие же, как и у первого, но в данном случае они могут быть 100% ликвидированы применением специализированного ПО (рис.3).

Рис. 3. Достоинства и недостатки многовариантного расчета

Интуитивное решение имеет основой под собой лишь опыт работника или работников, принимающих управленческое решение, что несет в себе гораздо большие риски, чем два других метода и рекомендуется лишь в крайних случаях, для ситуаций, повторяющихся с определенной регулярностью (программируемые решения)

Достоинство - быстрота и простота принятия решения, недостаток – низкий уровень надежности (рис. 4).

Рис. 4. Достоинства и недостатки интуитивного метода принятия решения

В ходе реализации того или иного управленческого решения оно может корректироваться или оптимизироваться. Для оптимизации управленческих решений применяют:

- математическое моделирование;
- метод экспертных оценок;
- метод мозгового штурма (мозговая атака);
- теорию игр.

Математическое моделирование применяют в тех случаях, когда управленческое решение принимается на основе обширной цифровой информации, которая может быть легко формализована. Ши-

рокое использование математических моделей позволяет дать количественную характеристику проблемы и найти оптимальный вариант ее решения.

Методы экспертных оценок применяются в тех случаях, когда задача полностью или частично не поддается формализации и не может быть решена математическими методами.

Метод экспертных оценок представляет собой исследование сложных специальных вопросов на стадии выработки управленческого решения лицами, обладающими специальными знаниями и опытом, с целью получения выводов, мнений, рекомендаций и оценок. Экспертное заключение оформляется в виде документа, в котором фиксируются ход исследования и его итоги. Во введении указывается: кто, где, когда и в связи с чем организует и проводит экспертизу. Далее фиксируется объект экспертизы, указываются методы, примененные для исследования, и полученные в результате исследования данные. В заключительной части содержатся выводы, рекомендации и практические меры, предлагаемые экспертами.

Наиболее эффективно применение метода экспертных оценок при анализе сложных процессов, имеющих в основном качественные характеристики, при прогнозировании тенденций развития торговой системы, при оценке альтернативных вариантов решения.

Метод мозгового штурма (мозговая атака) применяется в тех случаях, когда имеется минимум информации о решаемой проблеме и установлены сжатые сроки для ее решения. Тогда приглашаются специалисты, имеющие отношение к данной проблеме, им предлагается участвовать в форсированном обсуждении ее решения. При этом строго соблюдаются следующие правила:

- все высказываются по очереди;
- говорят лишь тогда, когда могут предложить новую идею;
- высказывания не критикуются и не осуждаются;
- все предложения фиксируются.

Обычно этот способ позволяет быстро и правильно решить возникшую проблему.

Одним из методов оптимизации управленческих решений в условиях рыночной конкуренции является использование методов, используемых в теории игр, суть которых состоит в моделировании воздействия принятого решения на конкурентов. Например, если с помощью теории игр руководство торговой фирмы приходит к выводу, что в случае повышения цен на товары конкуренты не сделают того же, то, вероятно, целесообразно отказаться от решения повысить цены, чтобы не попасть в невыгодное положение в конкурентной борьбе.

Из всего вышесказанного делаем следующий вывод, что методы принятия и оптимизации управленческих решений могут дополнять друг друга и использоваться комплексно при выработке важных управленческих решений.

Выбор методов оптимизации управленческих решений в значительной мере зависит от информационного обеспечения менеджмента.

Выбор метода принятия напрямую зависит от того, встречалась ли данная проблема ранее, насколько опытны сотрудники, принимающие решение, а также в какие сроки оно должно быть принято.

По анализу статистических данных наибольшее количество аварий приходится на водителей со стажем до 2 лет, что связано с недостатком и нехватки профессиональных знаний, умений и навыков, а при стаже 5±1 год человек переоценивает свои возможности и осторожности снижается. Также на количество и тяжесть происшествий зависит от возраста работников, так как с возрастом снижается точность реакций, а также снижается уровень мотивации, что влияет на качество выполняемой работы.

Статистика о ДТП показывает, что самые тяжелые ДТП с непоправимыми последствиями часто возникают именно у опытных водителей, у которых стаж вождения большой. Чем больше водитель адаптирован к опасности, тем требуется большее ее внимание, чтобы водитель среагировал на нее, об этой психологической закономерности не допустимо, что об этом забывали опытные водители с большим стажем и опытом работы.

Перенесем данную гипотезу на железнодорожный транспорт, а именно на действия ДСП в критических ситуациях, когда неверные приказы ДСП привели или могли привести к тяжелым последствиям.

Для этого на основе годовых отчетов ОАО «РЖД» за 2013 – 2016 оценим средний возраст ра-

ботников, количество случаев производственного травматизма и уровень их образования.

В 2013 году в компании ОАО «РЖД» средний возраст работников снизился с 40 до 39,3 лет [2]. При этом почти треть сотрудников предприятия (27,8 %), моложе 30 лет, что является результатом целенаправленной реализации корпоративной молодежной политики (рис. 5).

В 2014 году продолжил расти образовательный уровень персонала [3] – так, численность работников с высшим образованием составила 26,9 % от общей, увеличившись к началу года на 2,1 % (рис. 7).

В 2015 году также обеспечен рост образовательного уровня персонала — так, численность работников с высшим образованием составила 28,8 % от общей численности, увеличившись за год на 1,9 %, со средним профессиональным образованием — 26,8 % (рост к началу года на 0,3 %)[4]. Плановое снижение численности осуществлялось, в первую очередь, за счет естественного оттока персонала, увольнения по достижению пенсионного возраста, что не может не сказываться на безопасности, так как чем выше стаж, тем больше человек адаптирован к опасности и утомлен монотонность труда, что в свою очередь ведет к «замыленности» взгляда на ситуацию.

В 2016 году образовательный уровень персонала продолжает расти – так, численность работников с высшим образованием составила 30,4 % от общей численности, увеличившись к началу года на 1,6 %, со средним профессиональным образованием – 27,1 % (рост к началу года на 0,3 %)[5].

По итогам 2016 года доля работников в возрасте до 35 лет составила 42 % от общей численности персонала, доля работников до 30 лет – 26,2 %.

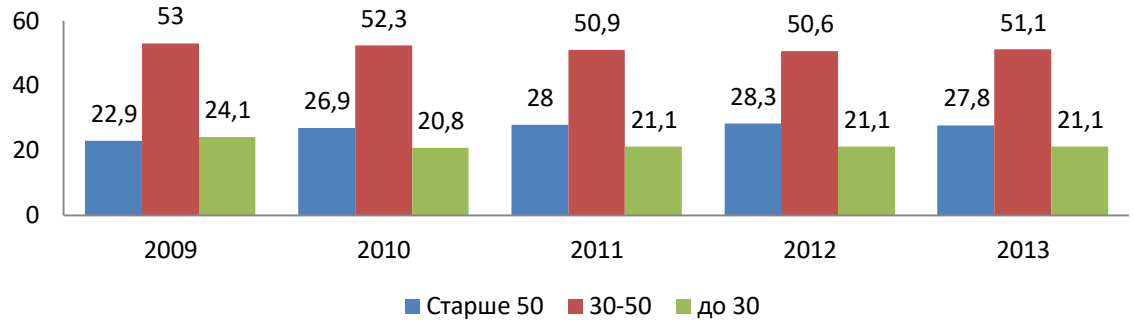


Рис. 5. Возрастной состав работников, состоящих в списочном составе

На основе данной диаграммы можно сделать вывод, что основная масса работников принадлежит к группе риска, так как находится в том возрасте, когда уверенность в собственном опыте перевешивает чувство опасности, а возрастное снижение реакции может отрицательно сказываться на принятии управленческих решений.

Диаграмма количества случаев производственного травматизма (рис. 6) показывает, что число пострадавших снижается, что можно связать с внедрением автоматизированных систем, роста числа работников с высшим и средним профессиональным образованием, корпоративной политикой, что является итогом принятия верных управленческих решений.

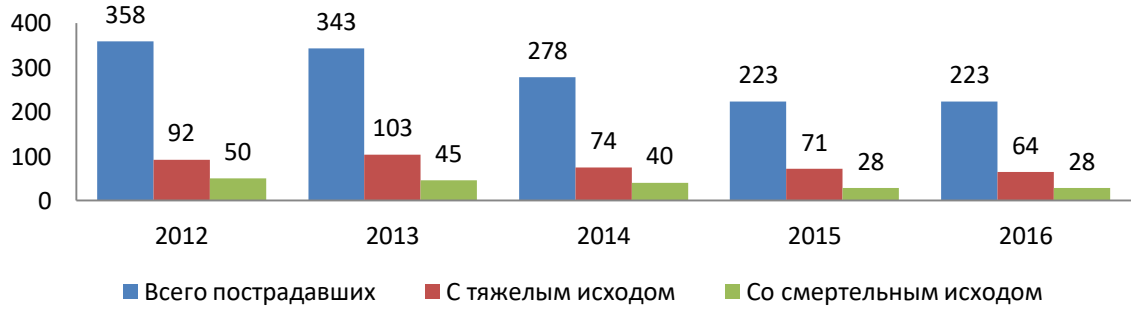


Рис. 6. Количество случаев производственного травматизма за 2012 – 2016 годы

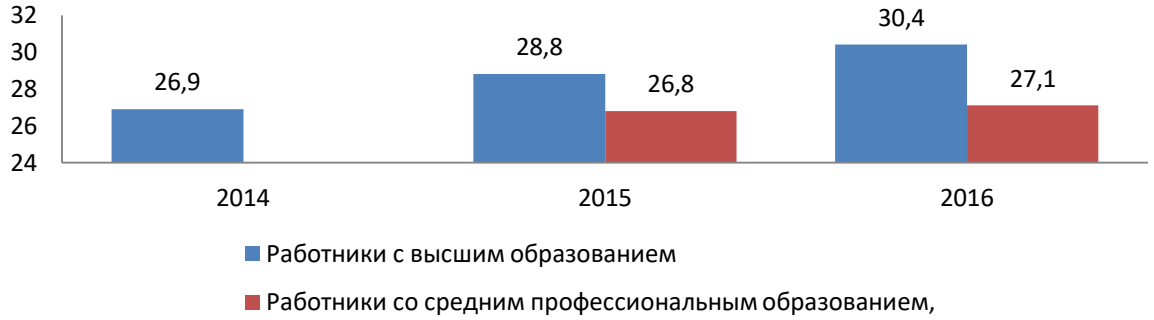


Рис. 7. Количество работников с высшим и средним профессиональным образованием

На основе анализа данных происшествий можно сделать вывод, что при наличии опыта работы и возрасте, входящем в рамки 30-50 лет, в критических ситуациях ДСП принимают неверные интуитивные управленческие решения. Для снижения уровня нарушений безопасности движения поездов могут быть проведены следующие мероприятия:

- усиление многоступенчатого контроля за действиями ДСП (ситуация, когда действия работника проверяются на правильность другими работниками перед их выполнением);
- по возможности смена рабочих мест ДСП (смена станции – возможна только в крупном узле) – для снижения монотонности выполняемого труда и «замыленности» взгляда на ситуацию;
- периодическое обучение всех работников правилам безопасности на железнодорожном транспорте и сдача экзаменов;
- внедрение автоматизированных приборов контроля;
- контроль возраста работников, выполняющих работы связанные с безопасностью движения поездов.

Список литературы

1. Цевелев В.В., Ивасенко А.Г., Никонова Я.И. Теория менеджмента: Организационное поведение: 100 экзаменационных ответов // 2-е изд., Учебное пособие. - М.: ФЛИНТА: изд-во МПСУ - 2017. - 320с.
2. Годовой отчет 2013 ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ar2013.rzd.ru/
3. Годовой отчет 2014 ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ar2014.rzd.ru/
4. Годовой отчет 2015 ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ar2015.rzd.ru/
5. Годовой отчет 2016 ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ar2016.rzd.ru/

УДК 331.108

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

КОЛБАС ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА

студент
Поволжский институт управления – филиал РАНХиГС

Аннотация: в статье раскрыта тема совершенствования системы управления персоналом в организациях малого бизнеса. Отражены современные практические технологии управления персоналом в организациях малого бизнеса, а именно: особенности подбора, отбора, найма и мотивации персонала. Описаны методы воздействия на трудовую и исполнительскую дисциплину сотрудников.
Ключевые слова: управление персоналом, малый бизнес, кадровые технологии.

IMPROVING THE SYSTEM OF PERSONNEL MANAGEMENT IN SMALL BUSINESS ORGANIZATIONS

Kolbas Valeriya Vital'evna

Abstract: the article deals with the theme of improving the personnel management system in small businesses. Modern practical technologies of personnel management in small business organizations are reflected, namely: features of selection, selection, hiring and motivation of personnel. Methods of influence on labor and executive discipline of employees are described.
Key words: personnel management, small business, human resources technology.

Развитие малого и среднего бизнеса считается одним из приоритетных направлений экономической политики страны.

Малое предприятие – это основное место занятости большинства экономически активного населения, а так же ключевой этап формирования предпринимательства.

Малые и средние предприятия создают рабочие места для 19 млн. граждан. Фактически каждый четвертый работник занят в сфере МСП [1, с. 5].

Малые организации отличаются небольшим штатом сотрудников и совмещением некоторыми их них должностных обязанностей. При этом руководители практически не уделяют внимания вопросам комплексного аудита и анализу системы управления персоналом.

При изучении понятия системы управления персоналом до сих пор не сформировалось единого мнения о понятиях и компонентах, которые её формируют.

В. И. Герчиков определяет систему управления персоналом, как комплекс взаимосвязанных организационно-экономических и социальных мероприятий, направленных на нормальное функционирование, развитие и эффективное использование кадрового потенциала работников [2, с.103].

С. А. Шапиро и О. В. Шатаева определяют систему управления персоналом, как совокупность процессов в рамках механизма управления персоналом [3, с. 192].

Резюмируя вышеизложенное, мы можем сказать, что система управления персоналом - это совокупность приемов, методов, технологий организации работы с персоналом.

Ключевой целью системы управления персоналом является обеспечение организации кадрами, их эффективное использование, профессиональное и социальное развитие.

Процесс управления персоналом является множеством согласованных, информационно обеспеченных, регулярно принимаемых и реализуемых решений, нацеленных на достижение главной цели функционирования предприятия [4, с.65].

Управление персоналом малого предприятия на практике представляет собой малосистемный порядок действий. Для возникновения системного подхода необходимо обеспечить комплексный характер деятельности работников и делегирование координации всех функций управления персоналом одному лицу.

На малых предприятиях работой с персоналом занимается руководитель или сотрудник, чьи обязанности включают функции управления персоналом. Кадровая работа существенно ограничена способностями и нуждами малого предприятия. Она носит неформальный характер, и её эффективность зависит от ответственности, компетентности и личных качеств сотрудника, который ей занимается.

Как правило, на таких предприятиях технологии управления персоналом осуществляются в прерывистом режиме, по мере необходимости осуществления той или иной процедуры. Например, оформление приема на работу нового сотрудника осуществляется только после увольнения, ранее занимавшего эту должность работника.

Основными обязанностями менеджера по персоналу в предприятии малого бизнеса являются поиск, подбор, отбор и наем сотрудников с соответствующей квалификацией, определение форм стимулирования, а так же ответственность за трудовую и исполнительскую дисциплину сотрудников.

Главное отличие отбора персонала в малом бизнесе от отбора персонала в крупных фирмах – финансовая ограниченность малых предприятий и как следствие невозможность проведения дорогостоящих процедур и аналитических операций.

Единственным ресурсом организации, который оценивает квалификацию соискателя и его работу во время испытательного срока является менеджер по персоналу.

Как и в любой организации, в организациях малого бизнеса от кандидата на вакансию в первую очередь требуется резюме. Затем кандидаты с наиболее интересными резюме приглашаются на вторичный этап отбора кандидатов – собеседование.

На малом предприятии в целях экономии средств и времени часто встречаются универсальные работники, которые способны совмещать несколько должностей и вести деятельность, не предусмотренную их должностными обязанностями. Например, в сети автозаправочных станций «Ютойл», функционирующих на территории Марксовского муниципального района Саратовской области, таким сотрудником является бухгалтер. В круг её обязанностей входит не только бухгалтерский учет, но выполнение приказов руководителя, осуществление учета операций с материальными и денежными ресурсами предприятия, произведение финансовых расчетов с поставщиками, регулирование взаимоотношения с государственными фондами, руководство материально-техническим снабжением, осуществление функций управления персоналом, а так же документационное обеспечение управления персоналом.

Так как численность сотрудников в сети автозаправочных станций «Ютойл» составляет всего 19 человек, бухгалтер успешно справляется со своими обязанностями.

Оплата труда на малых предприятиях должна определяться относительно категорий персонала имеющих непосредственное влияние на конечный результат работы своего подразделения и деятельность компании в целом, то есть исходя из результатов оценки сложности работ.

Персонал работает добросовестно, когда заинтересован в результатах своего труда. На малом предприятии для мотивации сотрудников могут служить различные факторы, но не повышение в должности. Это связано с организационной структурой малых предприятий, которая, как правило, не предусматривает иерархию среди линейного персонала в силу специфики выполняемых работ. Например, в сети автозаправочных станций «Ютойл» используется линейно-дивизиональная по территориальному признаку организационная структура (рис.1).

Операторы АЗС подчиняются бухгалтеру, а бухгалтер директору предприятия. На каждой за-

правке работает 4 оператора АЗС посменно. Это система достаточно проста и эффективна на данном предприятии. В процессе работы руководитель контролирует весь процесс работы, сосредотачивая в своих руках руководство компанией.

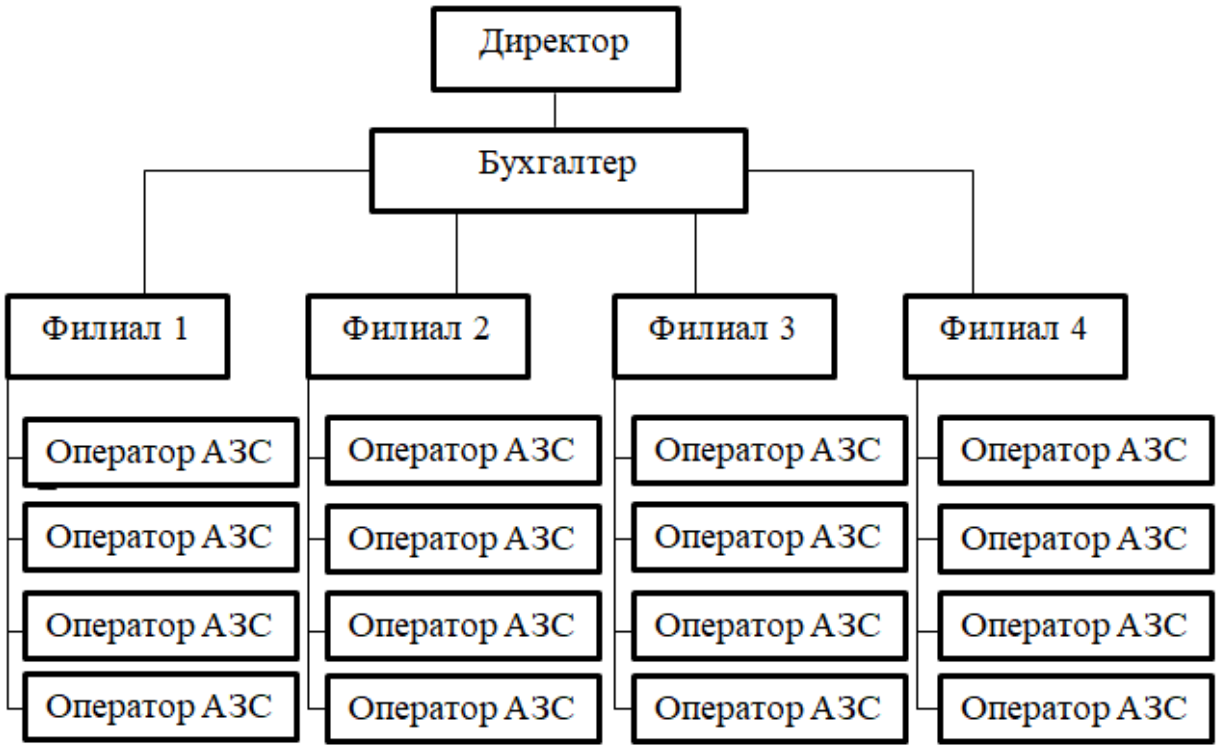


Рис.1. Организационная структура ИП Гришин Владимир Геннадиевич

Поэтому на малых предприятиях целесообразно использовать в качестве факторов мотивации заработную плату, условия труда, социальные возможности, предоставление работникам самостоятельности в их повседневной работе.

Работа в малом бизнесе в силу ряда своих специфических особенностей является привлекательной для низкоквалифицированных сотрудников. Ограниченность ресурсов малых предприятий не позволяет использовать многие инструменты управления персоналом, успешно применяющиеся в крупном бизнесе и формирующие привлекательность работы для высококвалифицированного персонала.

Создание творческой атмосферы, дух инициативы и предприимчивости является задачей, которая может быть успешно решена именно в рамках малого бизнеса при наличии у собственника внутренней убежденности в важности формирования команды, вовлечения сотрудников в процессы принятия решений.

Руководитель малого предприятия должен проявлять интерес к работе каждого сотрудника, ставя перед ним индивидуальные цели и задачи на неделю, месяц, квартал. Большинство работников имеют личные или связанные с работой проблемы, часто перерастающие в конфликты, которые могут повлиять на выполнение ими работы. На малом предприятии руководитель имеет тесные рабочие отношения с персоналом. Это дает возможность выявить трудности и проблемы на ранней стадии. Работник должен знать, что может обратиться к руководителю за помощью и советом.

Список литературы

1. Доклад о достигнутых результатах по улучшению условий ведения предпринимательской деятельности, развитию малого и среднего бизнеса и поддержке индивидуальной предпринимательской инициативы // Федеральный портал малого и среднего предпринимательства URL: http://smb.gov.ru/files/images/Doklad_Minekonomrazvitiya_za_2016-2017_gg..pdf (дата обращения:

14.03.2018)

2. Управление персоналом. Работник - самый эффективный ресурс компании : учеб. пособие / В. И. Герчиков. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 282 с.

3. Шапиро С.А, Шатаева О.В. Основы управления персоналом в современных организациях. - М.: Гросс-медиа, РОСБУХ, 2008. - 532 с.

4. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2009. – 695 с.

УДК 331

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

ХИСМАТУЛЛИНА АЛСУ МИДХАТОВНА
к.э.н., доцент
МИФТАХОВА ЧУЛПАН АЛМАСОВНА
магистрант
Нижнекамский химико-технологический институт (филиал)
ФГБОУ ВО "Казанский национальный исследовательский технологический университет"

Аннотация: Данная статья посвящена разбору основных форм и методов обучения персонала на предприятии. Здесь рассмотрены внутренние и внешние формы обучения, а также дана характеристика основных методов обучения, которые на сегодняшний день успешно применяются многими организациями.
Ключевые слова: обучение персонала; внешнее обучение; внутреннее обучение; методы обучения.

FORMS AND METHODS OF TRAINING OF PERSONNEL

Hismatullina Alsu Midkhatovna,
Miftakhova Chulpan Almasovna

Abstract: This article is devoted to the analysis of basic forms and methods of training of personnel in the enterprise. Here are considered internal and external forms of education, as well as the characteristic of the basic methods of teaching, which to date have been successfully used by many organizations.
Key words: training; external training; internal training; learning methods.

Персонал является сложнейшим объектом управления на предприятии, так как в отличие от вещественных факторов производства он одушевленный и имеет способность самостоятельно решать, критически оценивать предъявляемые к нему требования, действовать, также он имеет субъективные интересы, чрезвычайно чувствителен к управленческому воздействию, реакцию на которое сложно предугадать.

В современном мировом менеджменте характерен переход к непрерывному образованию, который обусловлен двумя важнейшими обстоятельствами:

1) требования к квалификации большинства специалистов в современных условиях возрастают настолько, что ни одно учебное заведение, из-за временной ограниченности учебного процесса, не способно сформировать эту квалификацию в полном объеме. В итоге выпускник учебного заведения, придя на работу, вынужден доучиваться, получать дополнительные знания и умения;

2) требования к квалификации специалиста в современных условиях очень быстро устаревают. Российские управленцы В.В. Травин и В.А. Дятлов, ссылаясь на результаты западных исследований, отмечают, что сегодня знаний, полученных в ВУЗе, достаточно на первые 3—5 лет работы, после чего требуется переподготовка.

Неправильный выбор форм и методов обучения, их несоответствие целям и индивидуальным характеристикам обучающихся может самым негативным образом сказаться на результатах обучения [1].

В зависимости от конечного результата обучение проводится внутри самой организации или во внешних учебных заведениях.

Обычно во внешних учебных заведениях проходит обучение новым или более углубленным навы-

кам, таким, как повышение статуса образовательного уровня или приобретение новой специальности.

Внутри самого предприятия проводят обучение при внедрении и модернизации технологий, не требующих углубленных знаний теоретического характера, повышение разрядов, а также организацию обучающих мероприятий с выездом преподавателей в компанию.

Все существующие методы обучения можно разделить на следующие три группы:

1. Традиционные методы обучения (лекции, семинары, видеообучение), наиболее часто используемые для передачи и закрепления различных знаний. Многие поколения студентов учились и продолжают учиться по сегодняшний день, получая знания во время лекций и семинаров. Тот факт, что именно эти методы обучения остаются преобладающими, доказывает их высокую эффективность.

2. Методы активного обучения – методы, которые уделяют центральное внимание практической обработке передаваемых знаний, умений и навыков. К данным методам относятся тренинги, групповые обсуждения, деловые и ролевые игры.

3. Методы профессионального обучения, к которым относят следующие:

- производственный инструктаж;
- наставничество;
- стажировки;
- ротация кадров;
- использование сотрудников в качестве ассистентов;
- подготовка в проектных группах.

Разберем подробнее данные методы обучения.

Производственный инструктаж – ознакомление работника с новыми для него условиями труда, в том числе освоение рабочего места, адаптация, овладение необходимыми знаниями. Производственный инструктаж проходит в форме разъяснения и демонстрации на рабочем месте приемов работы инструктором или сотрудником, который имеет большой опыт в данной области.

Наставничество – обучение неопытного сотрудника на примере наставника, развитие его профессиональных навыков, компетентности. Наставничество необходимо для того, чтобы:

- поддерживать и поощрять осуществление обучения сотрудника;
- передавать знания, накопленные на предприятии, нормы поведения, принятые в организации;
- раскрыть потенциал обучаемого работника.

