

МОЛОДОЙ

X COAL H CARBONISED AT 100°C (2 B.S.S.
COAL H CARBONISED AT 805°C (72 B.S.S.
COAL H CARBONISED AT 1000°C (ISSN 2072-0297
COAL H CARBONISED AT 1000°C (240 B.S.S.

УЧЁНЫЙ

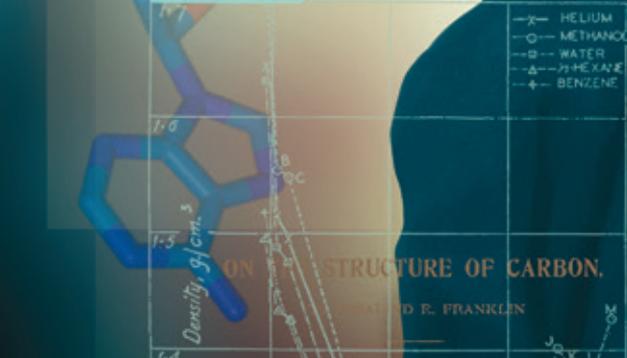
международный научный журнал

УЧЁНЫЙ

Minor groove

Major groove

Material	Temp.	700° C	750° C	800° C	850° C	1,000° C
Helium	Density, g./cm. ³	1.01	1.031	1.061	1.064	1.064
Water	Density after 2 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Methanol	Density after 24 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Carbon disulphide	Density after 24 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Acetone	Density after 24 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Chloroform	Density after 24 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Carbon tetrachloride	Density after 24 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ether	Density after 24 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
n-Hexane	Density after 24 hr., g./cm. ³	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Drift, % (2 hr. to 24 hr.)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0



An X-ray investigation of some « amorphous » carbons and graphites has revealed certain structures which it is the purpose of this note to describe. As a preliminary to the wider problems of carbon structure and the dependence of structure on the origin and treatment of the material, a detailed quantitative study of a single carbon was made, in order to find out just how much information the diffuse X-ray diagram could be made to yield. The material was prepared by pyrolysis of polyvinyl chloride at 1,000°, and is more than 99 % carbon. The following results were obtained.

65 % of the carbon is in the form of highly perfect graphite-like layers. The mean diameter of these

between pairs of small parallel graphite-like layers, the spacing in true graphite being 3.35 Å.

The investigation of a number of other « amorphous » carbons showed that the sharp separation between the ordered and disordered parts is of general occurrence. All the X-ray diagrams obtained can be satisfactorily interpreted by supposing the existence only of small, perfect, graphite-like layers together with some highly disordered material.

For carbons of widely different origin there is a general relationship between the diameter of the graphite-like layers and the proportion of amorphous material. This is shown in figure 1. For car-



8
2016
Часть VI

16+

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 8 (112) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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

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

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 15.05.2016. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

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

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

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

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

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович

На обложке изображена Розалинд Франклин (1920–1958) — английский биофизик и учёный-рентгенограф, занималась изучением структуры ДНК.

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

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Мартирисян Л. А., Воликов О. А.

Проведение анализа конкурентоспособности предприятия и управление ею 589

Makhmudova G. R.

The Importance Of Investment Policy In The Modernization Of The Country's Economy 592

Милославский В. Г.

Молодежное предпринимательство как фундамент развития среднего класса в России 594

Милославский В. Г.

Меры, методы и их влияние в антикоррупционной политике России и общественных отношениях 597

Минеева А. В.

Бухгалтерский учет в интернет-магазине 601

Митрофанова И. А.

Российский и китайский опыт налогового стимулирования инновационной деятельности 604

Мищур С. В.

Россия в процессах международной трудовой миграции 609

Мочалина О. С., Одринская О. В.

Динамика развития платежей, осуществлявшихся пластиковыми картами в банках России в 2010-2015 гг. 613

Музыкаева М. Ю.

Особенности учета внеоборотных активов 619

Мухоедова М. С.

Что преувеличено — спрос или влияние Китая? 620

Назаренко В. А., Бочкова Е. В., Авдеева Е. А.

Зоны льготного налогообложения и проблемы оттока капитала в РФ 624

Назаренко В. А., Бочкова Е. В.

Оффшорные зоны мира 626

Налобина Ю. И.

Оптимальная система стратегического управления предприятием 629

Настинова Ц. С.

Управление персоналом в современных условиях 632

Наумкина Т. В., Никитина А. А.,

Бит-Хашабо М. А.

Проблемы внедрения и практическая значимость управленческого учета в агропромышленном комплексе в России 634

Николаева А. А.

Система маркетинга и ее внедрение на предприятии 636

Овчинникова А. С., Собуцкая А. А.

Современные подходы к разработке систем мотивации и стимулирования персонала 638

Одинокоев С. Н.

Актуальные проблемы анализа и управления оборотным капиталом 641

Песоцкая Т. А., Макарова О. В.

Проблемы выбора метода оценки материально-производственных запасов при их выбытии... 645

Рабец И. Г.

Компетентностные основы исполнительной власти РФ в сфере здравоохранения 649

Рудская Е. Н., Михайличенко К. И.,

Десятниченко Л. В.

Банковский менеджмент: роль персонала и интернет-ресурсов в формировании лояльности клиентов 650

Рудская Е. Н., Скабарова А. А. Онлайн-туризм: перспективы и прогнозы развития 655	Файзиев Ш. Ш., Файзиев Ж. Ч. Роль международного сотрудничества в стабильном развитии экономики 680
Савенкова И. В., Клиновская Д. А., Бутенко Л. Н. Дистанционная торговля и ее место в ритейлинге 659	Фахрисламов А. М. Совершенствование методов и инструментов управления операционными рисками банка .. 681
Садилова А. Д. Актуальные проблемы учета и контроля расчетов по оплате труда 663	Филиппов В. В. Роль нативной рекламы в интернет-маркетинге 683
Сатторов П. О., Куртенок А. А., Журавлев А. И. Разработка предложений по организации транспортно-пересадочного узла на площади Ленина г. Санкт-Петербурга..... 665	Хлопунова О. В., Волгина Э. Э. Особенности формирования имиджа территории (на примере г. Новороссийска) 686
Скачкова Е. К. Скоринг как метод оценки кредитного риска..... 667	Хосев А. М. Анализ показателей развития российского фармацевтического рынка в период экономического кризиса 689
Sunakbayev S. K. Foreign experience of formation of cluster systems 671	Царев В. Е., Вершина Д. А. Барьеры развития малых инновационных предприятий 694
Теплякова Е. В. Финансовые риски: сущность, классификация и методы их оценки 673	Черных М. И. Влияние финансовой нестабильности банковского сектора на ликвидность кредитных организаций 697
Уралова Д. Ж. Анализ финансового состояния и особенности системы управления рисками на примере АО «КазТрансГаз» 676	Юсупов М. Г. Влияние бухгалтерского и налогового законодательства на развитие инвестиционного климата в России 703
Уринов Б. Н., Очиллов Ш. Б. Исследование проблем мотивации в персональном управлении 678	

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Проведение анализа конкурентоспособности предприятия и управление ею

Мартиросян Лаура Арменова, студент;

Воликов Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Конкуренция — это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях. Конкуренция является движущей силой развития субъектов и объектов управления, общества в целом, она должна стать образом жизни каждого работника.

Конкурентоспособность — это относительная характеристика, отражающая положение предприятия на рынке по отношению к состоянию предприятий-конкурентов, сформированному под воздействием внутренних и внешних факторов.

Перед проведением анализа конкурентоспособности любого предприятия, необходимо установить форму существующей между подвергаемыми анализу фирмами конкуренции, а так же метод конкуренции.

Формы конкуренции описаны в таблице 1.

Всего существует три формы конкуренции товара. Конкуренция между предприятиями зависит, в основном, от конкуренции между товарами, предлагаемыми этими организациями.

Методы конкуренции:

- а) неценовая — на основе повышения качества товара;
- б) на основе критерия повышения качества сервиса потребителей товара;

- в) ценовая — на основе снижения цены;
- г) на основе снижения эксплуатационных затрат у потребителя товара;
- д) на основе повышения качества процессов управления;
- е) интегральная — на основе использования всех конкурентных преимуществ объекта и субъекта. [1]

Существует несколько вариантов изменения конкуренции между фирмами:

- конкуренция усиливается с увеличением количества соперничающих фирм;
- конкуренция усиливается, когда крупные фирмы присоединяют другую фирму и принимают решительные меры по выводу её в лидеры;
- конкуренция сильна, когда спрос на товар растёт медленно;
- конкуренция усиливается, когда условия хозяйствования в отрасли толкают фирму на снижение цены или на применение других средств увеличения объёма продаж;
- конкуренция усиливается, когда затраты покупателей при переходе с потребления одной марки на другие невелики;
- конкуренция усиливается, когда одна или несколько фирм не удовлетворены своей долей рынка;
- конкуренция усиливается пропорционально росту прибыли от успешных стратегических решений;
- конкуренция усиливается, когда затраты на выход из рынка велики, высоки барьеры;

Таблица 1. Формы конкуренции

№	Форма	Описание
1	предметная	конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, удовлетворяющими одну и ту же потребность
2	функциональная	конкуренция между товарами — заменителями
3	личностная	имеются товары, предназначенные для одной и той же цели, но различающиеся каким-то важным параметром



Рис. 1. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу

— ход конкуренции предсказуем, когда стратегии, ресурсы, организационные особенности, миссии фирм различаются в значительной мере и открыты большинству.

На конкурентную борьбу фирм влияют факторы, описанные на рисунке 1.

Оценка конкурентоспособности организации осуществляется на основе двух показателей:

- а) интегральный показатель конкурентоспособности товаров компании;
- б) эффективность функционирования компании.

Эти характеристики достаточно обширны и зависят от вида деятельности, рыночной ситуации, управленческих усилий и т. д. Обобщающие характеристики конкурентоспособности можно сгруппировать по следующим показателям, оценив их затем по десятибалльной рейтинговой системе. [2]

1. Место расположения предприятия и доступность к рынкам ресурсов и рынкам по реализации продукции.

В зависимости от экономической целесообразности наукоёмкие предприятия тяготеют к трудовым ресурсам с учётом квалификационного уровня привлекаемой рабочей среды. Перерабатывающие предприятия тяготеют к сырьевым регионам. А предприятия торговли и сферы услуг необходимо располагать ближе к потенциальным потребителям их продукции и услуг.

2. Ценовая политика предприятия и адекватность её рыночным условиям и конъюнктурным особенностям.

Существует два основных подхода для определения оптимальной ценовой политики:

- ориентация на издержки;
- ориентация на рынок.

Согласно данным подходам, ценовая политика предприятия может быть следующей:

а) установление предельно низкой цены на уровне предельно низких издержек при предоставлении покупателю минимального объема сервисных услуг

б) установление дифференцированных цен с учетом покупательского спроса, когда товар предназначен для

среднего класса, предпочитающего хорошее качество по умеренной цене.

в) установка высоких цен на престижные товары для обеспечения имиджа предприятия при высоком уровне сервисного обслуживания.

3. Качество товара и его конкурентность с аналогичными или взаимозаменяемыми товарами, в том числе в процессе эксплуатации.

Качество продаваемого товара должно подтверждаться сертификатом (свидетельством качества) и быть легко проверяемым.

Главные составляющие конкурентоспособности предприятия:

— высокий технический уровень, надлежащие потребительские свойства, хорошая упаковка, маркировка продаваемых товаров;

— высокий уровень маркетинга и рекламное обеспечение реализации, действенные методы и хорошие источники распространения информации о качестве товара, его уникальности и т. д.;

— соответствие требованиям потребителя, техническим условиям и стандартам;

— организация допродажного и послепродажного гарантийного обслуживания, обучение потребителя правилам пользования;

— оптимальная цена, условия оплаты, расходы по транспортировке и установке для использования;

— своевременность появления на рынке с учётом сезонности реализации, готовности покупателя к использованию данного товара, формирования на него спроса.

4. Конкурентоспособность рекламы, эффективность её воздействия на потенциальных потребителей.

Показатель конкурентоспособности рекламы позволяет оценивать действенность рекламы с точки зрения активизации покупателя. Реклама рассматривается как способ целенаправленного распространения информации о местонахождении и видах деятельности предприятия, реализуемых товарах и предоставляемых услугах, а также о формах работы с клиентом.

Виды рекламы:

— внешняя — оформление фасада, реклама в печати, на телевидении и в других средствах массовой информации.

— внутренняя — выкладка товаров в магазине, их эстетичность и дизайн, форма расположения, наличие информации о товарах и месте их реализации, современное оборудование для выкладки и организации реализации товаров, наличие ценников и их оформление.

При этом интенсивная реклама позволяет сохранить достаточно высокий спрос на товары при увеличении цен почти в 2 раза по сравнению с товарами нерекламируемыми, имеющими аналогичные потребительские характеристики.

Количество видов и разновидностей выпускаемой (реализуемой) продукции, возможность маневра в изменении ассортимента в зависимости от конъюнктуры рынка.

Этот показатель учитывает, с одной стороны, границы производственных возможностей, с другой — уровень специализации производства и применения современных технологий производства для обеспечения высокого качества продукции при оптимальных затратах.

Определение границ производственных возможностей используется для определения эффективности производства. [3]

Управление конкурентоспособностью на макроэкономическом и микроэкономическом уровнях, направленное на её повышение, включает:

— управление научными исследованиями, проектными, конструкторскими, технологическими разработками, опытным производством, испытаниями в их взаимосвязи с обновлением и улучшением товаров и услуг;

— управление качеством труда, профессиональной подготовкой, уровнем образования работников;

— поиск, распространение, передачу передового опыта ведения производства и организации рыночных продаж;

— освоение и применение ресурсосберегающих технологий производства и обращения продукции;

— управление качеством товаров и услуг с применением стандартов качества и сертификации продукции;

— осуществление системы маркетинговых мероприятий по продвижению товаров и услуг на рынки сбыта, удержанию и расширению секторов рынка, вытеснению конкурентов;

— использование возможностей повышения спроса на товары и услуги со стороны определённых групп потребителей. [4]

Различают разные виды стратегий обеспечения конкурентоспособности фирмы.

1. Виолентная стратегия (принуждение) основывается на массовом производстве и поставке на рынки продукции приемлемого для потребителей качества при низких издержках производства, что позволяет производителям устанавливать невысокие цены в расчёте на значительный объём спроса.

2. Пациентная стратегия рассчитана на завоевание и удержание относительно узких рыночных «ниш», в пределах которых обращаются эксклюзивные товары специального предназначения и весьма высокого качества.

3. Коммутантная стратегия по аналогии с пациентной организована на удовлетворение небольших по объёму потребителей. Но она существенно отличается тем, что призвана удовлетворять не редкие, а быстро изменяющиеся, кратковременные нужды потребителей товаров и услуг.

4. Эксплерентная стратегия опирается на достижение конкурентных преимуществ фирмы посредством осуществления конструктивных и технологических инноваций, позволяющих опережать конкурентов в выпуске и поставке на рынок принципиально новых видов продукции. Эксплеренты вкладывают капитал в многообещающие, но рискованные инновационные проекты. [5]

Литература:

1. Формы и методы конкуренции. NGEBOOKS. COM. http://www.ngebooks.com/book_63306_chapter_3_2.%C2%A0Formy_i_metody_konkuren%D1%81ii.html
2. Управление конкурентоспособностью предприятия. Библиофонд. <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=559435>
3. Управление конкурентоспособностью организации. ALLBEST. http://revolution.allbest.ru/management/00192529_0.html
4. Жданкин, Н. А. Всеобщий ликбез по СМК/Н. А. Жданкин // Экономические стратегии. — 2008. — № 5/6.
5. Райзберг, Б. А. Курс управления экономикой. — Спб.: Питер, 2008. -528с

The Importance Of Investment Policy In The Modernization Of The Country's Economy

Makhmudova Gulrukh Ravshanbekovna, Lecturer
Gulistan State University (Uzbekistan)

In this article, it will be briefly discussed investment policy and its role in National Economy of Uzbekistan. The condition in Uzbekistan as politically and economically stable, rich in natural resources and existence of highly specialized labor force have attracted potential foreign investors. In particular, definitions for investments have been provided for better understanding by some famous economists. Mainly two types of investments namely domestic and foreign direct invests will be speculated, consequently their effective results will be mentioned. The increasing foreign direct investments annually affect GDP growth twice as much as domestic investments, which will be illustrated in charts. Localization is a production process of manufacturing local goods and services in order to substitute imported ones, which will lead to efficiently performance of social infrastructure, more job opportunities, and lower price for goods and services. On the balance, this will be responsible for improving life standards of the country's population.

Keywords: investment, foreign direct investment, domestic investment, localization, GDP, Uzbekistan's business opportunities, Uzbekistan.

Махмудова Гулрух Равшанбековна, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

In the modernization of the national economy, investment plays an important role in the achievement as in the following: provision production with new modern equipments and technologies, industrialization the national economy, additional perfection of competitiveness, increase the role and importance in the world arena, expansion exports and reaching high economic growth in our country. Therefore, special attention has so far been paid to the development of structural change of the economy and to rational, efficient use of investments.

It is concrete evidence that, increasing the volume of foreign and especially foreign direct investment yearly, shows deep structural changes in our economy where active and clearly directed investment policy have been in run and functioning properly.

One of the advantages of running right investment policy in attracting domestic and foreign investments to national economy leads to firstly protecting national economy from global financial and economic crisis and secondly providing stable growth in economy. As a result, the country's gross domestic product in the last 5 years, grew by 8.0 percent each year. (as we can see in the graph 1 below)

Last year, investments in the economy grew by 10.9 percent, which made 14 billion 600 million USD. Of the total investments involved approximately a quarter that's over 3 billion saw foreign direct investment and loans, from which three fourth of 3 billion related to foreign direct investment and the remaining comprised the loans [1].

It is obvious that active and clearly directed investment policy regulated in our country is responsible for the growth



SOURCE: WWW.TRADINGECONOMICS.COM | THE STATE COMMITTEE OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN ON STATISTICS

Graph 1.

of domestic investment. In particular, such investments amounted to 10.3 percent last year, that's 4,3 billion USD of the total investment volume, approximately 30 percent. Last year, commercial banks' investment activity has also expanded. 1.7 billion USD was directed by them, which is 20 percent more compared to the previous year.

Today, our country's investment policy has another advantageous aspect. More than 73% of the total investment was directed to the manufacturing sector and about 40% was spent on the purchase of machinery and equipment. A distinctive feature of the investment policy to ensure deep processing of local raw material resources, organizing production on the basis of new high-tech industries is reflected in the investment projects as of priority importance.

Usually investments are classified into several criteria, which include namely domestic and foreign investments. In addition, these investments are usually differentiated from each other according to several factors. In particular, domestic investments are regulated by resident legal entities operating in the country, whereas foreign investments, which are generally devoted in order to take advantage from other state funds, are at the disposal of foreign investors.

General description of foreign investment was defined by Frank Heniusning as follows: foreign investment is an investment from one country into another country's territory as the exported investments. [2] William Sharpe described investments as in the following: Real investments are mainly made on financial assets (land, equipment, factories) investments. Financial investments, on the other hand, are paper agreements, which include for example shares, bonds and other forms of securities. In developing economy, a major part of the investments is real investment. In developing economy, in order to develop financial investments it is important to increase real investments. These two forms of investments are not actually against each other, on the contrary they are complementary. [3]

Foreign investment is an important source of capital for a country. At the moment, only on the account of investments major capital can be renewed, and on this basis, the quality can be improved and production cost can be reduced and this will lead to the growth of competitiveness of products. In addition, many aspects of foreign investments can be mentioned as in the following:

- stimulates the production;
 - create more job opportunities;
 - expands the production of import-substituting goods.
- For this, foreign investments should be directed into main spheres of national economy;
- brings new equipment and technology into different sectors of the economy;
 - helps the country's integration with the world economy;
 - promotes the establishment of enterprises, which process natural resources;
 - above mentioned points will lead to the improvement of living standards.

Through foreign investments triggers the revival of the national economy, contemporary manufacturing, and production of highly competitive goods. This, in turn, will lead to creating new job opportunities, solution to economic and social problems in the country.

After all, the President of the Republic of Uzbekistan Islam Karimov stated on January 16, 2015, «the results of socio-economic development of 2014 and the most important priorities of economic program for 2015», in a meeting held at the Cabinet of Ministers: «A rapid and balanced economic growth and implementing deeper structural changes into the economy which is directed to the active and targeted investment policy are considered the most important factor».

We got familiarized with the features of the above mentioned foreign investments. Considering the fact that the demand for domestic investment is increasing day by day, we should take into account a number of characteristics of domestic investments. Currently, localization program is being implemented in practice in our country. The localization is a process of manufacturing the same type of local products, which are previously produced goods in a foreign country and then imported into a host one for the consumption of local community and economic entities.

Today, we can see a number of positive aspects through the localization process of the production and service sectors:

- The creation of new job opportunities due to the localization process, resulting in a sharp decrease in the level of unemployment;
- The establishment and operation of social infrastructure;
- Through establishment of new businesses enterprises, the growing number of taxpayers in turn will facilitate the formation of the state budget revenues;
- The production of import-substituting and export-oriented products and services;
- Much lower prices of domestic goods and services produced on the basis of the localization program than those of imported goods and services gained at a much higher price.

On the basis of decree No. 1590 by President of the Republic of Uzbekistan on July 29, 2010, «On measures of localization and further enhancement of producing finished goods, spare parts and materials by industrial enterprises during the years 2011-2013», a localization program was adopted. According to the program, a total of 1,097 projects, 498 accounts for 45.4%, for which the ministries and departments are responsible for, and the remaining 54.6 percent, or 599 should be established and carried out in the regions across the country.

It is important to note that, during the years 2015-2019 it is under the localization program that planned through 602 new projects to produce finished products, spare parts, components, and materials, which substitute 1225 types of import products. What's more, the same program additionally aims to set up production of export-oriented and highly competitive goods.