Стажировка предполагает приобретение новых или же восстановление утраченных профессиональных навыков на рабочем месте.

Ротация кадров подразумевает получение опыта, новых знаний в сферах, смежных с областью деятельности сотрудника. Внутриорганизационные перемещения способствуют получению более четкого представления о производственном процессе, целях и задачах различных подразделений предприятия, их вкладе в общие результаты деятельности организации.

Использование персонала в качестве ассистентов основано на обучении и ознакомлении сотрудника с задачами и проблемами качественно нового порядка. При этом некоторая ответственность ложится и на самого обучающегося.

Метод подготовки в проектных группах используется, обычно в учебных целях в условиях ограниченности времени при необходимости в короткие сроки решить серьезные задачи.

Итак, такое разнообразие форм и методов обучения дает компаниям возможность выбрать наиболее подходящий для них в данный момент и при конкретных сложившихся условиях, который позволит добиться желаемых целей [2]. Таким образом, выбор форм и методов обучения должен определяться конкретными условиями, в которых функционирует предприятие, и целями, которые должны быть достигнуты в процессе обучения. Неправильный выбор форм и методов обучения может свести на нет положительный эффект от проведенного обучения. И наоборот, правильный выбор форм и методов обучения персонала может значительно улучшить психологический климат в компании, разрешить межличностные противоречия.

Список литературы

1. Грачев В. Функции службы управления персоналом организации и их систематизация // Кадровик. - 2010. - №5.
2. Дырин С. Управление персоналом: от кадрового подхода - к многоаспектном // Кадровик. - 2010. - №9.
3. Егоршин А.П., Зайцев А.К. Организация труда персонала: учебник . - М: ИНФРА-М, 2011.
4. Носырева И. Г. Современные формы и методы обучения персонала // Управление развитием персонала. – 2010. – № 1.

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ

КАРИЦКАЯ ИРИНА МИХАЙЛОВНА
Доцент кафедры
РЕЗВУХИН ГЛЕБ ИВАНОВИЧ
Студент
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» («НГУЭУ»)

Аннотация: В данной статье проанализированны особенности рекламы в Японии, её характерные черты, сравнение рекламы в Японии и других странах.
Ключевые слова: Реклама, Япония, Международный маркетинг.

FEATURES OF ADVERTISING IN JAPAN

Karitskaya Irina Mihaylovna,
Rezvukhin Gleb Ivanovich

Abstract: This article analyzes the features of advertising in Japan, its characteristics, comparison of advertising in Japan and other countries..
Key words: Advertising, Japan, International Marketing.

Несмотря на огромное влияние запада на современную Японию, стратегия создания рекламы и продвижения бренда отличается от западного варианта. Исторически сложилось, что после открытия границ в 50-е годы цена была основным фактором при выборе товара, но недолго. Со временем японцы стали отдавать предпочтение качеству предлагаемой продукции. Как всем известно, гарантией качества товара является компания производитель, которая вкладывает деньги в научные разработки. Западная система рекламы не подходила Японии именно по этой причине – в Америке очень часто никто или не знает или не уделяет внимание тому факту, кто произвёл то или иное наименование. Это совершенно не подходило для японцев того времени.

В Японии основной характеристикой потребительского менталитета является то, что каждый стремиться купить вещь лучшего качества для улучшения благосостояния. На сегодняшний день цена уже не является определяющим фактором при выборе товара, но качество выпускаемой продукции имеет большое значение. Например, постоянный спрос на качественную мебель заставляет производителей постоянно улучшать свою продукцию и предлагать усовершенствованные варианты. Поэтому процесс рекламы товара соответствует потребительскому спросу.

Специалисты по рекламе и брендингу уже давно поняли, что компаниям невыгодно создавать бренды отдельных товаров, если они имеют небольшой срок годности, так как рынок не очень любит новинки. Если фирме повезло, и она смогла зарекомендовать себя качественной продукцией, то лучшим решением будет продавать другие товары под тем же самым брендом.

Японские компании уже давно отказались от рекламы отдельных брендов и ввели системы «дополнительного» бренда. Например, известная компания Sony известна во всём мире, но также она занимается продажей различных товарных знаков – Sony walkman или Sony Trinitron. Как вы уже поняли, в Японии любят стабильность и качество и если они уже доверили свои деньги одной компании, то вряд ли сменят её на какой-нибудь новый бренд, даже если его реклама будет висеть на каждом углу. К тому же, если качество предлагаемого товара высокое, то только в этом случае у него будет шанс быть

востребованным. По этой причине пытать продвинуть на рынке Японии некачественный и дешёвый товар будет крайне сложно. Может быть, по этой причине их уровень жизни отличается от некоторых стран? Японская реклама в корне отличается от рекламы, снимаемой европейцами.

Как всем известно, реклама делается для того, чтобы поднять продажи. Именно поэтому в последнее время можно наблюдать тенденцию стандартизации рекламы от рекламодателей мировых брендов. Получается, что целью рекламного бизнеса становится производство рекламы, которая удовлетворяет как можно больше людей.Это помогает расширить аудиторию, получить максимальное количество прибыли. Идеальным примером такого тренда является направление рекламного производства в США. Их рекламу можно смело назвать международной, так как определенных характерных черт в ней нет. Ее мы и будем сравнивать с рекламой в Японии.

Анализируя устремленности международного маркетингового рынка и обращаясь к исследованию Charles R. Taylor & Shintaro Okazaki1, которые довольно подробно описали в своей работе теорию глобальной потребительской культуры (*Global Consumer Culture Theory2*), можем выявить ряд особенностей, выделяющих японскую рекламу среди других. Мы не будем слишком глубоко вдаваться в подробности связи культуры и рекламы, а также их влияния друг на друга, иначе эту статью вам пришлось бы читать не один час, но вот некоторые черты:

- В Японии, зачастую, в рекламных роликах название бренда и сам продукт показывают значительно позже, упоминают и показывают реже.
- Простой, прямой подход и навязчивость не работают так же хорошо, как в Америке. Главным является эмоциональных подход к зрителю, укрепление доверия, понимания, создание приятной атмосферы.
- Добиться этого можно с помощью рассказа интересной истории, заставляющей зрителя чувствовать себя более комфортно. Огромное внимание уделяется мелочам, которые можно не заметить при первом просмотре.
- Высокая степень индивидуализма. В Японии глобальных трендов не придерживаются настолько сильно как в США.
- Не боятся японские рекламные агентства применять методы, которые могут шокировать людей. В остальных же частях света реклама, которая шокирует людей, может плохо повлиять на продажи продукта.
- Новаторство и креативность — ключ к успеху. Не стоит забывать, что японский рынок рекламы перенасыщен, поэтому, придумывая новый пиар-ход, жителям Страны Восходящего Солнца приходится перенаправлять все свои силы на создание уникального образа, который останется в памяти людей. Стремление сохранить национальную самобытность и индивидуальность так же остается главной особенностью японской рекламы.
- Абсурдные, смешные, нереалистичные сюжеты часто показывают для разряжения атмосферы и развлечения слушателя. Япония — нация трудолюбивая, поэтому можно с легкостью представить, откуда появляются темы супергероев, танцующих людей и поющей еды. Нередко в рекламе присутствуют популярные герои видеоигр (например Mario) или персонажи аниме.
- Средняя продолжительность рекламного ролика в Японии — 15 секунд. Многие считают, что японская реклама имеет четко выраженные связи с другим жанром — хайку. Эти древние поэтические произведения длиной в одну-три строки необычайно красивы и полны символизма.

Отвечая на вопрос:

“Почему японская реклама такая странная?”

Можно сказать, что основными причинами этому являются:

1. неподготовленность зарубежного зрителя
2. уникальность рекламной среды Японии и ее менталитета
3. множество различных условий (политические, экономические и социальные, география)

Список литературы

1. Модестов С. Рекламный бизнес в Японии // Деловой мир. – 2015. – № 3. – С. 125-144.
2. Кавакацу Хисаси.Уэхата Такэси. Кококу но котога вакару хон (Книга для понимания объекта рекламы). Токио: Санно Дайгаку Сюппан Бу, – 2017. – 132 с.

© Г.И Резвухин, И.М Карицкая, 2018

УДК 330

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ С УЧЕТОМ СПЕЦИФИКИ РЫНКА

ДУПЛЕНКО НАТАЛЬЯ ГЕННАДЬЕВНА
К.э.н., доцент
МОЗОЛЬКОВА ТАТЬЯНА ВИКТОРОВНА,
ГОНЧЕНКО ВАДИМ ЮРЬЕВИЧ
Магистранты
Балтийский Федеральный Университет им. И. Канта

Аннотация: В данной статье обоснована необходимость учета особенностей специфики рынка при разработке комплекса маркетинговых коммуникаций, приведены примеры использования средств маркетинговых коммуникаций на предприятиях, действующих на рынке платных медицинских услуг, а также услуг мобильной связи
Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, маркетинг, особенности маркетинговых коммуникаций, комплекс маркетинговых коммуникаций.

DEVELOPMENT OF MARKETING COMMUNICATIONS TAKING INTO ACCOUNT THE SPECIFICS OF THE MARKET

Duplenko Natalya Gennadyevna,
Mozolkova Tatyana Viktorovna,
Gonchenko Vadim Yurievich

Abstracts: This article substantiates the need to take into account the specifics of the market in developing a set of marketing communications, gives examples of the use of marketing communications tools at enterprises operating in the market of paid medical services, as well as mobile communication services.
Key words: marketing communication, features of marketing communications, a complex of marketing communications.

Маркетинговые коммуникации компании можно определить как «совокупность информационных сообщений, которые она распространяет среди целевой аудитории».

Основным видом деятельности компании ПАО «Мобильные ТелеСистемы» является предоставление услуг подвижной связи населению нашей страны. Касательно сим-карт, рынок представляет собой неограниченное число пользователей услугами сотовой связи, географически рассредоточенных по всей территории области. [12, с.40] Персональные продажи в этом случае не подойдут, так как будут слишком велики, для таких рынков имеет смысл экстенсивного использования рекламы. Ситуация же с продвижением спутникового телевидения немного отличается. Целевой аудиторией МТС являются жители частных домов, не имеющие возможность подключения к кабельным провайдерам. Рынок стано-

вится целевым. Этот факт намного сокращает число потенциальных пользователей и также дает возможность наметить территориально их местонахождение.

Первоначальной целью продвижения является информированность рынка о продукте. Для этого, как нельзя кстати идеально подходят уже используемые компанией средства массовых коммуникаций. Кроме того, также было отмечено ранее, рынок уже занят, а это значит, что необходимо дополнить существующие коммуникации инструментами, которые помогут расположить пользователей конкурентов на нашу сторону и переманить их. Для этого обычно используются каналы, способные найти «боли» пользователей и предложить устранение их проблем, а также отработать возражения и обзавестись доверием. [1, с. 168]

Спутниковое телевидение от МТС предоставляет свыше 190 каналов, 35 из которых в HD-качестве. В продаже представлены 2 комплекта: линейный и интерактивный. Их основное отличие заключается в том, что интерактивный комплект имеет функцию управления эфиром: пауза, перемотка, просмотр телепередач за последние 48 часов и прочее. Клиент имеет возможность купить комплект, приобрести в рассрочку или взять его в аренду. Тарелка в комплект не входит, а приобретается отдельно. Также РТК осуществляет услуги по монтажу и настройке оборудования. Продукт имеет несколько вариантов для продажи в зависимости от выбора комплектации, дополнительного оборудования и услуг по осуществлению монтажа и настройке спутникового оборудования. В таком случае, высокую степень важности имеют личные продажи для того, чтобы помочь определиться клиенту с выбором оптимального для него пакета услуг. [3, с. 98]

Отличительная особенность спутникового ТВ от других способов вещания – это высокая первоначальная стоимость комплекта ТВ и установки, которую должен заплатить клиент. Реклама больше применяется для дешевых товаров и услуг, в этом же случае лучше подойдут личные продажи, не смотря на высокие затраты на контакт, ведь потенциальные потребители не только покупают оборудование за высокую стоимость, но и принимают решение быть абонентами МТС долгое время, уплачивая абонентскую плату, поэтому им необходимо предоставить исчерпывающую информацию о продукте. Самое главное, что в этом случае, МТС не только может себе позволить высокие затраты на маркетинговые коммуникации на каждого клиента, но это будет целесообразно и верно, так как каждый клиент принесет высокий первоначальный доход, а также будет его генерировать еще продолжительное время, пользуясь услугами и перечисляя денежные средства в виде абонентской платы. [11, с.102]

Продукты мобильной связи МТС находятся на стадии «Дойные коровы», которые приносят для компании стабильный и высокий доход, который необходимо использовать для других продуктов компании. Одним из таких продуктов является Спутниковое ТВ от МТС, вывод которого на рынок произошел в начале 2016 года, с тех пор продукт показывает хороший результат по темпам роста и находится на стадии «Дикие кошки» и является одним из приоритетных продуктов компании. [5, с.4]

Использование маркетинговых коммуникаций с учетом специфики рынка мы рассмотрим на примере Клинико-Диагностического Центра БФУ. им. И. Канта. Как показало проведенное нами исследование, коммуникационная политика КДЦ БФУ им. И. Канта не развита. Связь между клиникой и потенциальными и реальными клиентами очень слабая. В данном случае целями продвижения КДЦ БФУ им. И. Канта станет привлечение новых клиентов посредством распространения информации о клинике и ее акциях, направленных на потенциальных клиентов, а также увеличение количества постоянных клиентов и их удержание, добиться этой цели можно путем введение карт лояльности. К тому же, одна из важнейших целей – работа с юридическими лицами, то есть привлечение новых корпоративных клиентов для сдачи оборудования в аренду, проведения профессиональных осмотров, выдача медицинских справок о здоровье, сотрудничества с другими клиниками о направлении пациентов в КДЦ для проведения определенных видов диагностики; работа с имеющимися постоянными клиентами, поиск взаимовыгодных условий для работы с юридическими лицами. [2, с.45]

Зачастую качество оказанных услуг зависит от многих факторов: от персонала, уровня квалификации специалистов, быстроты обслуживания, оборудования. Именно поэтому очень сложно контролировать качество оказания услуг. Так, в одном и том же медицинском учреждении один врач может быстро и качественно оказать помощь и поддержку, а другой может грубо вести себя с пациентами.

Даже качество обслуживания одним специалистов может изменяться из-за плохого самочувствия или настроения в процессе работы с каждым пациентом. Поэтому необходимо совершенствовать такое средство маркетинговых коммуникаций, как личные продажи. Для объективного контроля процесса обслуживания следует принять следующие меры:

– привлекать опытных специалистов, которые повышают свой уровень квалификации, обладают современными методами диагностики и лечения и могут найти подход к каждому пациенту, изучение техник личных продаж;

– регулярно отслеживать обратную связь, отзывы и жалобы потребителей, проводить исследования степени удовлетворенности пациентов, корректировать политику компании в соответствии с замечаниями клиентов.

Одним из ключевых факторов успеха КДЦ является справедливая цена, определяющаяся как соотношение «цена-качество», данная цена ниже среднерыночной. Низкая стоимость услуг является одним из основных факторов при выборе клиники клиентом B2B для проведения групповых медосмотров и предоставления оборудования в аренду. Здесь необходимо предложить мероприятия по совершенствованию личных продаж. [7, с.49] В рамках коммуникационной стратегии наиболее подходящими будут следующие инструменты: теле-маркетинг, личные продажи и e-mail-рассылка. Необходимо определить целевую аудиторию в данном предложении. Для этого производится отбор следующих организаций, работающих в сферах, где необходимо прохождение медкомиссии ежегодно, что позволит заключить долгосрочные контракты. [6]

Возможность использования партизанского - малобюджетного – маркетинга. А именно, подключение к рекламной деятельности КДЦ студенческого самоуправления БФУ им. И. Канта. Можно создать коммуникационную программу, с помощью которой другие студенты будут информированы о КДЦ с помощью сарафанного радио.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что при реализации маркетинговой деятельности следует учитывать специфику рынка.

Список литературы

1. Дэй, Д. Организация, ориентированная на рынок. Как понять, привлечь и удержать ценных клиентов. /Д. Дэй. – Эксмо, 2008. – 304 с.
2. Демченко, А. Маркетинговые инновации в условиях кризиса/Демченко А.// Маркетинг. – 2009.– №01. – С. 44-50.
3. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. М.: Дело и сервис, 2011. 336 с.
4. Голубкова Е.Н. Природа маркетинговых коммуникаций и управление продвижением товара // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. № 4.
5. Деева Е.М Реклама и продвижение товаров// Маркетинг. – 2012. - №5. С. 3-14.
6. Дерюгина С. Комплекс маркетинговых коммуникаций: элементы, их формы и содержание // Сайт «Энциклопедия маркетинга». 2014 URL: http://www.marketing.cfin.ru/read/article/a44.htm.
7. Джоунс Дж.Ф. Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации. М.: Вильямс, 2008. 315с.
8. Карасик И.М. Развитие методики оценки экономической эффективности комплекса средств маркетинговых коммуникаций // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2012. № 2. С. 159-162. Сайт электронной научной библиотеки eLibrary, URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=17732730
9. Климова Э.Н. Пятова Е.Ю. Пути совершенствования системы клиентского сервиса // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: материалы Международной научно-практической конференции. 2013. с. 136.
10. Кобец, Е. А. Организация сбытовой деятельности Учебное пособие. Казань: Изд-во КГУ, 2009, 365с.

11. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Новое знание, 2012. 526 с.

12. Метелева Ю. А. Маркетинговые коммуникации. Правовое регулирование. М.: Статут, 2008. 144 с. 39–46.

УДК 330

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЭЛЕКТРОСТАЛЬ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

СУХАРНИКОВА ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА

студент
ФГБОУ ВПО «Российский государственный социальный университет»

Аннотация. Социально-экономическое развитие территории во многом зависит от имеющегося инвестиционного потенциала, эффективности деятельности местной администрации по раскрытию данного потенциала и способности привлекать инвестиционные ресурсы для реализации муниципальных проектов. В данной статье рассмотрен опыт Администрации г.о. Электросталь по реализации основных направлений инвестиционной политики муниципального образования.
Ключевые слова: муниципалитет, местная администрация, план социально-экономического развития территории, инвестиционный потенциал, инвестиционная политика.

ACTIVITY OF THE ADMINISTRATION OF THE CITY DISTRICT OF ELECTROSTAL ON ATTRACTING INVESTMENTS FOR IMPLEMENTATION OF MUNICIPAL PROJECTS

Sukharnikova Elena Sergeevna

Annotation. The socio-economic development of the territory depends to a large extent on the available investment potential, the effectiveness of the local administration's efforts to disclose this potential and the ability to attract investment resources for the implementation of municipal projects. In this article, the experience of the Administration of the city of. Elektrostal for the implementation of the main directions of the investment policy of the municipality.
Key words: municipality, local administration, plan for social and economic development of the territory, investment potential, investment policy.

Реализация планов социально-экономического развития г.о. Электросталь, а также отдельных целевых программ, действующих на территории округа, требует привлечения инвестиций в запланированном объеме и из различных источников. Интерес муниципальной власти к привлечению инвестиций на свою территорию обусловлен не только необходимостью решения конкретных задач каждого инвестиционного проекта или муниципальной программы. Привлечение инвестиций на территорию муниципального образования обеспечивает дополнительную занятость населения и пополнение местного бюджета. Деятельность органов местного самоуправления по привлечению и наиболее эффективному использованию средств, вкладываемых на территории муниципального образования, составляет суть окружной инвестиционной политики.

На состояние и развитие инвестиционной деятельности муниципалитета оказывают влияние

объективные факторы, составляющие инвестиционный потенциал данной территории и представляющие определенный интерес для инвесторов, и субъективные, которые зависят от деятельности местной власти по раскрытию этого потенциала и привлечению инвестиций на свою территорию.

Объективно сегодня г.о. Электросталь - это интенсивно развивающийся город, крупный промышленный, культурный и спортивный центр, занимающий площадь 135,37 кв. км и расположенный в 52 км от Москвы и 38 км от МКАД. Г.о. обладает мощным промышленным потенциалом - на территории города работают крупнейшие в России предприятия по производству ядерного топлива, высококачественной стали, тяжелого машиностроения и химической продукции, развиваются малый бизнес, инженерно-коммунальная инфраструктура и социальная сфера. Среди конкурентных преимуществ г.о. Электросталь можно также назвать стабильный рост численности и высокую долю (более 58%) трудоспособного населения округа, удобное транспортно-географическое положение, непосредственную близость города к федеральным и региональным трассам, высокую долю работников с высшим и средним специальным образованием.

Администрация г.о. Электросталь проводит активную инвестиционную политику на подведомственной территории, информирует активных предпринимателей и потенциальных инвесторов об инвестиционном климате на территории округа, свободных производственных площадях и земельных участках. Городской округ Электросталь открыт для сотрудничества с инвесторами по всем видам деятельности во всех сферах муниципальной экономики, а администрация в целях расширения инвестиционной деятельности делает ставку на поддержку эффективного предпринимателя. На сайте Администрации создан Инвестиционный Паспорт округа, который в доступной форме оповещает всех заинтересованных пользователей о наличие свободных производственных площадей и земельных участков на территории г.о. Электросталь, которые могут заинтересовать потенциальных инвесторов и привлечь дополнительные инвестиционные ресурсы в муниципалитет.

В целях реализации задач муниципальной инвестиционной политики в г.о. Электросталь с 23.04.2014 года создан и действует МКУ «Департамент по развитию промышленности, инвестиционной политике и рекламе», состоящий из трех отделов. В области инвестиционной деятельности сотрудники департамента решают весь круг задач, направленных на повышение инвестиционной привлекательности, содействие организации и реализации инвестиционных проектов, развитие инновационной сферы, инфраструктуры и конкурентоспособности территории городского округа Электросталь.

Системообразующими предприятиями г.о. Электросталь являются старейший в городе ПАО «Машиностроительный завод», который положил начало становлению города Электросталь, АО «Металлургический завод Электросталь», ОАО «Электростальский завод тяжелого машиностроения», ОАО «Электростальский химико-механический завод имени Н.Д. Зелинского», АО «ЭНПО «Неорганика». Ведущие предприятия города проводят активную инвестиционную политику и осуществляют инвестиции не только в расширение производственной базы, но и в развитие социальной инфраструктуры округа.

В 2017 году на АО «МЗ «Электросталь» была практически завершена реализация масштабной инвестиционной программы, в рамках которой введены в эксплуатацию комплекс глубокого передела специальных сталей и сплавов, инструментальный цех, новые агрегаты в сталеплавильных и передельных цехах, что позволило увеличить занятость и доходы местного населения.

По мнению Администрации г.о. Электросталь привлечение инвестиций в экономику и социальную инфраструктуру лежит в основе развития городского округа. Основными механизмами привлечения инвесторов и создания благоприятного инвестиционного климата в округе являются открытость муниципальной власти, отсутствие административных барьеров, подбор и адаптация инвестиционных площадок для реализации инвестиционных проектов, развитие государственно-частного партнерства.

Законодательная база, положенная в основу разработки и реализации муниципальных проектов в г.о. Электросталь, и позволяющая осуществлять активный поиск и привлечение инвестиций, включает:

- Бюджетный кодекс Российской Федерации;

- постановление Администрации городского округа Электросталь от 27.08.2013 №651/8 «Об утверждении Порядка разработки и реализации муниципальных программ Администрации городского

округа Электросталь Московской области» (последняя редакция);

- решения Совета депутатов городского округа Электросталь «О бюджете городского округа Электросталь Московской области на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов».

На территории г.о. Электросталь в последние годы действует 15 муниципальных программ. Объемы финансирования и их фактическое выполнение в разрезе источников за последние три года представлены в таблице 1.

Средства муниципального и областного бюджета увеличиваются стабильно. В 2017 году темпы прироста средств, выделенных из бюджета Московской области, увеличились более значительно. В 2017 году наблюдается прирост средств, полученных из Федерального бюджета и значительное сокращение внебюджетных источников.

Таблица 1

Финансирование муниципальных программ г.о. Электросталь в 2015-2017 гг.

Год	Источник финансирования	Объем финансирования	Профинансировано (тыс.руб)	Процент финансирования	Фактическое выполнение (тыс. руб.)	Процент выполнения
2017	Средства Федерального бюджета	253 863,60	238 651,09	94,01%	238 556,78	93,97%
	Средства областного бюджета	2 898 079,91	2 762 459,46	95,32%	2 762 459,46	95,32%
	Средства муниципального бюджета	1 941 583,06	1 876 564,45	96,65%	1 869 606,66	96,29%
	Внебюджетные источники	1 670 306,93	526 083,10	31,50%	525 833,10	31,48%
	ВСЕГО	6 763 833,50	5 403 758,10	79,89%	5 396 456,00	79,78%
2016	Средства Федерального бюджета	44 277,30	8 458,46	19,10%	8 458,46	19,10%
	Средства областного бюджета	2 198 501,11	1 903 636,61	86,59%	1 898 818,80	86,37%
	Средства муниципального бюджета	1 787 438,11	1 661 277,75	92,94%	1 658 791,66	92,80%
	Внебюджетные источники	3 314 729,00	3 095 919,40	93,40%	3 095 690,77	93,39%
	ВСЕГО	7 344 945,52	6 669 292,22	90,80%	6 661 759,69	90,70%
2015	Средства Федерального бюджета	25 311,51	25 274,12	99,85%	25 035,33	98,91%
	Средства областного бюджета	1 777 763,11	1 671 770,21	94,04%	1 670 481,02	93,97%
	Средства муниципального бюджета	1 573 880,38	1 520 958,22	96,64%	1 520 120,06	96,58%
	Внебюджетные источники	2 646 008,00	2 527 690,64	95,53%	2 527 692,64	95,53%
	ВСЕГО	4 617 878,17	4 400 573,59	95,29%	4 401 606,74	95,32%

Структура источников финансирования муниципальных программ в динамике представлена на рисунке 1. Из представленных данных видно, что в динамике происходит изменение структуры источников финансирования.

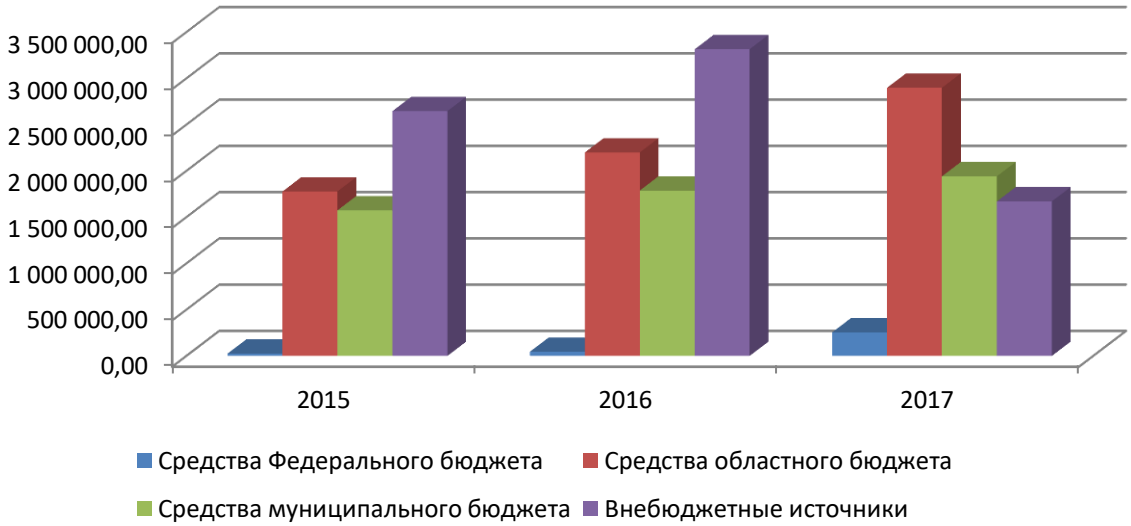


Рис. 1. Динамика источников финансирования муниципальных программ г.о. Электросталь, тыс. руб.

Основная доля инвестиций в основной капитал (80-85%) приходится на крупные и средние предприятия городского округа.

На территории г.о. Электросталь созданы крупные индустриальные парки, готовые предоставить свои площади и инфраструктуру для развития бизнеса и вливания инвестиций частного сектора в развитие муниципального округа, информация о которых размещена на всех доступных источниках информационных ресурсов Администрации.

Индустриальный парк «ПРОМИНВЕСТ» – это современный комплекс общей площадью 17 га с готовыми производственными и складскими площадями, развитой инфраструктурой и необходимыми коммуникациями для размещения производства, имеет тип «brownfield» и транспортные пути.

Индустриальный парк «ЭЛКО» создан на базе действующего торгово-производственно-складского центра, включающего объекты индустриальной недвижимости, инженерную инфраструктуру и перспективные участки застройки. Имеет тип «brownfield» и общую площадь 16 га. Площадь производственных помещений составляет 24 400 кв. м. Комплекс имеет также железнодорожные подъездные пути.

Торгово-складская база ОАО “КОНТРАКТ” занимает площадь 20 га, на которой расположены складские и производственные помещения и сооружения общей площадью свыше 90 000 кв. м. База имеет офисные, отапливаемые и неотапливаемые, а также бытовые помещения, которые могут быть использованы под производство, складирование или аренду.

Во всех индустриальных парках в наличие газопровод, водопровод, электроснабжение, транспортные и ж/д пути.

Производственный корпус, на базе предприятия АО «ЭНПО «Неорганика» общей площадью 12464 кв. м. имеет также зал для конференций, рассчитанный на 250 посадочных мест, пассажирский и грузовой лифты. Свободные площади ОАО «ЭХМЗ им. Н.Д. Зелинского» под производство или аренду составляют более 13 500 кв. м.

С апреля 2017 года ведётся плановая работа по созданию индустриального парка с рабочим названием «МЕТТАЛУРГ» на базе старо-промышленных площадок двух системообразующих предприятий (ОАО «ЭЗТМ» и АО «МЗ «Электросталь»). Индустриальный парк имеет тип «brownfield» общей площадью 38,07 га. Площадь производственных помещений составляет 17 630 кв. м. Еще одним плюсом индустриального парка «МЕТТАЛУРГ» является наличие вертолетной площадки.

Годовой объем инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования по городскому округу за 2016 год составил 6,09 млрд. рублей. Основная доля, около 5 млрд. рублей, приходится на крупные и средние предприятия городского округа. Инвестиции в строительство жилья за 2016

год составили – 1,5 млрд. рублей.

В течение 2017 года на территории городского округа были реализованы инвестиционные проекты на сумму более 630 млн. рублей. Наиболее значимые из них:

- модернизация и реконструкция существующего производства на предприятии ООО «Элемаш-СТП»;
- строительство производственно-складского комплекса по производству нержавеющих труб и полотенцесушителей (ООО "Терминус");
- строительство цеха сборки оборудования АСУТП (ЗАО "Тране Текникк").

Объём привлеченных инвестиций в основной капитал за счёт всех источников финансирования в 2017 году составил – 5,7 млрд. рублей. Снижение объёма инвестиций по сравнению с 2016 годом обусловлено завершением реализации нескольких крупномасштабных проектов:

- модернизация и техническое перевооружение действующего производства АО «Металлургический завод «Электросталь»;
- реконструкция теплоснабжения ОАО «Электростальский завод тяжелого машиностроения».

В прогнозируемом периоде ожидается рост инвестиций в основной капитал за счет реализации инвестиционных проектов ООО «Агрокомплекс «Иванисово», расположенного на территории сельского поселения Стёпановское.

Практика показывает, а структура источников инвестиций муниципальных программ подтверждает, что вопросы регулирования инвестиционной деятельности муниципалитета сосредоточены в структурах региональных властей, а не на муниципальном уровне, что усложняет работу Администрации г.о. Электросталь по привлечению инвестиций в развитие муниципального образования.

Список литературы

1. Официальный сайт городского округа Электросталь. Режим доступа: http://electrostal.ru.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330

ВОЗМОЖНОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ВЫХОДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ

АГАФОНОВ АЛЕКСАНДР СЕРГЕЕВИЧ
Магистрант
Российский Университет Кооперации

Аннотация: В статье выделены понятие, функции мирового финансового рынка и определена его структура. Также обозначены внешние и внутренние проблемы выхода российский предприятий на международный рынок. Приведены несколько правил, рекомендуемых для российских предприятий к применению для успешного выхода на международный рынок. На примере валютного рынка выделены возможные перспективы развития российских предприятий.
Ключевые слова: международный рынок, финансовый рынок, валютный рынок, девальвация рубля

OPPORTUNITIES AND DIRECTIONS OF THE OUTPUT OF RUSSIAN ENTERPRISES ON INTERNATIONAL FINANCIAL MARKETS

Agafonov Alexander Sergeevich

Abstract: The article singles out the concept, functions of the world financial market and defines its structure. External and internal problems of Russian enterprises entering the international market are also indicated. Several rules are recommended for Russian enterprises to be applied for a successful entry into the international market. On the example of the foreign exchange market, possible prospects for the development of Russian enterprises are outlined.
Key words: international market, financial market, foreign exchange market, devaluation of the ruble

В условиях глобализации мировой экономики, что способствовала быстрому распространения новых технологий на рубеже XX–XXI веков в функционировании народного хозяйства происходят постоянные движения финансовых средств, капитала, ценных бумаг, что проявляются в повышении эффективности национального рынка. Однако следует отметить, что развитие национального финансового рынка на прямую связано с общими мировыми тенденциями, которые его сопровождают. Наряду с этим особое значение имеет исследование основных функций мирового финансового рынка, которые состоят в следующем:

—перелив капитала и его перераспределение;

—ускорение концентрации и централизации капитала;

—межвременная торговля, что обеспечивает снижение издержек экономических циклов;

—повышение уровня экономия издержек обращения;

—содействие процессу непрерывного воспроизводства.

По мнению С. В. Ноздрева мировой финансовый рынок имеет универсальных характер, что обеспечивает осуществление международных валютных, кредитных, расчетно-финансовых, гарантий-

ных, страховых операций, операций с ценными бумагами. Однако не смотря на огромные масштабы финансовых ресурсов в обращении, имеет много недостатков в организации системы стандартизации функционирования механизмов международных рынков и отчетности [1].

Основой расширения мирового финансового рынка является быстрое увеличение трансграничных потоков капитала между отдельными рынками, которые имеют интегрированное единое пространство.

Развитие национальной экономики в условиях интеграции в мировую экономику обусловливают необходимость серьезного и нового подхода к организации финансового рынка, который состоит из ряда секторов: инвестиционного, кредитного, фондового, страхового и валютного (рис. 1).

Рис. 1. Структура финансового рынка

В то же время однозначного подхода к определению структуры финансового рынка в отечественной литературе нет.

На сегодня финансовый рынок современной России представляет собой совокупность международных и национальных рынков.

Зарубежные эксперты выделяют как внешние, так и внутренние проблемы выхода российских предприятий на международный рынок (табл. 1).

Таблица 1

Типичные проблемы выхода российский предприятий на международный рынок [2]

Внешние проблемы	Внутренние проблемы
Высокий уровень конкуренции на международных рынках Таможенные барьеры Культурные различия Недоверие к российским предприятиям (в том числе «криминальный имидж»)	Структурные проблемы Несовершенство законодательства Несоответствие международным стандартам Отсутствие грамотной маркетинговой стратегии

В то же время, в условиях существующих санкций, возникает возможность выхода на международный финансовый рынок не крупных предприятий. Однако возможности необходимо всегда оценивать и принимать правильные решения. При этом отечественные эксперты рекомендуют придерживаться определенных правил, которые помогут небольшим компаниям выйти на зарубежные рынки:

1. Оцените потенциальные рынки и конкурентов, решите с каких стран эффективней всего начать.

Потенциал международного рынка определяется его емкостью, а именно: перспективами развития, доступностью проникновения на него иностранного предприятия без больших затрат средств и

времени. К препятствиям выхода компаний на внешний рынок являются таможенные барьеры, нетарифные ограничения, а также сложности юридического характера. Важным критерием при выборе внешних рынков является изучение интенсивности и практических приемов конкурентов.

2. Проведите сегментацию целевой аудитории и изучение landscape.

При выходе на международный рынок, необходимо учитывать цели и возможности конкретной компании. Это связано с проведением анализа фактического положения фирмы на внешнем рынке для выявляются слабых и сильных сторон деятельности и имеющиеся резервов компании.

3. Локализация контента на английский язык.

4. Маркетинг – анализ потенциальных клиентов, рекламная политика.

В сфере международного маркетинга принимаются определенные решения, связанные со спецификой выхода предприятий на зарубежные рынки, а именно: о целесообразности выхода; о методах или способах выхода на рынок; о возможностях маркетинга и др. [3].

5. Непосредственная реализация заказов.

В целом следует отметить, что выход предприятий на международный рынок требует соблюдения ряда условий: наличие соответствующих финансов, как собственных, так и привлеченных со стороны; обеспечение качества товаров, соответствующего качеству товаров компаний, являющихся рыночными лидерами; установление цен, удовлетворяющих спрос покупателей разных стран; необходима тщательная предпродажная подготовка товаров, а также послепродажное обслуживание, позволяющее закрепить клиентов; возможности компании устанавливать взаимоотношения с властями и средствами массовой информации, учитывая при этом общественное мнение.

Наиболее открытым для российских предприятий на данный момент является международный валютный рынок. Однако, чтобы эффективно функционировать на нем, необходимо обеспечить сократить темпы девальвации рубля. Так, например, для предприятий промышленного комплекса, изменение курса рубля обеспечение его стабильности способствует росту внутреннего спроса на продукцию предприятий, росту экспортного спроса, снижению себестоимости выпускаемой продукции, росту инвестиций и конкурентоспособности [4]. По официальным данным, аналитики утверждают, что дальнейшая девальвация рубля по прогнозным данным может привести к увеличению издержек производства на промышленных предприятиях на 54%, так как многие из них закупают импортное оборудование для осуществления своей деятельности.

В целом, можно сделать вывод, что при надлежащей политике регулирования со стороны государства отдельных элементов финансового рынка, российские предприятия смогут более эффективно осуществлять свою деятельность, обеспечивая развитие внешнеэкономических связей страны и позитивного внешнего товарооборота.

Список литературы

1. Ноздрев С.В. Основные характеристики международного финансового рынка / С.Н. Ноздрев // Российский Внешнеэкономический вестник. – 2013. - № 12. – С. 86-92.

2. International Business Recourses [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rpi.edu

3. Логинова Т.В. Перспективы выхода организаций на международный рынок // НАУЧНОЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ «IN SITU». – 2017. - № 3. – С. 11-14.

4. Какой курс рубля нужен российской промышленности в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.finam.ru/analysis/

УДК 339.9

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ЕЕ МЕСТО И РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

ФИЛИЛЕЕВА ОЛЬГА ЮРЬЕВНА,
СЛАСТЕНКО АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА

Студентки
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева»

Аннотация: Данная статья посвящена изучению вопроса глобализации, а именно его сущности, роли и возможных последствиях данного процесса. Изложены различные взгляды на трактовку понятия глобализация. В статье особое внимание акцентируется на положительных и отрицательных сторонах процесса глобализации. Выделяются и описываются практики различных стран, вступивших в ВТО. На основании этих данных сделаны выводы о последствиях процесса глобализации.
Ключевые слова: глобализация, ВТО, конкурентоспособность, положительные стороны, отрицательные стороны.

GLOBALIZATION: ITS PLACE AND ROLE IN MODERN SOCIETY

Filileeva Olga Yurievna,
Slastenko Anastasiya Andreevna

Abstract: this article is devoted to the study of globalization, namely its essence, role and possible consequences of this process. Different views on the interpretation of the concept of globalization are presented. The article focuses on the positive and negative aspects of globalization. The practices of various countries that have joined the WTO are highlighted and described. On the basis of these data, conclusions are drawn on the effects of globalization.
Key words: globalization, WTO, competitiveness, positive aspects, negative aspects.

В современном мире остро встал вопрос о глобализации. Глобализация, как явление, охватывает весь земной шар и оказывает влияние на все сферы деятельности государств (социальная, технологическая, информационная, инновационная сферы и др.).

Что же такое глобализация? Глобализация мирового хозяйства — относительно новое понятие, введенное в широкий научный оборот в конце 1980-х — начале 1990-х гг. XX в. До этого периода термин «глобализация» использовался преимущественно для обозначения конкретного, специфического явления в современной экономике — объединения отдельных рынков сбыта продукции крупных международных компаний и соответственно корпоративной стратегии, направленной не на освоение какого-либо одного национального или зарубежного рынка, а на действия на всех рынках, т.е. в глобальном масштабе. Так, около 20 лет назад первым автором, использовавшим этот термин, был американец Т. Левитт, который в 1983 г. в статье в «Гарвард бизнес ревю» писал о слиянии рынков отдельных продуктов, производимых крупными транснациональными корпорациями (ТНК). На рубеже 1980-1990-х гг. понятие «глобализация» приобрело новое звучание: его вслед за популяризатором данного термина, известным американским экономистом японского происхождения К. Омэ (книга «Мир без границ», 1990)

стали применять для обозначения качественно новых черт и характеристик развития мирового хозяйства, его современного состояния, отличающегося от предыдущих этапов эволюции. Относительная новизна самого объекта исследования (с начала 1990-х гг. прошло немногим более десятилетия), а также сложность и комплексность процессов, происходящих в мировой экономике, не позволили пока сложиться в большей или меньшей степени единообразному пониманию и определению процессов глобализации мировой экономики. Сохраняются различные подходы к глобализации, различные определения, трактовки содержания данного понятия и даже его временных рамок [2, с.1-2].

В одном из учебников была предложена следующая трактовка понятия глобализация: Глобализация - усиление взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер общественной жизни и деятельности в области международных отношений[3,с.49-50].

Многие исследователи считают, что глобализация – процесс формирования некоего мирового общества, выходящего за национально-государственные границы и обретающего общие экономические, политические, экологические, социокультурные и цивилизационные характеристики.

Информационные технологии, транспортные магистрали, телекоммуникации и другие технические достижения цивилизации существенно ослабили значимость географического пространства. Начала формироваться новая экономика, основанная на принципах многомерного коммуникативного пространства [1, с.9].

Глобализация возникла, во-первых, с переходом многих стран к рыночным отношениям, во-вторых, с появление единого торгового пространства, без пошлин, в-третьих, с развитием общего рынка рабочей силы, в-четвёртых, в результате объединения культурных традиций, в-пятых с развитием научно-технического прогресса, в-четвёртых, с ослаблением жесткости государственных границ, облегчение свободы передвижения граждан, товаров и услуг, капиталов.

Как любое явление и любой процесс, глобализация имеет свои положительные и отрицательные стороны. Рассмотрим каждые факторы в отдельности.

К положительным сторонам глобализации относятся:

- Развитие научно-технического прогресса, в результате которого происходят открытия и использования новых знаний и достижений в хозяйственной жизни любой страны. Благодаря прогрессу происходит развитие и совершенствование всех элементов производительных сил: средств и предметов труда, рабочей силы, технологии, организации и управления производством.
- Повышается качество товаров, которые люди во всех странах используют для удовлетворения своих потребностей. Вряд ли какому-либо человеку понравится не качественный товар, который имеет различные недостатки
- Развитие международной конкуренции. Конкуренция, в свою очередь, это стимулятор производства, чем она жестче, тем выше уровень производимой продукции. Так, Китай десятилетиями специализировался на трудоёмком производстве и экспорте дешёвых товаров. Это привело к стратегии роста, основанной на изучении, сборке и продаже самых дешёвых на планете товаров остальным странам мира. Сотни государств на планете импортируют товары и оборудование из Китая на миллиарды долларов.
- Международная торговля, выгодна каждому государству мира.
- Развивается международный туризм. Люди любого государства могут приехать в любую другую страну и ознакомиться с её достопримечательностями, культурой и бытом.
- Объединение предприятий, находящихся на разных континентах, в целях ведения общего бизнеса.

К отрицательным сторонам глобализации относятся:

- В ходе глобализации не учитываются многие национальные и климатические особенности государств. Производство той или иной продукции в одной стране может быть более не выгодным, чем в другой стране. Например, Аргентина и Бразилия снабжают весь мир мясом, этим странам это более выгодно в виду климатических условий и низкой стоимости труда, но многие традиционные скотоводческие страны оказались в затруднительном положении, и им пришлось сократить производство мяса до местного потребления или полностью ликвидировать (Дания, США).

Многие аналитики указывают на то, что в ВТО каждая страна отстаивает свои эгоистические желания и интересы. Поэтому при торговых отношениях активно используется демпинговая политика, то есть продажа товаров на иностранном рынке по пониженным ценам для вытеснения конкурентов. Тем самым во многих странах происходит разрушение промышленности, возрастает безработица и нищета.

- Все большее количество рабочих трудится неофициально.
- Более развитые страны эксплуатируют работников из стран, где более дешевый рабочий труд (развивающиеся страны: Китай, Индия, Мексика, Бразилия). Например, производители одежды в США привозят китайских работников на свои фабрики.
- В ВТО «новички» не могут оспаривать свои права и интересы при нарушении торговых отношений со «старыми» игроками. Тем самым можно сказать, что развитые и опытные страны диктуют свои условия менее развитым странам.
- Из-за снижения цены на свою продукцию, некоторые страны терпят разрушение экономики, вследствие чего снижается уровень жизни населения.
- Ухудшается экология. Мир находится на грани катастрофы: вымирают редкие животные, теплеет климат, засоряется воздух и т.д. Так например, Большое количество заводов и фабрик, обеспечивающих Китаю экономический рост, выбрасывают в атмосферу тонны отравляющих веществ. К тому же стоит учесть, что практически все ТЭЦ работают на угле - самом вредном для экологии топливе.

Итак, глобализация вполне закономерный процесс развития мира Она влияет буквально на все сферы производства, оставляя на мировой арене только самые конкурентоспособные компании. Глобализация сопровождается многими как положительными процессами (научно-технический прогресс, высокое качество товаров, увеличение производительности труда), так и отрицательными (разрушение промышленности, рост безработицы, нищеты, увеличение разрыва между развитыми и развивающимися государствами). К чему конкретно приведет процесс глобализации нельзя предсказать, однако стоит надеется, что страны всего мира придут к общему согласию и будут действовать во благо всего общества.

Список литературы

1. Арсентьева И. И. Глобализация и перспективы мирового развития // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №81. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-i-perspektivy-mirovogo-razvitiya
2. Осьмова М.Н., Бойченко А.В. Глобализация мирового хозяйства: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2006. - VIII, 376 с.
3. Рыбалкина В.Е. Международные экономические отношения: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ – 9-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 - 647 С.

УДК 330.322:338.2 (470+571)

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ПОТОК ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ

БОНДАРЕНКО АННА ДМИТРИЕВНА

студент
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет»

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные последствия введения антироссийских санкций, оказавшие влияние на приток иностранных инвестиций в российскую экономику. Проанализированы также основные особенности инвестиционного потока, важнейшие проблемы, препятствующие осуществлению иностранного капиталовложения и оказывающие негативное влияние на развитие фундаментальных отраслей российской экономики.
Ключевые слова: иностранные инвестиции, инвестиционный климат, иностранный капитал, санкционный режим, инвестиционный проект, Россия.

INFLUENCE OF SANCTIONS ON FOREIGN INVESTEMENT FLOW INTO RUSSIAN ECONOMY

Bondarenko Anna Dmitryevna

Abstract: the article examines the main consequences of the introduction of anti-Russian sanctions which influenced the inflow of foreign investment into the Russian economy. The main features of the investment flow, the most important problems impeding the implementation of foreign investment and having a negative impact on the development of the fundamental sectors of the Russian economy were also analyzed.
Key words: foreign investment, investment climate, foreign capital, sanctions regime, investment project, Russia.

Привлечение иностранных инвестиций имеет важное значение для России, поскольку они оказывают положительное влияние на экономику страны. Рациональное использование привлеченных инвестиций позволяет развивать производство, осваивать новые технологии, а также ослаблять действие экономического кризиса. В связи с этим актуальной необходимостью становится проведение исследований для выявления проблемных аспектов привлечения иностранных инвестиций и последующего устранения этих проблем. Так, появляются возможности для формирования новой качественной программы по повышению инвестиционной привлекательности Российской Федерации, что позволит увеличить приток инвестиций в российскую экономику из других государств.

На основании закона «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», иностранные инвестиции определяются как вложения иностранного капитала в объекты предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации в виде объектов гражданских прав, принадлежащих иностранному инвестору (если такие объекты гражданских прав не изъяты из оборота и не ограничены в обороте РФ), иного имущества, имущественных прав, имеющих денежную оценку исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность), а также услуг и информации [1].

Согласно Росстату, иностранные инвестиции делятся на прямые, портфельные и прочие. Прямые инвестиции – те инвестиции, которые сделаны юридическими или физическими лицами, полностью владеющими предприятием или контролирующими не менее 10% в общем акционерном капитале предприятия.

В соответствии со статьей 2 закона «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» прямая иностранная инвестиция представляет собой приобретение иностранным инвестором не менее 10 процентов доли, долей (вклада) в уставном (складочном) капитале коммерческой организации, созданной или вновь создаваемой на территории Российской Федерации в форме хозяйственного товарищества или общества в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации; вложение капитала в основные фонды филиала иностранного юридического лица, создаваемого на территории Российской Федерации; осуществление на территории Российской Федерации иностранным инвестором как арендодателем финансовой аренды оборудования, указанного в разделах XVI и XVII единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС, таможенной стоимостью не менее 1 млн руб. [1].

Осуществление прямых иностранных инвестиций (ПИИ) возможно различными способами, основными из которых являются: а) учреждение новой компании за рубежом, полностью принадлежащей иностранному инвестору; б) покупка существующих фирм за рубежом; в) создание совместных предприятий с различной долей иностранного участия, в том числе путем продажи иностранным инвесторам акций. Иногда в качестве еще одного метода прямого иностранного инвестирования выделяют франчайзинг, однако чаще его рассматривают как разновидность экспорта.

Привлечение ПИИ позволяет национальным предприятиям осуществлять сотрудничество с иностранными инвесторами в одной или нескольких перечисленных выше формах. Возможны также и другие формы сотрудничества, например, международная кооперация производства, получение иностранного оборудования на основе лизинга, получение иностранных займов. В случае лизинга и займов собственность на приобретенные с помощью иностранного капитала основные средства остается в распоряжении национальной компании, а иностранный кредитор ожидает к определенному сроку возврата заемных средств с процентами. Уместно отметить, что в соответствии с законодательством Российской Федерации, осуществление иностранным инвестором на территории нашей страны финансового лизинга определенных видов оборудования с таможенной стоимостью не менее 1 млн руб. также относят к ПИИ [1].

Портфельные инвестиции предполагают покупку акций, векселей и других долговых ценных бумаг. Они составляют менее 10% в общем акционерном капитале предприятия.

По мнению Подшиваленко, портфельные инвестиции – это вложения капитала в акции заграничных предприятий (без приобретения пакета акций), облигации и другие ценные бумаги иностранных государств, международных валютно-кредитных учреждений, а также еврооблигаций. Такие вложения осуществляются с целью получения дохода на капитал за счет повышенных льгот, изменения валютных курсов биржевых котировок. Обычно доля портфельных инвестиций невелика (как правило, 3-4%), но они играют важную роль почти для всех фирм, которые ведут международные операции. К таким инвестициям обычно обращаются для решения финансовых задач, когда корпорации переводят средства из одной страны в другую с целью получения прибыли за счет краткосрочных капитальных вложений [2, с. 35]. Главное отличие прямых инвестиций от портфельных заключается в том, что во втором случае не ставится задача получения контроля над предприятием.

К прочим инвестициям относят такие инвестиции, которые не попадают под определение прямых или портфельных. Это торговые кредиты, кредиты международных финансовых организаций, правительств иностранных государств, банковские вклады [3, с. 12].

Роль иностранных инвестиций для российской экономики значительна. Прямые иностранные инвестиции позволяют привлечь в экономику капитал и технологии, ускорить рост ВВП и модернизацию производства, повысить конкурентоспособность отечественной продукции на мировом рынке в условиях глобализации, ускорить процесс диверсификации экспорта, повысить производительность труда и улучшить организацию производства, а также снизить уровень аварийности на промышленных объектах.

Россия как страна, привлекающая инвестиции, имеет ряд особенностей. Основной инвестиционный поток в российскую экономику представлен торговыми и прочими кредитами. Торговые кредиты представляют собой активы и обязательства, возникающие в ходе торговых операций, которые являются результатом предоставления поставщиком прямого кредита покупателю. Такие кредиты связаны с обязательствами по поставке импортных товаров. Эта форма инвестиций носит рисковый характер, и может повлечь за собой отток капитала.