Due to local production of goods and services for the leading sectors of the economy and development of industrial

cooperation, the share of local trade is growing year by year. As a result of the implementation of the initiative into main sectors of the industry and infrastructure, local producers and trade turnover will be increased by \$5.7 billion for the projected 2015-2019. In general, the approved localization program aims to produce local products instead of importing goods whose efficiency forecast to be \$3.5 billion as well as provide 13.3 thousand highly qualified employees with new job opportunities.

The above mentioned figures and indicators show that Uzbekistan with a favorable business environment has targets to modernize production, renew technical and technological approach with economic reforms to creating well-being climate for investment in the country.

In order to maintain and further expands these opportunities on attracting investment annually, a number of tasks should be performed and factors affecting the well-being of investment should be deeply analysed:

1. The country's economic and political stability. Favorable conditions have been created in all socio-economic areas by the state, legal entities and individuals can demonstrate their potential abilities in these conditions.

2. The domestic economy continues growing at a steady pace. In this respect, for a few years the GDP growth by 8 percent has proved that the development of the leading sectors of the economy sustains high growth rates.

3. The geographical and geopolitical position. Uzbekistan is located at the crossroads of Central Asia, and has advantages to establish effective regional cooperation, enjoys favorable conditions for participation in projects for regional and transnational transport corridors. Using this opportunity the country can improve mutual relations with foreign countries on foreign trade, it is also significant to recover techno-

logical dependency and the situation in the market, work out mutually beneficial programs and projects and improve the development and implementation of joint investment activities.

4. The level of infrastructural development in the region.

5. Accurate and effective order of the country's tax and customs policy. Especially, the government supports high-tech, scientific and technical cooperation, licenses for import and export, and the development of production and exports of finished products through tax and customs policy.

6. Effective use of methods of staff training. Actually, the potential professionals and skilled workforce plays a very important role in the inflow of investment. When training and retraining specialists we should take into account that exchange experience and development of international cooperation in the scientific and practical sphere is one of the means in training specialists. Therefore, priorities of the social policy of the state includes improvement living conditions of every member of the population, enhancement educational opportunities, further development health care and perfection of labor force participation in social life.

On a thorough examination of the factors listed above. By using proposals, it is important to carry out structural transformation and diversification of the economy through further developing country's investment policy. Setting up spheres that perform the leading role, modernization of the production process, carrying out technical and technological renovation programs, completing thoroughly thought and long term targeted work which started at the right time on the formation of a modern market infrastructure, and providing macroeconomic stability will result in a rise in the living standards of the population and increase incomes.

References:

1. Islam Karimov. Country's Socio-Economic Development in 2014 and the most important priorities of economic program for 2015. The results of the meeting of the Cabinet of Ministers. Tashkent, 2014.
2. Henius, Frank. Dictionary of foreign trade, Frank Henius. New York: Prentice-Hall, INC., 1946.
3. William F. Sharpe, Gordon J. Alexander, Jeffery V. Bailey. Investments. Prentice Hall, 1999.

Молодежное предпринимательство как фундамент развития среднего класса в России

Милославский Владимир Германович, председатель правления
СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития»

Молодежное предпринимательство, и предпринимательство как таковое является одной из актуальных сфер поддержки, как на региональном, так и на федеральном уровне. Главное противоречие предпринимательства как такового: с одной стороны, представители малого

и среднего бизнеса в цивилизованном мире представляет основу среднего класса, основу стабильности общества, а с другой, — в нашем обществе ограничены условия и возможности для развития молодежного предпринимательства.

Проблематика молодежного предпринимательства приобретает все большую актуальность, как на федеральном уровне, так и на уровне регионов. Действующие предприниматели видят в молодежи, очень мощный и динамичный ресурс развития. Молодежь крайне восприимчива к новым технологиям, активно ими пользуется, и не видит рамок при взаимодействии с новыми ресурсами при их возникновении. Мир информационных технологий, который сейчас активно проникает во все сферы жизни — это мир молодежи и подрастающего поколения. Для реализации потенциала молодежного предпринимательства следует следовать трем приоритетам: вовлечение молодежи в социальную практику и его информирование о потенциальных возможностях развития; развитие созидательной активности молодежи; интеграция молодых людей, оказавшихся в трудных жизненных ситуациях.

Важным эффективным механизмом реализации этих направлений является вовлечение молодых людей в предпринимательство — основной ресурс инновационного развития экономики и общества при переходе от индустриального к постиндустриальному (информационному) этапу развития общества.

Новый средний бизнес это основа среднего класса, который должен составлять 60-80%, а в РФ он составляет не более 20-25%. Основная проблема заключается в том, что существуют противоречия между необходимостью формирования среднего класса, и ограниченностью условий развития молодежного предпринимательства, а также, к сожалению, во многом формальный подход в его продвижении.

Молодежь привлекает в малом бизнес те возможности, которые предоставляет рыночная экономика, новые пути самореализации и достижения жизненного успеха. У молодых людей больше шансов сделать карьеру в бизнесе, что связано с распространенной в молодежной среде ориентацией на успех, на сегодняшний день присущие большинству молодых людей и девушек, как: инициативность; мобильность; склонность к риску; способность учиться и переучиваться; стремление к новизне и другие.

Результаты социологического опроса проведенного среди студенческой и рабочей молодежи показали, что подавляющее число респондентов (56%) от числа опрошенных хотели бы заниматься предпринимательской деятельностью [2].

Даже в тех регионах, которые являются стратегическими в плане освоения территорий существует нереализованность потенциала как населения так и территорий. Согласно статистическим данным количество зарегистрированных малых предприятия на 1 января 2011 года [3], в расчете на 100 тыс. населения на территории ДФО составило — 154, 5.

Исходя из системных представлений, целесообразно рассмотреть задачу вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность на нескольких уровнях (анализа): личность субъекта деятельности; Мотивация субъекта деятельности; среда, в которой ему предстоит действовать.

Для ведения бизнеса необходимо совпадение, по крайней мере, 3-х условий: наличие у субъекта индивидуально-психологических свойств, личностных особенностей, способностей и т. д.; мотивация субъекта (может быть внутренний и/или внешней); наличие среды, которая характеризует определенный набор свойств, показателей и характеристик. Именно свойства и особенности среды предприниматель использует для решения своих задач, в том числе и для «изобретения» нового бизнеса.

Также, стоит отметить, В настоящее время существует ряд показателей, определяющих степень благоприятности инновационной среды для предпринимательства: экономическая свобода; конкурентная среда; совокупность условий для развития малого бизнеса; правовые основы защиты интеллектуальной собственности; доступность венчурного капитала; отсутствие бюрократических барьеров; защищенность от криминала и коррупции; лояльное отношение общества к коммерческому успеху; механизмы исполнения контрактов [8].

В каждом конкретном случае получается своя совокупность этих условий и соответственно, свой эффект (в виде той или иной степени успеха). Наибольший результат как для самого предпринимателя, так и для его окружения (экономики, социума в целом) обеспечить такое сочетание основных условий осуществления предпринимательской деятельности, когда будут взаимодополняющим благодаря чему усиливаются позитивные факторы, и нейтрализуются негативные.

В связи с тем, что далеко не каждый молодой человек, изначально обладает набором всех этих свойств и качеств, необходимо проводить подготовку молодежи, а именно: в школах и высших учебных заведения должно проводится бизнес обучение; гарантированное поддержание таланта в школах, вузах, университетах; организация встреч молодежи с успешными бизнесменами. В результате, в совокупности всех обучающих, воспитательных, развивающих и иных воздействий, формируется личность предпринимателя, с определенным набором, совокупности личностных качеств.

Эта модель способна обеспечить единство всего образовательного пространства — процессов создания, воспитания, оценки, освоения и практического применения знаний, когда инновационный процесс начинается с формирования предпринимательского мышления, и сопровождается, на некоторых его этапах, производством и реализацией инновационной продукции.

С точки зрения партнерских отношений между обществом, властью и бизнесом в модели Государственно-частного партнерства (ГЧП), на которое делается большая ставка, есть развитие, однако происходит оно крайне медленно. Основной причиной является не заинтересованность регионов ускорено вводить показатели КРІ по внедрению ГЧП, а также целый ряд вопросов который встает из-за внедрения, а также декларативность уже принятых показателей и планов по ним: в ряде регионов отсутствуют инвестиционные площадки, планы развития инвестици-

онной политики: несовершенство законодательной базы в области предпринимательства, ГЧП и инвестирования, несовершенство законодательства в области молодежного предпринимательства; декларативность мер поддержки, декларативность намерений к изменениям; апробация проводится лишь в части регионов, а опыт не ретранслируется; наличие административных барьеров; истории успеха молодых предпринимателей с государственной поддержкой более единичны, нежели системы, однако активно продвигаются в СМИ и медиа [9]; противоречия в региональных элитах.

Важнейшей особенностью малого и среднего бизнеса является его освоение инвестиций, высокая скорость оборота средств, активная инициативная деятельность. Вместе с тем, ему свойственны, относительно низкая доходность, высокая интенсивность труда, сложность внедрения новых технологий, ограниченность собственных ресурсов и повышенный риск.

Анализ проблемы и предлагаемые пути решения. Серьезной проблемой в развитии бизнеса, наряду с коррупцией, стала проблема преодоления так называемых административных барьеров. Под ними понимаются специфические трудности развития бизнеса, обусловленные несовершенством государственного регулирования и контроля, либо сознательное ущемление отдельных органов или чиновников.

Можно сгруппировать существующие проблемы предпринимателей в пять основных видов:

— законодательный (связанный с недостаточностью финансовых ресурсов для развития бизнеса, инфляция, сложность получения кредита и его высокая процентная ставка, высокая стоимость аренды и оборудования);

— административный (связанный с наличием административными барьерами и коррупцией.);

— кадровый (связанный со сложностью в подборе квалифицированных кадров для бизнеса, самой подготовкой предпринимателей, а также подготовкой специалистов, органов государственной власти и местного самоуправления взаимодействующие с предпринимателями, по роду выполняемых функций);

— информационный (связанный с отсутствием или проблемами в получении информации о поддержке бизнеса, существующих программах, семинарах, правовой документации и тому подобному).

Наиболее значимой проблемой для развития предпринимательства является — экономика. Предприниматели на первое место определяют проблемы «высоких налогов».

Актуализация предпринимателями проблемы «высоких налогов» носят под собой объективную основу, так с 2010 году ЕСН (Единый социальный налог) заменен оплатой страховой взносов в ПФ (Пенсионный фонд), фонд социального страхования (ФСС), фонд обязательного медицинского страхования (ФОМС), а с 1 января 2011 года размер страховых взносов для субъектов предпринимательства, применяющих общую систему налого-

обложения, увеличился с 26% до 34%. В результате всех нововведений, налоговая нагрузка на бизнес возросла на бизнес в 2011 году в 2-2,5 раза. А с 2012 года увеличилась в 3-3,5 раза. С 2016 года планируется очередное повышение. А к 2021 нагрузку на ИП предлагают удвоить в рамках антикризисного плана, что по большому счету противоречит «антикризисности» с одной стороны, и если такие меры будут введены, то если и принесет пользу бюджету, то лишь на оперативном уровне, в перспективе малое и среднее предпринимательство будет истощаться как класс [4]. С 2012 по 2013 по данным СМИ закрылось 650.000 ИП [5], тенденция к закрытию наблюдалась и в 2014 и в 2015 годах [6]. Сегодня данные меры не только не способствуют бизнесу, они «просто смертельны для российского предпринимательства», малый бизнес оказывается не только в неравном положении с другими субъектами предпринимательства, а по сути, на грани банкротства и «вымирания».

Наряду с налоговыми проблемами, вызывает озабоченности и такие проблемы, как: подбор квалифицированных кадров, несовершенство законодательства, высокая стоимость аренды помещения, нехватки оборотных средств, проблема в получении кредита.

В России действуют малые предприятия, основная специфика которых — торговля [1]. Необходимо создавать предприятия производственного сектора экономики. Для этого необходимо: отменить налогообложение для молодых предпринимателей сроком на 5 лет, но только в производственном секторе, а также увеличить доступность льготного кредитования на открытие бизнеса; расширить спектр объема и доступность банковского кредитования; снижение банковских процентных ставок за счет дальнейшего развития гарантийного механизма и субсидирования банковских процентных ставок; упростить процедуру получения микрозаймов малому и среднему бизнесу, развивать новые кредитные продукты, в том числе предоставлять беззалоговые займы; использовать механизмы кредитования под государственные и муниципальные заказы.

Молодым предпринимателям необходима финансовая, информационная и консультационная поддержка, но мало кто к ним прибегает, так как помощь, как показывает практика, чаще всего, выборочная и не системная. Это свидетельствует об отсутствии стратегии системности и комплексности поддержки, обеспечивающие пропорционально развитие элементов внешней и внутренней предпринимательской среды.

Предложения по развитию молодежного предпринимательства:

— введение факультативных занятий с целью профориентации «Основы предпринимательской деятельности» «профориентация и обзор рынка труда»;

— организация на базе образовательных учреждений учебно-деловых центров молодежных инициатив, основной целью которых является формирование первоначальных знаний по основам предпринимательства, и

умение применять их на практике при организации нового бизнеса; организация регулярных встреч в учебных заведениях с молодежью успешных бизнесменов региона; для создания и развития инфраструктуры начинающих предпринимателей, на территории городов необходимо создавать советы молодых предпринимателей; посредством СМИ формировать «моду» на молодежное эффективное предпринимательство.

На территории РФ есть значительный потенциал реализации молодежи, которая проявляет рыночную активность, и желание заниматься предпринимательской деятельностью. Такую тенденцию и настроения можно проследить по количеству аудитории предпринимательских сообществ и их популярность. В среднем по результатам поиска в социальной сети «ВКонтакте» по поисковым запросам «миллионер», «бизнес сообщество»,

«бизнес для молодежи», «бизнес с нуля», «инвестиции», «бизнес успех» аудитория превышает 1 млн. человек на 1 группу [7].

Роль государственной политики в отношении начинающих предпринимателей, должна заключаться в том, что в рамках мер поддержки для открытия собственного бизнеса, следует предусматривать взаимоувязку бизнес обучения бизнес консультирования и предоставление льгот и кредитных гарантий. Молодежное предпринимательством же можно воспринимать при грамотное поддержки, снятии административных барьеров, создание оптимальных и удобных условия для ведения деятельность в производстве как будущий средний класс, который принесет государство гораздо большее со временем, чем и сейчас через повышение нагрузки через различные инструменты.

Литература:

1. Официальный сайт: Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/ [Электронный ресурс]
2. Официальный сайт: <http://dmoshans.ru/> Дом молодежных организаций «Шанс» [Электронный ресурс]
3. Официальный сайт: <http://pandia.ru/> Платформа авторских материалов «Пандиа» [Электронный ресурс]
4. Официальный сайт: Электронное периодическое издание «Ведомости» <http://www.vedomosti.ru/> [Электронный ресурс]
5. Официальный сайт: Электронное периодическое издание «Газета. ру» <http://www.gazeta.ru/> [Электронный ресурс]
6. Официальный сайт: Электронное периодическое издание «РБК» <http://www.rbc.ru/> [Электронный ресурс]
7. Официальный сайт: <https://vk.com> социальная сеть «ВКонтакте» [Электронный ресурс]
8. Теория и практика управления в социально-экономических системах: Материалы четвертой научно-практической конференции (10.03.10) Челябинский государственный университет. — Челябинск, 2010. Под редакцией к. т. н. Старцева Ю. Н.
9. Исследование «Развитие государственно-частного партнерства в России в 2015-2016 годах. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП»/Ассоциация «Центр развития ГЧП», Министерство экономического развития Российской Федерации. — М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016 http://p3institute.ru/netcat_files/18/28/raytingREG2016_B5_Block_04_04_2016_web_1.pdf [Документ электронного доступа]

Меры, методы и их влияние в антикоррупционной политике России и общественных отношениях

Милославский Владимир Германович, председатель правления
СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития»

Коррупция — использование лицом публичного (властного) ресурса с целью получения выгоды в материальной или нематериальной форме для себя или для третьих лиц. Коррупция — явление, существующее в системе государственного управления с момента появления института власти. На данный момент повышается аспект гражданское антикоррупционного образование социальных групп направленного на формирование активной гражданской

позиции среди студентов, молодежи и населения в целом.

Современные коррупционные схемы трансформируются согласно развитию общества, и контролирующие органы не всегда успевают это отслеживать. Формирование же гражданской позиции, социальной активности среди граждан, а прежде всего среди молодежи позволяет более эффективно пресекать такие схемы, но прежде всего, про-

водить профилактику. Современная коррупция — это не элементарный уголовно-правовой феномен, который можно было бы квалифицировать конкретной нормой уголовного кодекса как отдельный состав преступления. Коррупцию следует рассматривать как криминологическое, социально-экономическое явление, обладающее многоструктурным и многоуровневым содержанием, в содержательный объем которого входит комплекс неоднородных видов общественно опасных деяний. Можно с уверенностью сказать, что коррупция распространяется во всех сферах общественной жизни. Коррупцией следует считать осуществляемое любыми способами и при любых условиях извлечении выгоды из своего положения в системе государственной власти или из связанного с ним своего общественного статуса в корыстных целях. По существу, все охраняемые законом общественные отношения могут стать объектом преступной деятельности коррумпированных должностных лиц. В частности, ими могут быть совершены: государственная измена и разглашение государственной тайны, контрабанда, воспрепятствование законной предпринимательской деятельности, регистрация незаконных сделок с землей, должностной подлог, привлечение заведомо невиновного к уголовной ответственности и вынесение заведомо неправосудных приговора, решения, или иного судебного акта и т. д. Однако если большинство этих преступлений есть лишь результат подкупа должностных лиц, как бы следствие коррупции, то некоторые из них выражают саму суть данного явления, когда работники аппарата управления используют свою должность для незаконного обогащения. Использование служебного положения в корыстной или иной личной заинтересованности может быть представлено следующими разновидностями: завладение с использованием служебного положения чужим имуществом путем его изъятия вопреки воле собственников; использование служебного положения при совершении других действий корыстного характера, не связанных с завладением чужим имуществом. Данное последствие может выражаться в виде реального материального ущерба, в упущенной выгоде, а также в причинении иного вреда различным интересам (нарушении конституционных прав и свобод граждан, подрыве авторитета органов власти, создание помех и сбоев в работе, сокрытии крупных хищений и т. п.); «классическая» разновидность проявления коррупции — получение должностным лицом материальных ценностей и услуг материального характера в связи с занимаемой должностью с ведома лиц, передающих эти ценности или оказывающих услуги (например, с целью побудить должностное лицо к соответствующему действию, правомерному или противозаконному и др.); непосредственное участие должностных лиц и государственных служащих, депутатов в коммерческой деятельности для извлечения личной выгоды или корпоративной. Профилактика в сфере экономических преступлений, возможна только при подготовке грамотных кадров. Максимально эффективно на наш взгляд в борьбе с таким явлением может выступать молодежь. Молодежь, во-первых,

более погружена в информационные технологии в отличие от представителей более старших поколений. Вторых молодежь более социально активна, быстрее воспринимает и передает информацию, быстрее обучается. Молодежь ощущает перспективность в личностном развитии, приобретении новых навыков и опыте, так как молодежи и студентам важны перспективы карьерного роста, что возможно только при постоянном развитии во всех сферах деятельности. В-четвертых, молодежь, проходящая через жизнь в новом информационном обществе, как не одна другая социальная группа, ощущает на себе минусы, и плюсы этого общества, а зная минусы и плюсы, можно более эффективно воздействовать на ситуацию.

Коррупционные схемы наносят большой экономический ущерб, а также утаивают возможные поступления в бюджет через коррумпированные схемы, что опять же «бьет по бюджету». Как заявил Руководитель Администрации Президента РФ **С.Б. Иванов**: «Коррупция — угроза национальной безопасности» [7]. Именно такой оценки на сегодняшний момент заслуживает достигнутый этим явлением уровень, влияние которого крайне негативно сказывается на осуществлении основных функций государства: обеспечение безопасности и правосудия. Именно коррупция нарушает основной принцип существования общества — принцип справедливости.

В результате доминирования личных меркантильных интересов при осуществлении полномочий рядом должностных лиц (разного уровня управления) реализация ими государственных (общественно-значимых) задач извращается. Таким образом, степень управляемости бюрократического аппарата снижается. Коррупция в целом снижает международный статус России в глазах международного сообщества и предпринимателей, что снижает уровень возможных инвестиций в Россию, что опять же наносит экономический ущерб как гражданам, так и государству, снижает возможность реализации социальных программ, социальных обязательств государства, и тормозит развитие в целом [4].

К основным причинам коррупции можно отнести: отсутствие оптимальной системы антикоррупционных законов и подзаконных актов; существенные недостатки и грубые ошибки в проведении экономических и социальных реформ; слабость и нерешительность государственной власти на местах; кадровую, техническую и оперативно-тактическую неподготовленность правоохранительных органов к противодействию организованной преступности, в том числе коррумпированным структурам; минимальный риск разоблачения коррупционеров и отсутствие жестких по отношению к ним мер ответственности; привилегии на распоряжение собственностью и услугами, которые находятся в руках ограниченного числа чиновников.

Существует проблема участие в коррупционных схемах и процессах современной России всех групп и слоев гражданского общества, в качестве дающих и берущих взятки, при этом отсутствует сильное общественное порицание, приводящее к эффективному разрешению таких ситуаций.

Важность решения такой проблемы — прежде всего выход из коррупционных схем социальных групп, которые дают взятки, чрезвычайно затруднит осуществление таких схем, заставит коррупционеров либо избегать их, либо идти на должностные преступления, что уголовно и дисциплинарно наказуемо. Также преступления коррупционного характера, также через коррупционные схемы и «разрешаются», а безнаказанность ведет к вседозволенности и дальнейшему нарастанию процессов взаимодействия «берущих и дающих взятки» на всех уровнях.

При изучении сущности коррупции как социального явления можно определить факторы, в той или иной степени препятствующие борьбе с ней: значительная распространенность коррупционных правонарушений в условиях ограниченности средств, выделяемых для нужды органов, призванных противостоять этому явлению; определенная ограниченность возможностей уголовного законодательства в части формулирования признаков коррупционных преступлений и конкретных форм их совершения; трудности в оперативном выявлении и уголовно-процессуальном доказывании фактов коррупции; недостаточное предупредительное воздействие мер уголовной ответственности.