Еще одной особенностью является то, что в основном иностранный капитал направляется в обрабатывающие производства и отрасли, ориентированные на добычу и переработку нефти и газа, черную и цветную металлургию, пищевую промышленность и торговлю. Российской же экономике необходимо привлекать иностранный капитал в отрасли, связанные с научно-техническим прогрессом и технологиями, поскольку это позволит вывести Россию на более высокий уровень экономического развития.

Немаловажен тот факт, что привлечение западных инвестиций в российскую экономику не оказывает влияния на снижение объемов вывоза капитала из страны. Можно предположить, что под видом иностранных инвестиций в экономику страны возвращается капитал, имеющий российское происхождение, но выведенный ранее из-под налогового контроля. Такие инвестиции обычно являются ликвидными и краткосрочными, а значит рисковость их минимальна.

Особое значение занимают прямые инвестиции, которые обеспечивают доступ к финансовым ресурсам, современным технологиям, инновациям, способствуют росту экономического развития и уровня жизни граждан. Для развития потенциала российской экономики чрезвычайно важны зарубежные инвестиции в станкостроение, авиа- и судостроение, которые пока приходится модернизировать своими силами. Иностранные инвестиции нужны также для развития химической и деревоперерабатывающих отраслей, легкой промышленности, производства медицинской техники и бытовой электроники.

Привлечение инвестиций в экономику РФ связано с рядом проблем. Важнейшим сдерживающим фактором для иностранных инвесторов является достаточная закрытость информации, связанной с инвестициями, ее невысокая достоверность и недостаточная детализация. Например, Росстат публикует данные только по организациям, предоставившим статистическую отчетность и без учета органов денежно-кредитного регулирования, поэтому эти данные существенно отличаются от данных Банка России и международных организаций.

Более того, инвестиционный климат России характеризуется высоким уровнем коррупции и нецелевого использования привлеченных средств, что объясняет высокий уровень недоверия иностранных инвесторов, которым видится рисковым вложение капитала в российскую экономику.

Не менее важным фактором, негативно влияющим на инвестиционный процесс, является общемировой экономический спад. Резкое падение цен на нефть, рост инфляции, введение антироссийских санкций, ослабление национальной валюты и общее ухудшение международной политической обстановки осложнили функционирование многих отраслей российской экономики. Не стоит забывать, что во время кризиса больше всего страдают частные российские инвесторы, в основном малый бизнес, в то время как предприятия с иностранными инвестициями более устойчивы.

Приток иностранных инвестиций напрямую зависит от внешнеполитического курса государства. В настоящее время внешняя политика России претит взглядам западных партнеров, и существующий конфликт влечет за собой экономическую нестабильность и серьезный отток иностранных инвестиций, который по некоторым данным составляет 70 млрд долл.

Когда из-за введенных санкций 1 декабря 2014 года прекратилось строительство «Южного потока», представитель США акцентировал внимание на том, что причиной подобного решения Президента РФ явилось давление на Россию. Этот проект разрабатывался в целях диверсификации маршрутов поставок российского природного газа европейским потребителям и предполагал прокачку «голубого» топлива через акваторию Черного моря в страны Южной и Центральной Европы. Для того чтобы компенсировать потери, Россия переориентировала поток энергетических ресурсов на рынки Индии, Турции, Японии (потребляют около 1% российской нефти) и стран АТР (потребляют 4%) [4].

Продолжая тему санкций в области энергетических ресурсов, стоит уточнить, что европейским предприятиям запрещено предоставлять российским партнерам оборудование и оказывать услуги по

глубоководному бурению для добычи нефти и газа. К сожалению, России остро не хватает своих собственных буровых установок, способных работать на шельфе, нет специализированных судов для проведения 3D-сейсморазведки. В целом, современные технологии добычи на шельфе в России отсутствуют.

Тем не менее, на некоторые особо крупные инвестиционные проекты, связанные с добычей нефти и газа, действие санкций не распространяется. Так, крупнейший проект «Сахалин-1», предусматривающий освоение с нуля месторождений Чайво, Одопта и Аркутун-Даги, продолжает свою работу в порядке исключения. Извлекаемые запасы этих месторождений составляют примерно 2,3 млрд баррелей нефти и 485 млрд куб. м газа. На основании справки по проекту «Сахалин-1», опубликованной информационным агентством РИА Новости, в качестве инвесторов в данном проекте выступают такие гиганты, как «Эксон», доля участия которого составляет 30%, японская компания «Сахалин Ойл энд Газ Девелопмент Ко» с долей 30%, индийская компания «ОНГК Видеш Лтд.» с долей 20% и российская «Роснефть», доля которой составляет 20%.

В настоящее время на сахалинском шельфе добывается 3,3% российской нефти и 4,6% газа, производится 4,5% мирового объема сжиженного природного газа. При этом доля сахалинского СПГ в Азиатско-Тихоокеанском регионе составляет около 6%. В 2016 году компании добыли в этом регионе больше 18 млн тонн нефти. По этому показателю Сахалинская область входит в пятерку лидеров среди нефтедобывающих регионов Российской Федерации. По объему добытого газа пройдена отметка в 29,6 млрд куб. м.

С целью привлечения прямых инвестиций Россия устраняет риски и проблемы на их пути, что позволяет иностранным компаниям расширить свою инвестиционную деятельность в нашей стране. Так, в первом квартале 2017 года объём иностранных инвестиций в стране превысил 4,6 млрд долл., по сравнению с аналогичным периодом 2016 года показатель вырос в 72 раза. По Москве наблюдается отток инвестиций, по Санкт-Петербургу разница между притоком и оттоком составила 114 млн долл.

По информации, предоставленной Банком России, положительное сальдо прямых инвестиций в Сахалинскую область составило 2,15 млрд долл., что практически соразмерно инвестициям в Дальний Восток в целом. В сравнении с 2016 годом объём инвестиций вырос на 218 млн долл. Стоит отметить, что данные инвестиции направлены по большей части в реализуемые на территории области проекты нефте- и газодобычи.

Американский «Эксон» совместно с российской «Роснефтью» планировал реализацию и других инвестиционных проектов по освоению сырьевых запасов на шельфах Черного и Карского морей в 2018-2019 гг., но в конце 2017 года Министерство финансов США отказало директору «Эксон» Рексу Тиллерсону в продлении разрешения на работу в России в рамках санкционного режима. Компания оценила свои потери от вынужденного прекращения реализации инвестпроектов в 200 млн долл. На данный момент «Сахалин-1» - единственный действующий крупный проект «Эксон» в России. На него не распространяются санкции, поскольку проект не попадает под ограничения США [5].

Сложившаяся ситуация является доказательством того, что американский бизнес также стал жертвой политических игр, диктаторских методов со стороны властей. По сведениям агентства ТАСС, российская сторона в лице главы «Роснефти» Игоря Сечина заявляет, что санкции запада в отношении компании не являются законными и уместными, поскольку ее деятельность не имеет никакого отношения к экономическим и политическим событиям на Украине. Сечин также предположил, что настоящая цель западных санкций – вывести из равновесия нефтяной сектор российской экономики, в то время как Россия демонстрирует, что двери для западного бизнеса остаются открытыми. Российское агентство международной информации РИА Новости информирует о том, что, несмотря на санкционный режим, компания активно развивается: если в 2000 году «Роснефть» производила 4 млн тонн нефти в год, то сейчас ее объемы возросли до 281 млн тонн.

По данным Интерфакса, в режиме антироссийских санкций, по-прежнему, значительны иностранные вложения в добычу топливно-энергетических и минерально-сырьевых ресурсов и торговлю. Например, рост прямых иностранных инвестиций в 2016 году во многом обусловлен покупкой международным консорциумом (Швейцария, Катар) 19,5% акций «Роснефти».

В новый американский санкционный список наряду с 7 бизнесменами и 17 чиновниками попал и глава алюминиевого гиганта «РУСАЛ» Олег Дерипаска. Американской стороной был выдвинут ультиматум: санкции будут сняты, если глава компании откажется от контроля над ней. Такие действия американских партнеров можно объяснить борьбой за рынок. Целью американского лидера является, по его собственному заявлению, перезапуск замороженных производств Соединенных Штатов.

За следующую неделю после введения санкций цены на алюминий на Лондонской бирже металлов выросли на 12% - максимальный прирост с 1987 года, в то время как акции американских конкурентов «Alcoa» и «Cantury Aluminium» выросли на 14% и 8% соответственно. Цена на цветной металл «РУСАЛА» с момента введения санкций в отношении гиганта возросла на 43%.

В состоянии нынешних волнений наблюдается также резкий скачок стоимости никеля до трехлетнего максимума, что вызвало повышение индекса сырьевых товаров до самого высокого уровня с 2015 года.

По данным агентства Bloomberg, российская компания намерена осуществить сделку с китайскими партнерами, которая позволит «РУСАЛУ» покупать и продавать алюминий в Поднебесной, что в свою очередь смягчит последствия санкционного режима. В то же время американские партнеры «РУСАЛА» ищут замену металлу компании. Согласно подсчетам Morgan Stanley на «РУСАЛ» пришлось примерно 9% импорта алюминия в Соединенные Штаты. Американские конкуренты отмечают значительный уровень неопределенности в отношении глобальной цепочки поставок. В рамках санкционного режима американская Alcoa прекратит закупку бокситов у «РУСАЛА». Западные партнеры, которым поставлялось 45% алюминия компании, отмечают его острую нехватку, вызванную введенными ограничениями, а представители Брюсселя даже обратились с просьбой ослабить санкционный режим.

На фоне такой напряженности власти России допускают возможность временной национализации российского алюминиевого гиганта в качестве государственной поддержки бизнеса. В целом российская сторона считает введенные санкции незаконными, многие склоняются к тому, что данное явление можно сравнить с экономическим рейдерским захватом.

Швейцарский инвестор «Glencore» владеет 8,75% акций «РУСАЛА» и является крупнейшим покупателем (31% от продаж), однако не считает, что контракты с компанией финансово значимы, и он готов покинуть совет директоров производителя алюминия. Ранее уже покинули компанию директор одного из крупнейших французских инвестиционных банков «Natixis» Доминик Фрэс и представитель китайской «AnAn International» Чжао Гуанмин, инвестиции которого составляли 500 млн долл. – треть от общего объема привлеченных инвестиций.

Акционерами «РУСАЛА» также являются управляющий директор швейцарской «Nord Stream AG» Маттиас Варниг, представитель нидерландской «ING Eurasia» Бернард Зонневельд, представитель Гонконга Элси Льюнг, старший советник в американском банковском холдинге «Morgan Stanley» Филип Лэйдер, председатель совета директоров финансовой группы, фокусирующейся на прямых инвестициях, управлении состояниями, финансовых услугах, «GHP Group» Марк Гарбер.

Необходимость иностранного инвестирования можно объяснить потребностью в обновлении и модернизации добывающей промышленности, эффективного и безопасного освоения новых месторождений, в том числе и арктического континентального шельфа, где сосредоточены огромные запасы углеводородные запасы (до 30% мировой добычи). России также нужны инвестиции в геологоразведку, горное и нефтегазовое машиностроение, в модернизацию приборной и аналитической базы.

Подводя итог, можно отметить, что в условиях жесткого санкционного режима против многих крупных российских компаний можно ожидать шокирующий отрицательный эффект на добывающий сектор российской экономики, и, безусловно, отток прямых иностранных инвестиций. Эти две категории взаимозависимы, ведь иностранные инвестиции позволяют обеспечивать экономику новейшими технологиями, которые дают возможность осуществлять добычу природно-сырьевых ресурсов более эффективно и экономично. Бесспорно, в существующей обстановке «перекраивания» устоявшихся экономических связей, потери несут все стороны конфликта, в том числе и простые граждане, вопреки заявлениям Вашингтона.

Список литературы

1. Об иностранных инвестициях в Российской Федерации: Федеральный закон от 09.07.1999 № 160-ФЗ.
2. Подшиваленко Г.П. Инвестиции: учебное пособие / Г.П. Подшиваленко. – М.: КноРус, 2006. – 35 с.
3. Орлова Е.Р. Инвестиции: учебное пособие / Е.Р. Орлова. – М.: Омега-Л, 2015. – 12 с.
4. Кравченко Л. Экономические санкции против России: вызовы и угрозы // Центр научной политической мысли и идеологии (Центр Сулакшина). [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: http://rusrand.ru/events/ekonomicheskie-sanktsii-protiv-rossii-vyzovy-i-ugrozy (дата обращения: 22.04.2018).
5. Проект «Сахалин-1» не попадает под выход «Эксона» из предприятий в России // Новости Сахалина и Курил: сайт. Южно-Сахалинск, 2018. URL: https://sakhalin.info/news/147763 (дата обращения: 22.04.2018).

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 338.1

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ ЭКВИФИНАЛЬНОСТИ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩЕГО СВОЙСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

ЛИНЕВА ЕЛЕНА ЛЕОНИДОВНА
старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет»

Аннотация: В статье рассматриваются свойства предпринимательских структур как сложных социально-экономических систем. Определено, что свойство эквифинальности является наименее исследованным. Проведен анализ трактовки эквифинальности, уточнены основные особенности.
Ключевые слова: предпринимательская структура, свойства систем, эквифинальность системы, оптимальное сочетание.

TO STUDY THE NATURE OF EQUIFINALITY HOW THE DEFINING PROPERTIES OF BUSINESS STRUCTURES

Lineva Elena Leonidovna

Abstract: The article deals with the properties of business structures as complex socio-economic systems. It is determined that the equifinality property is the least studied. The analysis of the interpretation of equifinality, the main features are specified.
Key words: entrepreneurial structure, system properties, system equifinality, optimal combination.

Предпринимательская структура является открытой системой, состоящей из множества взаимоувязанных элементов, и подверженной влиянию различных факторов внешней среды. С целью обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур необходимо владеть информацией об особенностях и характеристиках данных субъектов хозяйствования. В большинстве работ, посвященных исследованию свойств организации как сложной социально-экономической системы, авторы большое внимание уделяют толкованию общесистемных свойств, к числу которых относят [1, 2, 3]:

- целостность, означающую зависимость каждой составляющей системы от ее места в иерархии, выполняемых функций, количества взаимосвязей внутри целого. Любое возмущающее воздействие на один из элементов системы влечет за собой изменение параметров остальных составляющих.
- эмерджентность, утверждающую, что целевые функции отдельно рассматриваемых элементов (управляемых подсистем) не совпадают с целевой функцией всей системы. Можно сказать иначе: свойства системы не сводятся к совокупности свойств ее составляющих.
- связность, которая проявляется в наличии внутренних коммуникационных связей между элементами системы с целью преобразования ресурсов в положительные результаты.

• гомеостаз – способность поддерживать значения внутренних параметров в определенном диапазоне посредством скоординированных действий, направленных на поддержание динамического равновесия системы.

Вышеперечисленные характеристики Корнаков А.Н. дополняет свойствами ресурсности, возможности самоорганизации, управляемости, интеллекта, адаптивности. При этом автор предлагает модель сложной организационно-технической системы, описываемую информационными единицами [1].

По мнению Кулева С.А. и Улезько А.В. перечисленных признаков недостаточно для системного описания организации, поэтому их следует расширить дополнительными, такими как целенаправленность, разнообразие, уникальность поведения. Особое внимание в своем исследовании авторы уделяют устойчивости системы, определяя ее специфические особенности именно для экономических систем. К таким особенностям исследователи относят возможность системы изменять свою структуру, сохраняя целостность; непредсказуемость функционирования системы при воздействиях внешних факторов; наличие в организации предельных возможностей [2].

Альтшулер А.И. и Кузнецова Ю.В. в своем исследовании отмечают, что организация является открытой системой, взаимодействующей с внешней средой, а следовательно, прежде всего это реальный объект с характерными признаками: управляемостью, социальностью, границами, структурой и желаемыми целями функционирования.

Анализируя результаты, представленные в научных трудах авторов по исследуемой тематике, отметим, что такое свойство систем, как эквифинальность упоминается достаточно редко и наименее исследовано.

Первоначально принцип эквифинальности был сформулирован в естественных науках Х. Дришем, который опытным путем установил, что независимо от возникающих отклонений развитие биоформ может приводить к одинаковым финальным результатам. Л. фон Берталанфи под эквифинальностью определял способность системы вне зависимости от заданных начальных условий и от времени достигать одного и того же конечного состояния. Указанная способность определяется исключительно параметрами самой системы, а термин эквифинальности предлагается применять лишь к открытым системам.

Более поздние исследования расширили сферу применения данного понятия, которому стало уделяться заслуженное внимание в гуманитарных и общественных науках. Для сравнения и анализа трактовку эквифинальности представим в таблице 1.

Несмотря на кажущуюся на первый взгляд общность понимания эквифинальности, при более детальном рассмотрении отмечаются отличия в формулировках данного понятия. Так, Огурцов А.П. в своем исследовании не уточняет, какими средствами достигается финальное состояние системы, но утверждает о необходимости наличия движения, хода развития системы [3]. В современном экономическом словаре также не уточняется, с помощью каких ресурсов возможен успех компании в однотипных условиях [4]. Авторы Брянцева Л.В., Калач А.В. при рассмотрении эквифинальности указывают на стремление системы к предельному или максимально допустимому состоянию. Тем самым предопределено, что исследуемая категория может наблюдаться только при достижении системой наивысших результатов. Таким результатом может являться производственная мощность предпринимательской структуры, которая определяет максимально возможный объем производства товаров (работ, услуг) при полной загрузке ведущего оборудования с учетом передовых технологий и использования производственных площадей [5]. Силантьев А.В. наоборот указывает на предельные возможности самой системы, при этом автор исследует эквифинальность применительно к транспортно-логистическим системам и делает акцент на подверженности внутреннего потенциала системы минимальным временным изменениям [6].

Таблица 1

Подходы к определению сущности понятия «эквифинальность»

Автор	Сущность понятия
Огурцов А.П.	Процесс перехода при разных начальных условиях в одно и то же финальное состояние, наличие различных путей и разных начальных условий при достижении одного и того же конечного состояния.
Альтшулер А.И., Кузнецова Ю.В. Брянцева Л.В., Калач А.В.	Способность или предрасположенность сложной системы, определяемая исключительно ее внутренними параметрами, к достижению некоторого предельного состояния, не зависящего от внешних условий и конъюнктурных ожиданий.
Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.	Определяют эквифинальность в менеджменте как существование различных путей к достижению успеха в одной и той же ситуации
Силантьев А.В.	Предельные возможности систем определенного класса сложности, которые определяются внутренним потенциалом системы.

На наш взгляд, важной составляющей наряду с фактором времени в определении эквифинальности являются внутренние параметры самой системы. Для предпринимательской структуры основным параметром выступает совокупность ресурсов, которыми она располагает: материальные, финансовые, трудовые, информационные и др. Для достижения эквифинальности системы необходимо обеспечить оптимальное сочетание использования имеющихся ресурсов. Поэтому управление ресурсами должно осуществляться менеджментом предпринимательской структуры комплементарно с применением различных управленческих, производственных, коммуникационных технологий. Разработка механизма достижения эквифинальности будет способствовать повышению устойчивости и сохранению конкурентоспособности предпринимательской структуры в современных условиях хозяйствования.

Список литературы

1. Корнаков А.Н. Модель сложной организационно-технической системы// Перспективы Науки и Образования. – 2015. - №2(14). – С.44-50.
2. Кулев С.А., Улезько А.В. К вопросу о целостности социально-экономических систем // Научный журнал КубГАУ. – 2015. - №112(08).
3. Огурцов А.П. Системный анализ науки: идеи эквифинальности и человекоразмерности // Эпистемология и философия науки. - 2013, т.XXXVII. - № 3. - С.190-204.
4. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 2 е изд., испр. - М.: ИНФРА М, - 1999. - 479 с.
5. Брянцева Л.В., Калач А.В. Методологические основы управления развитием организации как социальной системы // Научный электронный журнал «Вестник СПбУ ГПС МЧС России». – 2014. - №3.
6. Силантьев А.В. Теоретические подходы к оценке влияния эквифинальности на трансформацию транспортно-логистических систем // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. - № 1.

УДК 338.48(574)

ОСОБЕННОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

МАМРАЕВА ДИНАРА ГАБИТОВНА
к.э.н., доцент кафедры экономики и международного бизнеса
КарГУ имени академика Е.А. Букетова
АЯГАНОВА МЕЙРАМГУЛЬ ПАЗЫЛОВНА
м.э.н., докторант PhD
КЭУ Казпотребсоюза

Аннотация: целью данной статьи является изучение теоретических аспектов гостиничного обслуживания в составе туристского продукта; в частности, в работе были рассмотрены характеристики гостиничного продукта: неосязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость, неспособность к хранению; изучены отличительные особенности гостиничных услуг; исследована структура, а также компоненты гостиничного продукта.
Ключевые слова: туризм, турист, гостиничный бизнес, гостиничное предприятие, гостиничный продукт.

FEATURES OF HOTEL SERVICES IN TOURISM

Mamrayeva Dinara Gabitovna,
Ayaganova Meiramgul Pazylovna

Abstract: the purpose of this article is to study the theoretical aspects of hotel services as part of a tourist product; in particular, the characteristics of the hotel product were considered: intangibility, continuity of production and consumption, variability, inability to store; distinctive features of hotel services were studied; the structure, as well as the components of the hotel product have been studied.
Keywords: tourism, tourist, hotel business, hotel enterprise, hotel product.

The modern hotel company presents not only accommodation and food services to consumers, but also a wide range of transport services, entertainment communications, excursion services, medical, sports services, beauty salon services, etc. In fact, hotel companies in the structure of the tourism and hospitality industry perform key functions as they form and offer consumers a complex hotel product, in the formation and promotion of which all sectors and elements of the tourism industry and hospitality.

In the management of hotels is widely used the term “hotel product”, which allows emphasizing the complex nature of the hotel offer. This approach is acceptable from the point of view of economic theory, where the “product” is defined as the “result” of human labor, economic activity, presented in a material, spiritual, informational form, or in the form of works and services [1, p. 261-262].

The hotel product has four characteristics that distinguish the hotel service from the goods [2, p. 104].

First, intangibility of services is their elusiveness or non-material nature means that they can not be demonstrated, seen, transported, stored.

Secondly, the inseparability of production and consumption - it is possible to provide a service only when a client appears. From this point of view, the production and consumption of services are closely interrelated and can not be ruptured.

Third, variability - the quality of service delivery varies and depends on the level of professionalism of the manufacturer, his competence, goodwill, courtesy and communication skills of his staff, as well as taking into account the individual requirements of each buyer.

Fourth, inability to store - services can not be made for future using or stored; there is a problem of achieving a balance between supply and demand.

However, the hotel product, along with specific characteristics of services, has distinctive features:

– the individuality of the service, since even in the context of the mass organization of the hotel product, the hotel is ready to fulfill individual customer requests;

– the difference in the properties of the using value of hotel products, since when deciding to purchase a hotel product, it does not yet have clear quality characteristics, they will only be revealed when the service is received;

– uncertainty and relative anonymity of the source of the complex of services that will be provided to the tourist, as hotel services are provided by a wide variety of enterprises and institutions; tourist only knows the travel agency, which sold the tourist product, which guaranteed certain hotel services, which will be provided;

– the formation of income for consumers, intended for the purchase of a hotel product, is regulated by the conditions of the country of permanent residence, although the process of consumption itself is formed by the conditions of countries of temporary residence or world prices;

– in the process of tourism, the consumer bears expenses both to meet needs that are not dependent on being away from home, and caused by the travel itself;

– the process of consumption of a tourist is always limited in time and space; the seasonality factor is of great importance;

– the uncertainty and subjectivity of the quality criteria of the hotel product, which, in addition to direct indicators, depends on a number of variables (fashion, client health, staff attitudes, social status of the client);

– a significant influence on the quality of the hotel product is exogenous factors that are force majeure, that is, not dependent on the will and actions of the seller and buyers.

A number of properties of the hotel product can also be singled out [3, p. 31]:

– hospitality - includes the dignity, respect and courtesy of the staff;
– validity - the provision of all services must correspond to the purpose of travel of the tourist;
– reliability - compliance of the product actually provided to the tourist with advertising, reliability of the information;
– efficiency - achieving the greatest effect for a tourist while minimizing its costs;
– integrity - completeness of the hotel product;
– clarity - the consumption of the hotel product, its focus should be clear to the tourist and the manufacturer;
– ease of operation - the ability to easily detect errors in service technology;
– flexibility - the hotel product should provide for the possibility of replacing a particular service in order to be oriented to different consumers;
– utility - the ability to serve a goal, to meet the needs of a specific target group of consumers.

The peculiarity of the hotel product is that the purchase of a hotel product implies access to it (a hotel room), rather than owning it, i.e. the customer does not have ownership of the hotel room that he uses. The advantage for the client is that he pays only for the right to use the number, but obtains access to capital that is not related to owning a dwelling, plus to this - additional hotel services (meals, lounges, kiosks, etc.).

The product structure includes two parts: the core of the product - its functional properties and characteristics, and the “proprietary shell” of the product, which includes aesthetic quality indicators, comfort indicators, brand, guarantees and image. The “shell” is of more interest to the tourist, as it benefits from its quality, it is the “shell” that provides a complete satisfaction from the hotel services [4, p. 25].

From the point of view of business, the hotel is a commercial production offering its product on the market in the form of a complex of material goods and services. This product is purchased by the client through exchange transactions, and the purchase does not imply possession, does not take the form of ownership.

Access to the product and its use are carried out at a specific time and place.

The performance of services takes place in a hotel, on the territory of the producer with active participation and interaction of the consumer with the performer, with their direct contact. Therefore, the quality of the hotel product is largely determined by the hotel staff, especially the part of the staff who directly contacts the tourist (contact, front office), so it can not be evaluated in advance.

Thus, the hotel service is defined as the process of interaction between the consumer and the performer, in order to meet the guest's needs for accommodation, food and additional services, as well as making profit. The hotel product is the result of the economic, intellectual, service activity of the performer, created to satisfy the consumer in the process of rendering the service.

References

1 Liu C. H. S. Examining social capital, organizational learning and knowledge transfer in cultural and creative industries of practice // Tourism Management. - 2018. - V. 64. - P. 258-270.

2 Гончаров В.В. Важнейшие критерии результативности управления. – М.: МНИИПУ, 2004. – 304 с.

3 Гуляев В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 303с.

4 Европейский гостиничный маркетинг: Учеб. пособие / пер. с англ. Е.Ю. Драгныш. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 224 с.

УДК 330

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ЗАТРАТ В ОРГАНИЗАЦИИ

ИГОШИН ЯРОСЛАВ АЛЕКСАНДРОВИЧ
Магистрант
«Российский университет кооперации»

Аннотация: Современные условия хозяйствования, постоянно меняющиеся условия рынка требуют действенного процесса управления предприятием, который должен быть организован таким образом, чтобы обеспечить эффективное использование имеющихся ресурсов и, соответственно, оптимизации затрат. Такая цель должна достигаться посредством внедрения на предприятии системы бюджетирования.
Ключевые слова: затраты предприятия, управление, система бюджетирования, смета затрат, бюджет

IMPLEMENTATION OF THE COST BUDGETING SYSTEM IN THE ORGANIZATION

Igoshin Yaroslav Aleksandrovisch

Abstract: Modern economic conditions, constantly changing market conditions require an efficient enterprise management process, which must be organized in such a way as to ensure efficient use of available resources and, consequently, cost optimization. This goal should be achieved through the introduction of a budgeting system at the enterprise.
Keywords: enterprise costs, management, budgeting system, cost estimate, budget.

Бюджетирование представляет собой комплексную систему, элементы которой дают возможность наиболее эффективно решать задачи управления организацией.

Подходы к определению термина «бюджетирование» зачастую отличаются противоречивостью и рассматривают бюджетирование только с одной стороны. По мнению одних ученых, бюджетирование представляет собой процесс разработки бюджетов, других – элемент финансового планирования, третьих – систему управления.

Наиболее полным представляется такое определение: бюджетирование представляет собой процесс разработки системы финансовых планов (бюджетов) в целях оптимизации деятельности предприятия, повышения эффективности управления или достижения конкретной стратегической цели.

К задачам бюджетирования относятся [1]:

- выбор конкретных направлений повышения финансовых результатов деятельности;
- прогнозирование финансового состояния предприятия и выявление вариантов наиболее оптимального вложения капитала.

Таким образом, внедрение бюджетирования представляется актуальным в целях совершенствования процесса управления затратами.

Система бюджетирования выполняет контрольную функцию, определяя сферу ответственности руководителей различного уровня и соотнося ее с показателями бюджетов и смет.

Финансовый контроль и оценка результативности несут при этом характер прямой и обратной связи.

Сравнение бюджетных и фактически достигнутых показателей осуществляется контролем с обратной связью, а на сравнении бюджетных показателей с установленными организацией целями основан контроль с прямой связью.

Для эффективной постановки бюджетирования в организации необходимо выполнить некоторые этапы подготовки (таблица).

Таблица

Этапы подготовки и внедрения системы бюджетирования затрат [3]

Этап	Действие	Мероприятия	Результаты
1	Определить финансовую структуру компании	На данном этапе необходимо провести анализ организационной структуры, изучить хозяйственную деятельность компании по всем отдельно взятым отделам, участкам, службам	По результатам проведенного анализа определяется статус каждого структурного подразделения в плане формирования на его основе центра ответственности (ЦО)
2	Определить принципиальную финансовую модель	На данном этапе необходимо определить состав и основные элементы бюджетов и их существенные взаимосвязи. В этом случае важно продумать структурную организацию бюджетов таким образом, чтобы добиться личной ответственности за каждый бюджет	При идеальном варианте каждый бюджет должен быть закреплен за одним центром ответственности
3	Разработать состав и аналитику показателей бюджета	На данном этапе необходимо соблюсти грань между желаемым и возможным	Следует профессионально подойти к анализу бюджетных показателей, учитывая принцип существенности планируемых событий
4	Разработать детальную финансовую модель	На данном этапе следует на математическом уровне выявить взаимозависимости бюджетных показателей	Тщательно прописать экономический смысл исходных данных
5	Проработать регламент бюджетного процесса	На данном этапе после выполнения можно будет точно определить кто, что и когда делает при составлении бюджета и контроле его выполнения	Бюджетный регламент определяет сроки и процедуры согласования бюджетов с указанием ответственных лиц
6	Автоматизировать систему бюджетирования	На данном этапе происходит внедрение программного продукта системы бюджетного управления	Позволяет организации автоматизировать все расчеты бюджетного планирования и анализа исполнения бюджета
7	Обучить персонал Организации	На данном этапе необходимо, чтобы персонал организации детально изучил каждый пункт программного продукта	Успешное реализация проекта и внедрение системы бюджетирования позволит работникам организации сократить трудозатраты

В процессе внедрения системы бюджетирования организации, могут столкнуться с определенными проблемами (рисунок).

Рис. Проблемы бюджетирования и пути их решения [2]

Однако все представленные проблемы легко решаются, а неоспоримые преимущества бюджетирования приведут к тому, что в ближайшем будущем многие предприятия перейдут на технологии бюджетирования. Также этому способствует период финансовой нестабильности, вынуждающий предприятия в очередной раз обратить внимание на внутрихозяйственные резервы снижения затрат и, соответственно, повышение эффективности производства.

Внедрение технологий бюджетирования на российских предприятиях позволит:

- наиболее оптимально распределять и использовать имеющиеся ресурсы;
- оптимизировать затраты предприятия за счет внедрения оперативного контроля за постоянными и переменными расходами;
- улучшить платежеспособность предприятий путем эффективного управления денежными потоками;
- повысить качество и оперативность принимаемых управленческих решений;
- наиболее оптимально координировать действия отдельных подразделений предприятия для достижения стратегических целей.

Эффективность деятельности компании может быть повышена в следующих бизнес-процессах предприятия: управление компанией, производительность труда, продажи, управление ресурсами компании.

Повышая эффективность, организация достигает определенных результатов, которые могут быть представлены в виде:

– снижения себестоимости продукции;
– увеличения финансового результата;
– внедрения новых инвестиционных проектов;
– достижения поставленных стратегических целей.

В современных экономических условиях наряду с факторами, требующими более широкого использования технологий бюджетирования, имеют место и иные факторы, существенно ограничивающие возможности его применения.

В число таких факторов входят [2]:

- отсутствие четких стратегических целей у большинства предприятий;
- нестабильность бюджетно-налоговой политики;
- сложности при определении потребностей предприятия в ресурсах;
- отсутствие опыта самостоятельной постановки стратегических и тактических целей; организации действий и привлечения необходимых ресурсов в условиях рынка;
- недостатки действующей системы управленческого учета;
- устаревшие методы оперативного планирования;
- отсутствие на предприятии квалифицированных кадров, владеющих современными методами планирования;
- недостаточный уровень развития информационных технологий.

Использование технологий бюджетирования оказывает положительное влияние на формирование финансовых ресурсов предприятия, движение денежных потоков и на финансовые результаты. Кроме того, у менеджеров есть возможность оптимизировать отклонения и вносить корректировки в производственный процесс посредством принятия обоснованных управленческих решений.

Внедрение на предприятии системы бюджетирования повысит информационную прозрачность бизнеса для контрагентов (прежде всего, коммерческих банков), что существенно расширит возможности предприятия в плане доступа к долгосрочным финансовым ресурсам на более выгодных условиях.

На практике на российских предприятиях при использовании бюджетирования отсутствуют некоторые из этапов процесса управления: одни организации не имеют четко сформулированных целей, у других отсутствует правильная методика планирования. Еще чаще встречается отсутствие или неполнота системы управленческого учета, что делает невозможным контроль и качественный анализ выполнения бюджета.

Рассмотренные преимущества и недостатки, организация системы бюджетирования на предприятии говорят о целесообразности использования бюджетирования в системе управления затратами.

Подводя итог, можно сделать вывод, что внедрение бюджетирования затрат позволит сделать деятельность предприятия более предсказуемой и управляемой, что в условиях падения доходов, стремления к минимизации рисков и жесткой финансовой дисциплине позволит получить максимальный положительный эффект.

Список литературы

1. Виткалова А.П. Бюджетирование – инструмент финансового менеджмента // В сб.: Проблемы и перспективы развития экономики, финансов и управления: вызовы современности. Материалы Международной научно-практической конференции. – Энгельс, 2015. С. 15–19
2. Ляшенко Т.В., Дубенко А.Ю. Внедрение системы бюджетирования на предприятии//Экономические исследования и разработки. – 2017. - №5
3. Остаев Г.Я. Необходимость внедрения бюджетирования в организациях//Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2016. - №12. – С. 24-31

УДК 330

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

МАЖУГИНА В.В.

магистрант второго года обучения
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Аннотация: Статья посвящена одной из актуальных проблем современного направления экономики республики Крым – управление персоналом современной организации Рассматриваются зарубежные теории управления персоналом в производстве гостиничных услуг. Выделяются основные принципы построения управления персоналом как системы.

Ключевые слова: управление персоналом, системный подход, критерии уровня обслуживания клиентов отелей.

Изменения, происходящие сегодня в экономической, геополитической, культурной областях жизни, основанные на глобализации одновременно несут как большие возможности, так и серьезные угрозы для каждой личности, устойчивости ее существования, вносят значительную степень неопределенности в жизнь практически каждого человека. Управление персоналом в такой ситуации приобретает особую значимость, поскольку позволяет реализовать, обобщить целый спектр вопросов адаптации индивида к внешним условиям, учета личного фактора в построении системы управления персоналом организации.

Управление персоналом организации – целенаправленная деятельность руководящего состава организации, руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, включающая разработку концепции и стратегии кадровой политики, принципов и методов управления персоналом организации. Управление персоналом организации охватывает широкий спектр функций от приема до увольнения кадров: наем, отбор прием персонала; деловая оценка персонала при приеме, аттестации, подборе; профориентация и трудовая адаптация; мотивация трудовой деятельности персонала и его использования; организация туда и соблюдение этики деловых отношений; управление конфликтами и стрессами; обеспечение безопасности персонала; управление нововведениями в кадровой работе; обучение, повышение квалификации и переподготовка кадров; управление деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением; управление поведения персонала в организации; управление социальным развитием; высвобождение персонала. Управление персоналом организации предусматривает информационное, техническое, нормативно-методическое, правовое и документационное обеспечение системы управления персоналом. Руководители и работники подразделений системы управления персоналом организации решают вопросы оценки результативности труда руководителей и специалистов управления персоналом, аудита персонала [4].

Характерная черта в организации работы с персоналом в нынешних условиях – стремление кадровых служб к интеграции всех аспектов работы с человеческими ресурсами, всех стадий из жизненного цикла с момента найма до выплаты пенсионного вознаграждения. На современном этапе управление персоналом приобретает все более важное значение как фактор повышения конкурентоспособно-

сти, долгосрочного развития.

Е.Ю. Никольская отмечает, что большинство специалистов формулируют современную концепцию управления человеческими ресурсами достаточно широко, подчеркивая ее отличия по критериям оценки эффективности; по признаку контроля; по предпочтительной форме организации и т.п. При этом ими отмечается наличие тенденции к повышению роли аналитических функций кадровых служб, особенно в последние два десятилетия [4, С.32].

До последнего времени понятие «управление персоналом» использовалось крайне редко в управленческой практике [4, С.12]. Вместе с тем, в каждой организации имелась функциональная подсистема управления кадровым составом и практически в целом социальным развитием коллектива. Все-таки основной объем работы по управлению кадрами выполняли линейные руководители подразделений организации. Основной структурной единицей организации по управлению кадрами организации являлся отдел кадров, на который и до сих пор возложены функции приема, увольнения кадров, а также чаще всего именно отдел кадров занимался вопросами организации обучения, повышения квалификации и переподготовки кадров. Для выполнения этих названных функций в настоящее время нередко формируются отделы подготовки кадров или отделы обучения.

Отметим, что отделы кадров это ни методический, ни информационный, ни координирующий центр кадровой работы. Отдел кадров структурно разобщен с отделами организации труда и заработной платы, отделом охраны труда и техники безопасности, юридическим отделом и какими либо другими подразделениями, которые выполняют функции управления кадров. Для того, чтобы решать социальные проблемы в организациях создаются службы социального исследования и обслуживания.

Рассмотрев понятие «управление персоналом» стоит добавить, что его содержание нужно дополнить. Таким весомым дополнением является концепция управления персоналом, которая представляет собой – систему теоретико-методологических взглядов, затрагивающих понимание и определение сущности, содержания, целей, задач, критериев, принципов и методов управления персоналом, а также организационно практических подходов к механизму ее реализации в каких либо конкретных условиях функционирования организации.

Концепция включает: методологию управления персоналом и технологию управления персоналом, а так же их разработку [5]. Опишем кратко элементы концепции.

Методология управления персоналом в свою очередь включает в себя рассмотрение сущности персонала организации как объекта управления, процесса формирования поведения индивида, соответствующего целям и задачам организации, методов и принципов управления персоналом [5, С.32].

Система управления персоналом предполагает формирование целей, функций, организационной структуры управления персоналом, вертикальных и горизонтальных функциональных взаимосвязей руководителей и специалистов в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений [5, С.33].

Технология управления персоналом предполагает организацию найма, отбора, приема персонала, его деловую оценку, профориентацию и адаптацию, обучение, управление его деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением, мотивацию и организацию труда, управление конфликтами и стрессами, обеспечение социального развития организации, высвобождение персонала [5, С.33]. Сюда же следует отнести вопросы взаимодействия руководителей организации с профсоюзами и службами занятости, управления безопасностью персонала.

Основу концепции управления персоналом организации в настоящее время составляют возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией.

В.В. Кафидов выделил и сформулировал три основных фактора, которые оказывают воздействие на сотрудников в организации [6, С.24].

Первый фактор – иерархическая структура организации, где основное средство воздействие. Это отношения власти-подчинения, давления человека сверху с помощью принуждения, контроля над распределением материальных благ.

Второй фактор – культура, т.е. вырабатываемые обществом, организацией, группой людей сов-

местные ценности, социальные нормы, установки поведения, которые регламентируют действия личности, заставляют индивида вести себя так, не иначе без видимого принуждения.

Третий фактор – рынок, сеть равноправных отношений, основанных на купле-продаже продукции и услуг, отношениях собственности, равновесии интересов продавца и покупателя [6, С.24].

Если в организации необходимо создать новые службы управления персоналом, то, как правило, они возникают на базе традиционных служб: отдела кадров, отдела организации труда и заработной платы, отдела охраны труда и техники безопасности и т.д. Задачей таких новых служб – реализация кадровой политики и координация деятельности управления трудовыми ресурсами. Поэтому такие новые службы начинают расширять круг своих функциональных характеристик и зачастую кроме кадровых вопросов начинают заниматься переходят к разработке систем стимулирования трудовой деятельности, управлению профессиональным продвижением, предотвращению конфликтов, изучению рынка трудовых ресурсов и др.

Безусловно, структура службы управления персоналом во многом определяется характером и размерами организаций, особенностями выпускаемой продукции. В мелких и средних организациях многие функции по управлению персоналом выполняют самостоятельные структурные подразделения по реализации функций.

С.Г. Попов пишет о том, что в ряде организаций формируются системы управления персоналом, объединяющие под единым руководством заместителя директора по управлению персоналом все подразделения, имеющие отношения к работе с кадрами. «Система управления персоналом организации – система, в которой реализуются функции управления персоналом. Она включает подсистему линейного руководства, а также ряд функциональных подсистем, специализирующихся на выполнение однородных функций» [7, С.15].

Подсистема линейного руководства распределяется через подсистемы управления организацией в целом, управления отдельными подразделениями. Руководство такими подсистемами выполняют: руководитель организации, его заместители, руководители подразделений, их заместители, бригадиры.

Рассматривая линейную систему управления персоналом организации можно выделить такие подсистемы, которые представлены ниже. Понимая и принимая всю потенциальную структуру линейной структуры системы управления персоналом, можно грамотно организовать работу с кадровым составом организации.

Подсистема планирования и маркетинга персонала выполняет следующие функции: разработка кадровой политики и стратегии управления персоналом, анализ кадрового потенциала, анализ рынка труда, организация кадрового планирования, планирование и прогнозирование потребности в персонале, организация рекламы, поддержание взаимосвязи с внешними источниками, обеспечивающими организацию кадрами [7].

Подсистема управления наймом и учетом персонала осуществляет: организацию найма персонала, организацию собеседования, оценки, отбора и приема персонала, учета приема, перемещений, поощрений и увольнения персонала, профессиональную ориентацию и организацию рационального использования персонала, управление занятостью, документационное обеспечение системы управления персоналом [7].

Подсистема управления трудовыми отношениями проводит: анализ и регулирование групповых и личностных взаимоотношений, анализ и регулирование отношений руководства, управление производственными конфликтами и стрессами, социально-психологическую диагностику, соблюдение этических норм взаимоотношений, управление взаимодействием с профсоюзами.

Подсистема обеспечения нормальных условий труда выполняет такие функции, как соблюдение требований психофизиологии и эргономики труда, соблюдение требований технической эстетики, охраны труда и окружающей среды, военизированной охраны организации и отдельных должностных лиц.

Подсистема управления развитием персонала осуществляет: обучение, переподготовку и повышение квалификации, введение в должность и адаптацию новых работников, оценку кандидатов на вакантную должность, текущую периодическую оценку кадров, организацию рационализаторской и изоб-

ретательской деятельности, реализацию деловой карьеры и служебно-профессионального продвижения, организацию работы с кадровым резервом.

Подсистема управления мотивацией поведения персонала выполняет следующие функции: управления мотивацией трудового поведения, нормирование и тарификация трудового процесса, разработка форм морального поощрения персонала, организация нормативно-методического обеспечения системы управления персоналом.

Подсистема управления социальным развитием осуществляет: организацию общественного питания, управление жилищно-бытовым обслуживанием, развитием культуры и физического воспитания, обеспечения охраны здоровья и отдыха, обеспечение детскими учреждениями, управление социальными конфликтами и стрессами, организацию социального страхования.

Подсистема развития организационной структуры управления выполняет такие функции как, анализ сложившейся орг.структуры управления, проектирование новой орг.структуры управления, разработка штатного расписания, формирование новой орг.структуры управления, разработка и реализация рекомендаций по развитию стиля и методов руководства.

Подсистема правового обеспечения системы управления персоналом осуществляет: решение правовых вопросов трудовых отношений, согласование распорядительных и иных документов по управлению персоналом, решение правовых вопросов хозяйственной деятельности, проведение консультаций по юридическим вопросам.

Подсистема информационного обеспечения системы управления персоналом выполняет следующие функции: ведение учета и статистики персонала, информационное и техническое обеспечение системы персоналом, обеспечение персонала научно-технической информацией, организация работы органов массовой информации организации, проведение патентно-лицензионной деятельности [7, С. 18-20].

В зависимости от размеров организаций состав подразделений будет меняться: в мелких организациях одно подразделение может выполнять функции нескольких подсистем, а в крупных каждой подсистемы, как правило, выполняет отдельное подразделение.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать выводы о том, что система управления персоналом организации – это система, в которой реализуются функции управления персоналом и которая может структурно состоять из нескольких подсистем: планирования и маркетинга персонала; управления наймом и учетом; управления трудовыми отношениями; обеспечения нормальных условий труда; управления мотивацией поведения; управления социальным развитием; развития организационной структуры; правового и информационного обеспечения.

Главная цель системы управления персоналом: обеспечение организации кадрами, их эффективное использование, профессиональное и социальное развитие. В соответствии с этими целями формируется система управления персоналом организации. На управление персоналом организации оказывают влияние такие факторы, как иерархическая структура организации, культура, рынок.

Список литературы

1 Никольская Е.Ю. Особенности профессиональной подготовки специалистов для индустрии гостеприимства/ Е.Ю. Никольская. – М.: Изд-во ГОУ ВПО МГИИТ., 2011. – 202 с.

2 Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство / Пер. с англ./ Дж.Р.Уокер. – М., 1999. – 304 с.

3 Кафидов В.В. Управление персоналом: Учебное пособие/ В.В. Кафидов. – СПб.: Питер, 1-е издание, 2009. – 208 с.

4 Попов С. Г. Управление персоналом. / С.Г. Попов. – М.: Ось-89, 2009. – 414 с.

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

МАЖУГИНА В.В.

магистрант второго года обучения
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Аннотация: Статья посвящена одной из актуальных проблем современного направления экономики республики Крым – индустрии гостеприимства. Рассматриваются зарубежные теории управления персоналом в производстве гостиничных услуг. Выделяются основные принципы построения управления персоналом как системы.
Ключевые слова: управление персоналом, системный подход, критерии уровня обслуживания клиентов отелей.

FEATURES OF CONSTRUCTION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AT ENTERPRISES OF HOSPITALITY INDUSTRY

Mazhugina V.V.

Annotation: The article is devoted to one of the topical problems of the modern direction of the economy of the Republic of Crimea - the hospitality industry. Foreign theories of personnel management in the production of hotel services are considered. The basic principles of building personnel management as a system are outlined.
Keywords: personnel management, system approach, criteria of the level of customer service of hotels.

Важной особенностью туристского продукта, отличающей его, прежде всего, от промышленных товаров, является широкое участие людей в производственном процессе. Персонал в индустрии гостеприимства является одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, и, следовательно, качество обслуживания в индустрии гостеприимства зависит от мастерства и сознательности их служащих. Удовлетворение клиента в сфере обслуживания достигается также вежливостью персонала и его отзывчивостью.

По мнению Б.М. Арынова, эффективное управление людьми превращается в одну из важнейших функций гостиничных предприятий – в функцию управления персоналом [1, С.14]. В теории экономики и менеджмента используется большое количество терминов, отражающих участие людей в общественном производстве: трудовые ресурсы, человеческие ресурсы, человеческий фактор, организационное поведение, организация труда, управление персоналом, кадровая политика, корпоративная культура и др. Выделяя в качестве стержневого объекта человека, они раскрывают различные аспекты

проблемы управления персоналом и подходы к ее решению [2].

Для поддерживания качества обслуживания многие гостиничные предприятия разрабатывают стандарты обслуживания – комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания туристов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества для всех производимых операций. Определяются критерии, по которым оценивается уровень обслуживания клиентов и деятельность персонала организации. К таким критериям, например, в гостиницах, относятся следующие: время ответа на звонок о получении информации или бронировании (15, 20, 30 секунд); время оформления в службе размещения (очереди быть не должно); время, затрачиваемое на оказание конкретной услуги (например, стирка и чистка вещей гостя должны занимать не более суток); внешний вид и наличие униформы; знание иностранных языков персоналом и др. [3].

Клиентов у гостиничного предприятия множество, у каждого свои ожидания и свое, обусловленные индивидуальными особенностями психики и интеллекта восприятие получаемого обслуживания реакция на него, а потому оно не может быть описано в виде какого-то определенного алгоритма на все случаи жизни.

Г.А. Папирян считает, что в настоящее время для квалифицированной работы в индустрии гостеприимства помимо технологической подготовки, знаний в области туристского бизнеса необходима соответствующая психологическая подготовка, владение вопросами межличностного общения [4]. Все большее значение приобретают такие личностные качества работника, как коммуникабельность, ориентация на достижение результата, клиентоориентированность, ответственность, обучаемость, способность, планировать работу, стрессоустойчивость, умение работать в команде, аккуратность, внимательность, лояльность к компании. Эти требования объясняются тем, что в индустрии гостеприимства ошибка, допущенная персоналом, может повлиять на дальнейший выбор клиента и на его удовлетворенность качеством обслуживания.

В экономической и специализированной литературе описаны многочисленные случаи качественного обслуживания в гостиничных предприятиях [5, 6, 7].

Однако плохое обслуживание вызывает большую реакцию у потребителя, чем хорошее. Весь персонал организации индустрии гостеприимства (менеджер в турфирме; в гостинице – клерк на регистрации, официант, консьерж; гид; водитель автобуса и т.д.) должен приложить усилия, чтобы у клиента после путешествия осталось чувство глубокого удовлетворения. Их отношение, внешний вид и готовность выполнить любую просьбу гостя формируют общее впечатление от обслуживания.

Так, например, каждый сотрудник гостиницы, контактирующий с клиентами, воспринимается последними как полномочный представитель всего отеля, и его профессионализм и человеческие качества создают, в конечном итоге, имидж гостиницы. В этом деле нет мелочей, поэтому даже полная современная реконструкция здания отеля не может стать гарантией успеха на рынке, если руководство пренебрегает кадровыми вопросами [8, С.45].

Служащие гостиницы, организующие прием гостей, предоставляют услуги, которые через их посредничество становятся частью продукта. Часто довольно трудно дифференцировать материальную часть продукта конкурирующих компаний в индустрии туризма (например, гостиничные номера незначительно различаются в ценовом диапазоне, т.е. по стоимости). Различия продукции часто связаны с тем, как персонал обслуживает своих клиентов. Персонал организации должен обслужить потребителя так, чтобы он превратился в постоянного клиента. От этого напрямую зависит доход организации – чем больше постоянных клиентов тем выше прибыль.

Далеко не каждый человек может управлять ситуацией и в короткий период времени общение с клиентом создать у него благоприятное впечатление от гостиницы в целом. Менеджеры должны удостовериться, что служащие компетентны в оказании разнообразных услуг, с энтузиазмом относиться к своей компании и к услугам, которые они реализуют. В противном случае невозможно заинтересовать клиентов и превратить их в постоянных.

Г.А. Гомилевская убеждена, что количество звезд у гостиницы - это не гарантия, а всего лишь претензия на высокое качество обслуживания, обещание его [9]. И стандартизация гостиничного обслуживания сама по себе не в состоянии обеспечить удовлетворенность требований гостя. Качество

обеспечивают люди, их желание и умение понять гостя, организация их деятельности.

Р.А. Раева пишет о том, что большинство предприятий в индустрии гостеприимства не уделяют должного внимания управлению персоналом, считая персонал вспомогательным компонентом. Однако это неверный подход, так как люди в индустрии гостеприимства являются, по меньшей мере, частью компании и все больше частью самих гостиничных услуг, за которое, предприятие получает свой основной доход [10, С.16].

Е.А. Балашова считает, что в перспективе в индустрии гостеприимства будут происходить переориентация управления, которая просто необходима для повышения эффективности использования персонала [11]. Это вызвано рядом причин, к которым относятся:

– компания, не имеющая сильных кадров, в условиях рынка не выдерживает конкуренции;

– ведение бизнеса в условиях жесткой конкурентной борьбы заставляет организацию повышать требования к своим сотрудникам. Между компаниями существует конкуренция за «лучших» работников;

– возрастает самостоятельность компаний в работе с персоналом, так как не стало министерств и единых нормативных актов, которые унифицировали бы работу с кадрами на совершенно разных по профилю предприятиях [11, С. 5].

Организация кадровой работы в большой степени зависит от самой компании, от инициативы и компетентности ее руководства. Поэтому наиболее передовые предприятия индустрии гостеприимства в мире уже в настоящее время признают – для того чтобы быть конкурентоспособным на рынке, надо иметь профессионально подготовленных работников и серьезно заниматься вопросами управления персоналом. Это потребовало пересмотра дальнейшего развития теоретической базы о роли персонала в управлении организацией.