Существует целый комплекс до сих пор неразрешенных вопросов или их решение проходит крайне медленно и не эффективно, а именно: несмотря на то, что провозглашается антикоррупционная политика, а законодательство постоянно ужесточается, до сих пор отсутствуют реальные показатели коррумпированности органов власти, что делает существующие анти коррупционные программы — неэффективными (ужесточение 2007 года, ужесточение 2008 года [5], предложение 2011 года [6], 2013 год [3], 2016 год [8]). Отсутствие совместных (с учетом зарубежных методик и практического опыта) программ обучение антикоррупционным технологиям. Отсутствие совместных и интегрированных ресурсных центров (органы государственного и муниципального управления — образовательные учреждения — общественные структуры — гражданское общество — бизнес сфера) обучения антикоррупционным технологиям. Низкий показатель индекса восприятия коррупции в России во взаимоотношениях с европейским сообществом (в 2011 году Россия — 2,4 балла (143 место из 183 стран) [4].

К числу негативных социальных последствий коррупции относятся: дискредитация права как основного инструмента регулирования жизни государства и общества; отвлечение значительных государственных средств от целей общественного развития, увеличение и консервация резкого имущественного неравенств, бедность значительной части населения; укрепление организованной преступности, увеличение социальной напряженности и др. К негативным политическим последствиям коррупции можно отнести: смещение целей и задач политики от общенационального развития к обеспечению властвования коррупционных группировок; уменьшение доверия власти, рост ее отчуждения от общества; падение престижа страны на международной арене; снижение политической конкуренции.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что под угрозой в целом ставятся гарантированность прав и свобод всех членов общества, сохранение конституционного строя, законности и правопорядка в государстве. Коррупция без постоянного противодействия и усиления борьбы с нею имеет свойство расширяться и совершенствоваться, поэтому антикоррупционная функция является одной из основополагающих функций любого государства. Основной целью антикоррупционной политики каждого государства является обеспечение защиты прав и законных интересов граждан, общества и государства от угроз, воздействия и последствий коррупции, а также укрепления доверия общества к государству и его институтам.

С точки зрения бюджета по мнению экспертов, сегодня коррупция в России — один из самых доходных и высокоорганизованных бизнесов с оборотом порядка 300 миллиардов долларов в год (только в системе государственных закупок ежегодно теряет 1 триллион рублей) [9]. По данным Банка России, в прошлом году 35 миллиардов долларов были выведены в рамках, так называемых, сомнительных финансовых операций [1]. Ежегодно суммы сомнительных операций и вывода средств за рубеж только возрастают. Общероссийский народный фронт (ОНФ) в рамках проекта контроля за гос. закупками выявила факты сомнительных покупок на 175 млрд. руб. [10]

Значимость борьбы с коррупцией трудно переоценить, и данная тема крайне актуальна: высокий коэффициент коррупции снижает привлекательность для инвестиций в экономику и иные социально и экономически значимые сферы, государство же теряет возможные налоговые поступления. Также при ужесточении антикоррупционного законодательства, наблюдается отток капиталов и их владельцев, что также ставит под вопрос способы получения этого капитала [11]. Создание действенных и эффективных механизмов, являются как один из способов борьбы с коррупцией, но прежде всего проект обусловлен не только пресечением уже свершившихся фактов преступления, но и их заблаговременная профилактика.

Общественные организация, являющиеся участниками общественного пространства, активно формирующие гражданскую позицию среди различных социальных групп обязаны участвовать в формировании, реализации, и оценки программ антикоррупционного обучения.

Основными методами борьбы, которые выделяется как общественными деятелями, политиками, экспертами, можно обобщить: данные меры должна включать в себя меры, направленные на решение следующих задач: организация борьбы с коррупцией на всех ее уровнях; сужение поля условий и обстоятельств, благоприятствующих коррупции; уменьшение выгод для обеих сторон, участвующих в коррупционной сделке, от заключения последней; увеличение вероятности выявления коррупционных действий и наказания за причиненный ими вред; влияние на мотивы коррупционного поведения; создание атмосферы общественного неприятия коррупции во всех ее проявлениях.

Четко разграничить функции принятия решений, реализации решений, контроля, предоставления услуг. Сейчас многие административные ведомства совмещают выполнение этих функций. Это не только снижает эффективность управления, но и способствует коррупции. Введение персональной ответственности должностных лиц в сфере распоряжения средствами и имуществом. Сейчас у нас, в отличие от большинства других стран, основная часть подобных решений принимается коллегиально: Администрациями или всевозможными комиссиями. Коллективная безответственность замечательный щит для коррупции. Необходимо также введение открытых конкурсов на государственные заказы и закупки. Там, где это невозможно, должны применяться жесткие спецификации и стандарты на продукцию и услуги. Уменьшение монополии и создание конкуренции в сфере оказания государственных услуг приведет к снижению возможностей для коррупционной деятельности. Рынок коррупционных услуг функционирует по законам «экономики дефицита», поэтому необходимо всячески облегчать доступ граждан к государственным услугам. Бюджетное недофинансирование органов исполнительной власти заставляет их создавать внебюджетные фонды, пополняемые за счет отчислений, связанных, как правило, с выполнением ведомством своих функций (платежи, штрафы и т. п.). Внебюджетные фонды контролируются гораздо слабее, что способствует разрастанию коррупции.

Реформа государственной службы является центральным звеном в комплексе антикоррупционных мер, имеющих профилактический характер. Существенное увеличение денежного содержания государственных служащих (что особенно важно для низшего и среднего звеньев) будет способствовать снижению коррупции. В Сингапуре, успешно реализовавшем антикоррупционную программу, существенное повышение заработной платы началось задолго до начала экономического процветания страны и в условиях крайне распространенной коррупции. Одновременно с увеличением денежного содержания и введением мощной системы социальных гарантий необходимо избавляться от устаревшей системы ведомственных льгот, связанных с бытом чиновников.

Литература:

1. Официальный сайт: Информационно аналитическое периодическое экономическое издание «Вести Экономика» <http://www.vestifinance.ru/> [Электронный ресурс]
2. Официальный сайт: Информационно аналитическое периодическое издание «Вести» <http://www.vesti.ru/> [Электронный ресурс]
3. Официальный сайт: Информационно аналитическое периодическое издание «Эксперт. ру» <http://expert.ru/> [Электронный ресурс]
4. Официальный сайт: Центр антикоррупционных исследований и инициатив <http://transparency.org.ru/> [Электронный ресурс]
5. Официальный сайт: Сетевое периодическое издание <http://www.km.ru/> [Электронный ресурс]
6. Официальный сайт: Информационно аналитическое периодическое издание «РБК» <http://www.rbc.ru/> [Электронный ресурс]

Необходима также отладка механизмов прохождения службы с учетом разграничения юридического статуса профессиональных чиновников и «политических назначенцев». Установление для руководителей в органах исполнительной власти ограничивающих квот на включение в круг своих подчиненных «политических назначенцев» дает полезный эффект, апробированный в мире.

Повышение престижа государственной службы необходимо для избавления от вредного мифа «воруют все», создающего дополнительный благоприятный фон для распространения коррупции. Средствам массовой информации нужно помогать «отделять зерна от плевел». Полезно введение профессиональных конкурсов на низовом уровне и корпоративных наград за честность и профессионализм на среднем и высшем уровнях бюрократии. Здесь могут быть полезны как государственные усилия, так и активность негосударственных организаций.

Победить коррупцию можно только с привлечением институтов гражданского общества, поскольку именно оно более всего заинтересовано в такой победе. Это тем более необходимо в условиях серьезного отчуждения общества от власти. Привлекая общественные организации к полноценному сотрудничеству при решении проблемы подобного масштаба, государство получает шанс повысить доверие граждан, а значит, шанс на достижение поставленных целей. Без привлечения общественности нельзя обуздать низовую коррупцию, поскольку на нижних уровнях управления коррупция малочувствительна к властным импульсам, идущим сверху, но может быть потеснена только при напоре снизу, усилиями граждан и институтов гражданского общества.

Поэтому, реализуя программу борьбы с коррупцией, власть должна эффективно привлекать к этому широкие общественные круги, в первую очередь предпринимательские, и независимые средства массовой информации. Особое внимание должно быть уделено воспитанию правового и гражданского сознания и получению навыков поведения в демократическом правовом обществе, в том числе навыков антикоррупционного поведения. Перечисленные выше меры общего характера затрагивают многие сферы государственной жизни и активности гражданского общества.

7. Официальный сайт: Анतिकоррупционный журнал <http://askjournal.ru/> [Электронный ресурс]
8. Официальный сайт: Белорусское телеграфное агентство <http://www.belta.by/> [Электронный ресурс]
9. Официальный сайт: Информационно аналитическое периодическое издание «РосБалт» <http://www.rosbalt.ru/> [Электронный ресурс]
10. Официальный сайт: Информационно аналитическое периодическое издание «РНС Онлайн» <https://rns.online/> [Электронный ресурс]
11. Официальный сайт: Информационно аналитическое экономическое периодическое <http://ktovkurse.com/> [Электронный ресурс]

Бухгалтерский учет в интернет-магазине

Минеева Александра Владимировна, студент

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Интернет на сегодняшний день является одним из самых распространенных способов заниматься коммерческой деятельностью: продавать товары, работы и услуги. Такая торговля удобна тем, что сокращает расходы предпринимателей: на аренду помещения, презентабельный вид витрин, клининговые услуги, обеспечение охраны и безопасности, на наем большого количества сотрудников и их обучение. Всё это позволяет упростить работу и установить приемлемые цены на товары. По статистическим данным Фонда общественного мнения зимой 2014-2015 года доля интернет пользователей среди взрослого населения России составила 43-47% (50-60 млн. человек). Около 40% пользователей (24 млн. человек) совершают покупки через интернет. Продажи в сети интернет находят все более широкое распространение, но зачастую предприниматели сталкиваются с рядом вопросов по организации бухгалтерского учета и отчетности. Бухгалтерский и налоговый учёт в интернет-магазине схож с учётом в обычной торговой точке, но есть и различия в ведении учета, которые способны вызвать некоторые сложности. Все вышеизложенное позволяет нам сделать вывод об актуальности выбранной темы реферата.

Цель данного исследования — рассмотреть порядок формирования и ведения бухгалтерского учета в интернет-магазинах.

Для достижения поставленной цели были поставлены и решены следующие задачи:

- рассмотреть нормативное и правовое регулирование порядка формирования бухгалтерской отчетности при дистанционной продаже через интернет в соответствии с российскими стандартами учета;
- проанализировать процедуры подготовки и формирования данных бухгалтерского баланса;

Обзор нормативного и правового регулирования

Интернет-магазины — это индивидуальные предприниматели и организации, осуществляющие торговлю через сеть Интернет. Согласно постановлению Госстандарта Рос-

сийской Федерации от 6 ноября 2001 года № 454-ст. «О принятии и введении в действие ОКВЭД» вместе с общероссийским классификатором видов экономической деятельности ОК 029-2001 (КДЕС ред. 1) (дата введение 01.01.2003) торговля через Интернет-магазины относится к электронной розничной торговле, осуществляемой через телемагазины и компьютерные сети (код по ОКЭВД52.61.2)

При формировании и ведении бухгалтерской отчетности, согласно постановлению от 27.09.2007 № 612 Правительства РФ, применяются новые правила продажи товаров дистанционным способом (далее Правила).

Эти правила приняты в соответствии со статьей 26.1 Закона РФ от 07.02.92 № 23001 «О защите прав потребителей» (далее Закон № 23001) и фактически заменили собой Правила продажи по образцам (утв. постановлением Правительства РФ от 21.07.1997 № 918. Новые правила вступили в действие 11 октября 2007 года и их обязаны выполнять организации всех форм собственности и индивидуальные предприниматели, которые осуществляют продажу товаров дистанционным способом.

Вопрос о порядке применения контрольно-кассовой техники является регламентируется в пункте 3 статьи 2 ФЗ от 22 мая 2003 года № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» перечислены виды деятельности, при осуществлении которых организации и индивидуальные предприниматели могут осуществлять наличные расчеты и расчеты с использованием денежных карт без применения ККТ. Данным пунктом Закона № 54-ФЗ не предусмотрено освобождение от обязательного применения ККТ организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих продажи через интернет-магазины.

Особенности бухгалтерского учета (основные операции)

Нередко разработка сайта поручается специализированной компании. В этом случае затраты на создание

сайта учитываются по статье «нематериальные активы» (в случае приобретения компанией исключительных прав на разработку в соответствии с п. 3 ПБУ 14/2000 «Учет нематериальных активов»), либо относятся к «Расходам будущих периодов» (счет 97) и далее списываются на счет 44 «Расходы на продажу» в течение срока, указанного в договоре с правообладателем программного продукта.

В налоговом учете сайт можно учесть в составе нематериальных активов, если фирма имеет исключительные права на него (п. 3 ст. 257 НК). В противном случае сайт нужно учесть в составе прочих расходов, так как организация использует его в деятельности, направленной на получение дохода.

Доменное имя

Домен (адрес, по которому расположен сайт) не является нематериальным активом. Об этом говорится в письме Минфина от 26 марта 2002 г. № 16-00-14/107. В бухгалтерском учете стоимость домена учитывают на счете 97 «Расходы будущих периодов», так как регистрируют имя на год. Далее эти расходы следует ежемесячно списывать на счет 44 «Расходы на продажу».

Публикация в Интернете

Чтобы ваши будущие покупатели могли попасть в Интернет-магазин, набрав в браузере доменное имя вашего сайта, его необходимо разместить на хостинге у провайдера. Расходы на оплату хостинга отражаются по дебету счета 44 «Расходы на продажу».

Учет выручки и себестоимости товаров

Традиционно, не зависимо от способа получения денег от покупателя, выручка от продаж товаров заносится по кредиту на счет 90, себестоимость — на счет 41. В организациях, осуществляющих розничную торговлю и ведущих учет товаров по продажным ценам, по кредиту счета 90 «Продажи» отражается продажная стоимость проданных товаров (в корреспонденции со счетами учета денежных средств и расчетов), а по дебету — их учетная стоимость (в корреспонденции со счетом 41 «Товары») с одновременным сторнированием сумм скидок (накидок), относящихся к проданным товарам (в корреспонденции со счетом 42 «Торговая наценка»).

Для организаций, ведущих полный бухгалтерский учет (например, не применяющих УСН) к счету 90 «Продажи» могут быть открыты субсчета:

- 90-1 «Выручка»;
- 90-2 «Себестоимость продаж»;
- 90-3 «Налог на добавленную стоимость»;
- 90-4 «Акцизы»;
- 90-9 «Прибыль/убыток от продаж».

На субсчете 90-1 «Выручка» учитываются поступления активов, признаваемые выручкой.

На субсчете 90-2 «Себестоимость продаж» учитывается себестоимость продаж, по которым на субсчете 90-1 «Выручка» признана выручка.

На субсчете 90-3 «Налог на добавленную стоимость» учитываются суммы налога на добавленную стоимость, причитающиеся к получению от покупателя (заказчика).

На субсчете 90-4 «Акцизы» учитываются суммы акцизов, включенных в цену проданной продукции (товаров).

Организации — плательщики экспортных пошлин могут открывать к счету 90 «Продажи» субсчет 90-5 «Экспортные пошлины» для учета сумм экспортных пошлин.

Субсчет 90-9 «Прибыль/убыток от продаж» предназначен для выявления финансового результата (прибыль или убыток) от продаж за отчетный месяц. Записи по субсчетам 90-1 «Выручка», 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость», 90-4 «Акцизы» производятся накопительно в течение отчетного года.

Ежемесячно сопоставлением совокупного дебетового оборота по субсчетам 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость», 90-4 «Акцизы» и кредитового оборота по субсчету 90-1 «Выручка» определяется финансовый результат (прибыль или убыток) от продаж за отчетный месяц. Этот финансовый результат ежемесячно (заключительными оборотами) списывается с субсчета 90-9 «Прибыль/убыток от продаж» на счет 99 «Прибыли и убытки». Таким образом, синтетический счет 90 «Продажи» сальдо на отчетную дату не имеет.

По окончании отчетного года все субсчета, открытые к счету 90 «Продажи» (кроме субсчета 90-9 «Прибыль/убыток от продаж»), закрываются внутренними записями на субсчет 90-9 «Прибыль/убыток от продаж».

Способы оплаты товара

Итак, сайт заработал. Покупатели просматривают его и знакомятся с предлагаемой продукцией. Если товар понравился, они оформляют заявку и направляют ее продавцу. Диспетчер виртуального магазина связывается с клиентом и уточняет наименование выбранного товара, а также время доставки и способ оплаты.

Рассчитаться с продавцом покупатель может:

- наличными деньгами;
- банковским переводом;
- при помощи банковской пластиковой карточки;
- «электронными» деньгами.

Рассмотрим каждый способ подробнее.

Оплата наличными

При доставке товара клиент передает курьеру деньги. При получении денег нужно отдать покупателю кассовый чек. Такое правило указано в статье 5 Закона от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ о применении кассовой техники. Лучше всего, если вы будете передавать покупателю кассовый чек, пробитый на портативной переносной ККМ, одновременно с передачей товара. Нередко курьеры интернет-магазинов передают покупателям кассовые чеки, выбитые заранее — но, поскольку порядок выдачи подобных чеков (с внесением выручки в кассу организации по окончании рабочего дня) не предусмотрен действующим законодательством, в связи с чем компания может ожидать административная ответственность за нарушение ст. 2 и ст. 5 закона

54-ФЗ от 22.05.03 «О применении ККТ...» в соответствии со ст. 15.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. В случае, если покупатель отказывается от покупки, необходимо оформить возврат товара в день отказа.

Оплата банковским переводом

Данный способ оплаты предпочитают юридические лица. Оплата за товар, как правило, осуществляется до передачи товара покупателю. Для приема средств, у продавца должен быть зарегистрирован расчетный счет в банке, и сведения о расчетном счете переданы в налоговую инспекцию по месту учета.

Для данного способа оплаты необходимо составить для покупателя протокол отпускных цен, подписанный обеими сторонами (зачастую он подписывается вместе с накладной в момент передачи товара), выставить счет на оплату (подписывается продавцом).

При доставке товара курьер передает покупателю вместе с товаром товарную (или товарно-транспортную) накладную. Каждый экземпляр накладной подписывается сторонами. Первый экземпляр остается у покупателя, второй и третий (для товарно-транспортной накладной) — у продавца и фирмы, осуществляющей доставку.

Накладные относятся к бланкам строгой отчетности (БСО). Учитываются в соответствующей книге БСО, счет 10 «Материалы» и забалансовый 006. Ежемесячно готовится акт выдачи и списания БСО.

Протокол цен и счет на оплату относятся к первичным документам с соответствующим учетом и хранением. Первый хранится вместе с накладной в папке учета первичных документов. Второй — вместе с выписками по банку и платежными поручениями.

Литература:

1. Алексеева, Г.И. Бухгалтерский учет: Учебник/С.Р. Богомолец, Г.И. Алексеева, Т.П. Алавердова; Под ред. С.Р. Богомолец. — М.: МФПУ Синергия, 2013. — 720 с.
2. Астахов, В.П. Бухгалтерский учет от А до Я: Учебное пособие/В.П. Астахов. — Рн/Д: Феникс, 2013. — 479 с.
3. Бороненкова, С.А. Бухгалтерский учет и экономический анализ в страховых организациях: Учебник/С.А. Бороненкова, Т.И. Буянова. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 478 с.
4. Голикова, Е.И. Бухгалтерский учет и бухгалтерская отчетность: реформирование/Е.И. Голикова. — М.: ДиС, 2012. — 224 с.
5. Гончарова, Н.М. Бухгалтерский учет. Краткий курс: Учебное пособие/Н.М. Гончарова. — М.: Форум, 2009. — 160 с.

Перечисления по банковской карте

Для получения оплаты за товар по банковским картам интернет-магазин должен зарегистрироваться в системе электронных платежей — отправить заявку и получить персональный код платежной системы. Кроме того, организация должна заключить с банком договор эквайринга, по которому для фирмы будет открыт счет для получения платежей по банковским картам.

В бухгалтерском учете стоимость подключения относится к расходам будущих периодов и далее равномерно списывается на общехозяйственные расходы в течение всего срока действия договора. Это правило относится и к налоговому учету, если фирма применяет метод начисления. При расчете налога на прибыль по кассовому методу затраты на подключение учитываются в момент их оплаты. Банк ежедневно направляет интернет-магазину выписку о проведенных операциях. На ее основании продавец отгружает товар покупателю.

Системы электронных платежей

После регистрации в платежных системах онлайн-магазин может получать оплату за товар от пользователей этих систем. После получения заказа нужно направить требование к платежной системе по переводу полученных средств на банковский счет. За вывод средств из платежной системы интернет-магазин уплачивает комиссию. В этом случае бухгалтерский и налоговый учет ведется так же, как и учет банковских комиссий. Обратите внимание: если организация-администратор не является банком (кредитной организацией), то она обязана начислить НДС на сумму комиссии. Следовательно, интернет-магазины могут принять этот НДС к вычету при наличии счета-фактуры.

Российский и китайский опыт налогового стимулирования инновационной деятельности

Митрофанова Инна Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент
Волгоградский государственный технический университет

В статье анализируется опыт налогового стимулирования развития инновационной инфраструктуры в КНР и РФ как ключевого элемента экономической политики государства, а также характеризуется российский опыт создания технопарков и китайский опыт создания бизнес-инкубаторов (на примере software park ZhongGuanCun).

Ключевые слова: инновационная экономика, инновации, инновационная деятельность, инновационная инфраструктура, налоговое стимулирование, налоговые льготы, технопарк, бизнес-инкубатор.

Ядром экономики инновационного типа является научная, научно-техническая и инновационная деятельность, обеспечивающая получение новых знаний, их трансформацию в технологии, оборудование, материалы, нематериальные активы и иную наукоемкую продукцию. Инновационная деятельность субъектов экономики, как и всякая другая деятельность, нуждается в соответствующей инфраструктуре, которая ее поддерживает, что требует создания и развития инновационной инфраструктуры и изучения опыта различных стран в этой сфере.

В 2005 г. российское правительство сделало ставку на реализацию суперактивной модели перехода к инноваци-

онной экономике на основе инвестирования приоритетных национальных проектов и инновационных программ. По мнению многих специалистов, наиболее приемлемой для нашей страны является именно эта модель, пока есть доходы от экспорта углеводородного сырья и не утрачен полностью научно-инновационный потенциал, прежде всего, в оборонном комплексе [2].

Необходимо отметить, что понятие «инновационная инфраструктура» является достаточно новым для отечественного научного обихода, не существует единого ее определения, но представляется возможным выделить несколько подходов к трактовке этого понятия (рисунок 1).

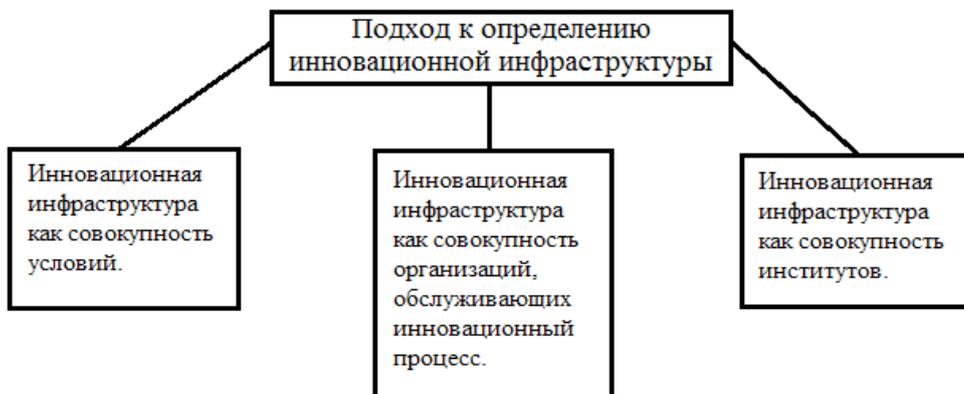


Рис. 1. Подходы к определению понятия «инновационная инфраструктура»

В рамках первого подхода инновационная инфраструктура определяется как совокупность организаций, обслуживающих инновационный процесс [4].

Концепция инновационной политики РФ к инновационной инфраструктуре относит такие организации, как инновационно-технологические центры (ИТЦ), технологические инкубаторы, технопарки, учебно-деловые центры и другие специализированные организации.

В «Основах политики РФ в области развития национальной инновационной системы на период до 2010 г. и дальнейшую перспективу» приводится более представительный перечень объектов инновационной инфраструк-

туры: центры трансфера технологий, ИТЦ, технопарки и территории высоких технологий, фонды поддержки НИОКР, фонды стартового и венчурного финансирования, центры подготовки специализированных кадров, центры по информационному обеспечению инновационной деятельности и др.

В соответствии со вторым подходом инновационная инфраструктура представляет собой совокупность условий. В работе инновационная инфраструктура также идентифицируется с полным циклом инновационного процесса и рассматривается как совокупность информационных, организационных, маркетинговых, образовательных и

других сетей, которые помогают новой идее добраться до практической реализации и найти своего потребителя [1].

Третий подход, определяющий инновационную инфраструктуру как совокупность институтов, сформировался относительно недавно. В соответствии с этим подходом инновационная инфраструктура — совокупность институтов, обеспечивающих доступ к различным ресурсам, создающих благоприятные условия и оказывающих разнообразные услуги участникам инновационной деятельности, позволяющих снизить совокупные затраты на получение результата этой деятельности и его коммерциализацию.

По мнению автора, именно «институциональный» подход к целям, функциям, задачам и содержанию инновационной инфраструктуры как одному из ключевых элементов НИС является наиболее адекватным современным реалиям.

Наиболее «старый» тип организационных элементов отечественной инновационной инфраструктуры рыночного периода — технопарк (во всем разнообразии его модификаций — научный, технологический и т. п.), а также инкубаторы наукоемкого бизнеса (бизнес-инкубаторы), входящие, как правило, в состав технопарков. В РФ первая волна формирования технопарков началась в конце 1980-х — начале 1990-х гг. В 1990 г. начинает реализовываться программа создания и развития технопарков. Выделяемые им средства — скорее символические, лишь обозначающие государственную поддержку вновь образованным структурам [2].

Этот период характерен постепенным завершением формирования системы поддержки российского малого инновационного предпринимательства, т. к. существенная часть поддержки малых высокотехнологичных предприятий (МВП) осуществляется федеральными и в некоторых случаях региональными фондами путем выделения средств непосредственно МВП (зачастую — на возвратных условиях в форме льготного кредитования). На такую поддержку могли претендовать лишь уже сложившиеся фирмы. Но практика осуществления подобной «прямой» поддержки показывает, что ее экономическая эффективность невысока.

Важным этапом в развитии технопарков в РФ стало появление Распоряжения Правительства РФ от 10.03.2006 г. № 328-р, одобряющего комплексную программу «Создание в РФ технопарков в сфере высоких технологий». Отличительной особенностью технопарков, создаваемых в рамках этой программы, являлось создание объектов инфраструктуры за счет средств государственной финансовой поддержки.

По состоянию на 2015 г. членами Ассоциации технопарков в сфере высоких технологий являлись ОАО, ЗАО, ГАУ, например, такие как ОАО «Технопарк Новосибирского академгородка», ГАУ «Технопарк в сфере высоких технологий, «ИТ-парк» в Республике Татарстан, ОАО «Кузбасский технопарк» (г. Кемерово), ОАО «Инновационный индустриальный парк — Технопарк в сфере вы-

соких технологий «Технополис «Химград», АУ «Технопарк — Мордовия».

В рамках государственных и региональных программ по содействию инновациям предусмотрена возможность частичного финансирования, льготного кредитования и льготного налогообложения инновационных предприятий. Для компаний — участников инновационного процесса законодательно предусмотрены налоговые льготы, которые условно можно подразделить на две группы: льготы для резидентов особых экономических зон (ОЭЗ) и льготы для осуществления определенных видов деятельности [8].

Так, не облагаются НДС операции по выполнению организациями научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, относящихся к созданию новой продукции и технологий или к усовершенствованию производимой продукции и технологий, если в состав научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ включаются следующие виды деятельности: разработка конструкции инженерного объекта или технической системы; разработка новых технологий, т. е. способов объединения физических, химических, технологических и других процессов с трудовыми процессами в целостную систему, производящую новую продукцию (товары, работы, услуги); создание опытных, т. е. не имеющих сертификата соответствия, образцов машин, оборудования, материалов, обладающих характерными для нововведений принципиальными особенностями и не предназначенных для реализации третьим лицам, их испытание в течение времени, необходимого для получения данных, накопления опыта и отражения их в технической документации.

Кроме того, не подлежит налогообложению реализация исключительных прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, программы для ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау), а также прав на использование указанных результатов интеллектуальной деятельности на основании лицензионного договора. Законодательство РФ также позволяет получать компаниям инвестиционный налоговый кредит, т. е. уменьшать платежи по налогу с последующей уплатой суммы кредита при наличии НИОКР либо технического перевооружения собственного производства; внедренческой или инновационной деятельности; инвестиций в создание энергоэффективных объектов [2].

Предусмотрено также уменьшение тарифов страховых взносов для организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий.

В РФ поддержку технопаркам и их резидентам в рамках имеющихся полномочий могут оказывать власти субъектов РФ, на территории которых они находятся в виде:

- пониженных ставок по налогу на прибыль организаций в части, подлежащей зачислению в бюджет субъекта РФ;
- освобождения от уплаты налога на имущество организаций;

— снижения или освобождения от уплаты земельного налога [6].

Однако данные меры поддержки принимаются только в 4 из 10 субъектов РФ, где есть технопарки.

Помимо суперактивной модели развития инновационной экономики, которая реализуется в настоящее время в РФ, можно выделить еще несколько моделей (рисунок 2):

— традиционная линейная модель (предполагает, что инновационное развитие идет путем развертывания макроинновационного цикла от фундаментальных исследо-

ваний к прикладным разработкам);

— интерактивная модель (исходит из освоения достижений новых технологических укладов, создавая благоприятные условия для генерирования инновационных идей на всех этапах инновационного цикла);

— модели «догоняющего» развития (применяются в Венесуэле, Пакистане, Иране и др.);

— модель индустриализации экономики с привлечением внешних инноваций (применяется в Индии, Турции, Вьетнаме).



Рис. 2. Модели развития инновационной экономики

Для создания экономики инновационного типа и активизации инновационной деятельности в КНР была выбрана модель индустриализации экономики с привлечением внешних инноваций. В рамках этой модели традиционно широко используется такой действенный инструмент поддержки малого и среднего бизнеса, в том числе и в инновационной сфере, как бизнес-инкубатор [8].

На начало третьего тысячелетия в мире насчитывалось более 3000 бизнес-инкубаторов. Однако масштабы их распространения в различных странах определяют различные экономические условия развития. По времени появления бизнес-инкубаторов в ряду институциональных структур специалисты различают страны первого и второго потока. В первый поток стран входят мировые лидеры — США и страны Западной Европы, а второй поток составляют КНР, Индия, страны Латинской Америки, Израиль и некоторые другие.

В КНР программа по созданию и поддержке инкубаторов начала реализовываться с 1987 г. при финансовой, научной и организационной поддержке United National Development Program (UNDP). Благодаря UNDP в начале третьего тысячелетия в стране функционировало уже около 200 инкубаторов и почти 200 так называемых software parks, которые по выполняемым функциям вполне правомерно также отнести к бизнес-инкубаторам. Большинство инкубаторов предоставляли своим предприятиям офисы с низкой арендной платой, а также консультации по вопросам менеджмента и финансов [7].

Значительный интерес, по мнению автора, представляет практический опыт функционирования software park ZhongGuanCun («Чжунгуаньцунь») в столице и крупнейшем мегаполисе КНР — г. Пекин. Этот парк был основан в 1980-е гг. и сначала назывался «Электронная улица ZhongGuanCun». В марте 2009 г. Госсовет КНР дал официальное разрешение на строительство независимой национальной инновационной демонстрационной зоны ZhongGuanCun, сделав ее центром инновационных технологий. Это первая китайская национальная инновационная демонстрационная зона [3].

В настоящее время в Zpark представлены около 20000 инновационных предприятий, формирующих мобильный интернет и мобильную связь нового поколения, спутниковые приложения, биологию и здравоохранение, энергосбережение и охрану окружающей среды, а также железнодорожный транспорт. Сегодня в структуре Zpark 6 основополагающих промышленных кластеров, предприятия которых разрабатывают новейшие интегральные схемы, новые материалы, высококачественное оборудование и авиацию общего назначения, новые источники энергии и автомобили, работающие на новых источниках энергии, и 4 потенциальных промышленных кластера, представляющие высокие технологии и современную развивающуюся индустрию услуг. По сути, был создан «парк нескольких зон», характерной чертой которого стали лидирующие промышленные функциональные области, расположенные в административном районе столицы КНР.

В 2014 г. результаты деятельности Zpark характеризовались следующими показателями: объем ВВП резидентов — 2,5 трлн. юаней; добавленная стоимость высокотехнологичных предприятий — более 360 млрд. юаней, что составляет 20% от ВВП Пекина; корпоративные налоги — 150 млрд. юаней; число сотрудников предприятий — 1560000 человек; общая прибыль предприятий — 173 млрд. юаней; экспорт — 23 млрд. долл. США, что составляет около 40% общегородского экспорта Пекина; расходы предприятий на технологии — более 90

млрд. юаней, что на 25% выше показателей предыдущего года (рисунок 3).

Рассмотрим налоговые льготы для резидентов Zpark. Экспериментальная политика налоговых льгот включает льготы по налогу на прибыль предприятий и подоходному налогу с физических лиц. Поскольку политика государственной поддержки в КНР, в первую очередь, направлена на высокотехнологичные предприятия, ставка корпоративного подоходного налога (налога на прибыль) установлена в размере 15% [8].

■ Результаты деятельности Zpark за 2014 год, млрд. юаней

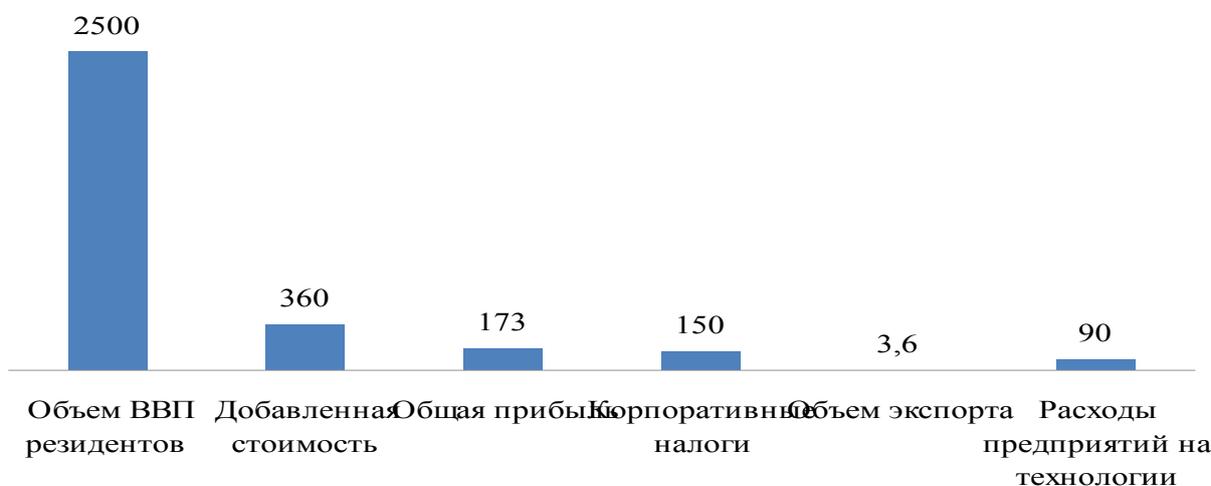


Рис. 3. Результаты деятельности Zpark за 2014 год, млрд. юаней

Резидентами Zpark являются научно-технические инновационные предприятия и, в соответствии с действующим регламентом, допускаются вычеты на расходы на НИОКР: прямой вычет в размере 50% за текущий год от суммы облагаемого налогом дохода. За фактические затраты, понесенные в течение одного налогового года, в соответствии с положениями регламента допускается осуществление дополнительного вычета при расчете величины налогооблагаемого дохода в случае осуществления расходов:

- на разработку новой продукции, на технические материалы, принятие регламента новых технологий, напрямую связанных с исследованиями и разработками;

- на топливо и электроэнергию, непосредственно потребляемых при осуществлении исследований и разработок;

- на лабораторное оборудование, используемое во время исследований и разработок, на техническое обслуживание в процессе эксплуатации, на наладку, экспертизу, профилактический ремонт и пр.;

- на программное обеспечение, используемое при исследованиях и разработках, амортизационные расходы на патентованные и незапатентованные технологии и другие нематериальные активы;

- на полевые испытания по развитию и исследованию техники, расходы на клинические испытания новых лекарств;

- на обучение персонала при образовании инновационных предприятий в демонстрационной зоне, но не более 8% от общей суммы заработной платы и др.

В случае если технический персонал предприятий, создаваемых в демонстрационной зоне Zpark, выплачивая подоходный налог, сталкивается с финансовыми затруднениями, налоговые органы разрешают перечислять подоходный налог частями в рассрочку до 5 лет. Реализация налоговой политики стимулирования инноваций в Zpark значительно повысила его инновационный потенциал. Так, в 2014 г. предприятия-резиденты Zpark, вузы и научно-исследовательские институты совместно подготовили 32562 патентных заявки, что составляет почти 41,8% от общего числа патентных заявок Пекина. Предприятия-резиденты Zpark подали 21866 заявок, что составило 67,2% от зарегистрированных патентных заявок в демонстрационной зоне в том же году [3].

Необходимо отметить, что в течение последних лет количество патентных заявок постоянно увеличивалось. Количество зарегистрированных предприятиями демонстрационной зоны патентов также имеет тенденцию к быстрому росту: в 2014 г. предприятия демонстрационной зоны увеличили на 20% темпы прироста зарегистрированных патентов по сравнению с показателями по Пекину; в 2015 г. было зарегистрировано 12587 патентов, что со-

ставило 30,8% от общегородского показателя. Таким образом, можно сделать вывод, о доминирующей роли Zragk в сфере создания интеллектуальной собственности.

Оценивая эффективность инновационной деятельности в Zragk, можно сделать вывод о том, что показатели этого объекта инновационной инфраструктуры КНР значительно превосходят средние показатели, как по Пекину, так и по всей стране в целом.

Так, в 2011 г. предприятия — резиденты Zragk имели 15232 действующих патента на изобретения, т. е. на каждые 10000 сотрудников приходилось 110 действующих патентов на изобретение, что превосходит средние показатели 88 зон высоких технологий государственного значения КНР на 13 единиц. В этом же году для предприятий Zragk запрошенные разрешения на патенты, зарегистрированные патенты и эффективные патенты составили 418, 163 и 497 единиц соответственно. Это более чем в 1,5 р. превышает уровень аналогичных показателей в Пекине и намного превосходит среднее значение по всей стране — в 4,8, 6,8 и 7,4 р. соответственно [5].

Таким образом, изучение закономерностей технико-экономического развития в ведущих странах мира позволило разработать ряд практических рекомендаций в части экономической политики, направленной на стиму-

лирование инновационной активности на макро- и микроуровнях, управление нововведениями, проведение государственной структурной, научно-технической и инновационной политики, создание соответствующих институтов обеспечения научно-технологического прогресса. Многие из разработанных рекомендаций успешно применяются в практике управления на уровне государства и фирм в ЕС, США, Японии, КНР, Бразилии, Южной Корее, ЮАР и других успешно развивающихся государств. К сожалению, рекомендации, разработанные специально для РФ, не были своевременно востребованы органами федеральной власти, хотя успешно применяются в некоторых регионах нашей страны.

Несмотря на то, что РФ и КНР выбрали разные модели развития инновационной экономики, они имеют общие элементы реализации государственной экономической политики, которые соответствуют общемировым тенденциям; одним из таких элементов является налоговое стимулирование развития инновационной инфраструктуры.

В настоящее время политика КНР по стимулированию развития инновационной инфраструктуры представляется автору более продуманной, а система налоговых льгот и преференций — более разнообразной и эффективной по сравнению с РФ.

Литература:

1. Иванов, Н.П. Пути активизации инвестиционно-инновационной деятельности современного предприятия/Н.П. Иванов, И.А. Митрофанова, А.Б. Тлисов // Региональная экономика. Юг России. 2015. № 1. с. 124-130.
2. Комков, Н.И. Возможности модернизации российской экономики на инновационно-технологической основе/Н.И. Комков // Новая экономика: инновационный портрет России. М.: Центр стратегического планирования, 2010. с. 27-31.
3. Куклина, Е.А. Система инновационно направленных налоговых льгот как элемент экономической политики государства/Е.А. Куклина, А.И. Федорков // Управленческое консультирование. 2013. № 2. с. 39-49.
4. Мазур, Н.З. Инфраструктура создания и использования интеллектуальной собственности на региональном уровне/Н.З. Мазур // Инновации. 2014. № 7. с. 35-37.
5. Митрофанова, И.А. Компаративный анализ налоговых систем РФ, США и КНР/И.А. Митрофанова, А.Б. Тлисов // Молодой ученый. 2015. № 8. Ч. 6. с. 573-577.
6. Митрофанова, И.А. Способы оптимизации налога на прибыль на предприятии/И.А. Митрофанова, А.Б. Тлисов // Налоги и финансовое право. 2013. № 8. с. 200-207.
7. Митрофанова, И.А. Экономическая оценка налоговых рисков: межстрановые сравнения/И.А. Митрофанова, С.В. Хохлова // Налоги и налогообложение. 2013. № 1. с. 5-14.
8. Солдатов, А.А. Механизмы инновационного развития экономики и коммерциализации технологий/А.А. Солдатов // Инновационные процессы и социально-экономическое развитие. 2014. № 2. с. 281-291.

Россия в процессах международной трудовой миграции

Мищур Светлана Владимировна, магистрант
Донской государственной технической университет

В статье рассматриваются последствия международной трудовой миграции, динамика и структура международной трудовой миграции в России.

Ключевые слова: международная трудовая миграция, иммиграция, эмиграция, трудовые ресурсы, страна-донор, страна-реципиент.

Характерной чертой экономики на современном этапе является преодоление национальных границ, формирование глобальной экономической системы, основанной на тесном международном сотрудничестве. Одним из проявлений подобного сотрудничества выступает международный обмен рабочей силой в форме трудовой миграции.

Согласно докладу Организации Объединенных Наций «Migration Report 2015. Highlights», количество мигрантов в мире в 2015 году составило 244 миллиона человек. Число людей живущих за пределами своей родины постоянно увеличивается (2010 г. — 222 млн. чел., 2000 г. — 173 млн. чел.) [1], значительную часть из которых составляют трудовые мигранты.

Среди причин, подталкивающих людей покинуть родную страну, выделяют как экономические, так и неэкономические. К неэкономическим причинам относят политические, религиозные, расовые, семейные, культурные, образовательные и экологические причины. К экономическим — различия в уровне экономического развития стран, как следствие разница в уровне оплаты труда и безработица на национальном рынке труда.

В поисках более выгодных условий труда и лучшей заработной платы, большая часть мигрантов стремится не только в США (19% от общего количества мигрантов — 47 млн.) и Германию (12 млн.), но и в Россию (12 млн.). Данную статистику приводит ООН в докладе по миграции [1]. Российская Федерация, став в последние годы довольно привлекательной для трудовых мигрантов страной-реципиентом, в тоже самое время является крупной страной-донором. Россия на третьем месте по количеству людей, покинувших страну (11 млн.), уступая Индии (16 млн.) и Мексике (12 млн.) [1].