Среди публикаций по вопросам особенностей управления персоналом в условиях гостиничного бизнеса, особого внимания заслуживают теории, созданные учеными Л.И. Евлевой, С. Лиз, Г.М. Озеровым.

Каждая из созданных теорий управления персоналом в производстве гостиничных услуг имеет свои особенности, которые на наш взгляд, заслуживают отдельного внимания.

Так, Л.И. Евлева, анализируя управление персоналом гостиничного бизнеса в историческом контексте, пишет о том, что с конца XIX века произошла смена нескольких концепций роли персонала в производстве гостиничных услуг [12].

Первая концепция, которую выделила Л.И. Евлева – «Использование трудовых ресурсов». Она продолжалась с конца XIXв. до 60-х годов XX в. [12, С.42]. Вместо человека в производстве рассматривалась лишь его функция – труд, измеряемый затратами рабочего времени и зарплатой. На западе эта концепция нашла отражение в марксизме и тейлоризме.

Концепция «Использование трудовых ресурсов» характеризовалась только производственной ориентацией, обусловившей рассмотрение работающих как обезличенные «ресурсы», наравне с ресурсами материальными, финансовыми и др.

Вторая концепция называется концепцией «Научного администрирования» возникла практически одновременно с развитием концепции использования трудовых ресурсов [12, С.44]. Широкое развитие она получила в начале 20-х годов XX в. Ее появление связано с развитием теории бюрократической организации, в которой работник рассматривается через свою формальную роль в организации, т.е. через должность, им занимаемую. Управление работником в рамках этой концепции осуществляется через административные механизмы, прежде всего с помощью принципов и методов руководства, передачи полномочий должностных лиц, четкого определения функций работника. Следует отметить, что управленческие подходы Ф. Тейлора и А. Файоля возникли практически одновременно, но подход А. Файоля получил широкое распространение позже, чем подход Ф. Тейлора.

В этот период на предприятиях возникают кадровые службы (отделы кадров). Однако кадровые службы в организациях тогда рассматривались как отделы «учета фактического использования работающих» и решали только канцелярские задачи. Управление персоналом в организации занимало пассивную позицию по отношению к происходящим событиям. Этот этап можно обозначить как пассивное управление персоналом.

Третья концепция носит название «Управление человеческими ресурсами» [12, С.45]. В ней человек стал рассматриваться не как должность (элемент структуры), а как невозобновляемый ресурс – элемент социальной организации в единстве трех основных компонентов (трудовой функции, социальных отношений, состояния работника).

Зарождение этой концепции связывают с развитием психологической науки и проведением ряда социально-психологических исследований по определению взаимосвязи социально-психологических особенностей человека и производительности труда. Одним из создателей новых форм и методов управления персоналом, стоящим на позициях концепции «Управление человеческими ресурсами», был американский социолог Э. Мэйо [9, С.12]. Его работы обусловили рост интереса руководства организаций к роли кадров для организации, что явилось причиной расширения работы кадровых служб. В организациях были введены психологические отделы, службы, должности штатных психологов. В тоже время появляется еще один фактор, обусловивший поворот руководства организации к человеку, – рост профсоюзного движения.

Четвертая концепция «Управление персоналом». В соответствии с этой концепцией человек – главный субъект организации и особый объект управления, который не может рассматриваться как «ресурс» [12, 45]. Исходя из желаний, и способностей человека должны строиться стратегия и структура организация. Появление концепции «Управление персоналом» вызвано изменением условий рыночной среды.

Возник ряд социально - психологических факторов, обусловливающих сменой парадигмы управления кадрами: рост потребности организации к быстрой и оперативной концентрации интеллектуального потенциала на основных направлениях деятельности; смена роли управленческого персонала всех уровней (высшего, среднего и младшего звена), а также роли рядовых работников в системе взаимоотношения «работник - работодатель».

Данные требования означают на практике необходимость наличия высококвалифицированного персонала, имеющего не только профессиональную, но и специальную психологическую подготовку. Помимо этого психологами установлено, что творческий процесс возможен исключительно в условиях высокой мотивации к труду работающего. Формирование же такой мотивации становится возможным, только если работник заинтересован в результатах своего труда и ориентирован на труд «во благо организации». Основоположниками этой концепции считаются лидеры японского менеджмента К. Мацусита, А. Морита. Концепция тесно связана с теорией всестороннего развития личности, созданной российским философом Л.А. Зеленовым [12, С.48].

Л.И. Евлева предложила исследовать вопрос роли кадров в организации гостиничных услуг на основе перечисленных выше четырех концепций, но с точки зрения двух постулатов - с точки зрения постулатов «человек как ресурс» и «человек как субъект» управления [12, С.50]. Вместе с тем современные взгляды на управление персоналом тесно связываются с управлением человеком с позиции теории человеческих отношений.

Английский профессор С. Лиз выделяет пять стратегических направлений управления персоналом [13]:

1) Снижение удельного веса заработной платы в себестоимости продукции и оплаты труда работников. Из-за высокой оплаты труда в высокоразвитых странах Европы и Америки продукция многих западных фирм стала неконкурентоспособной по сравнению со странами Юго-Восточной Азии. Как выход предлагается разделить весь персонал на две группы: а) высококвалифицированных постоянных работников с социальными гарантиями и высокой оплатой труда («ядро»); б) малоквалифицированных сезонных работников без социальных гарантий и с низкой оплатой труда («периферию»). Модель применима для организаций индустрии туризма.

2) Работники - это ресурс, который необходимо максимизировать. Признано, что единственным источником долгосрочного преимущества на рынке является знание способностей своих работников и максимизация их изобретательности, мотивации и человеческих отношений, а не «копирование» опыта лучших компаний. Роль сотрудников с помощью социальных средств. Ставится задача достичь «экстраординарных результатов через деятельность ординарных людей».

3) «Японизация» методов управления персоналом, широко известна после успеха крупнейших японских компаний, таких, как «Sony», «Toyota», «Nissan» и др. Достигается путем минимизации числа уровней управления, высокоразвитой корпоративной культуры, гибких форм организации труда, высокого качества продукции, преданности сотрудников компании и др.

4) Управление персоналом - стратегическая функция. Это направление предполагает разработку кадровой стратегии, подбор персонала исходя из философии фирмы, вознаграждение с учетом качества индивидуальной деятельности, минимизацию трудовых споров и создание гармонии на рабочем месте, поощрение коллективных усилий, направленных на выживание компании.

5) Использование моделей управленческого выбора в работе с персоналом с учетом четырех главных аспектов: влияние работника и способы воздействия на него; продвижение работника по службе на фирме; системы вознаграждения; организация рабочего места. Модель успешно позволяет решить проблему выбора политики для максимизации вклада человека в успех компании.

Предложенные С. Лизом направления работы с персоналом заслуживают внимания, так как концентрируют деятельность компаний на определенных направлениях, однако положения его теории основано на анализе деятельности западных компаний. А в связи с тем, что условия функционирования отечественных и западных организаций несколько различны (финансовое состояние, оплата труда сотрудников и формирование внутрифирменной морали), то для наших условий хозяйствования наиболее приемлема точка зрения президента Школы международного менеджмента Г.М. Озерова, который полагает, что управление персоналом должно базироваться на следующих принципах [14].

1) Человек – это основа корпоративной культуры. Успешные организации индустрии туризма уделяют большое внимание персоналу. В случае если людей ставят во главу перемен, они становятся движущей силой этих перемен.

2) Менеджмент для всех. Управление должно осуществляться на трех уровнях: высшее руководство, среднее руководство («команда») и нижнее звено («сотрудники»).

3) Эффективность как критерий успеха организации, заключающаяся в достижении целей путем оптимального использования ресурсов и максимизации прибыли.

4) Взаимоотношения – основа развития организации. Возникающие проблемы из «мира чувств» (психологические отношения, коммуникации, ценности, мотивы) должны быть приоритетными по сравнению с проблемами из «мира фактов» (техника, технология, организация). Принцип «клиент прежде всего» более предпочтителен, чем «иерархия прежде всего».

5) Качество как критерий эффективности. Необходимо работать с пятью взаимосвязанными подсистемами качества: личное качество, качество команды, качество продукта, качество сервиса и качество организации.

6) Командный стиль управления. Все работающие в организации являются сотрудниками. Все они члены социальной группы (команды). Все команды и отдельные сотрудники, входящие в команду, не только вносят вклад в успех, но и ответственны за провалы в работе организации.

7) Обучение – основа развития и неотъемлемая часть жизненно важного процесса продвижения организации [15].

Анализируя изложенные выше концепции, можно обобщить подходы к управлению персоналом и выделить два направления оценки роли человека в общественном производстве.

Согласно первому человек рассматривается как ресурс производственной системы (трудовой, людской, человеческий) важный элемент процесса производства туристского продукта и управления. С позиции теории подсистем эта точка зрения относится к группе экономических систем, так как здесь главенствуют проблемы производства, обмена, распределения и потребления материальных благ.

Второй подход рассматривает вопросы отношения людей, аспекты всестороннего развития личности, и, следовательно, основой их исследования выступает человек как личность с потребностями, мотивами, ценностями, отношениями – главный субъект управления. Этот подход можно отнести к социальным, так как персонал рассматривается в таком подходе как главная система, состоящая из неповторимых личностей.

Различают две группы принципов построения системы управления персоналом в организации:

– принципы, характеризующие требования к формированию системы управления персоналом;

– принципы, определяющие направления развития системы управления персоналом [12, С.54].

Все принципы построения системы управления персоналом реализуются во взаимодействии. Их сочетание зависит от конкретных условий функционирования системы управления персоналом организации, построения, обоснования и реализации новой системы.

Система управления персоналом организации индустрии туризма состоит из шести взаимосвязанных подсистем: кадровая политика, подбор оценка, расстановка, адаптация и обучение персонала [10].

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно сделать следующие выводы: главной целью функционирования любой организации (в том числе и в туризме, и в гостиничном бизнесе), является получение прибыли, а для реализации этой идеи необходимо удовлетворение всевозможных потребностей персонала (социально ориентированное управление).

Социально ориентированное управление персоналом не только не противоречит экономическим целям организации, но и является реальным и эффективным механизмом решения таких задач, как выживание и конкурентоспособность, приспособление и адаптация к внешней среде, проведение в жизнь стратегии развития организации индустрии туризма.

Управление персоналом по содержанию гораздо шире, чем простое решение кадровых проблем. Оно ориентируется на определении будущих потребностей и развитии потенциала работника, а также на осознание каждым работником собственных задач, создание благоприятного трудового климата, мотивирующего персонал на достижение поставленных целей.

Цель управления персоналом в индустрии гостеприимства состоит в том, чтобы мотивировать служащих на предоставление клиентам качественного и удовлетворяющего их обслуживания. А это невозможно без соответствующей координации действий персонала, стимулирования и формирования корпоративной культуры, повышающей лояльность потребителей к предприятиям индустрии гостеприимства.

Список литературы

1. Арынов Б.М. Проблемы глобализации и интеграции международного бизнеса и их влияние на экономику туризма/ Б.М. Арынов //Материалы международной конференции «Закономерности, тенденции и особенности социально-экономических отношений в странах рыночной ориентации». – Алматы: АЭУ, 2011. – С.14-16

2. Десслер Г. Управление персоналом: учебное пособие для студентов вузов/ Г. Десслер/ Под редакцией Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 555 с.

3. Организация и управление гостиничным бизнесом / Под ред. А.Л. Лесника, А.В. Чернышева. – М., 2001, Т. 2. – 415с.

4. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны)/ Г.А. Папирян. – М., 2008. – 155с.

5. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов/ Н.И. Кабушкин. – Минск, 2003. – 283с.

6. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом/ В.А. Спивак. – Спб.: Издательство «Питер», 2008. – 184 с.

7. Силюк Н.А. Организация управленческого труда/ Н.А. Силюк, П.В. Веселов, В.В. Галахов. – М.: Экономика, 2008. – 375 с.

8. Голинская М.В., Одаренко Т.Е. Мотивационный механизм как рычаг эффективности деятельности персонала турпредприятий Крыма/ М.В. Голинская, Т.Е. Одаренко// Таврический международный обозреватель. № 5(22), 2017. – С. 43-48.

9. Гомилевская Г.А. Организационно-управленческие инновации в повышении эффективности гостиничного бизнеса: автореф. дисс. к.э.н./ Г.А. Гомилевская. – Владивосток, 2010. – 23с.

10. Раева Р.А. Повышение качества обслуживания - условие роста конкурентоспособности на рынке услуг/ Р.А. Раева. // Материалы межд. конф. «Качество и полезность: пути повышения и роста». – Новосибирск, НГАЭиУ, 2002. – С.15-18

11. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса [Электронный ресурс]/ Е.А.Балашова // Режим доступа: http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/ (Дата обращения 29.03.2018)

12. Евлева Л.И. Культура сервиса: Учебно-практ. Пособие/ Л.И. Евлева. – М., 2003. – 123 с.

13. Лиз С. Управление человеческими ресурсами/ С. Лиз. – М.: «Проспект», 2009. – 240 с.

14. Штыхно Д.А. Особенности процесса глобализации гостиничного хозяйства: автореф.дисс.к.э.н./ Д.А. Штыхно. – Москва, 1999. – 24с.

15. Озеров Г.М. Формирование стратегии развития предприятия на основе использования резервов внешней среды: автореф. дисс. к.э.н./ Г.М. Озеров. – С-Пб, 2002. – 22с.

УДК 330

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

КРУПНАЯ ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВНА

Практикант
ООО «Адмирал Марин»

Аннотация: в статье автор рассматривает методику экономического анализа финансовых результатов деятельности предприятия, приводит последовательность проведения анализа прибыли при помощи горизонтального, вертикального и факторного методов анализа
Ключевые слова: финансовый результат, анализ, прибыль, горизонтальный анализ, вертикальный анализ, факторный анализ

ANALYSIS OF THE FINANCIAL RESULTS OF THE COMPANY

Krupnaya Ekaterina Dmitrievna

Abstract: in the article the author considers the methodology of economic analysis of the financial results of the company, leads the sequence of profit analysis using horizontal, vertical and factor analysis methods
Keywords: financial result, analysis, profit, horizontal analysis, vertical analysis, factor analysis

Главная цель любого предприятия в современных рыночных условиях состоит в получении прибыли от финансово-хозяйственной деятельности. Прибыль как положительный финансовый результат – это показатель, наиболее полно отражающий эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Поэтому одной из важнейших составных частей анализа финансового состояния предприятия является анализ финансовых результатов его деятельности.

Оценивая финансовые результаты, предприятие получает возможность планирования своей деятельности и прогнозирования результатов. Данные о финансовых результатах необходимы для того, чтобы обосновать утвержденные планы, принять важные управленческие решения. Проводя оценку финансовых результатов, предприятие получает возможность использования дополнительных ресурсов для повышения эффективности производства [1, с. 114].

Анализ финансовой деятельности должен в условиях рыночной экономики проводиться ежегодно, а при кризисных условиях – ежеквартально. При помощи анализа можно определить, какие финансовые возможности имеет предприятие для дальнейшего развития, какие негативные тенденции оказывают влияние на экономические показатели. В то же время, анализ и оценка позволяют выявить и спрогнозировать риски, с которыми предприятие может столкнуться на пути реализации выбранной стратегии развития. Финансовый мониторинг позволяет выбрать инструменты для стабилизации финансового положения, выбрать тех партнеров, которые помогут предприятию стабильно развиваться [2, с. 82].

Оценка финансовых результатов проводится с точки зрения прибыльности производства. Посредством анализа прибыли можно спрогнозировать развитие предприятия и своевременно выявить риски ее снижения. Показатели прибыли позволяют определить структуру доходов, оценить процессы производства продукции и ее сбыта.

Ключевая задача оценки финансовых результатов – усилить стимулирующую и распределитель-

ную роль прибыли как основного финансового показателя.

Анализ финансовых результатов проводится при помощи горизонтального, вертикального и факторного методов анализа. Кроме того, важным этапом исследования прибыли как положительного финансового результата деятельности предприятия является анализ качества чистой прибыли и эффективности ее использования [4, с. 169].

Все вышеперечисленные методы анализа предполагают предварительный этап, включающий изучение структуры доходов и расходов предприятия. Такое исследование позволяет составить общую картину влияния полной совокупности доходов и расходов предприятия на его прибыль.

Общие показатели доходов и расходов выступают укрупненными факторами формирования прибыли, а их изменение – в качестве фактора изменения прибыли.

Основу составляет простая модель факторного анализа изменения чистой прибыли:

$$\Delta ЧП = \Delta Д – \Delta Р, \quad (1)$$

где ΔЧП, ΔД и ΔР — изменение чистой прибыли, доходов и расходов соответственно.

Эту модель анализа можно детализировать, расшифровав в формуле доходы и расходы как доходы и расходы от основной деятельности (ОД и ОР) и прочие доходы и расходы (ПД и ПР). В результате получаем 2-ю модель анализа:

$$\Delta ЧП = (\Delta ОД + \Delta ПД) – (\Delta ОР + \Delta ПР) = (\Delta ОД – \Delta ОР) + (\Delta ПД – \Delta ПР) \quad (2)$$

Из этой формулы можно определить, что в большей степени способствовало изменению чистой прибыли предприятия – его основная деятельность или прочая.

Предварительный этап позволяет выявить общее соотношение доходов и расходов, а все последующие аналитические операции направлены на детальное исследование факторов, влияющих на формирование прибыли [3, с. 84].

Рассмотрим горизонтальный и вертикальный анализ прибыли.

Для проведения горизонтального и вертикального анализа необходимо определить показатели, формирующие чистую прибыль предприятия. Все они представлены в одном из наиболее важных бухгалтерских отчетов – о финансовых результатах. Изучая его, можно проанализировать влияние каждого показателя на чистую прибыль во времени.

Название «горизонтальный анализ» характеризует процесс его проведения. Исследование осуществляется по горизонтали: показатели каждого составного элемента чистой прибыли в текущем периоде сравниваются с соответствующими показателями за такой же отрезок времени прошлого года. Результат выражается в процентах.

Аналогично рассматриваются все влияющие на чистую прибыль показатели: себестоимость продукции; валовая прибыль; управленческие и коммерческие расходы; прибыль от продаж; прочие доходы и расходы.

Вертикальный анализ предусматривает изучение показателей сверху вниз по строкам отчета о финансовых результатах. Он позволяет определить структуру формирования показателей чистой прибыли.

Проводя анализ чистой прибыли, специалисты предприятия оценивают уровень и динамику показателей, формирующих чистую прибыль, а также выявляют возможные резервы прибыли на основе оптимизации объемов реализации и издержек производства и обращения.

Факторный анализ чистой прибыли начинается с группировки всех оказывающих влияние на ее величину факторов. Они образуют 2 большие группы: внешние и внутренние факторы.

Внешние факторы – это факторы, которые не зависят от предприятия и не могут им контролироваться. К ним относятся форс-мажорные обстоятельства, природные (климатические) особенности, изменение тарифов, инфляционное влияние на цены (на сырье, топливо и др.) или нарушение контрагентами условий хозяйственных договоров.

Внутренние факторы – это факторы, которые зависят от предприятия и определяют результаты его работы (учетные способы, структура затрат и т. д.).

В целом, чистая прибыль определяется по следующему алгоритму:

$$ЧП = В – СС – КР – УР + ПД – ПР – НП, \quad (3)$$

где: В — выручка от реализации;

СС — себестоимость продукции;

УР и КР — управленческие и коммерческие расходы;

ПД и ПР — прочие доходы и расходы;

НП — налог на прибыль.

В строках отчета о финансовых результатах это выглядит следующим образом:

Стр. 2400 = стр. 2110 – стр. 2120 – стр. 2210 – стр. 2220 + стр. 2310 + стр. 2320 – стр. 2330 + стр. 2340 – стр. 2350 – стр. 2410 ± стр. 2430 ± стр. 2450 ± стр. 2460 (4)

Факторный анализ изменения чистой прибыли (ΔЧП) в отчетном периоде в сравнении с аналогичным отрезком предыдущего года проводится по следующей формуле:

$$\Delta ЧП = \Delta В + \Delta СС + \Delta КР + \Delta УР + \Delta ПД + \Delta ПР – \Delta СНП, \quad (5)$$

где: ΔВ — изменение выручки;

ΔСС — изменение себестоимости и т. д. (изменение остальных факторов, влияющих на прибыль);

ΔСНП — изменение текущего налога на прибыль, скорректированного на отложенные налоговые активы (ОНО) и обязательства (ОНО).

Факторный анализ на основе формулы (5) дает обобщенное представление о влиянии финансовых результатов различных видов деятельности предприятия на ее чистую прибыль.

Следующий этап анализа – анализ качества и эффективности использования чистой прибыли предприятия.

Качеством прибыли принято считать обобщенную структуру источников формирования чистой прибыли. Анализ качества чистой прибыли направлен на сокращение разрыва между суммами чистой прибыли, отраженными в бухгалтерской отчетности, и ее реальной величиной, подкрепленной фактическим притоком денег.

Предприятия могут самостоятельно влиять на величину прибыли посредством формирования рациональной учетной политики. Например, предприятие вправе определить и закрепить в своей учетной политике такие способы учета активов, как амортизация основных средств (линейный метод, способ уменьшаемого остатка и др.), порядок списания стоимости МПЗ (ФИФО, по средней себестоимости и др.), порядок формирования резервов и т. д. Все эти факторы способны оказать значительное влияние на величину чистой прибыли.

Другой немаловажной задачей для предприятия является анализ использования чистой прибыли. Чистая прибыль участвует в расчете прибыли на 1 акцию – характеристику рыночной активности предприятия, свидетельствующую о заработанной в отчетном периоде чистой прибыли, приходящейся на 1 акцию:

$$ПР_А=(ЧП – Д_{ПА}) / К_А, \quad (6)$$

где: $ПР_А$ — прибыль на акцию;

$Д_{ПА}$ — дивиденды на привилегированные акции;

$К_А$ — количество обыкновенных акций в обращении.

Анализировать использование чистой прибыли акционерных обществ может любой пользователь отчетности. Публичные акционерные общества обязаны раскрывать в своей отчетности 2 показателя: базовую прибыль (убыток) на акцию и разводненную прибыль (убыток) на акцию.

При этом, базовая прибыль определяется на основе фактических данных, а показатель разводненной прибыли имеет прогнозный характер и показывает возможную степень уменьшения прибыли или увеличения убытка, приходящегося на 1 обыкновенную акцию, в случае:

– конвертации привилегированных акций и иных ценных бумаг акционерного общества в обыкновенные акции;

– исполнения договоров купли-продажи обыкновенных акций у эмитента по цене ниже их рыночной стоимости.

Разводнение представляет собой уменьшение прибыли (или увеличение убытка) в расчете на 1 обыкновенную акцию за счет возможного в будущем выпуска дополнительных обыкновенных акций без

соответствующего увеличения активов акционерного общества.

Таким образом, анализ прибыли как положительного финансового результата деятельности предприятия осуществляется при помощи горизонтального, вертикального и факторного анализа. Отдельно анализируется качество чистой прибыли, ее зависимость от учетной политики предприятия и использование чистой прибыли собственниками.

Исследование всех факторов и показателей, влияющих на прибыль, позволяет предприятию выявить потенциальные резервы повышения прибыли на основе оптимизации объемов реализации и издержек производства и обращения.

Список литературы

1. Давыдова Е.Ю., Мусурманкулов Ж.Ж. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа // Территория науки. – 2017. – № 4. – С. 114-119.
2. Даудова З.А., Ловянникова В.В. Методические подходы к анализу финансовых результатов и оценке деятельности предприятия // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2017. – № 20-2. – С. 81-83.
3. Нечитайло А.К. Учет финансовых результатов и распределения прибыли. – М., 2015. – 455 с.
4. Тухканен Т.Н., Величко Р.К. Методические подходы к анализу результатов финансовой деятельности предприятия // Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных технологий в машиностроении, образовании и экономике. – 2017. – Т. 3. – № 1 (2). – С. 167-173.

УДК 657

ВЛИЯНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

СЕМЫКИНА ЛАРИСА НИКОЛАЕВНА
к.т.н., доцент
КУЗЬМИНОВА ОЛЬГА ОЛЕГОВНА,
СОЛОВЕЙ ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,
КУЗНЕЦОВА НАДЕЖДА ВИКТОРОВНА
Студенты
НИУ «Белгородский государственный университет»

Аннотация: в статье рассматривается механизм влияние учетной политики на финансовый результат. Раскрыто определение учетной политики, методы и элементы УП. Так же рассматривается финансовый результат хозяйственной деятельности и каким показателем определяется. Также не осталась без внимания, влияние различных способов учета на доход или себестоимость.
Ключевые слова: прибыль, финансово-хозяйственная деятельность, учетная политика, финансовый результат, внереализационные доходы и расходы организации.

THE IMPACT OF ACCOUNTING POLICIES ON THE FINANCIAL RESULTS OF THE ORGANIZATION

Semykina Larysa Nikolaevna,
Kuzminova Olga Olegovna,
Solovey Julia Aleksandrovna,
Kuznetsova Nadezhda Viktorovna

Annotation: the article deals with the mechanism of the effect of accounting policies on the financial result. Disclosure of certain accounting policies, methods and elements of the UP. Also considered the financial result of economic activity and an indicator of how determined. Also, it does not go unnoticed, the effect of different methods of accounting on the income or cost.
Keywords: profit, financial and economic activity, accounting policy, financial result, non-operating income and expenses of the organization.

Основной целью финансово-хозяйственной деятельности любого коммерческого предприятия является получение прибыли. Прибыль представляет собой положительный финансовый результат деятельности организации. Каждая организация заинтересована в получении максимально высокого финансового результата и в связи с этим перед организацией ставится цель оптимизации прибыли при упрочении финансового состояния.

Во многом оптимизировать величину прибыли позволяет грамотно сформированная учётная политика, которая даёт возможность за счёт выбора методологических приёмов представить в определённом свете финансовое положение хозяйствующего субъекта и его финансовый результат.

Зачастую прибыль или убыток считают неотъемлемой частью финансового положения. Данное утверждение не совсем верное, так как можно получить очень высокую прибыль, но потерять платёже-

способность, финансовое положение окажется катастрофическим и наступит стадия банкротства, с другой стороны, организация может получать убытки, но сохранять платёжеспособность и достаточно долго существовать за счёт скрытых резервов, кредитов и расходования оборотных средств.