Анализ международной трудовой миграции предполагает рассмотрение последствий ее влияния на экономическое и социальное развитие стран, участвующих в данном процессе. При этом влияние отличается, в зависимости от того, импортирует или экспортирует рабочую силу данное государство.

Положительные последствия международной трудовой миграции для страны-донора рабочей силы:

- улучшение ситуации на национальном рынке труда (снижение конкуренции, уменьшение безработицы, ослабление социальной напряженности);

- увеличение поступления валюты в страну (денежные переводы родственникам, денежные вливания в случае возвращения в страну);

- снижение нагрузки на государственный бюджет (сокращение пособий по безработице, социальному страхованию);

- экономия на инвестициях в образование (за счет обучения граждан в другой стране).

Отрицательные последствия международной трудовой миграции для страны-донора рабочей силы:

- сокращение численности населения страны;

- снижение налоговых поступлений;

- отставание в научно-техническом развитии (в результате потери высококвалифицированных кадров);

- увеличение затрат на подготовку новых кадров.

Положительные последствия международной трудовой миграции для страны-реципиента рабочей силы:

- увеличение численности населения страны;

- рост налоговых поступлений;

- развитие наукоемких отраслей (за счет прилива высококвалифицированной рабочей силы);

- увеличение совокупного спроса на внутреннем рынке страны;

- повышение конкурентоспособности производимых страной товаров (за счет снижения издержек производства);

- экономия на инвестициях в образование (за счет прилива высококвалифицированной рабочей силы);

- выполнение низкооплачиваемых и мало престижных видов работы.

Отрицательные последствия международной трудовой миграции для страны-реципиента рабочей силы:

- ухудшение ситуации на национальном рынке труда (рост конкуренции между иммигрантами и коренным населением, нарастание социальной напряженности);

- формирование зависимости отдельных отраслей производства от труда иммигрантов;

- снижение цены на национальную рабочую силу.

Список вышеперечисленных отрицательных и положительных последствий не претендует на абсолютную полноту, но позволяет понять, что международная трудовая миграция, подобно медали имеющей «темную» и «светлую» сторону, имеет как положительное, так и отрицательное влияние на социально-экономическую ситуацию стран-экспортеров и импортеров рабочей силы.

В настоящее время довольно сложно провести четкую грань между странами, экспортирующими и импортирующими рабочую силу. Примером такого государства является Российская Федерация.

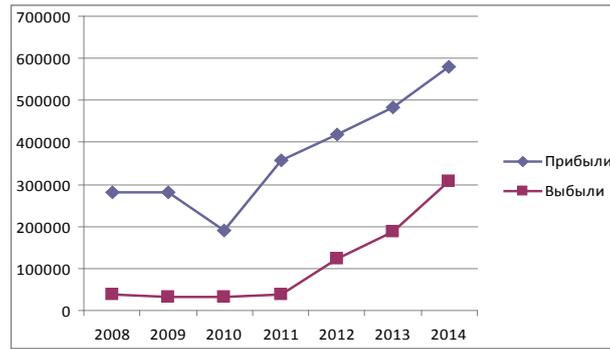


Рис. 1. Динамика российской международной миграции 2008-2014 гг. [4]

Динамика российской международной миграции, в рамках которой рассматривается эмиграция и иммиграция, характеризуется разнонаправленными тенденциями (рис. 1).

По данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации в 2009 и 2010 гг. наблюдается спад, по сравнению с 2008 г., количества иностранных мигрантов, въехавших на территорию РФ. Если в 2008 г. прибыло 281,6 тыс. чел., то в 2009 г. — 279,9 тыс. чел., а в 2010 г. — 191,7 тыс. чел. После 2010 г. число международных иммигрантов в Россию растет и в 2014 г. уже составляет 578,5 тыс. чел. Что касается эмигрантов, покинувших нашу страну, то здесь также наблюдается спад в 2009 и 2010 гг., а затем подъем. Если с 2008 по 2011 гг. наблюдается незначительное колебание числа эмигрантов, то начиная с 2012 г. это число начинает стремительно расти. Количество покинувших нашу страну граждан в 2014 г. составило 308,5 тыс. чел., что почти в 8 раз больше, чем в 2008 г. (таб. 1) [4].

Спад российских международных миграционных потоков в 2009-2010 гг. объясняется влиянием мирового кризиса и спада производства, следствием которого явилось снижение численности используемой иностранной рабочей силы. Данный факт свидетельствует о том, что характер и величина миграции зависит от экономических изменений, происходящих в мире.

Многие международные мигранты меняют место жительства в целях поиска работы. Так, из числа въехавших на территорию РФ иностранных граждан разрешение на работу было получено гражданами различных стран. Большую часть, из которых составляют граждане стран СНГ. В 2014 г. доля иностранной рабочей силы из стран-участниц СНГ составила 83%, из других стран 17% [3, с. 176].

Среди основных стран-доноров рабочей силы для России лидирующие места занимают: Узбекистан (40,4%), Таджикистан (14,0%), Украина (13,4%), Киргизия (7,0%) и Китай (6,9%) (рис. 2) [3, с. 176].

Таблица 1. Российские международные миграционные потоки 2008-2014 гг., тыс. чел. [4]

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Прибыло в РФ	281,6	279,9	191,7	356,5	417,7	482,2	578,5
Выбыло из РФ	39,5	324,6	33,6	36,8	122,8	186,4	308,5

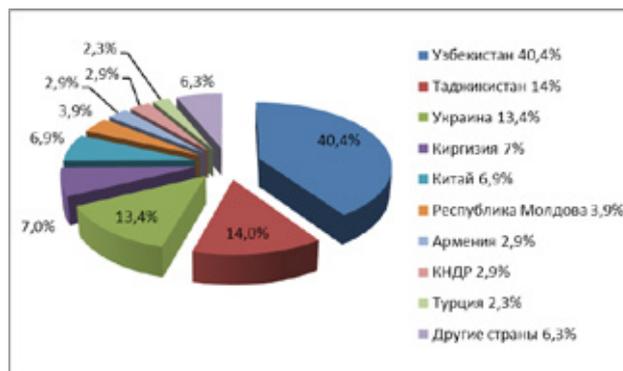


Рис. 2. Наиболее крупные экспортеры рабочей силы в Россию в 2014 г., % [3, с. 176]

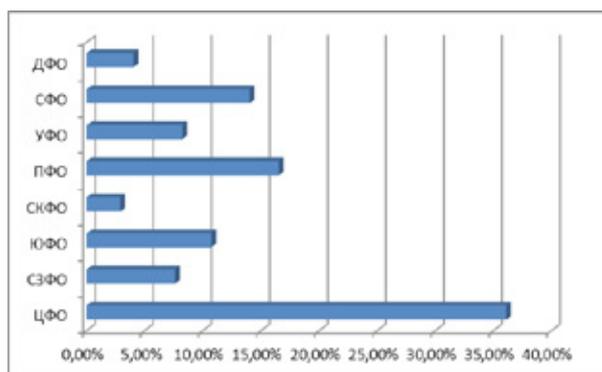


Рис. 3. Распределение иностранных мигрантов по федеральным округам России в 2014 г., % [4]

Потоки трудовых мигрантов направлены в различные субъекты РФ. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики 2014 г. крупными центрами притяжения иностранным мигрантов стали: Центральный федеральный округ (36,1%), Приволжский федеральный округ (16,5%) и Сибирский федеральный округ (14%) (рис. 3). При этом в Москву и Московскую область прибыло больше международных мигрантов, чем в Северо-Западный федеральный субъект в целом [4].

По половому составу среди иностранных иммигрантов, имеющих разрешение на работу в России, преобладают мужчины. В 2013 г. 965,9 тыс. мужчин и 145,6 тыс. женщин имели право официально работать на территории РФ. В 2014 г. число мужчин немного сократилось — 881,7 тыс. человек, а число женщин наоборот возросло — 162,1 тыс. (рис. 4) [3, с. 178].

Преобладание числа мужчин среди трудовых мигрантов в России объясняется тем фактом, что большинство из них занято тяжелым физическим трудом. Так, по профессиональным группам среди иностранных лиц, имеющих разрешение на работу, преобладают рабочие, занятые на горных, горно-капитальных и на строительном-монтажных и ремонтно-строительных работах (27%), неквалифицированные рабочие, общие для всех областей экономики (20,8%), специалисты среднего уровня квали-

фикации физических и инженерных направлений деятельности (10,2%) [3, с. 179].

Что касается высококвалифицированных специалистов, то в 2014 г. их большая часть прибыла в Россию из стран дальнего зарубежья — 63,1% от общего количества специалистов, лидирующую позицию среди которых занимает Китай (20,5%) [3, с. 182].

Миграционные трудовые потоки представляют собой не только въезд трудовых ресурсов на ту или иную территорию, но и выезд за ее пределы. Эмиграционные трудовые потоки из Российской Федерации несколько отличаются по структуре и динамике от иммиграционных трудовых потоков.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации динамика выезда российских граждан на работу за границу колеблется в последние годы. В 2009 г. наблюдается снижение, по сравнению с 2008 г. на 9,4% (2008 г. — 73,1 тыс. чел., 2009 г. — 66,2 тыс. чел.), что произошло из-за спада в мировой экономике, вызванного мировым финансовым кризисом. Затем подъем в 2010 г. до 70,2 тыс. чел. После данного скачка наблюдается медленное снижение количества наших соотечественников, покинувших родину в поисках работы за границей до 58,1 тыс. в 2014 г. [3, с. 185].

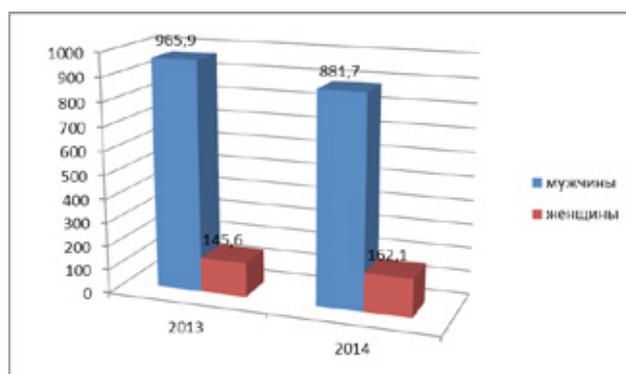


Рис. 4. Половой состав международных мигрантов, имеющих разрешение на работу в России 2013-2014 гг., тыс. чел. [3, с. 178]

Среди стран, принимающих российских трудовых мигрантов, лидирующее место на протяжении многих лет у стран Европы (30,9%) и Америки (26,1%) (рис. 5) [3, с. 185].

Что касается полового состава выезжающих с целью работы за границу, то здесь также, как и среди международных иммигрантов прибывающих в Россию, преобладают мужчины (рис. 6) [3, с. 186].

Среди российских граждан, выехавших на работу за границу в 2014 г., как и в предыдущие годы, преобладают лица, имеющие высшее образование 46%, лица со средним про-

фессиональным составляют 38,1%, среднее общее образование имеют 13,8% (рис. 7) [3, с. 188]. Данные показатели уровня образования работников значительно выше, чем в структуре занятого населения на внутри российском трудовом рынке, где в 2014 г. доля работников с высшим образованием составляла — 31,5% [3, с. 31]. Следовательно, в результате трудовой миграции наша страна теряет определенную часть подготовленных квалифицированных кадров.

Рассматривая масштабы российской международной трудовой миграции, следует иметь ввиду, что Федеральная

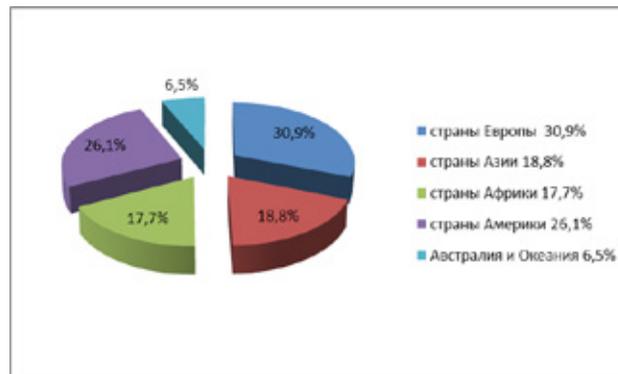


Рис. 5. Страны-реципиенты трудовых мигрантов из России в 2014 г., % [3, с. 185]

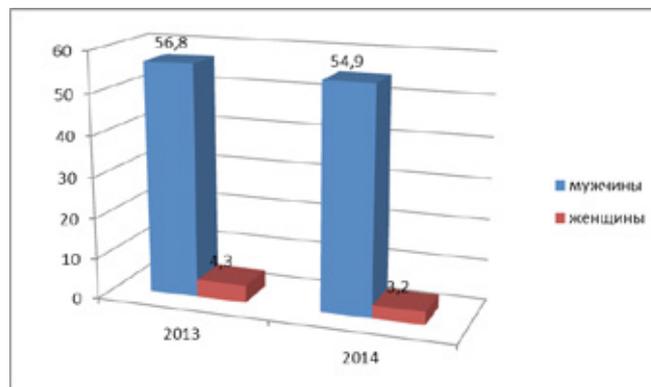


Рис. 6. Половой состав трудовых мигрантов из России 2013-2014 гг., тыс. чел. [3, с. 186]

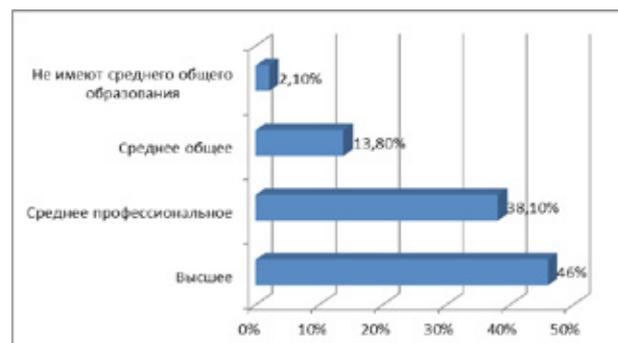


Рис. 7. Уровень образования трудовых мигрантов выехавших из России в 2014 г., % [3, с. 188]

миграционная служба и Федеральная служба государственной статистики РФ фиксируют официальную, регулирующую часть трудовых мигрантов, не учитывая нелегальных мигрантов. Количество иностранцев, работающих или пребывающих на территории другой страны без соответствующего разрешения велико. Таким образом, реальный масштаб ежегодной международной трудовой миграции в разы превышает официальную статистику.

Миграция трудовых ресурсов является довольно сложным и противоречивым процессом. Имея несомненные плюсы и позитивные последствия для развития стран импортеров и экспортеров трудовых мигрантов, она

ведет и к негативным результатам. Ситуация сложившаяся в рамках Евросоюза, события 2015 и начала 2016 гг. в Европе свидетельствуют о том, что чем больше население страны вовлечено в миграционные процессы, тем острее проявляются его последствия. Таким образом, необходима грамотная государственная политика и совершенная законодательная база, регулирующая процессы въезда и выезда мигрантов на территорию и за пределы страны. Для Российской Федерации, как государства, активно задействованного в процессе международной миграции в целом и трудовой в частности, данный вопрос является весьма актуальным.

Литература:

1. Migration Report 2015. Highlights. [Электронный ресурс] URL: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2015_Highlights.pdf (дата обращения: 10.04.2016)
2. Корниенко, О. В. Мировая экономика. СПб.: Питер, 2009. — 256 с.
3. Мировая экономика: учеб./Л. С. Падалкина, В. В. Клочков, С. В. Тарасова [и др.]; под ред. И. П. Николаевой. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. — 240 с.
4. Труд и занятость в России. 2015: Стат. сб./Росстат — М., 2015. — 274 с.
5. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 04.04.2016).

Динамика развития платежей, осуществлявшихся пластиковыми картами в банках России в 2010-2015 гг.

Мочалина Ольга Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент;
Одринская Ольга Валерьевна, студент
Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского

В данной статье обосновывается необходимость развития системы расчётов пластиковыми картами в Банке России, выявлены преимущества и недостатки использования электронных систем расчётов. Анализируются показатели электронной системы расчётов в Банке России и причины, влияющие на её становление и развитие.

Ключевые слова: Национальная платёжная система, электронные платёжные системы, пластиковые карточки, электронные деньги.

В законодательные документы, регулирующие систему безналичных расчетов с применением банковских платежных карточек, ежегодно вносятся дополнения. В Федеральном законе от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 29.12.2015) «О банках и банковской деятельности» вступили в силу изменения с 09.02.2016 [3]. Появился новое понятие «платёжная карточка», если ранее применялся термин «пластиковая карточка». Договоры, которые заключаются с клиентами банка, стали называться расчётный договор, депозитный договор, кредитный договор. При этом клиент банка имеет возможность с помощью платёжной карты распоряжаться своими денежными средствами. По всему миру боль-

шинство банков занимается выпуском платёжных карточек. Эти карточки соответствуют определённым системам платежа. Они имеют различный вид, различные категории. Дизайнер придаёт карточке эстетический вид. На лицевой стороне и оборотной стороне платёжной карточки сосредоточены обязательные элементы. Выпуском банковских платёжных карточек занимаются банки — эмитенты. Это происходит согласно Банковскому закону Российской Федерации. Более 65 % банков Российской Федерации занимается эмиссией платёжных карт и на 01.07.2012 год количество эмитированных ими карт составило 220 млн. и с каждым годом это количество увеличивается.

Согласно функциям, которые разрешены банковским и небанковским кредитным организациям кредитные организации оказывают различные услуги. Планировалось существование НДКО — это депозитно-кредитные организации и существуют РНКО — это расчётные организации и ПНКО — платёжные организации. Все эти организации в своей работе руководствуются общим банковским законом, а также, «Положением банка России № 153-П», «Инструкцией от Центробанка № 129И» и «Законом № 161-ФЗ «О национальной платёжной системе» [1,89]. Эти организации выпускают три вида карт: дебетовые, кредитные и предоплаченные. Первого вида карта используется, когда клиенту необходимо совершить операции с денежными средствами, находящиеся на карте. Но, иногда карта может предусматривать совершение овердрафта, то

есть клиент может использовать деньги кредитной организации в соответствии с ранее заключённым договором. Если совершается операция с помощью средств, которые предоставляет организация в пределах определённой суммы и в соответствии с условием договора, то используется кредитная карта. С помощью предоплаченной карты можно осуществить перевод электронных денежных средств, возврат электронных денежных средств. С 2015 года все банки стали оснащать банковские карты не только магнитной полосой, но и чипом. Это решение Банк России принял на основании роста мошенничества, а также в связи со значительным увеличением числа банковских карт, находящихся в пользовании клиентов. По объёму потерь от мошенничества Россия занимает 5 место в мире.

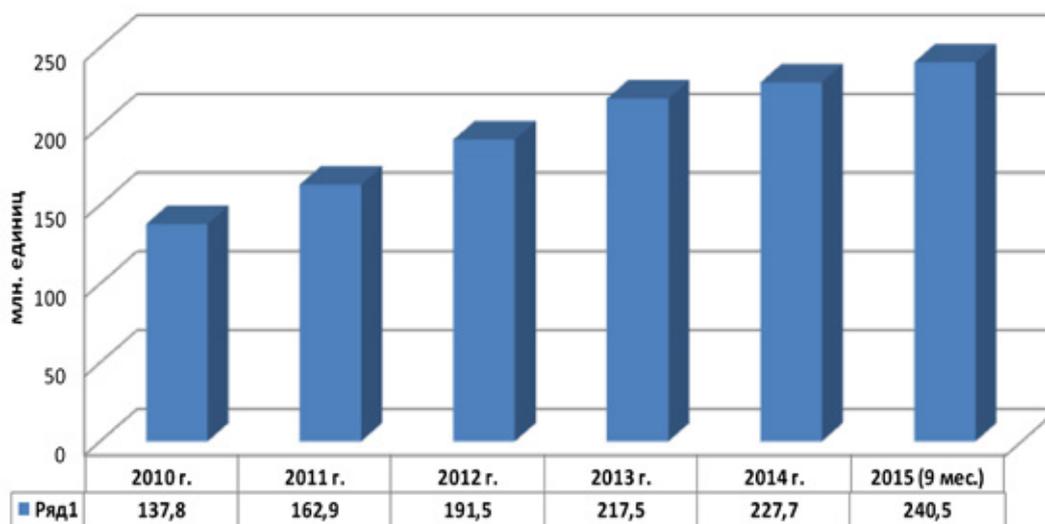


Рис. 1. Количество платёжных карт

Источник: сформировано автором по материалам [2]

Как видно из диаграммы количества платёжных карт, представленной на рисунке 1, неизменно увеличивается из года в год. Увеличение числа карт происходит за счёт развития зарплатных проектов. Практически все предприятия, учреждения выплату заработной платы осуществляют через банки с использованием платёжных карт. Клиенты видят значительное увеличение удобства в связи с использованием карт и количество клиентов увеличивается. Привлекает к себе внимание тот факт, что с 2010 года по 2013 год наблюдалось ежегодно увеличение количества платёжных карт более, чем на 25 млн. единиц. С 2013 года по 2016 год также мы наблюдаем увеличение количества карт, хотя оно не столь стремительное. Итак, на 01.10.2015 года количество платёжных карт в абсолютном выражении увеличилось на 102,7 млн. единиц и составляет 240,5 млн. единиц или увеличилось на 74,5% от показателя 2010 года и составляет 174,5%. Итак, экстремальное значение количества платёжных карт, наблюдается в 2015 году (на 01 октября) — 240,5 млн.

единиц. Понятно, что к концу года это значение будет ещё больше.

Проанализируем диаграмму выпуска количества расчётных и кредитных карт с 2010 года по 2015 год, представленной рисунке 2. Мы можем делать вывод о том, что количество кредитных карт растёт из года в год. Кредитные карты стали более активно распространяться, так как банки стали реализовывать различные программы потребительского кредитования. Их доля в общем числе эмитированных карт составила 14,2% или 31,8 млн. карт. На 01.10.2015 год количество расчётных карт, используемых клиентами, составило 209,2 млн. единиц.

Увеличение количества расчётных карт составило 81,4 млн. единиц, что соответствует 63,5% от показателя 2010 года. Количество кредитных карт в абсолютном выражении увеличилось с 10 млн. единиц до 31,3 млн. единиц. Увеличение произошло на 21,3 млн. единиц или на 213% от показателя 2010 года. Сегодня клиенты, привыкшие жить в долг и набравшие кредитов в валюте в эти годы, на-

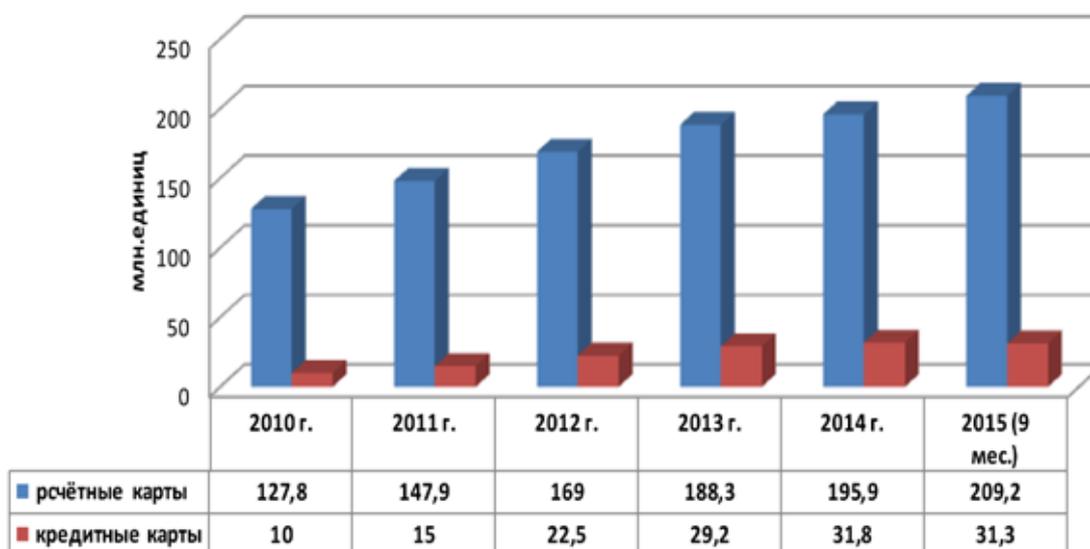


Рис. 2. Количество расчётных и кредитных карт

Источник: сформировано автором по материалам [2]

ходятся не в очень выгодном положении. На Россию наложены санкции со стороны Западной Европы, США и т. д. в связи с возвращением Крыма в Россию и в связи с той политикой, которую ведёт Россия по отношению к Украине. Валюта сильно подорожала, рубль стал оцениваться дешевле, и заёмщикам стало трудно выплатить долг по кредиту. Вот какие проблемы возникли вместе, казалось бы на первый взгляд, благое дело — увеличение количества кредитных карт.

В отношении количества операций с помощью платёжных карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами, представленного на рисунке 3, наблюдается положительная динамика. Если в 2010 году количество операций составляло 3207,6 млн. ед., то в 2015 году это количество достигло значения 13179,8 млн. ед., что в 4 раза больше, чем в 2010 году. Доля платёжных карт в общем количестве карточных операций растёт. Она сейчас составляет

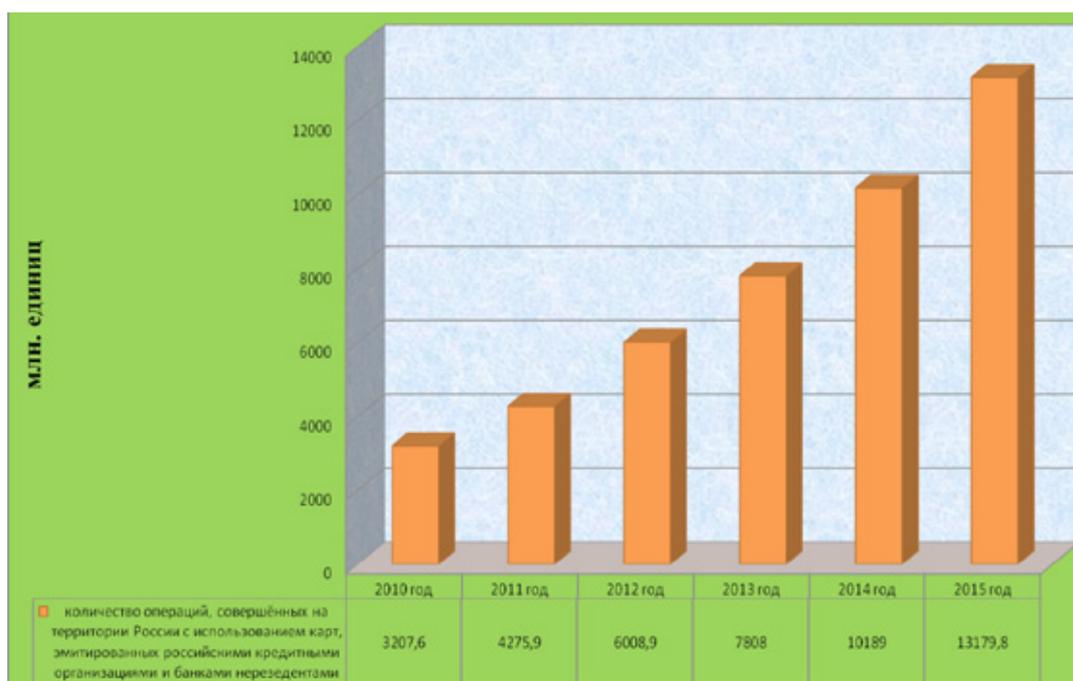


Рис. 3. Количество операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами



Рис. 4. Количество операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами, по снятию наличных денег

Источник: сформировано автором по материалам [2]

более 2/3 частей, о чем свидетельствуют данные Банка России.

Количество операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами, по снятию наличных денег представлено в виде диаграммы на рисунке 4. Здесь мы наблюдаем положительную динамику. Увеличение произошло с 2084,5 млн. ед. в 2010 году до 3328,5 млн. ед., то есть увеличение произошло в 1,6 раз.

Значения в 2014 году и в 2015 году отличаются незначительно.

Динамика количества безналичных операций, совершённых на территории России, с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами, представлена в виде диаграммы на рисунке 5. В 2010 году это количество составляло 1052,8 млн. ед., а в 2015 году — 9573 млн. ед., что в 9,1 раз больше. Наблюдается стремительный темп роста.

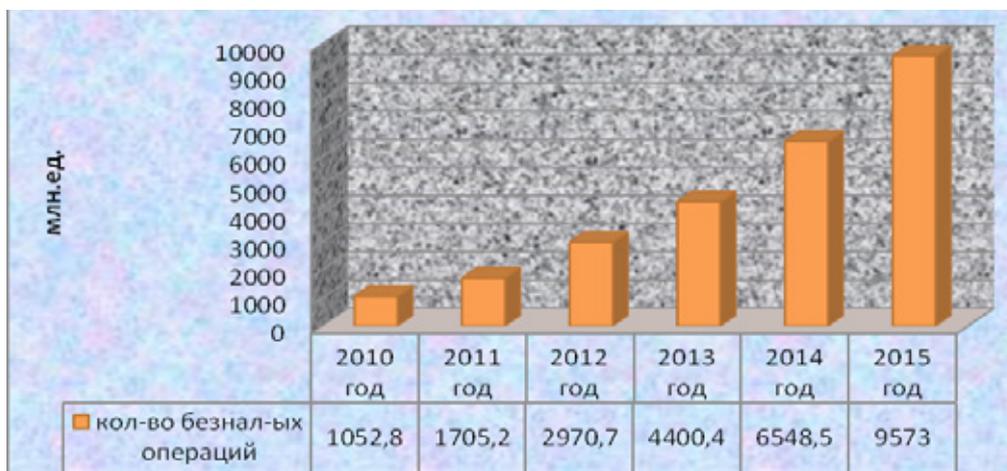


Рис. 5. Количество безналичных операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами

Что касается объема операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами, представленного на рисунке 6, то здесь, мы также наблюдаем значительный темп роста и устойчивый тренд плавного увеличения данного показателя. В 2010 году объём операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезиден-

тами, составлял 13170,6 млрд. руб., то в 2015 году этот показатель был равен 41795,5 млрд. руб., что в 3,2 раза больше.

Объём операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами по снятию наличных денег и объём безналичных операций, представленных на рисунках 7 и 8, рос из года в год, но темп роста различен. В первом случае объём вырос с 2010 года по

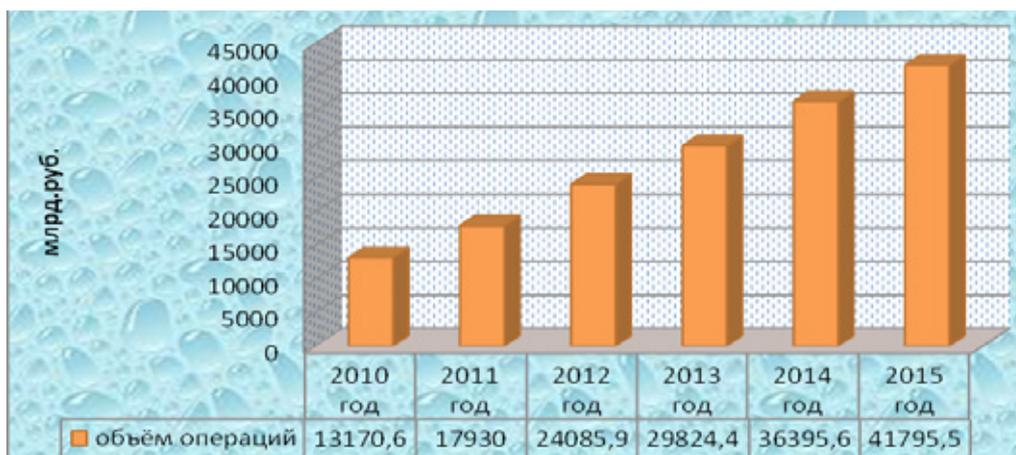


Рис. 6. Объем операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами.

Источник: сформировано автором по материалам [2]

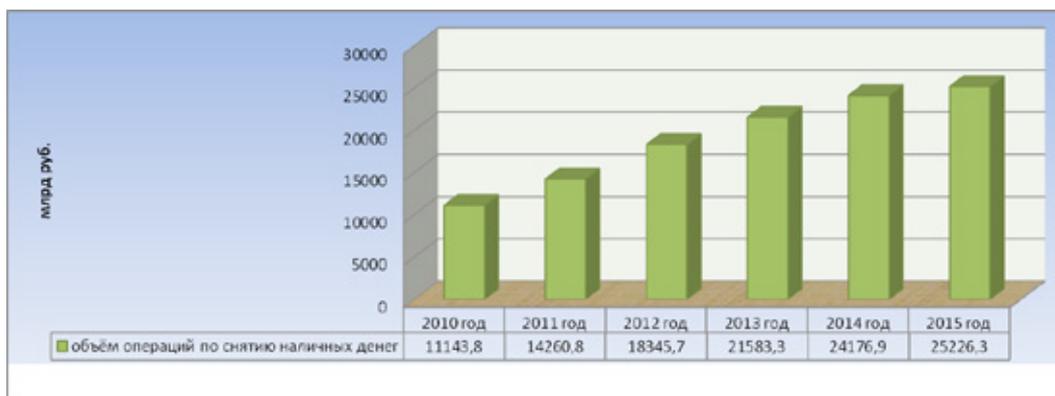


Рис. 7. Объем операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами по снятию наличных денег

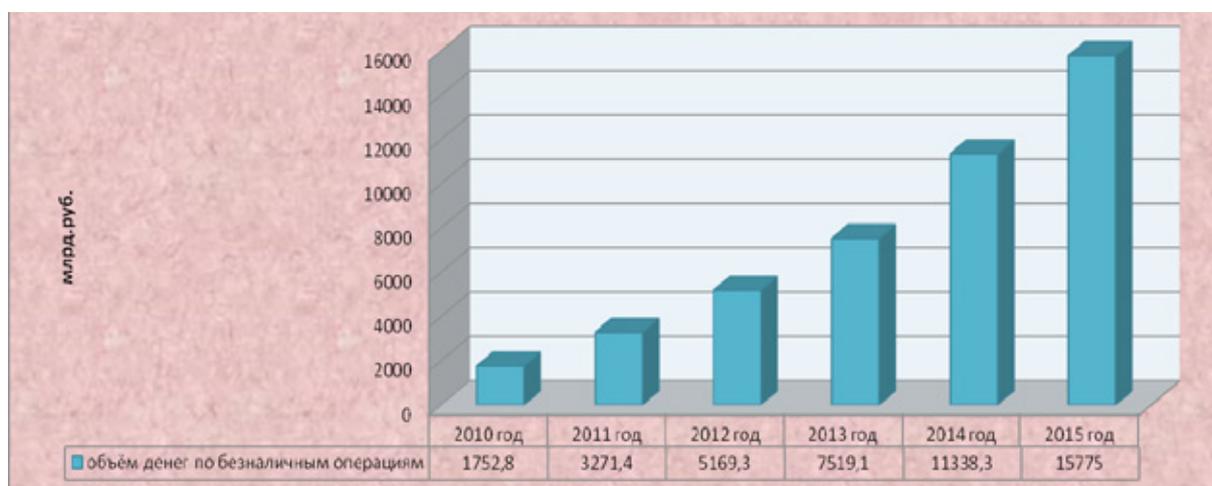


Рис. 8. Объем безналичных операций, совершённых на территории России с использованием карт, эмитируемых российскими кредитными организациями и банками нерезидентами

Источник: сформировано автором по материалам [2]

2015 год в 2,3 раза, а во втором случае в 9 раз. Имеем существенное различие.

Пластиковые карты достигли большой популярности, так как имеют ряд преимуществ. По сравнению с наличными деньгами использование денежных средств на карте является более безопасным и удобным. Когда человек идёт за покупками, ему необходимо запланировать, какую сумму денег надо взять с собой. Такая необходимость исчезает, когда человек использует пластиковую карточку. Но часто это способствует к неконтролируемым покупкам, что для экономики страны хорошо (увеличилась покупательская способность), но для человека это не всегда хорошо (так как приводит к покупке ненужных вещей). Владельцы карточек с овердрафтом, при необходимости, могут рассчитывать на сумму, большую той, которой располагают. Овердрафт предоставляется наиболее надёжным клиентам в соответствии с ранее заключённым договором. Обмен валюты в случае наличия пластиковой карты не вызывает затруднений. Известно, что быстрота получения заработной платы, привела некоторых людей к необходимости стать клиентами банка для приобретения пластиковой карты. С помощью карты можно оплатить товары в Интернете и в определённых магазинах, с которыми банк заключил договор.

Но существуют и недостатки применения пластиковых карт. Денежные средства на них доступнее для мошенников, чем те, которые лежат на банковском счёте. Злоумышленник может снять наличные деньги, если завладеет карточкой и кодом к ней. Случаи махинаций, которыми пополняется список в банке: подделка пластиковой карточки, взлом кода, мошенничество при оплате товаров и услуг в Интернете. Не все магазины имеют терминалы для оплаты банковской карточкой — это большое неудобство

для держателей платёжных карт. Некоторые банки имеют ограниченное количество банкоматов. Нехватка банкоматов и, соответственно, их удалённость друг от друга вызывает неудовольствие у клиентов. Если воспользоваться банкоматом другого банка, то снимается немаленький процент комиссионных. Развитие рынка банковских карт в России позволяет увеличить прозрачность операций на финансовом рынке, привлечь денежные средства в банковскую сферу, что способствует повышению кредитных возможностей банков. Также издержки, связанные с обслуживанием наличного денежного оборота, достигают минимума, увеличиваются налоговые поступления. А следствием этого является развитие таких сфер деятельности как социальная, производственная, сфера занятости.

С 2015 года Банк России проводил санацию банковской системы страны. При этом общее количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию или эквайринг платёжных карт, сократилось в Российской Федерации на 7,8% по сравнению с 01.07.2014 г., составив 572 банка. На 01.07.2015 г. количество банков, осуществляющих эмиссию платёжных карт, составило 568 банков (сокращение на 7,2% за год), а осуществляющих эквайринг таких карт — 522 банка (сокращение на 6,6% за год). Для платёжной системы Российской Федерации характерно доминирование платёжных карточек над кредитными карточками (в 6,7 раза больше дебетовых карт). Крупнейшим эмитентом платёжных карт являются Сбербанк России, При этом он сегодня является лидером рынка по эмиссии дебетовых и кредитных карт. В общем объёме эмиссии банком России составлявшем на 01.01.2015 г. 101,9 млн. платёжных карт, доля дебетовых карт составляла 85,67%, а кредитных карт — 14,32%.

Литература:

1. Национальная платёжная система России: проблемы и перспективы развития, под редакцией д-ра эконом. наук, проф. Н.А. Савинской, д-ра эконом. наук, проф. Г.Н. Белоглазовой, из-во Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, 2011
2. Банк России. Статистика. Сведения о платежах, распоряжения по которым составлены и переданы в электронном виде клиентами кредитных организаций и самой кредитной организацией http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet001.htm&pid=psrf&sid=ITM_30245
3. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 29.12.2015) «О банках и банковской деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 09.02.2016) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_5842/

Особенности учета внеоборотных активов

Музыкаина Марина Юрьевна, студент

Филиал Северо-Кавказского федерального университета в г. Пятигорске

Внеоборотные активы — собственные средства организации, изъятые из хозяйственного оборота, но отражаемые в бухгалтерском балансе. Они включают основные средства, нематериальные активы, оборудование к установке, вложения во внеоборотные активы и некоторые другие виды активов. Учет внеоборотных активов — очень важная часть бухгалтерского учета, поэтому актуальность данной темы очевидна.

Ключевые слова: внеоборотные активы, основные средства, документация, бухгалтерский учет, информация, имущество организации.

Внеоборотные активы представляют собой имущество организации, используемое в течение нескольких отчетных периодов. Стоимость такого имущества погашается путем амортизационных отчислений. К вложениям во внеоборотные активы, в свою очередь, относятся вложения в нефинансовые активы и долгосрочные финансовые вложения. Вложения в нефинансовые активы представляют собой затраты организации в объекты основных средств, земельных участков и объектов природопользования, нематериальные активы, а также затраты организации по формированию основного стада продуктивного и рабочего скота (кроме птицы, пушных зверей, кроликов и других животных, которые учитываются в составе средств в обороте). А долгосрочные финансовые вложения представляют собой те средства, которые отвлечены из оборота предприятия и вложены в другие предприятия либо в виде долгосрочных кредитов, либо в виде приобретения акций этих предприятий. И в том, и в другом случае предприятие получает дополнительный доход в виде процентов или дивидендов.

Наибольшую часть во внеоборотных активах занимают основные средства предприятия. Основные средства — часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ оказании услуг либо для управления организацией в течение определенного периода.

Характерной чертой основных средств считается их неоднократное применение в ходе производства, сохранение первоначального внешнего вида на протяжении продолжительного этапа. Основные ресурсы в бухгалтерском учете и отчетности отражаются согласно начальной стоимости. Изменение первоначальной стоимости основных средств, в которой они допущены к бухгалтерскому учету, разрешается в случаях достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, технического перевооружения, частичной ликвидации.

Движение основных средств в организации напрямую связаны с реализацией хозяйственных операций по поступлению, внутреннему перемещению и выбытию основных средств. Все операции по движению основных средств оформляются типовыми формами первичной учетной документации. Поступившие основные ресурсы

принимает комиссия, которая назначена директором организации. Акт составляется отдельно на каждый объект, в нем указывается наименование объекта, год выпуска, краткую характеристику объекта, первоначальную стоимость, присвоенный объекту инвентарный номер, место использования объекта и другие сведения, необходимые для аналитического учета основных средств. После оформления комиссией акт приемки-передачи основных средств передают в бухгалтерию. К нему прилагают техническую документацию, относящуюся к данному объекту (паспорт, чертежи и т. д.). Акт приема — передачи основных средств составляется двумя сторонами принимающей объект и передающей, с указанием времени вступления в эксплуатацию, даты изготовления, первоначальной стоимости и суммы износа в части полного восстановления. Бухгалтерия оформляет его бухгалтерской записью, то есть на первоначальную стоимость и на сумму износа.

Учет основных средств организуют так, чтобы можно было установить наличие основных средств по каждой классификационной группе и отдельно по каждому объекту, местам нахождения и источником их приобретения. Основные средства со сроком полезного использования более 12 месяцев, но стоимостью на дату принятия к бухгалтерскому учёту не более до 20000 руб. руб. за единицу (кроме газопроводов и сооружений на них), а также приобретенные книги, брошюры и т. п. издания, признаются затратами на производство (расход) списываются по мере отпуска их в эксплуатацию без оприходования в состав основных средств.

Для обеспечения контроля за сохранностью основных фондов (средств) каждому инвентарному объекту присваивается соответствующий номер. Инвентарный номер, присвоенный объекту, проставляется на объекте и в первичных 75 документах и сохраняется на весь период его нахождения на данном предприятии. В случае выбытия объекта его инвентарный номер не присваивается вновь поступившим объектам.

Поступление основных средств оформляется актом. Акт составляется на каждый объект, к нему прилагается техническая документация на данный объект, которая после открытия бухгалтерией инвентарной карточки пе-

редается в соответствующий отдел, цех предприятия по месту эксплуатации. Акт приемки и передачи основных средств составляется двумя сторонами — принимающей объект и передающей, с указанием времени вступления в эксплуатацию, даты изготовления, первоначальной стоимости и суммы износа. Кратко рассмотрим каждый из видов внеоборотных активов.

Нематериальные активы представляют собой особый вид внеоборотных активов, поскольку не имеют материально-вещественной формы. Единицей бухгалтерского учета нематериальных активов является инвентарный объект, под которым в общем случае признается совокупность прав, возникающих из одного охранного или иного документа, предназначенных для определенных самостоятельных функций.