Особое внимание в учётной политике уделяют оценке активов и в особенности оценке оборотных активов и связанных с ней существенных моментов: признание дохода и (или) расхода; оценка фактов хозяйственной жизни; образование резервов. От выбранной оценки зависит и финансовое положение, и финансовый результат.

Также влияние на данные показатели оказывает выбор метода оценки выбытия товарно-материальных ценностей: при оценке по цене первой партии (ФИФО) товарно-материальные ценности отражаются по несколько заниженной стоимости, что снижает величину расходов организации; оценка товаров по цене последней партии (ЛИФО) приводит к завышению стоимости товаров, а соответственно и к завышению величины расходов; оценка товаров по средней цене поступления наиболее реально отражает стоимость материальных ценностей, но является неточной поскольку, как правило, используются округлённые значения; при оценке по себестоимости единицы организация получает наиболее точное значение стоимости, но из-за большой трудоёмкости данного метода он применяется исключительно редко и только для особых видов ценностей.

Для определения финансового результата необходимо правильно сформировать доходы и расходы организации. Как правило, определить сумму дохода не составляет труда, но сумму расходов необходимо исчислять. Формирование суммы расходов во многом зависит от учётной политики.

Организации редко предусматривают в учётной политике образование резервов, за исключением резервов, создание которых предусмотрено законодательством. А между тем, создавая резервы, организация может сэкономить, так как за счёт резервов уменьшаются текущие платежи по налогу на прибыль. То есть использование резервов – это один из немногих абсолютно законных способов снижения расходов по платежам в бюджет.

Создав резерв по сомнительным долгам, компания может списать в расходы просроченную дебиторскую задолженность, не дожидаясь, когда истечёт срок исковой давности. Суммы отчислений в резерв равномерно включаются в состав внереализационных расходов. Каждый квартал (или месяц) отчисления, которые нужно сделать в резерв, корректируются на сумму остатка предыдущего периода. Если сумма нового резерва больше, чем остаток, разница включается во внереализационные расходы текущего периода; если образовавшийся резерв меньше остатка, то разница увеличивает внереализационные доходы организации. Неиспользованная сумма резерва может быть перенесена на следующий год.

Резерв расходов на оплату отпусков и на выплату вознаграждений по итогам года наиболее выгодно создавать организациям, имеющим большой штат сотрудников. Это связано с тем, что большинство работников отдыхают летом. И именно в это время организация единовременно списывает средства на выплату отпускных. То же самое и с премиями по итогам года. Организация, не формирующая резерв, сможет уменьшить налогооблагаемый доход на величину поощрений только в декабре. Если же фирма создаст резерв, это позволит ей учитывать подобные расходы равномерно, то есть в течение всего года налогооблагаемый доход будет уменьшен на те расходы, которые без резерва были бы списаны только в летние месяцы или в декабре.

В состав расходов ежемесячно включаются зарезервированные суммы, равные произведению начисленной за месяц зарплаты и процента отчислений. Сумма всех ежемесячных отчислений, производимых в течение налогового периода не должна превысить годовую предельную сумму отчислений в резерв на оплату отпусков. В конце года сопоставляются суммы, перечисленные в резерв с выплатами из него. Если резерва не хватило, то суммы, выплаченные из других источников, отражаются в составе расходов. А если часть резерва к концу года осталась неиспользованной, её можно перенести на следующий год.

Перенос остатка возможен только тогда, когда в учётной политике на следующий год организация также предусматривает создание резерва. Организация вправе перенести на следующий год только те суммы, которые приходятся на отпуска, перенесённые сотрудниками на будущий год. Если в сле-

дующем году организация решит не формировать резерв, сумма остатка включается в состав внереализационных доходов текущего налогового периода.

Резерв на ремонт основных средств наиболее целесообразно создавать организациям, которые проводят долгосрочный капитальный ремонт, особенно с привлечением подрядных организаций. Используя резерв, расходы можно списывать равномерно до завершения ремонта. Когда же резерв не создаётся, вся сумма расходов на ремонт, если он выполняется подрядной организацией, будет принята для целей налогообложения только после окончания работ и подписания соответствующих документов. В этом случае организация будет переплачивать налог в течение периода проведения ремонтных работ, тогда как могла бы уменьшить свои доходы на сумму отчислений в резерв. Выгода тем более оправдана, если особо сложный и дорогостоящий ремонт затянется на несколько налоговых периодов.

Учётная политика определяет многообразие фактов хозяйственной жизни организации и методов их интерпретации. Так как данные бухгалтерского учёта не тождественны реальным фактам хозяйственной жизни, а являются лишь их интерпретацией, то бухгалтер, отражая в учёте хозяйственную жизнь организации, создаёт факты информационные, восприятие которых формирует управленческие решения пользователей отчётности.

Если в отчётности компании показана прибыль и по итогам года акционеры могут получить дивиденды, они вряд ли продадут принадлежащие им акции, а возможно и приобретут новые акции данной организации. Потенциальные инвесторы, видя прибыль в отчётности, захотят финансировать проекты организации, что позволит расширить объёмы деятельности.

Если же в отчётности организации будет продемонстрирован убыток, у акционеров может возникнуть желание избавиться от своих акций, инвесторы не станут вкладывать деньги в проекты организации, что, разумеется, приведёт к оттоку денежных средств из бизнеса, а, следовательно, к сокращению объёмов деятельности и ухудшению её реального финансового положения.

В качестве вывода можно отметить, что разработка учётной политики является очень важной процедурой бухгалтерского учёта, поскольку учётная политика выступает мощным инструментом моделирования картины финансового положения организации, представляемой в бухгалтерской отчётности. Пользователям отчётности важно знать базу измерения, используемую при её составлении, так как применяемые оценки при составлении отчётов существенно влияют на их анализ. А соответственно влияют на принимаемые управленческие решения и на решения иных пользователей отчётности: инвесторов, учредителей, акционеров, налоговиков, поставщиков и других ее пользователей.

Список литературы

1. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебное. пособие / О. В. Ефимова - М.: Омега; 2010. - 350 с.

2. Никифорова Н. А. Управленческий анализ: учеб. пособие / Н. А. Никифорова - М. : Юрайт; 2015. – 442 с.

3. Рябец П. С., Бондаренко Т. Н. Анализ факторов, влияющих на финансовые результаты деятельности предприятия / П. С. Рябец // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. - № 6-4. с. 761-764.

4. Саранцева Е. Г. Повышение результативности предпринимательской деятельности машиностроительных предприятий региона на основе операционного анализа прибыли / Е. Г. Саранцева // Регионология. – 2016.- № 1 (94). с. 77-83.

5. Толпегина О. А. Показатели прибыли: экономическая сущность и содержание/О. А. Толпегина // Финансовый анализ. - 2008. - №20. - с.10-14.

6. Яруллин Р. Р. Реализация программно-целевого формирования бюджетов субъектов Российской Федерации / Р. Р. Яруллин // Актуальные проблемы экономики и права. – 2016. - № 4 (32). с. 215 – 221.

УДК 339

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СКЛАДСКИХ СИСТЕМ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

ТУРКОВ АЛЕКСЕЙ МИХАЙЛОВИЧ

к.э.н., доцент
АНО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

Аннотация: формирование складских систем в цепях поставок в торговле имеет свою специфику. Учет рекомендаций, предложенных автором в данной статье, позволит существенно снизить риски, связанные с функционированием склада в системе распределения, и повысить конкурентоспособность предприятия торговли в целом.
Ключевые слова: операции, склад, логистика, рационализация, проблемы, конкурентоспособность.

FEATURES OF THE FORMATION OF STORAGE SYSTEMS IN SUPPLY CHAINS

Turkov Alexei Michailovich

Abstract: the formation of warehouse systems in supply chains in trade has its own specifics. Taking into account the recommendations proposed by the author in this article will significantly reduce the risks associated with the operation of the warehouse in the distribution system, and improve the competitiveness of the trade as a whole.
Keywords: operations, warehouse, logistics, rationalization, problems, competitiveness.

На складах выполняется целый комплекс разнообразных последовательно выполняемых операций по поступлению, хранению и отпуску товаров. Эти операции в совокупности составляют складской технологический процесс. К числу основных операций, непосредственно изменяющих состояние материального потока, относятся:

- разгрузка и первичная приемка груза;
- приемка груза по количеству (окончательная) и качеству;
- внутрискладская транспортировка;
- складирование и хранение;
- комиссионирование и отгрузка;
- транспортировка и экспедиция заказов;
- сбор и доставка порожних товароносителей [2, с. 143].

Процесс грузопереработки зависит от многих факторов: функционального назначения склада, компоновочных решений складских помещений, параметров склада, номенклатуры перерабатываемого груза и специфики его хранения, внешних транспортных средств, осуществляющих поставку, особенностей погрузочно-разгрузочного фронта, интенсивности входящих и выходящих потоков, внешних товароносителей, имеющегося складского оборудования, принятого документооборота и т.д.

Каждый из перечисленных факторов может оказать существенное влияние на выполнение той или иной операции технологического процесса, однако общая последовательность проведения основных этапов (процессов-компонентов) грузопереработки на складе традиционно одинакова: разгрузка - приемка - складирование - комплектация - отгрузка.

Успех рациональной организации технологического процесса на складе тесно связан с опти-

мальным выбором и реализацией системы складирования, которая определяет какими техническими средствами будет осуществляться каждая операция. Перемещение материальных потоков в логистической цепи невозможно без концентрации в определенных местах необходимых запасов, для хранения которых предназначены соответствующие склады. Складские системы различных типов, создаваясь в начале, середине и конце транспортных грузопотоков, служат для временного накапливания грузов и своевременного снабжения производства материалами в нужных количествах. Однако, кроме операций складирования, на этапе складирования выполняются также и внутрискладские транспортные, погрузочные, разгрузочные, сортировочные, комплектовочные и промежуточные операции, оказывающие существенное влияние на рационализацию движения материальных потоков в цепи товародвижения и величину общих издержек.

Склад - здание, сооружение, устройство предназначенное для приемки и хранения различных материальных ценностей, подготовки их к производственному потреблению и бесперебойному снабжению ими потребителей [1, с. 89].

Формирование складской системы представляет собой сложный процесс, включающий в себя технико-технологические, экономические, организационные, информационные, финансовые и другие аспекты. Проблематика построения должна включать не только рассмотрение склада как самостоятельного механизма, но и как элемента системы товародвижения. Складскую систему в широком смысле слова можно рассматривать как микрологистическую систему, состоящую из взаимосвязанных в процессе управления материальными и информационными потоками методов, объединенных общими целями функционирования фирмы.

Основными проблемами, возникающими на пути формирования складских систем в торговле, являются:

- выбор формы собственности;
- размещение и размер;
- разработка системы складирования;
- отсутствие системного подхода;
- отсутствие информационных систем.

Выбор формы собственности. Ключевым вопросом, встающим перед фирмой при решении проблем обеспечения складской площадью, является выбор формы собственности. Эта задача возникла в связи с переходом к рыночным отношениям еще в 90-х годах. Сегодня разработан ряд рекомендаций общего характера, основывающихся на анализе деятельности фирмы и прогнозе в ее развитии на ближайшие несколько лет. Проблема заключается в том, что в виду нестабильности экономической ситуации в стране невозможно оценить реальный товарооборот даже на следующий год. В случае, если компания занимается торговлей со склада, а не осуществляет доставку в магазины, т.е. использует формат склад-магазин, то необходимо учитывать перспективное развитие района, как минимум, в ближайшие пять лет. Целесообразно иметь склад в собственности, если предприятие работает с большим количеством магазинов, у него большие обороты товара или если продукция требует доставки в ранние часы.

Таким образом, проблема выбора склада встает перед всеми предприятиями, выходящими на более или менее приемлемый объем оборота, и сделать выбор, учитывая помимо чисто финансовых показателей, будущую политику бывает практически невозможно.

Размещение и размер. Методика определения месторасположения склада не всегда дает истинное представление о данном районе. Проблемой здесь является то, что методика, предусматривающая оптимальное размещение баз материально-технического снабжения, использование линейного программирования, комбинаторный метод, не применима в условиях неразветвленной сети автомобильных или железных дорог. Полученный оптимум размещения склада, обеспечивающий совокупный минимум суммарных затрат на строительство и дальнейшую эксплуатацию, транспортных расходов, внутрискладского перемещения, не учитывает экономику региона, планы местных властей, наличие подъездных путей и конкурентов. Необходимо также определиться с размером склада, с возможностью расширения земельного участка в связи с ростом грузооборота. Зачастую это бывает невозможно сде-

лать по причине аренды склада другими успешно развивающимися фирмами, которые также нуждаются в дополнительной площади. Характерна ситуация с фирмой "Эргодата": потребность в дополнительной площади у разгрузочной рампы для устранения дефицита лифта была удовлетворена только по прошествии года с момента обнаружения потребности.

Разработка системы складирования. Система складирования предполагает оптимальное размещение груза на складе и рациональное управление им. При разработке системы складирования необходимо учитывать все взаимосвязи и взаимозависимости между внешними и внутренними потоками объекта. Сложностью здесь является то, что при строительстве или реконструкции нового склада, выбор системы складирования подчинен задаче нахождения параметров его работы, обеспечивающих проведение оптимальных технологических процессов. В случае же с переоснащением или рационализацией уже работающего склада систему необходимо разрабатывать с учетом действующей складируемой грузовой единицы и только потом обращать внимание на здание, в котором размещен склад.

Отсутствие системного подхода. Создав складской комплекс, бессистемность деятельности складского комплекса проявляется в общей цепи товародвижения товаров. Она заключается в том, что зачастую склад для достижения своей цели работает по своим законам. Отдельные звенья представляют собой изолированные системы, руководствующиеся только своими интересами. Это приводит к тому, что вместо оптимизации всей системы товародвижения, достигаются лишь цели ее отдельных звеньев. В этом случае необходимо поставить и решить задачу проектирования согласованной системы, имеющей заданные параметры материальных потоков на выходе. Склад должен рассматриваться не изолировано, а как интегрированная составная часть логистической системы. Только такой подход позволит обеспечить успешное выполнение основных функций склада и достижение высокого уровня рентабельности системы в целом; отсутствие системного анализа всей складской системы. Зачастую склад предстает перед нами как множество разобщенных подсистем, не взаимодействующих между собой, что приводит к хаотичности складского процесса и его неуправляемости. Наличие системного подхода позволяет интегрировать систему, увидеть ее как целостный механизм с внутренними и внешними связями. Однако это представляет сложность в виду сложившихся правил и норм поведения в конкретной организации, которые часто невозможно изменить.

Отсутствие информационных систем. Проблемой информационной поддержки является отсутствие информационных систем, способных реально оценить и оптимизировать работу фирмы. На рынке компьютерных программ сейчас наблюдается тенденция к росту числа продуктов, основанных на принципах рационального учета материальных ресурсов, проходящих через склад фирмы. Недостатком подобных систем следует считать невозможность применения их ко всей цепи товародвижения, что позволило бы систематизировать работу предприятия.

При создании складской системы всегда нужно руководствоваться следующим основным принципом: лишь индивидуальное решение с учетом всех влияющих факторов может сделать ее рентабельной. Предпосылкой этого является четкое определение функциональных задач и основательный анализ переработки груза как внутри, так и вне склада. Разброс гибких возможностей необходимо ограничить достоверными, практически выгодными показателями. Преодолев проблемы формирования складских систем, предприятие может выйти на качественно новый уровень в своей деятельности, позволяющий регулировать процесс товародвижения, иметь заранее спланированные параметры работы, перераспределять трудовые и материальные ресурсы между подсистемами, регулировать затраты, возникающие на разных этапах формирования складской системы.

Список литературы

1. Гаджинский А.М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики. – М.:Дашков и К, 2017 – 89 с.

2. Турков А.М, Рыжова И.О. Логистика: учебник для студ.учреждений сред.проф.образования – М.: Издательский центр «Академия», 2017. – С. 143-144.

© А.М. Турков, 2018

УДК 332

ТРУДНОСТИ СВЯЗАННЫЕ С ВНЕДРЕНИЕМ ПОЛНОЦЕННОГО БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИИ

ЛЕОНОВ СЕРГЕЙ АНДРЕЕВИЧ
к.э.н старший преподаватель
ВАНЯЕВА ВАЛЕРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА
Студент
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»

Аннотация: В статье рассматривается современные трудности связанные с внедрением бизнес-планирования, показана причина, которая служила спадом развития Российской экономики, отражены недостатки при создании бизнес-планирования, а также рассмотрены проблемы связанные со внедрением полноценного бизнес- планирования.
Ключевые слова: Бизнес-планирования, экономика, проблемы внешний и внутренний среды, эффективность, предприятие.

THE DIFFICULTIES ASSOCIATED WITH THE IMPLEMENTATION OF SOUND BUSINESS PLANNING IN RUSSIA

Leonov Sergey Andreevich,
Vanyaeva Valeria Aleksandrovna

Abstract: the article considers the modern difficulties associated with the introduction of business planning, shows the reason that served as the decline in the development of the Russian economy, reflects the shortcomings in the creation of business planning, as well as the problems associated with the introduction of full-fledged business planning.
Key words: Business planning, economy, problems of external and internal environment, efficiency, enterprise.

Бизнес в России на сегодняшний день совершает постепенный рывок, от безграмотных форм бизнеса к современным международным формам с использованием методов и средств бизнес-планирования. Процесс финансового бизнес-планирования на российских предприятиях протекает в условиях экономической нестабильности и отсутствия четких перспектив развития, за счет проблемы которые начались с острого кризиса 1998 года.

Влияния среды на хозяйства участников рынка – это финансовых ресурсов от реального сектора, экономики, монополизация рынка, истощение резервов экономического развития предприятий [1, с. 6].

В условиях новой конкурентоспособности не существовало необходимости в серьезной аналитической работе. В 1994 году изменился «валютный курс», который понес за собой некоторые потери и только стал ощущаться лишь в 1996-1997 годах, когда с вводом «валютного коридора», эффективность экспортных поставок упала до критически низкого уровня.

С начала реформ 1990 годов экономика страны еще ни разу не оказалась в стабильном состоянии, позволяющем делать надёжные прогнозы. На сегодняшний день невозможно точно с уверенностью сказать, сколько еще лет потребуется, чтобы восстановить утраченные позиции. Большинство российских бизнесменов склонно впадать в крайности.

Одни полагают, что присутствие грамотного оформленного бизнес-плана может помочь решать проблемы и обеспечит успех. Остальные думают, что бизнес-планирование не имеет никаких связей с реальным бизнесом, которым им приходится заниматься. Согласно мнениям экспертов, российский бизнес пока что лишь подражает западному бизнесу, причем подражает не фундаментальные основы, а лишь внешние признаки. По этой причине многие бизнес-проекты не целесообразны в России [2, с. 7].

Характерный минус отражается в формирование финансовых планов – низкая вовлеченность определенных исполнителей в процесс бюджетирования и принятия решений, сложность развития гибкой системы оценки результатов деятельности структурных подразделений.

За счет роста рыночных отношений в России, по большей мере, происходило случайно, и потребность в бизнес планировании проявилась довольно поздно, большинство компаний все еще используют более привычные технико- экономические обоснования. Перед отечественными предприятиями существует весь комплекс проблем, имеющих инновационный вид, их решения касаются изменению всей организации, всех компаний и их сотрудников. Можно сделать вывод, что решением такой проблемы может стать улучшение не только нововведения, но и системный подход, чтобы проводимые меры в бизнесе осуществляли для каждого предприятия целостную систему комплексных действий, охватывающих целый штат сотрудников, все подразделения и службы [2, с. 8].

Неподготовленность руководства компании к стратегическому планированию. Эта вопрос считается, наиболее серьезным. Он заключается в том, что в компании имеются все условия, препятствующие или даже делающие невозможным внедрение и нормальное функционирование системы стратегического планирования. Эта проблема формируется в следующих ключевых аспектах: Отсутствие желания руководителей заниматься стратегическим планированием, Низкий уровень подготовки управленческого персонала. Разберем первый аспект, отсутствие желания руководителя заниматься планированием, обычно вызвана причинами:

- Недостаток или абсолютное отсутствие управленческого контроля;
- Недостаточно успешная система коллективного управления;
- Недостаточное восприятия диапазона и сущности задач, решаемых способами бизнес - планирования.

Из второго аспекта можно выделить следующие проблемы:

- Недостатки в организации подбора, найма и мотивации управленческого персонала;
- Высокая непостоянность среди управленческого персонала.

В следствии указанных факторов в компании со временем формируются и закрепляются устойчивые факторы, которые мешают внедрению полноценного бизнес-планированию [4, с. 162].

Проблемы с внедрении полноценного бизнес-планирования в России формируется отсутствием настоящей информации о конкурентоспособности продукции и целой стратегии предприятия, конкурентной среде, а также игнорируются интересы инвесторов. В России все еще в полной мере не принимается, такой фактор как, степень качества изделия или услуги.

Низкая эффективность планирования и бюджетирования, отсутствие управленческой, организационной и финансовой структуры, недостаток квалифицированных специалистов приводят к тому, что планы становятся неопределенными, а в управленческом отношении - неактуальными, процесс согласования и утверждения планов затягивается, бюджеты могут быть несоответствующими действительности, полномочия и ответственность за исполнение планов и бюджетов теряется.

Отсутствие порядка в управленческой отчетности, специалистом по планированию приходится использовать управленческие отчеты. Во многих компаниях отсутствуют отчеты, которыми можно было бы легко пользоваться при оценке результатов хозяйственной деятельности, анализе среды, формулировании целей и задач развития, разработке планов мероприятий. Нужно не забывать, о влияние многофункциональных руководителей, которые тянутся к своей административной независимости, по-

добным способом область влияния, масштаб и степень взаимодействия отдела стратегического планирования сужаются в плоть до функционального подразделения, в котором он находится [5, с. 95].

Присутствуют такие проблемы, как реализуемость планов и их комплексность. Под реализуемостью планов подразумевается их осуществимость с точки зрения обеспечения необходимыми финансовыми и материальными ресурсами, отсутствие дефицитов. Практика работы российских компаний показывает, что часто принимаются к исполнению финансовые планы с дефицитом до 30-60%. Комплексность проектов означает, что экономические планы по доходам и расходам, необходимы ещё реальные планы по прибылям и убыткам, задолженности, плановый баланс.

Кроме того, разумно использовать инструменты факторного анализа, чтобы дать оценку возможным вариантам развития событий при изменении основных плановых показателей. Основными проблемами в сфере управленческого учета являются низкая надежность и результативность получаемых данных: любой финансовый директор или главный бухгалтер желает иметь оперативные сведенья по себестоимости и прибыли, но то, что имеется, их не как не удовлетворяет.

Эти причины обусловлены различными проблемами: это и недостающая оперативность получения основных учетных документов, территориальная отдаленность подразделений предприятия, несоответствие системы аналитического учета задачам управления, нехватка человеческих и материальных ресурсов. Рассмотренные в трудности и проблемы бизнес-планирования распространены в российских компаниях и наряду с другими управленческими проблемами в существенной мере снижают эффективность общего управления.

В одних случаях неспособность решать проблемы, а в других случаях нежелание видеть их приводят к неудовлетворенности руководителей результатами. Все это мешает к распространению как эффективного и полезного способа управления [5, с. 96].

Таким образом, выводы напрашиваются сами собой. Не смотря на эффективность такого управления как бизнес-план возможности его в российском менеджменте, никак не реализуются. Этому есть ряд выводов общеэкономических обстоятельств. Без сомнений, в условиях экономической неопределенности проблемы возникают с планированием вообще. Но, не меньшую обеспокоенность вызывают и субъективные проблемы.

От сюда отмечается очевидный минус не только экономических знаний, но и управленческих, у тех лиц, от которых находится в зависимости принятие решений в бизнесе. И в случае если на больших предприятиях ситуация сглаживается, то в малом бизнесе эта проблема стоит очень критически. Для того, чтобы гарантировать выживаемость компаний в современных условиях, нужно прежде всего оценивать экономическое состояние свой компании, но и своих конкурентов.

Список литературы

1. Леонов С.А. Использование нестандартных показателей оценки коммерческой активности и подход к принятию решений в сбытовой деятельности предприятия // Известия Высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2012, № 1(337) ,С. 5-7.
2. Леонов С.А. Математическая оценка факторов, оказывающая влияние на производственно-сбытовую деятельность швейных предприятий // Известия Высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2013, № 5(347) ,С. 5-10.
3. Леонов, С.А. Организация бизнес-процессов на предприятиях швейной отрасли легкой промышленности [Текст] // Известия Высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2017. - № 1
4. Леонов С.А. Методическое совершенствование процесса принятия решений в сфере сбытовой деятельности предприятия // Известия Высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. 2011, № 4,С. 161-164.
5. Леонов С.А. Производственно-сбытовая деятельность швейного предприятия и факторы, оказывающие влияние на нее // Дизайн. Материалы. Технология. 2014, № 2 (32),С. 95-97.

© В.А. Ваняева, 2018

УДК 338

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

ДОНГАК ЧЕЙНЕШ ГЕННАДЬЕВНА
к.э.н., доцент
ДОНГАК САЛБАК ИГОРЬЕВНА,
КЫЗЫЛ-ООЛ АЛАШ АНДРЕЕВИЧ
Студенты
ФГБОУ ВО РТ «Тувинский государственный университет»

Аннотация: Актуальность темы научной статьи обусловлена тем, что еще не все закономерности управления персоналом глубоко изучены и открыты. Закономерности (как и законы) могут закончить свое действие в силу изменения условий производства и управления, а также в силу прекращения или начала действия законов развития экономики. По мере перехода к рынку такие изменения происходят особенно интенсивно. Цель статьи - изучить принципы управления персоналом. Объектом исследования является система управления персоналом, предметом - принципы управления персоналом.
Ключевые слова: персонал, принципы, управление, экономика, предприятие.

PRINCIPLES OF PERSONNEL MANAGEMENT

Dongak Caines Gennadevna,
Dongak Salbak Igorevna,
Kyzyl-ool Alash Andreevich

Abstract: The Relevance of the topic of the scientific article is due to the fact that not all laws of personnel management are deeply studied and open. Regularities (as well as laws) can end owing to change of conditions of production and management, and also owing to the termination or the beginning of action of laws of development of economy. As the transition to the market, such changes are particularly intense. The purpose of the article is to study the principles of personnel management. The object of the study is the personnel management system, the subject - the principles of personnel management.
Key words: personnel, principles, management, economy, enterprise.