Материальные и нематериальные поисковые активы. Материальными поисковыми активами признаются затраты, относящиеся в основном к приобретению (созданию) объекта, имеющего материально-вещественную форму. К нематериальным поисковым активам, как правило, относятся: право на выполнение работ по поиску, оценке месторождений полезных ископаемых; информация, полученная в результате топографических, геологических и геофизических исследований; результаты отбора образцов; иная геологическая информация о недрах.

Существует и такое понятие как отложенные налоговые активы — это та часть отложенного налога на прибыль, которая должна привести к уменьшению налога на

прибыль, подлежащего уплате в бюджет в следующем за отчетным или в последующих отчетных периодах.

Повышение эффективности основных средств выражается, прежде всего в увеличении объема хозяйственной деятельности, получаемого без дополнительных капитальных вложений. Эффективность использования основных средств во многом зависит от производственных особенностей той или иной отрасли хозяйства, достигнутого уровня организации, технологии и других факторов. Улучшение использования основных средств отражается на финансовых результатах работы предприятия за счет: увеличения выпуска продукции, снижения себестоимости, улучшения качества продукции, снижения налога на имущество и увеличения балансовой прибыли.

Принимая во внимание, что развитие бухгалтерского учета является неотъемлемой частью развития рыночных отношений, очевидно, что информация, формируемая в отчетности, должна максимально достоверно характеризовать финансовое положение организации. В этой связи можно предположить, что полученные выводы будут способствовать созданию условий для дальнейшего развития бухгалтерского учета основных средств, что позволит формировать качественную и полезную для заинтересованных пользователей финансовой отчетности информацию об имущественном и финансовом положении организации посредством отражения в бухгалтерском учете и отчетности достоверной информации о состоянии производственных внеоборотных активов.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Ч. II: Федеральный закон от 26.01.1996 г 2. О бухгалтерском учете: Утв. приказом Министерства финансов РФ от 21 ноября 1996 г. № 129-ФФ в редакции от 28.09.2010 г. № 243-РФ
2. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкция по его применению: Утв. приказом Министерства финансов РФ от 31 октября 2000 г. № 94н в редакции от 08.11.2010 г. № 142
3. Бабаев, Ю.А., Петров А. М. Теория бухгалтерского учета. — М.: Проспект, 2012. — 240 с.
4. Бондаренко, Н. В. и др. «Внеоборотные активы: учет, анализ, аудит» Учебн. Пособие. — М.: Издательство: Финансы и статистика, 2003.
5. Лебедева, Е. М. Бухгалтерский учет. — М.: Академия, 2012. — 304 с.

Что преувеличено — спрос или влияние Китая?

Мухоедова Мария Сергеевна, магистрант
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

С толь сильная положительная корреляция заставила многих людей поверить, что до тех пор, пока спрос на золото Китая возрастает, всегда будет рынок золота спекулянтов, играющих на повышение.

Даже когда рынок спекулянтов, играющих на повышение, исчез, многие аналитики и участники рынка все еще надея-

лись, что резкое увеличение спроса Китая на золото может изменить тенденцию цены на золото. В период с 2012 по 2013 гг. сильная положительная корреляция между спросом Китая на золото и ценой на золото ослабла. В течение этого периода, хотя спрос на золото Китая все еще был на повышении, рынок золота засвидетельствовал крайне высокое

падение цены. Если бы существовало твердое убеждение, что спрос Китая определил тенденцию цены на золото, то необходимо было объяснить ослабленную корреляцию между спросом Китая и ценой на золото.

Финансирование продовольственного обеспечения

Некоторые аналитики считают, что спрос на золото Китая был повышен за последние три года и они указывают на два возможных фактора такого повышения. Один из них представлен крупными сделками по финансированию продовольственного обеспечения, которые используют импорт и экспорт золота для получения распространения между низкой процентной ставкой доллара США и

высокой процентной ставкой юаня, а также повышением курса юаня, как это произошло с медью и железной рудой. Другой фактор — лизинговые операции между компаниями, связанными с золотом, и китайскими коммерческими банками, которые хранят большую часть золота из реального спроса [1].

Следующие два критерия, по-видимому, подтверждают вышеупомянутое утверждение. Давайте сначала посмотрим на чистый экспорт золота из Гонконга на материковую часть Китая по сравнению с обменным курсом валюты юаня, как показано в Таблице 1. Мы можем видеть, что также была сильная положительная корреляция между повышением курса юаня и чистым экспортом из Гонконга на материковую часть Китая.

Таблица 1. Стоимость страхования обменного курса юаня и доллара США

	Стоимость страхования обменного курса юаня	Стоимость страхования обменного курса доллара США
02/03/2015	0.40%	
12/03/2015	1.80%	
16/03/2015		0.52%
19/03/2015	1.80%	
24/03/2015	1.60%	
25/03/2015	1.45%	
26/03/2015	1.60%	
17/06/2015		0.51%
29/06/2015		0.59%
22/07/2015		0.55%
28/07/2015		0.55%

Источник: Блумберг, Компания «Shandong Group»

В период с 2010 по 2013 гг., когда юань значительно укрепился, чистый экспорт золота из Гонконга на материковую часть Китая также резко вырос. Учитывая развитие лизинговых операций с золотом Китая, мы можем видеть, что объемы лизинговых операций с золотом Китая увеличились с 155,8 тонн в 2010 году до 1,370,69 тонн в 2014 году. Это означает, что объем лизинговых операций Китая увеличился более чем в восемь раз всего за пять лет [4].

Некоторые аналитики и инвестиционные банки полагают, что китайские сборы финансирования золота должны обрабатываться в следующие четыре шага [1]:

— **Шаг 1:** Оншорные производители золота платят аккредитивы оффшорным дочерним компаниям и импортируют золото из Гонконга на материковую часть Китая, увеличивая суммы импорта.

— **Шаг 2:** Оффшорные дочерние компании заимствуют доллары США под низкую процентную ставку у оффшорных банков, посредством закладывания активов для обеспечения долга полученных аккредитивов

— **Шаг 3:** Оншорные производители получают деньги в долларах США от оффшорных дочерних компаний и экспортируют золото в виде полуфабрикатов, увеличивая суммы экспорта.

— **Шаг 4:** Повторить шаги 1-3, чтобы получить как можно больше прибыли от арбитражных операций.

Тем не менее, в Китае, процесс импорта для золота, отличается от процесса импорта для меди и железной руды. В целях общей торговли, около 15 отечественных и зарубежных банков имеют лицензию Народного банка Китая (НБК) и Центрального банка Китая на импорт золота. Несколько крупных ювелирных компаний также имеют торговую лицензию на золото для общей торговли, но их количество незначительное. В Китае, при международной торговле золотом, оншорные производители золота не являются крупными игроками, как полагали некоторые инвестиционные банки и международные аналитики. Однако, коммерческие банки Китая являются таковыми [2].

Могут ли коммерческие банки Китая осуществлять финансовые операции, связанные с золотом с целью получения прибыли от арбитражных операций от своих отечественных и зарубежных филиалов? Ответ — нет. Почему? Потому что все слитки, импортированные посредством общей торговли, должны быть проданы в первую очередь через Шанхайскую Биржу Золота (SGE). Следовательно, все золото, проходящее через эту биржу, запрещается экспортировать, именно поэтому процесс импорта

для золота отличается от меди и железной руды. Большая часть чистого экспорта золота из Гонконга на материковую часть Китая не является результатом арбитража на основе высокой процентной ставки юаня и повышения рыночной стоимости [1].

Лизинг Золота

При быстром росте лизинговых операций с золотом Китая, может ли лизинговый бизнес золота Китая блокировать такое количество золота, что произойдет повышение спроса на золото в Китае? Ответ аналогичен — нет. В настоящее время большая часть лизинговых операций с золотом Китая принимают форму компаний, связанных с золотом, которые заимствуют золото из банков. Лизинговые сборы золота Китая обрабатываются посредством следующих трех шагов [1]:

Шаг 1: Любая компания, связанная с золотом, которая хочет заимствовать золото, должна иметь квалификацию, утвержденную SGE и получить кредитную линию из коммерческого банка, который предоставляет золото.

Шаг 2: Коммерческий банк предоставляет золото Компании, связанной с золотом, из своего собственного запаса или золото, заимствованное с рынка межбанковского кредитования SGE.

Шаг 3: Цена лизинга золота компании, связанной с золотом, не должна превышать кредитную линию, которую

предоставляет коммерческий банк. Таким образом, к определенной дате в будущем, компания, связанная с золотом, обязана вернуть коммерческому банку золото плюс процентную ставку.

Когда компании, связанные с золотом, получают золото, они незамедлительно будут продавать золото через SGE и, в то же время, покупать фьючерсы или форварды для хеджирования ценового риска, когда они будут выкупать золото и возвращать его банкам в будущем. Таким образом, в лизинговом бизнесе золота Китая, компании, связанные с золотом, действительно волнует не само золото, а относительно низкие процентные ставки.

Страхование

Давайте посмотрим на курс лизинга золота Китая по отношению к курсу банковских кредитов. Здесь, в Таблице 2 представлены три колонки. Первая — курс лизинга золота за год. Вторая — курс лизинга золота плюс лизинговая стоимость страхования обменного курса. Последняя — процентная ставка Китая. Когда мы внимательно рассмотрим три колонки, мы обнаружим, что кредитный курс Китая за один год, как правило, на 2% выше, чем курс лизинга золота за один год. Курс лизинга золота плюс стоимость страхования обменного курса, как правило, ниже, чем процентная ставка Китая за один год на 50 базисных пунктов.

Таблица 2. Ставка лизинга золота Китая и банковская кредитная ставка

	Лизинговая ставка золота за год	Лизинговая ставка золота плюс стоимость страхования обменного курса	Ведущая процентная ставка Китая за год
02/03/2015	3.60%	4.00%	5.35%
12/03/2015	3.00%	4.80%	5.35%
16/03/2015	3.00%		5.35%
19/03/2015	3.00%	4.80%	5.35%
24/03/2015	3.00%	4.60%	5.35%
25/03/2015	3.25%	4.70%	5.35%
26/03/2015	3.00%	4.60%	5.35%
17/06/2015	3.00%		5.10%
29/06/2015	3.00%		4.85%
22/07/2015	2.90%		4.85%
28/07/2015	2.90%		4.85%

Источник: Блумберг, Компания «Shandong Group»

Процентные ставки с лизинговых операций с золотом относительно ниже, чем ставки, которые наша компания может получить от банковских кредитов. Следовательно, это реальная точка лизинговых операций с золотом Китая, а не золота из реального спроса, как полагали многие аналитики на международных рынках.

Поскольку доллар США имеет низкую процентную ставку, это не удивительно, что лизинговая стоимость страхования обменного курса доллара США в Китае, на много меньше, чем стоимость страхования обменного

курса юаня. Здесь, как вы можете видеть из Таблицы 2, представлены лизинговые стоимости страхования обменного курса юаня и доллара США по отношению к золоту. Первая колонка — это лизинговая стоимость страхования обменного курса юаня по отношению к золоту, а вторая — доллара США. При детальном рассмотрении этих двух колонок, мы обнаружим, что лизинговая стоимость страхования обменного курса доллара США на 1% меньше стоимости юаня. Конечно, страхование доллара США имеет валютный процентный риск: если юань в зна-

чительной степени и внезапно обесценился, подобно тому, что произошло 11 и 12 августа, с 4% обесцениванием за два дня, лизинговое страхование доллара США по отношению к золоту приведет к большим потерям [3].

Лизинг золота в Китае стал стандартизированным кредитным продуктом банков. Подобно коэффициенту наличных денег в макроэкономике, 1371 тонна объема лизинга золота Китая требовала гораздо меньше золота. Лизинговый бизнес золота Китая не владеет большей частью золота из реального спроса Китая.

Увеличение влияния

На мой взгляд, спрос на золото Китая не увеличен предполагаемыми сборами финансирования золота и лизинговыми операциями с ним. В таком случае, как мы можем объяснить ослабленную положительную корреляцию между спросом Китая и ценой на золото? С моей точки зрения, ответ приходит не от повышенного спроса Китая, но от увеличенного влияния Китая. Несмотря на то, что спрос Китая оказывает сильное влияние на ценовую политику золота, для большинства инвесторов золота Китая и участников рынка, спрос Китая не заменил доллар США в качестве основной движущей силы образования цены на золото.

С начала 2015 года по 6 сентября нам удалось собрать 588 заголовков из аналитических отчетов золота или статей с очень популярного китайского финансового веб-сайта Нехуп. Среди этих 588 заголовков, только в 28 из

них Китай был упомянут как движущая сила образования цены на золото, которая представлена лишь 4,76% от всей выборки. В то время как, 373 заголовка ассоциировали доллар США и американские ценности с неустойчивостью цены на золото, которая представляла 63,43% от всей выборки. Для большинства инвесторов золота Китая и участников рынка, влияние спроса Китая на цену золота еще меньше, чем влияние во время кризиса в Греции. Исходя из данных цифр, почти 50% отметили Грецию. В то же время, менее 5% упомянули Китай.

Дамы Китая

Возможно, кто-то скажет, что спрос Китая был определен действиями женской части населения Китая, а не предположениями аналитиков. Женщины Китая в свои 50 и 60 лет имеют большое пристрастие к золотым ювелирным изделиям и инвестиционным золотым слиткам. Именно поэтому международные средства массовой информации придумали фразу «Дамы Китая», чтобы подчеркнуть важность Китая. Давайте посмотрим на ежеквартальное изменение потребительского спроса Китая по сравнению с ценой на золото в Таблице 3. Когда мы внимательно рассмотрим эту таблицу, мы увидим, что несмотря на покупательский бум золота в Китае в 2013 году, цена начала снижаться и Дамы Китая просто бросились следовать этой тенденции, чтобы получить преимущества такие, как преимущества «продажи» в супермаркете.

Таблица 3. Ежеквартальное изменение потребительского спроса и цены на золото

	Потребительский спрос Китая	Цена на золото
31/03/2010	24%	1
30/06/2010	— 20%	12
30/09/2010	31%	5
31/12/2010	15%	9
31/03/2011	26%	1
30/06/2011	— 30%	5
30/09/2011	19%	8
31/12/2011	6%	-4
31/03/2012	23%	7
30/06/2012	— 29%	-4
30/09/2012	7%	11
31/12/2012	12%	-5
30/09/2012	45%	-5
31/03/2013	21%	-23
30/06/2013	— 27%	8
30/09/2013	— 13%	-10
31/12/2013	9%	7%
31/03/2014	— 31%	3%
31/06/2014	— 5%	— 9%
30/09/2014	0%	— 2%
31/12/2014	— 5%	— 9%

Источник: Всемирный совет по золоту, Блумберг, Компания «Shandong Group»

В заключение, я думаю, что спрос Китая не заменил доллар США, как основную движущую силу образования цены на золото. В общем, спрос на золото Китая не уве-

личен, как полагали некоторые международные инвесторы и аналитики.

Литература:

1. Which is Inflated, China's Demand or China's Influence? // Электронный ресурс. Режим доступа: [www.lbma.org.uk/.]
2. Мировой рынок золота // Электронный ресурс. Режим доступа: [http://www.ereport.ru/articles/commod/gold.htm]
3. Рынок золота в Китае становится мировым лидером // Электронный ресурс. Режим доступа: [http://www.arlan.ru/news/725]
4. Китай открыл рынок золота для иностранцев // Электронный ресурс. Режим доступа: [http://south-insight.com/node/376?language=ru]

Зоны льготного налогообложения и проблемы оттока капитала в РФ

Назаренко Виктория Александровна, студент;

Бочкова Елена Владимировна, кандидат экономических наук, старший преподаватель;

Авдеева Евгения Александровна, кандидат экономических наук, старший преподаватель

Кубанский государственный университет

Необходимость оптимизировать собственные издержки давно вынуждает отечественных предпринимателей создавать организации в оффшорных зонах как за рубежом, так и у себя на родине. Сегодня в условиях нестабильного экономического положения отечественных компаний на международной арене, не стоит упускать возможности, чтобы сократить расходы, учитывая, что в России существуют юрисдикции со льготным налогообложением.

Идея о развитии оффшорных зон внутри государства появилась давно. Существуют определенные территории, например штаты Вайоминг, Делавэр, Невада в США, районы в Великобритании и Швейцарии, которые уже давно живут по такому принципу [4]. Несмотря на известную во всем мире жесткую фискальную политику, проводимую в этих странах, оффшорные компании получают здесь достаточно высокие налоговые льготы, так как это выгодно для регионов.

С развитием рыночных отношений и в РФ появилась необходимость развития территорий с льготным налоговым режимом. Следует уточнить, что в классическом понимании российские оффшорные зоны как таковыми оффшорами не являются, так как компании, открытые в них, остаются в пределах данной страны. Тем не менее, это низконалоговые территории, регистрация в которых позволяет бизнесменам уменьшить свои затраты. Такие льготные зоны действовали в РФ до 2001 г. Основными льготными зонами в стране были — Алтай, Калмыкия, Бурятия и Ингушетия. Есть и другие регионы, предоставляющие компаниям льготные программы налогообложения, например особые экономические зоны (ОЭЗ).

Рассмотрим схему сокращения налогов на примере зоны экономического благоприятствования Республики Алтай, именуемой Эколого-экономический регион Алтай. Эколого-экономический регион «Алтай» был создан в ноябре 1991 г. и представлял собой, по сути, территорию со льготным налогообложением. По идее разработчиков проекта, экономическая выгода от этого режима должна была стать инструментом развития депрессивного субъекта страны. Льготами, в частности по налогу на добавленную стоимость и налогу на прибыль, пользовались предприятия, зарегистрированные на территории Республики Алтай, либо зарегистрированные на территории республики филиалы юридических лиц, ранее созданных в других регионах страны, и осуществляющие определенные виды деятельности на территории Горного Алтая.

Всего за десять лет существования алтайского оффшора здесь было зарегистрировано 7116 тыс. участников, на них приходилось до 70% поступлений налогов и сборов. По состоянию на 2002 г. было зарегистрировано 2745 участников, и только в первом квартале от них в бюджетную систему республики поступило 535,2 млн р. То есть Республика Алтай отказалась от всех налогов, собираемых в ее бюджет, и заменила всю совокупность налогов, взимаемых в ее бюджет как субъекта федерации, вступительным регистрационным сбором в размере 800 дол. и ежеквартальными сборами в размере 750 дол. Такая система налогообложения в Республике Алтай была установлена Законом Республики Алтай «О совершенствовании правовой и экономической основ функционирования Эколого-экономического региона Алтай» от 10 апреля 1997 г. Данная система позволяла получать налоги

(за счет регистрационного сбора) в твердых, заранее известных размерах, не зависящих от экономической ситуации, общая сумма которых зависела от количества зарегистрированных предприятий, что было очень выгодно для субъекта федерации. По подсчетам экономистов агентства REGNUM, за годы, прошедшие с закрытия ЭЭР, республика потеряла более 154 млрд р. в качестве упущенной выгоды. Сегодня действующий губернатор алтайского края Карлин А.Б. принял решение о воссоздании ЭЭР. Предполагается, что законопроект в качестве законодательной инициативы в Госдуму внесет Госсобрание Республики Алтай. Сейчас документ проходит формальные процедуры и, возможно, будет рассмотрен уже на следующей сессии Государственного Собрания — Эл Курултая Республики Алтай.

Если же говорить об особых экономических зонах, то в настоящее время на территории России создано 25 ОЭЗ, 4 из которых специализируются на развитии промышленного производства, еще 4 на технологических инновациях, 14 — на развитии туристическо-рекреационного бизнеса и 3 — на развитии портово-логистических и транспортных узлов. Налогообложение резидентов ОЭЗ осуществляется по законодательству РФ о налогах и сборах. Другими словами, резиденты особых экономических зон на общем режиме имеют особые льготы на исчисляемые налоги, предусмотренные Налоговым кодексом РФ, основными из которых являются НДС, налог на прибыль, налог на имущество и др.

Внимательное изучение законов, регламентирующих деятельность фирм на территории России, разработка финансово-налоговой схемы деятельности совокупности предприятий позволяет минимизировать уплату налогов. Однако необходимо четко представлять, для какого конкретного вида бизнеса создается данная компания, так как при выборе зоны налогового благоприятствования, безусловно, необходима помощь опытных юристов.

Проблемы «отмывания» теневых доходов на международной арене приобрели особую актуальность в течение последних десятилетий. Понимая угрозу национальным интересам и чувствуя сложность определения «отмытых» в международной финансовой системе денежных средств, развитые страны пришли к выводу, что необходимо выработать как коллективные меры борьбы с оффшорами, так и на законодательном уровне уменьшить перемещение капитала за рубеж.

Согласно исследованиям Бостонской консалтинговой группы (BCG), в 2012 г. в оффшорах хранилось около 7 трлн дол., а к 2014 г., по данным независимой организации Tax Justice Network, в оффшорах хранились уже около 25 трлн дол. [3].

Что же касается Российской Федерации, то согласно этим же исследованиям, за последние 20 лет из страны в льготные налоговые юрисдикции «утекли» 798 млрд дол. Кроме того, согласно докладу американского исследовательского института Global Financial Integrity в 2015 г., теневая экономика России за последние 18 лет составляла

в среднем 46% ВВП [2]. Если рассматривать большой размер оттока денежных средств из РФ в совокупности с размахом теневой экономики государства, то сложно удивиться тому, что многие источники твердят о замедлении экономического роста.

Приток капитала наблюдался в 2006-2007 г, это было связано с тем, что с 2006 г., в расчете на приток иностранных инвестиций, в России были сняты последние ограничения на движение капитала, произошла полная либерализация валютного регулирования, характерная для стран с развитой экономикой в не кризисные периоды. Однако, в 2008 г. отток капитала из страны возобновился из-за мирового финансового кризиса и составил 133 млрд дол. за 2014 г. вывоз капитала превысил прогнозы и составил 151,5 млрд дол. Такое ухудшение было вызвано введением санкций против России фактически и ограничением доступа на внешние рынки капитала.