Персонал – это совокупность работников организации. Он является важнейшим ресурсом, обеспечивающим устойчивое положение и развитие организации. Основой системы управления персоналом предприятия является механизм управления, включающий в себя принципы, функции, методы управления и стиль руководства. Закономерности управления персоналом пронизывают всю управленческую деятельность, влияют на состояние всех подсистем и элементов системы управления организации, они не зависят от воли и желания человека. Закономерности нужно изучать и знать направления их действия и взаимодействия. Пренебрежение ими может привести к действиям со стороны человека, которые вызовут нежелательные последствия и проблемы, решение которых потребует дополнительных затрат труда и ресурсов. Поэтому человек должен их сознательно использовать.

Принципы управления персоналом.

Работники предприятий исходя из своей роли в процессе производства выполняют различные функции. С этой точки зрения всех работающих на предприятии можно разделить на две больших группы:

1) промышленно-производственный персонал (ППП);

2) непроизводственный персонал.

Ведущее место занимает первая группа, она наиболее многочисленна. Работники, входящие в состав ППП, принимают прямое или косвенное участие в процессе производства, начиная от проектирования и заканчивая реализацией выпускаемой продукции. Они выполняют всю совокупность производственных функций.

Непроизводственный персонал представлен работниками, которые не принимают участия в выпуске продукции. Их целевая установка – обеспечение и обслуживание коллектива предприятия.

К группе общих принципов управления можно отнести следующие принципы: системности; равных возможностей; уважения человека и его достоинства; командного единства; горизонтального сотрудничества; правовой и социальной защищенности [1, с. 61].

Принцип системности. Управление персоналом предполагает, что линейные руководители, специалисты, работники кадровых служб рассматривают человеческий ресурс организации как целостную, взаимосвязанную динамическую систему, охватывающую все категории работников и тесно связанную с внешней средой организации.

Системный характер управления персоналом предусматривает скоординированный подход ко всем направлениям формирования и регулирования человеческого капитала организации; набору, отбору, расстановке руководящих кадров, их подготовке и переподготовке, селекции и трудоустройству.

Принцип равных возможностей отражает объективные тенденции, происходящие в социально-политической и экономической жизни российского общества. В странах с развитой рыночной экономикой все активнее утверждается принцип равных возможностей представителей всех социальных, классовых, национальных и половых групп при подборе и расстановке кадров. Так, в компании IBM все, начиная с директора и кончая уборщицей, обедают в одной и той же столовой, никто не имеет закрепленного места на стоянке автомобилей, преодолена дискриминация по отношению к женщинам и представителям не англосаксонского происхождения. Культ одаренной личности, профессиональные качества являются главным критерием оценки сотрудника при его повышении в должности.

Принцип уважения человека и его достоинства. Этот принцип является основой завоевания доверия людей, столь необходимого для достижения организацией успеха. Его содержание включает: максимальное развитие инициативы, талантов, профессиональных навыков: умение найти себя в новой обстановке; поощрение достижений сотрудников и их личного вклада; создание возможностей для творческого роста, обеспечение таких условий, когда голос каждого будет услышан; защиту прав, достоинства, гарантии личной безопасности. Это — образ мышления руководства, при котором потребности и интересы сотрудников стоят на первом месте среди приоритетов организации.

Принцип командного единства. Команда - это тщательно подобранный профессиональный, самоуправляющийся коллектив, в полной мере разделяющий основные цели и ценности организации, выступающий как единое целое. Все члены команды имеют равные условия, несут коллективную ответственность за результаты деятельности команды, планируют деятельность с учетом плана работы каждого члена команды. Функции каждого члена команды достаточно гибки и, как правило, уточняются в процессе управления с учетом складывающейся ситуации, В то же время сотрудники команды сохраняют свою самостоятельность и самобытность. Управление командой осуществляется мягкими, дирижерскими методами с учетом соблюдения интересов и потребностей членов команды. Менеджер, сформировавший такую сплоченную команду, может быть спокойным, уверенным в будущем организации [2, с. 55].

Принцип горизонтального сотрудничества. В большинстве преуспевающих организаций наблюдается тенденция передачи прав и ответственности на низовой уровень управления. Менеджеры этого уровня получили возможность осуществлять свои функции при отсутствии жесткого контроля сверху. Однако для обеспечения в таких условиях адекватной информационной поддержки и координации работ требуется сеть горизонтальных связей, характеризующихся высокой степенью сложности. Обычная вертикально-ориентированная структура с сильными элементами бюрократизма плохо справляется с этой задачей.

Принцип правовой и социальной защищенности. Этот принцип предполагает строгое соблюдение и исполнение Конституции РФ, законов и основанных на них других правовых актов. Он также предусматривает знание менеджерами, предпринимателями, работниками кадровых служб норм административного, гражданского, трудового, хозяйственного, уголовного и других отраслей права. Ненадлежащая правовая подготовка руководителей может отрицательно сказаться на обеспечении защиты прав сотрудников, привести к конфликтам с ними в процессе операций по найму и увольнению и в других ситуациях.

На практическую реализацию этого принципа оказывает отрицательное воздействие противоречивый характер действующих законов и правовых актов, регулирующих права граждан РФ. В настоящее время в РФ одновременно действуют законы бывшего СССР, законы, принятые Федеральным Собранием РФ, постановления Правительства РФ, наблюдается несоответствие федеральных законов и законодательной базы субъектов Российской Федерации.

Принцип учета долгосрочной перспективы организации. Реализация требований этого принципа предполагает осуществление стратегического прогнозировании и планирования развития организаций. Стратегический прогноз должен дать ответы на вопросы: сколько работников, какой квалификации, когда и на каких этапах и при каких обстоятельствах будут использованы? Какие рабочие места будут сокращены, будут ли созданы новые и в каком количестве, возникнет ли необходимость в сокращении персонала, в его переобучении, переподготовке, профориентации? Каких затрат потребуют предполагаемые кадровые изменения? Стратегическое прогнозирование и планирование будут эффективными, если включить их в общую систему прогнозирования и планирования развития организации.

Принцип интеграции и сплоченности коллектива. Реализация этого принципа возможна при воспитании коллектива в духе корпоративной, солидарной ответственности и понимания того факта, что личная судьба каждого зависит от выживания организации, от правильно выбранной стратегии развития. При ее реорганизации не следует увлекаться механическим сокращением рабочих мест, сворачивать программы по обучению персонала и повышению квалификации. Такого рода меры могут вызвать у работников стрессовые ситуации, недовольство ее руководством. Наоборот, необходимо делать все возможное, чтобы сотрудники стремились к повышению квалификации, к саморазвитию, готовились к переориентации предприятия для производства новых видов продукции. Важно поддерживать доверительные отношения сотрудников с руководителями разных уровней и уважительное отношение работников друг к другу, обеспечивать справедливую оплату труда.

Принцип участия сотрудников в принятии решений. В преуспевающих международных компаниях многие важные решения принимаются на особых заседаниях, открытых для широкого круга работников. Обычно все, кто имеет отношение к выполнению принятых решений (а не только управляющие) бывают на заседаниях. Они участвуют в обсуждении предполагаемых вариантов решений, высказывают свои рекомендации и вносят предложения по совершенствованию того или иного варианта. Такое участие предупреждает сопротивление персонала организационным и технологическим нововведениям, способствует не только взаимопониманию менеджеров и рядовых работников, но и повышает производительность труда [3, с. 85].

Принцип опоры на профессиональное ядро кадрового потенциала. Ядро кадрового потенциала представляет собой совокупность способностей работников организации, которые обеспечивают ей стратегическое преимущество на рынках товаров, услуг и знаний. Ценность этих преимуществ состоит в том, что конкуренты оказываются неспособными производить аналогичные по качеству продукты и услуги или запаздывают с внедрением нововведений. Эти способности присущи организационной системе предприятия, а не отдельным выдающимся работникам. Они служат долговременной основой для разработки и принятия стратегически важных решений, обеспечивающих эволюцию организационной системы и ее адаптацию к меняющимся условиям внешней среды.

Принцип соблюдения баланса интересов руководителей и подчиненных сотрудников. В преуспевающих международных компаниях большую роль отводят сбору информации о том, что думают их сотрудники о бизнесе, о содержании деятельности руководящего звена менеджеров, условиях и оплате

труда сотрудников, о соблюдении принципов трудовой этики, о перспективах «человеческих ресурсов», о вовлечении персонала в решение корпоративных задач и др.

Принципы сотрудничества с профсоюзами и общественностью. По мнению зарубежных исследователей, роль профсоюзов в странах с развитой рыночной экономикой будет постепенно снижаться. Это связано с изменениями в ряде корпораций политики в отношении заработной платы. Профсоюзы вряд ли смогут добиться единых ставок заработной платы. В японских корпорациях профсоюзы, например, часто интегрированы в институты корпорации и представляют своеобразные отделы социальной работы в рамках руководства. Но сбрасывать их со счетов нельзя. Особенно это относится к России, где профсоюзы и выполняют функции защиты экономических интересов сотрудников, и активно добиваются соблюдения их законных прав в области трудовых отношений. Поэтому менеджерам и предпринимателям необходимо активно сотрудничать с профсоюзами, добиваться установления партнерских отношений, строго выполнять заключенные соглашения, более того, при возникновении производственных конфликтов использовать их возможности и авторитет.

Традиционно российские предприниматели активно занимались благотворительной деятельностью. Такая деятельность способствовала повышению имиджа предприятия и расширяла его возможности по привлечению трудовых ресурсов, а также помогала устанавливать партнерские отношения между ее руководством и рядовыми сотрудниками. Некоторые предприниматели считают, что особенно перспективно выделять средства на развитие системы образования как высшего, так и среднего профессионального [4, с. 80].

Список литературы

1. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2012.
2. Веснин В.Р. Менеджмент: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2012.
3. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский. – М.: Магистр; ИНФРА-М, 2011.
4. Егоршин А.П. Организация труда персонала: учебник / А.П. Егоршин, А.К. Зайцев. – М.: ИНФРА-М, 2011.

УДК 2964

АКТУАЛЬНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

ЧЕП АЛЁНА ВЛАДИМИРОВНА

Студент
ФГБУ «Оренбургский Государственный Университет»

Аннотация: Обоснована необходимость стратегического управления и планирования на предприятиях в современных условиях. Рассмотрены подходы разных авторов к пониманию термина «стратегическое планирование». Перечислены основные проблемы стратегического развития отечественных предприятий. Приведены доказательства необходимости применения стратегического планирования не только крупных предприятиях, но и на малых и средних.
Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегическое управление, стратегия, стратегическое развитие, малые, средние, крупные предприятия.

THE RELEVANCE OF STRATEGIC MANAGEMENT AND PLANNING AT THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS

Chep Alyona Vladimirovna

Abstract: the necessity of strategic management and planning at enterprises in modern conditions is Substantiated. The approaches of different authors to the understanding of the term "strategic planning"are considered. The main problems of strategic development of domestic enterprises are listed. The evidence of the need for strategic planning not only for large enterprises, but also for small and medium-sized enterprises is presented.
Keywords: strategic planning, strategic management, strategy, strategic development, small, medium, large enterprises.

Планированию как управленческой функции всегда отводилась отдельная важная роль. Данный инструмент ведения хозяйства экономических субъектов позволяет определиться с наиболее перспективными направлениями развития, целью, средствами ее достижения и временными рамками.

Ранее, в условиях административной экономики существовала четко слаженная иерархичная структура планирования народного хозяйства СССР от государственного уровня вплоть до предприятий. Однако к 90-м годам, когда Советский Союз стал распадаться на независимые государства, отечественная экономика сменила статус «командной» на «рыночную», предприятия перешли из государственной собственности в частную и были вынуждены развиваться своими силами и средствами.

Функционируя в условиях рыночных отношений, современные предприятия и организации находятся в постоянном поиске новых решений в целях укрепления конкурентных позиций существующего бизнеса, обеспечения его развития и долгосрочного существования. Одним из важнейших инструментов ведения бизнеса является стратегия.

Современные ученые-экономисты и руководители преуспевающих предприятий подтверждают

важность стратегического планирования не на словах, а доказывают опытом, результатами реализации стратегических целей и задач. Так в настоящее время существует множество подходов к толкованию стратегического планирования. Интерпретация некоторых авторов приведена в таблице 1.

Таблица 1

Подходы к определению термина «стратегического планирования»

Автор	Год	Определение	Ключевые элементы
Гузинец К.В. [3, с. 120]	2013	Стратегическое планирование - разработка и реализация перспективы в виде прогнозов и планов, чья реализация обеспечивается эффективным функционированием предпринимательской структуры, перспективным будущем и адаптацией к изменяющемуся фону внешней среды.	Прогнозирование и планирование деятельности предпринимательской структуры в постоянно изменяющихся условиях внешней среды
Магданов П.В. [6, с. 107]	2012	Стратегическое планирование-сложный процесс, охватывающий все уровни иерархии организации, все бизнес-процессы, которые в ней осуществляются, все подразделения, планы и проекты.	Многоуровневый процесс планирования
Быдтаева Э.Е., Бекмурзаева З.Х. [1, с. 14]	2013	Стратегическое планирование - целостное инструментальное моделирование будущего некоторой системы, которая согласовывает модели развития ее субъектов.	Моделирование развития системы
Гретченко А.И., Горохова И.В. [2, с. 72]	2014	Стратегическое планирование –это всего лишь инструменты, позволяющие оптимальным образом использовать национальные ресурсы для достижения поставленных целей.	Инструмент эффективного использования национальных ресурсов
Маклакова Е. А. [7,с. 81]	2013	Стратегическое планирование - инструмент управления не только на уровне организации, но и на других уровнях экономики(на уровне региона, страны и др.).	Инструмент управления разными уровнями экономики

На основании приведенных (табл. 1) определений, можно сделать вывод, что стратегическое планирование подразумевает собой сложный многоуровневый процесс прогнозирования и планирования функционирования некой системы в будущем, а также ее адаптация к изменяющимся условиям внешней среды.

Продуктом процесса стратегического планирования является стратегия. Наиболее полно раскрывает ее сущность, с нашей точки зрения, Курлыкова А.В.: «Стратегия – это документ, разрабатываемый высшим руководством предприятия, в котором отражено долгосрочное, качественно определенное направление развития предприятия, касающееся средств и форм достижения целей, системы взаимоотношений между субъектами внутренней среды, а также его взаимоотношений с внешней средой, приводящее к достижению целей»[5, с. 10].

Термин «стратегическое планирование» пришел к нам в 70-е годы из капиталистических развитых стран. Ранее в СССР, где существовала административная экономика, применялся термин «долгосрочное перспективное планирование». Основной принцип такого планирования заключался в разработке новых планов «от достигнутого», на основе имеющихся ресурсных возможностей и потенциала предприятия без исследования внешней среды, которая считалась неизменной.

До 1992 года вопросы стратегического планирования в отечественной экономической литературе рассматривались лишь эпизодически, и, прежде всего, как опыт управления в капиталистических фирмах. Но практически на многих крупных советских промышленных предприятиях уже возникал вопрос о необходимости разработки стратегического плана[10, с. 11].

Планы развития нашего государства составлялись в виде директив и со временем претерпевали ряд изменений. Периодом планирования был один год, затем пятилетка. Большое количество плановых показателей с учетом имеющихся ресурсов и возможностей пропорционального развития народного хозяйства разрабатывал государственный аппарат СССР[4, с. 60].

В сложившихся экономических условиях внутри России к стратегическому планированию прибегают, как правило, крупные развивающиеся предприятия, которые обладают достаточным объемом ресурсов и получают поддержку от исполнительных органов власти. Однако и на крупных промышленных предприятиях возникает необходимость в развитии системы знаний стратегического планирования.

Тюкавкин И.Н. [9, с. 180-184] выделяет ряд проблем, имеющихся в стратегическом развитии отечественных промышленных предприятий, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Проблемы стратегического развития отечественных промышленных предприятий

Вид проблемы	Содержание проблемы
Техническое отставание, моральный и физический износ производственных фондов	Реконструкция производства, приобретение нового высокотехнологичного оборудования вызывает потребность у предприятий большой объем инвестиций, которые зачастую сложно найти и привлечь. Технологическое отставание от промышленно развитых стран, старение технологического оборудования предприятий ведут к снижению конкурентоспособности отрасли и усилению рыночной власти иностранных конкурентов.
Незначительное применение нанотехнологий в промышленности	В России работа в сфере нанотехнологий только начинается. Россия начала исследования в области нанотехнологий на 7 – 10 лет позже, чем большая часть развитых зарубежных стран. В промышленности практически отсутствуют коммерческие наноизобретения. Ни одну из разновидностей наноматериалов в России не производят в промышленных масштабах.
Кадровая проблема	По прогнозам экспертов в ближайшие несколько лет отсутствие достаточного количества высококвалифицированных специалистов может заметно сократить темпы промышленного роста. Наблюдается тенденция увеличения количества увольняющихся кадров в промышленности и снижению числа прибывающих. Помимо этого, уровень старения кадров на производстве постоянно растет. Стоит проблема качественной подготовки и переподготовки специалистов, воспроизводство кадров.
Повышение уровня тарифов естественных монополий	Рост цен на продукцию естественных монополий в России, регулируемый на сегодняшний день государством, крайне негативно сказывается на развитии промышленности, снижая объемы прибыли для конкретного предприятия, а в целом способствуя замедлению экономического роста всей страны. Однако повышение тарифов продолжается из года в год.
Контрафактная продукция	Данная проблема оказывает влияние на развитие промышленности и экономики в целом сразу по нескольким направлениям. 1) Убытки несет государство, недополучающее налоговые отчисления в бюджет. 2) «Страдают» предприятия всей отрасли, в которой незаконно произведенная продукция получила свое распространение. Потери характеризуются снижением прибыли в данный конкретный момент, будущее падение спроса, связанное с негативным мнением потребителя, воспользовавшегося однажды контрафактной продукцией. 3)Это отрицательное влияние на здоровье потребителей, что крайне опасно, особенно в тех случаях, когда недоброкачественная подделка относится к предметам массового потребления.4)Значительное количество контрафактной продукции на рынке негативно отражается на имидже страны в мире, что подрывает инвестиционную привлекательность отечественной промышленности.

Вид проблемы	Содержание проблемы
Проблемы экологии и ресурсосбережения	Тесно связаны с проблемой технического и технологического отставания промышленности и являются крайне негативными характеристиками на пути стратегического развития промышленного комплекса РФ. Государством до сих пор не выработаны конкретные механизмы финансирования энергосберегающих проектов. Финансирование экологических проектов в России ничтожно мало по сравнению со странами Европы.
Невысокая доля экспортной продукции	Наибольшая доля в структуре экспорта приходится на топливно-энергетические товары и минеральные продукты. экспорт РФ имеет сырьевую направленность. Это отрицательно сказывается на экономическом развитии страны: доходы от сырьевого экспорта способствуют росту внутренних цен на товары и услуги, вследствие чего увеличиваются издержки отечественных производителей. Высокие цены на отечественные товары делают их неконкурентоспособными по сравнению с импортной продукцией. Для диверсификации экспорта РФ необходимо развитие технологий, поддержка инновационной составляющей экономики, что позволит расширить внутреннее производство, тем самым увеличив долю поступлений в бюджет, а также оптимизировать структуру экспорта и импорта путем самостоятельного производства различных видов оборудования.
Институциональные лакуны	Ситуация в промышленности на сегодняшний день характеризуется крайне слабым развитием, а в некоторых случаях полным отсутствием важных институтов рынка и правовых институтов. Необходимо формирование такой институциональной системы, которая будет способна обеспечить условия для роста промышленных предприятий.
Проблема структурной асимметрии рынка	Наибольшее предпочтение иностранные инвесторы отдают таким отраслям российской экономики, как оптовая и розничная торговля, обрабатывающие производства и добыча полезных ископаемых. Оптовая и розничная торговля характеризуется максимальным уровнем внутреннего спроса и быстрой оборачиваемостью капитала. Потенциальный инвестор обладает уверенностью в том, что вложенные средства быстро окупятся. Продукция обрабатывающих производств и полезные ископаемые представляют собой внушительную долю экспорта Российской Федерации, имеют стабильный спрос на мировом рынке и обладают высокой доходностью. Иначе обстоит ситуация в отраслях, капитал в которых оборачивается медленно, продукция не экспортируется (или мало экспортируется), например машиностроение.
Применяемые меры властью в развитии промышленности	Все проблемы могут быть успешно преодолены, если государство выработает единую стратегию и будет контролировать исполнение мер по ее реализации. Несмотря на кажущуюся активность, реальные меры поддержки промышленного сектора экономики не выработаны.

В государственной поддержке любого рода и стратегическом развитии, управлении и планировании нуждаются организации малого и среднего бизнеса.

Предпринимательство в России развивается чуть менее трех десятилетий. Это сравнительно небольшой период для становления института малого и среднего бизнеса. В 2015 г. в Российской Федерации к малым и средним предприятиям относилось 5,6 млн. хозяйствующих субъектов, из них 95,5 % – микропредприятия. На малые и средние предприятия в России приходится незначительная часть от общего объема оборотных средств (5–6 %). По данным Росстата, в 2015 г. в малом и среднем бизнесе было задействовано примерно 25 % от общей численности занятого населения (18 млн. рабочих мест), которые, несмотря на невысокий объем оборотных средств, производят примерно 20 % ВВП России. Практика зарубежных государств и данные Росстата свидетельствуют о наличии высокого потенциала и необходимости развития малого и среднего бизнеса.

Развитый малый и средний бизнес не только вносит весомый вклад в ВВП (в развитых странах Европы, Азии, Америки доля малого и среднего бизнеса в ВВП составляет 43–57 %), но и выполняет особую социальную функцию – обеспечение занятости населения, формирование среднего класса, удовлетворение повседневных потребностей общества в товарах и услугах [8, с. 110].

Отечественные малые и средние предприятия не отличаются высокой конкурентоспособностью, не обладают сильными сторонами и возможностями. Средняя продолжительность существования таких предприятий часто не превышает более 3 лет. Стратегическое управление и планирование в малом и среднем бизнесе встречается довольно редко, что свидетельствует об отсутствии у фирм перспективы развития и функционирования в долгосрочном горизонте.

Таким образом, проведенные исследования подтверждают актуальность использования стратегического планирования на отечественных предприятиях в сложившихся условиях рыночной экономики и высокой конкуренции вне зависимости от масштабов осуществляемой деятельности. Данная тема в последние годы широко обсуждается внутри Российской Федерации в связи с обострением геополитических отношений России с США и западными странами Европы, переходом к программе импортозамещения, а также слабой инвестиционной привлекательностью и низкой конкурентоспособностью многих отраслей народного хозяйства.

Список литературы

1. Быдтаева Э.Е., Бекмурзаева З.Х. Проблемы организации стратегического планирования промышленного развития / Э.Е. Быдтаева, З.Х. Бекмурзаева // Проблемы экономики и менеджмента, 2013. -№8. - С. 14- 21

2. Гретченко А.И., Горохова И.В. Плановый опыт СССР и проблемы стратегического планирования в современной России /А.И. Гретченко, И.В. Горохова // Вестник РЭУ, 2014. - №11. - С. 70-79

3. Гузинец К.В.Развитие инструментария прогнозирования и стратегического планирования в предпринимательских структурах: автореф.дис…канд. экон. наук / К.В. Гузинец. - Москва , 2013. - 128 с.

4. Кузнецова Ю.А., Козел И.В. Основные тенденции в развитии стратегического планирования на предприятиях России / Ю.А Кузнецова, И.В. Козел // Проблемы экономики и менеджмента, 2015. - №6. - С.60-63

5. Курлыкова А.В. Стратегическоеуправление на предприятии: методическое обеспечение стратегического анализа и стратегической ориентации для предприятий химического и нефтегазового машиностроения: монография / А. В. Курлыкова . - : LapLambert, 2012. – 216 с.

6. Магданов П.В. Генезис концепции стратегического планирования в контексте смены технологических укладов / П.В. Магданов // Вестник Пермского университета, 2012. -№ 4. - С. 107- 118.

7. Маклакова Е.А.Проблемы стратегического планирования в современных условиях / Е.А. Маклакова // Царскосельские чтения, 2013. - №1. – С. 77-81

8. Наумкин В.А. Малый и средний бизнес в России: современное состояние и перспективы развития / В.А. Наумкин // Общество: политика, экономика, право, 2016. - № 5. – С. 110-112

9. Тюкавкин И.Н. Проблемы стратегического развития промышленного комплекса России / И.Н. Тюкавкин // Вестник Самарского государственного университета, 2015. - № 2 (124). - С. 180–186.

10. Михайлова, О.П. Методы маркетинговой диагностики внешней среды промышленного предприятия в контуре стратегического управления//Бюллетень Оренбургского научного центра УрО РАН. 2015. № 3. С. 11.

© Чеп А.В.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
ЧАСТЬ 1

Сборник статей
XIII Международной научно-практической конференции
г. Пенза, 5 мая 2018 г.
Под общей редакцией
кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 10.05.2018.
Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 17,7

МЦНС «Наука и Просвещение»
440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10
www.naukaip.ru

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 июня	II Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-354
5 июня	V Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ: СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-355
5 июня	II Международная научно-практическая конференция ПРИОРИТЕТЫ ПЕДАГОГИКИ И СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-356
5 июня	III Международная научно-практическая конференция ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПРАВОВОГО ГОСУДАРСТВА И АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	90 руб. за 1 стр.	МК-357
7 июня	X International scientific conference EUROPEAN SCIENTIFIC CONFERENCE	90 руб. за 1 стр.	МК-358
10 июня	VII Международная научно-практическая конференция ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ, ЗАКОНОМЕРНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ	90 руб. за 1 стр.	МК-359
10 июня	Международная научно-практическая конференция СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА	90 руб. за 1 стр.	МК-360
12 июня	V International scientific conference OPEN INNOVATION	90 руб. за 1 стр.	МК-361
15 июня	XIII Международная научно-практическая конференция ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-362
17 июня	IX Международная научно-практическая конференция НАУКА И ИННОВАЦИИ В XXI ВЕКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ОТКРЫТИЯ И ДОСТИЖЕНИЯ	90 руб. за 1 стр.	МК-363
20 июня	XVI Международная научно-практическая конференция НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: СОХРАНЯЯ ПРОШЛОЕ, СОЗДАЁМ БУДУЩЕЕ	90 руб. за 1 стр.	МК-364
20 июня	XIII Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И ПРАВО: ИННОВАЦИОННОЕ РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ	90 руб. за 1 стр.	МК-365
25 июня	XVIII Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-366
25 июня	XVIII Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-367
25 июня	X Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ ЮРИСПРУДЕНЦИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ	90 руб. за 1 стр.	МК-368

www.naukaip.ru