Тема деоффшоризации экономики России в современных условиях становится все более актуальной, по причине того, что сегодня, общегосударственным приоритетом становится остановка и дальнейшее предотвращение оттока капитала из страны. Потребность в проведении антиоффшорной политики в России вызвана тем, что значительная часть частного капитала в России контролируется холдинговыми центрами, инкорпорированными в юрисдикциях, входящих в оффшорные финансовые сети. Так, из 50 крупнейших российских компаний рейтинга «Эксперт-400» с совокупной выручкой 16 трлн р., принадлежащих частному капиталу и не являющихся дочерними структурами иностранных корпораций, 46% (т. е. 23 компании) либо зарегистрированы в оффшорных или спарринг-оффшорных юрисдикциях, откуда контролируется от 40% до 90% акций таких компаний, либо там находится центр прибыли или центр принятия решений [1].

Стремление развернуть антиоффшорную кампанию в масштабах всей страны сформировалось в силу внешних и внутренних причин. Среди внешних причин стоит выделить:

- активизация антиоффшорной политики в глобальном масштабе, т. е. сегодня мировое сообщество признает проблему оффшоров, как одну из главных экономических проблем современности;

- общее стремление подавляющего большинства государств мира установить принцип «справедливого налогообложения» и предотвратить повышение криминализации мировой экономики.

Среди внутренних причин выделяют:

- угроза финансовой, экономической и общей национальной безопасности России при дальнейшем развитии национальной экономики в условиях негативного влияния оффшорной зависимости

- повышение финансовой дефицитности бюджетов всей бюджетной системы РФ, в виду снижения бюджетных доходов по причине чрезмерной оффшоризации экономики;

— общественное порицание оффшорных олигархов и прочих бизнес-структур, которые оптимизируют свою деятельность, тем самым причиняя вред национальной экономике.

Что касается оффшорной зависимости, то если же говорить об оффшорных компаниях в России, то можно выделить следующие примеры оффшоризации государства.

1. Промышленная группа «Базовый элемент», которую возглавляет О. Дерипаски, принадлежит компании BASIC ELEMENT Ltd., которая зарегистрирована на о. Джерси. Кроме того, эта организация является дочкой компании A-Finance, зарегистрированной на Британских Виргинских островах, владельцем которой так же выступает О. Дерипаска. Более того, он же владеет компанией EN+, зарегистрированная на о. Джерси и имеющая более 56% акций компании UC Rusal, которая сегодня является фактическим владельцем всех алюминиевых заводов в РФ.

2. ОАО «Мечел» является одной из ведущих российских компаний в металлургической и горнодобывающей отраслях. Её владельцами являются кипрская компания Calridge Ltди Bellasis Holdings Ltd.

3. ОАО Холдинговая компания «Металлинвест» принадлежит кипрским компаниям Gallagher Holdings Ltd. (Алишер Усманов), Seropaem Holdings Ltd. (А. Скоч) и Coalco Metals Ltd. (В. Анисимов)» и многие другие.

Литература:

1. Андрианов, В.Д. Россия: экономический и инвестиционный потенциал. — М.: Экономика, 2013.
2. Обухова, Е., Огородников Е.. Пора возвращаться с островов // Эксперт. — 2013. — № 4. — с. 35-41.
3. Тетерин, Ю.А. Деоффшоризация российской экономики // Молодой ученый. — 2015. — № 14. — с. 280-282.
4. Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором // Банк России. — Режим доступа: <http://www.gradient-alpha.ru/analitika/2013/06/20/offshoryi-novyie-pravila-igryi-v-rossii-i-v-mire/>.

Оффшорные зоны мира

Назаренко Виктория Александровна, студент;

Бочкова Елена Владимировна кандидат, экономических наук, старший преподаватель
Кубанский государственный университет

В предложенной статье представлены самые популярные оффшорные зоны мира. Выявлены особенности некоторых оффшорных зон. Приведены их ключевые характеристики.

Ключевые слова: оффшор, оффшорная зона, оффшорный бизнес, оффшорная компания.

Неуклонный рост рыночных отношений влечет за собой динамичный рост предпринимательской деятельности, что, в свою очередь, приводит к значительному усложнению финансово-экономических взаимоотношений между субъектами делового оборота. Целью любого предпринимателя, безусловно, является минимизация издержек, поэтому он стремится осуществлять свою коммерческую деятельность в тех регионах и странах, отличающихся наиболее благоприятным налоговым и правовым режимом. Всё это в итоге

совокупность вышеперечисленных причин является достаточным основанием для немедленного начала проведения жесткой антиоффшорной политики. Однако при этом важно понять, что именно мы будем подразумевать под оффшором, и против чего именно будет строиться антиоффшорная политика. Оффшор — государство (юрисдикция), которая в силу внутреннего законодательства может обеспечивать комплекс преимуществ при ведении бизнеса:

— «комфортная правовая среда обитания бизнеса», выражающаяся в создании условий для организации и дальнейшего ведения бизнеса на упрощенной основе, т. е. упрощенные условия финансового, налогового и административного надзора, понижение прозрачности проводимых операций и возможность обеспечивать анонимность бенефициаров;

— возможность значительно снизить налоговые и другие платежи, обеспечив свехприбыль оффшорной компании.

Таким образом, подводя итог, можно утверждать, что степень оффшоризации российской экономики чрезмерно велика, что ведет к значительным экономическим издержкам для страны в настоящем и будущем. Оффшоризация национальной экономики — одна из основных угроз национальной (экономической) безопасности государства, решением которой нужно заниматься незамедлительно.

и послужило причиной возникновения такого экономического явления как «оффшорная зона».

Под оффшорной зоной, как правило, подразумевают страну и/ли территории, которые регистрируют фирмы, на которые будет распространяться льготный режим налогообложения. Сама компания с момента регистрации подпадает под юрисдикцию страны пребывания и с этого времени должна строго соблюдать нормы и правила местного законодательства.

Оффшорные зоны находятся под пристальным вниманием с 2000 г., и особенно с апреля 2006 г., когда состоялась встреча лидеров крупнейших государств мира G20, на которой было принято решение о разработке мероприятий против юрисдикций, не желающих сотрудничать, то есть обмениваться информацией. Инициативы, выдвинутые OECD, FATF и Международным Валютным Фондом, имели значительное влияние на оффшорную индустрию. В итоге большинство основных оффшорных зон усилили свое законодательство в отношении отмыывания денег и других незаконных действий.

Сегодня в мире существует порядка 1,4 млн оффшорных

компаний, которые сконцентрированы в зонах льготного налогообложения: Карибский бассейн, Азиатско-Тихоокеанский район и Западная Европа. Около 65% всех оффшорных центров расположено в развивающихся государствах, остальные — в развитых странах. Примерами оффшорных центров являются в основном островные территории — Багамские, Антильские, Виргинские, Бермудские, Барбадос, Каймановы острова, Джерси и Гернси, Мальта, Кипр, Мадейра, Западное Самоа, Гонконг, Ирландия, Ливан, Либерия, Панама, Лихтенштейн, Сингапур и многие другие. На рисунке 1 представлены самые известные мировые оффшорные зоны.

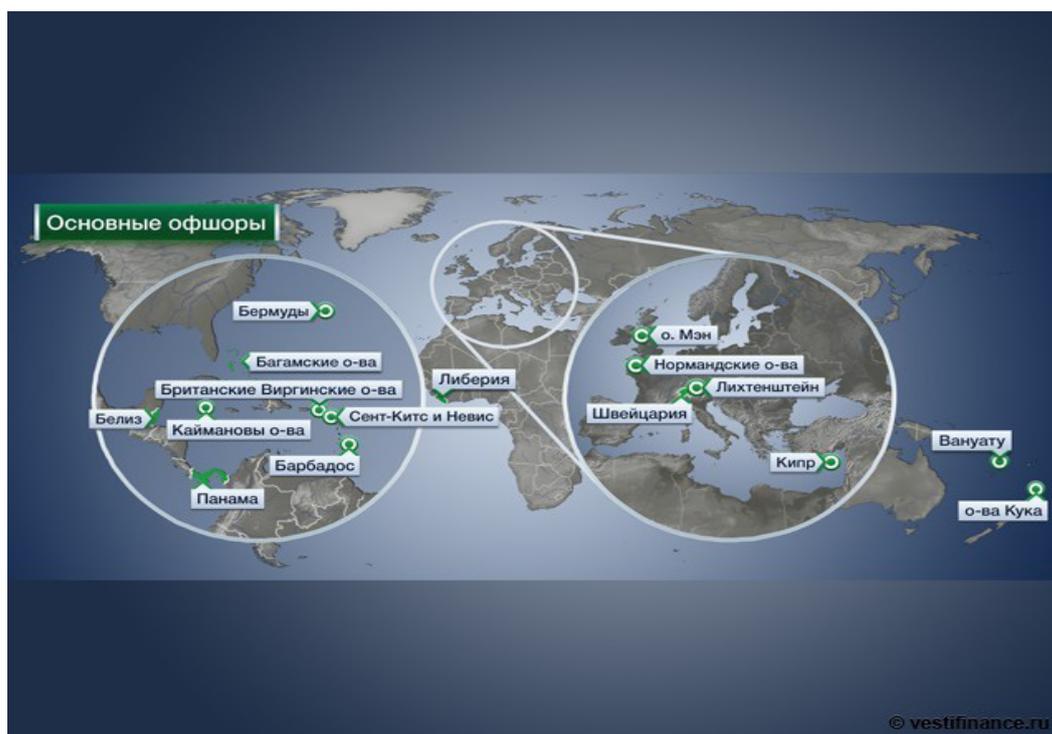


Рис. 1. Основные оффшоры мира [2]

Если мы проанализируем географию этих территорий, можно сделать вывод, что их объединяет ограниченные природные и трудовые ресурсы или их отсутствие. Последствиями такой ресурсной «бедности» выступает продажа юридического адреса на территории определенного государства, с возможностью освобождения от уплаты налогов.

Кроме того, как правило, оффшорные зоны располагаются на территориях, островах или архипелагах, имеющие выгодное географическое положение, развитые транспортные и телекоммуникационные сети, рядом с крупными международными финансовыми и торговыми центрами.

Услуги, предоставляемые в оффшорных зонах, зачастую обуславливаются спросом на них и финансовой нестабильностью. Инновации и необходимость, таким образом, являются важными условиями их возникновения. Но эти элементы не имеют никакого значения без согласия законодательных органов на введение законов для инновационных оффшорных компаний.

Развивающиеся рынки Азии и Латинской Америки стали одними из наиболее привлекательных оффшорных зон в мире не только из-за низких или нулевых ставок налога, но также и из-за огромных рынков сбыта, доступа к более дешевому сырью и большого количества квалифицированных специалистов.

Такая оффшорная зона как Гонконг, установила фиксированную ставку налога, которая очень привлекает как международный, так и отечественный бизнес. Являясь новой оффшорной зоной, в соответствии с этим режимом, Гонконг позволяет отечественным компаниям торговать в оффшорной зоне и выходить на альтернативные рынки, не ограничиваясь каким-либо специальным налоговым режимом для иностранных компаний. Главными особенностями оффшорной зоны Гонконг являются: высокий коэффициент ликвидности финансовых рынков, прозрачность нормативно-правовой базы и соблюдение признанной международной общественностью финансовой политики. Прин-

ципиальными основами, согласно которым правительство Гонконга контролирует рынок своей страны, являются обеспечение благоприятных условий для бизнеса, а также простота и минимальный размер налогов для корпораций.

Оффшор Багамские острова является давно функционирующей оффшорной юрисдикцией, предоставляющей финансовые услуги. Оффшорные финансовые услуги составляют не менее 12% от ВВП этой страны. Багамские острова входят в десятку стран мира с развитым банковским сектором. Как банковский центр, оффшорная зона Багамские острова накопила базу активов, которая превышает 200 млрд дол. США благодаря оказанию разнообразных финансовых услуг: частный банкинг, администрирование трастовых фондов и портфельный менеджмент [1].

Сингапур является известным финансовым центром, пользующимся хорошей репутацией. К тому же, в этой оффшорной зоне постоянно увеличивается количество предоставляемых централизованных услуг. В результате транснациональные корпорации все чаще выбирают Сингапур. В докладах, выпущенных Всемирным банком и в Отчете о глобальной конкурентоспособности оффшор Сингапур называется самым подходящим метом для ведения бизнеса в мире и самой конкурентоспособной страной в Азии, соответственно. В Сингапуре налоги взимаются по территориальному признаку и, следовательно, сингапурские компании не несут ответственности и не платят налоги на доход, который не получен в Сингапуре в качестве места расположения своих штаб-квартир.

Оффшор Дубай приобретает все большую популярность. Реализация корпоративных механизмов в этой стране становятся все более доступными, а инвестиционные возможности — все более привлекательными. Оффшорная зона Дубай установила нулевую ставку налога на прибыль и не заключает соглашений об обмене информацией. Так что Дубай можно охарактеризовать как юрисдикцию, которая по-прежнему гарантирует своим клиентам конфиденциальность, безопасность и тактичное обслуживание.

Швейцария получила свой статус оффшора из-за традиции соблюдения банковской тайны в этой стране, стабильности и защиты активов владельцев счетов в швейцарских банках. Во многом благодаря стратегическому расположению Швейцарии, сотни компаний из Европы и Северной Америки выбрали эту страну в качестве места размещения своих региональных штабов и научно-исследовательских/производственных баз. Швейцария считается развивающейся зоной свободной торговли и привлекательными мультикультурными воротами в Европу [3].

Экономика оффшора Гибралтар демонстрирует на протяжении последних более чем десяти лет устойчивые ежегодные темпы роста на уровне 7-12%. Ожидается, что

подобные темпы роста сохранятся, несмотря на меры, предпринимаемые правительством по сокращению льготного налогообложения оффшорных компаний путем введения ставки налога 10%.

В качестве члена Европейской экономической зоны (ЕЕА, European Economic Area) Гибралтар имеет возможность регистрировать у себя компании стран-членов ЕЕА. Компании, зарегистрированные на Гибралтаре, имеют возможность создавать филиалы и вести бизнес, избегая дополнительных расходов, которые иначе были бы понесены на лицензирование и развитие стартапов. Оффшорная зона Гибралтар предоставляет услуги банкинга, страхования, управления фондами, а также многие другие.

Деятельность мировых оффшорных зон тщательно регулируется в соответствии с международными правилами по борьбе с финансированием терроризма, отмыванием денег и кибер-преступлениями, количество которых увеличивается по мере развития интернета. Необходимо, чтобы реализовывались механизмы обеспечения безопасности при идентификации клиентов в оффшорных зонах.

Оффшорные зоны зачастую готовы принять законы, которые были введены для оффшорных компаний, которые уже успешно осуществляют свою деятельность в других странах, чтобы диверсифицировать сектор оффшорных услуг. Страна, являющаяся конкурентоспособной оффшорной зоной, может получить много преимуществ, и, в частности, привлечь профессионалов в различных областях, что связано с ростом и усложнением финансовых потребностей юридических и физических лиц, которые расширяют сферу своей деятельности.

Оффшорные зоны мира — это не только отдельные государства. Они могут представлять собой провинции или штаты внутри страны, которые имеют свою собственную юрисдикцию. Примерами таких оффшорных зон могут служить Делавер и Орегон, которые являются оффшорными зонами США. Еще в качестве примера можно привести Швейцарию, где в некоторых кантонах установлены привлекательные налоговые ставки и льготы для предприятий.

Существование оффшорных зон вызывает большую обеспокоенность мировой общественности, поскольку они оказывают широкое влияние на экономику в глобальном масштабе. Широко признано, что бизнес очень чувствителен к налогообложению, и имеет тенденцию мигрировать в страны и регионы с более низким уровнем налогов, наличием налоговых льгот и дружественной инвестиционной политики, где он, соответственно, может получать большую прибыль. Способность оффшорной зоны привлекать глобальные ресурсы во многом зависит от ее политической, правовой и социальной стабильности, а также инфраструктуры и уровня развития ИКТ.

Литература:

1. Васильева, А. Оффшорная тревога/А. Васильева // Коммерсантъ Деньги. 2013. № 4. с. 42-48.

2. Гагарин, П. А. Деоффшоризация по-русски / П. А. Гагарин // Деловой фарватер. 2013. № 9. с. 3-17.
3. Катасонов, В. Ю. Российская экономика под оффшорным колпаком // Институт высокого коммуитаризма. 2013. № 4. с. 4-15.

Оптимальная система стратегического управления предприятием

Налобина Юлия Игоревна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Стратегическое управление предприятием является для российской экономики сравнительно новым явлением. Внедрение систем управления особенно актуально для предприятий, которые занимаются выпуском продукции повседневного спроса, т. к. они вынуждены постоянно бороться за выживание на рынке.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, предприятие, стратегия ограниченного роста, стратегия роста, стратегия ликвидации, комбинированная стратегия.

Система стратегического управления позволяет:

- усилить стратегическую адаптацию;
- расширить горизонты предвидения;
- создать возможность своевременной ответной реакции предприятия на изменения, которые происходят в его внешней и внутренней среде;
- добиться стратегического успеха в будущем.

Рассматриваемая система дает большую возможность предприятию, находящемуся в кризисном финансовом состоянии, реализовать свои стратегические цели и создать систему мероприятий по выходу из кризиса, а также усовершенствовать организационную структуру управления. Для любого предприятия данная система — это комплексный инструмент, включающий в себя объединение организационной структуры, методик и процедур, направленное на развитие систем управления, на управление оперативными показателями, обеспечивающее реализацию стратегических целей.

Отличительной чертой стратегической системы управления от стратегического управления является полный охват процессов разработки и формализации стратегии, оптимизации системы управления и обеспечения управленческого процесса, ориентированных на обеспечение достижения стратегических целей с обязательной и значимой обратной связью.

В качестве главной составляющей системы чаще всего используется система сбалансированных показателей.

Система сбалансированных показателей представляет собой комплексный инструмент, направленный на управление оперативными показателями, обеспечивающий достижение стратегических целей. Реализуя их и сравнивая достигнутые результаты с запланированными, можно оценить эффективность внедренной на предприятии системы. Для проектирования сбалансированных систем показателей используется большое множество программных продуктов. А на начальном этапе внедрения предприятие может само разработать систему сбалансированных показателей с помощью стандартных офисных программ.

Важнейшую роль в формировании системы играет высшее руководство предприятия, которое устанавливает цели и направления деятельности. Остальные отделы предприятия выполняют только координирующую функцию, составляя план действий по достижению корпоративной стратегии и стратегий направлений, которые непосредственно зависят от результата их работы. Для разработки и внедрения системы на предприятии создается проектная группа, которая будет состоять из руководства.

Внедрение системы даст предприятию мощный инструмент управления стратегией, рассматривающий его деятельность в нескольких перспективах и производящий мониторинг эффективности не только по финансовым показателям, но и по качеству работы с клиентами, персоналом, производственным процессам. [1]

Систему стратегического управления можно определить как такое управление организацией, которое:

- опирается на человеческий потенциал, как основу организации;
- ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей;
- осуществляет гибкое регулирование, своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ.

Определение миссии и целей, рассматриваемое как один из процессов системы стратегического управления, состоит из трех подпроцессов, каждый из которых требует большой и исключительно ответственной работы.

Определение миссии фирмы, которая в концентрированной форме выражает смысл существования фирмы, ее предназначение.

1. Определение долгосрочных целей.
2. Определение краткосрочных целей.
3. Определение миссии и целей фирмы приводит к тому, что становится ясным, зачем функционирует фирма и к чему она стремится.

После того как определены миссия и цели, наступает этап анализа и выбора стратегии. Этот процесс по праву считается сердцевинной стратегического управления. С помощью специальных приемов организация определяет, как она будет достигать своих целей, и реализовывать свою миссию.

Выполнение стратегии является критическим процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит фирм к достижению поставленных целей. Очень часто наблюдаются случаи, когда фирмы оказываются не в состоянии осуществить выбранную стратегию. Это бывает либо потому, что неверно был проведен анализ и сделаны неверные выводы, либо потому, что произошли непредвиденные изменения во внешней среде. Однако часто страте не выполняется и потому, что управление не может должным образом вовлечь имеющийся у фирмы потенциал для реализации стратегии. В особенности это относится к использованию трудового потенциала.

Оценка и контроль выполнения стратегий является логически последним процессом, осуществляемым в стратегическом управлении. Данный процесс обеспечивает устойчивую обратную связь между тем, как идет процесс достижения целей, и собственно целью организации. [2]

Однако, сформулированные цель и миссия организации еще не позволяют разработать программу достижения поставленной цели. Необходимо видение организации, которая сможет исполнять заданную миссию

и обеспечить достижение поставленной цели, пожалуй, формулирование видения является самым сложным моментом в стратегическом управлении.

Определив же видение, можно задать частные стратегические цели, достижение которых приведет к реализации видения, и разработать программы практического достижения видения и, реализовав эти программы, построить организацию, способную исполнять заданную миссию и обеспечить достижение поставленной цели.

Для контроля правильности выбранного пути необходимо дополнительно задать показатели эффективности, показывающие как идет реализация стратегии и необходимость коррекций при отклонении достигнутых показателей от заданных. Ведь при начальной разработке стратегии невозможно учесть все факторы, влияющие на достижение поставленной цели, да внешняя и внутренняя обстановка организации меняется со временем.

С точки зрения кибернетики, система стратегического управления — это система управления, имеющая несколько цепей обратной связи, имеющая цепи обратной связи, как на оперативном уровне, так и на стратегическом. Система управления, анализирующая и контролирующая как оперативные показатели программ, так и частные стратегические цели, так и конечную цель организации. Система, проводящая необходимые коррективы (управление) для достижения поставленной цели. [3]

Методы стратегического управления предприятием описаны в таблице 1.

Таблица 1. Методы стратегического управления предприятием

№	Стратегия	Описание
1	Ограниченный рост	При стратегии ограниченного роста цели развития устанавливаются «от достигнутого» и корректируются на изменяющиеся условия.
2	Рост	Эта стратегия чаще всего применяется в динамично развивающихся отраслях с быстро меняющейся технологией. Для нее характерно установление ежегодного значительного превышения уровня развития над уровнем предыдущего года.
3	Сокращение	Для нее характерно установление целей ниже уровня, достигнутого в прошлом. К стратегии сокращения прибегают тогда, когда показатели деятельности организации приобретают устойчивую тенденцию к ухудшению, и никакие меры не изменяют этой тенденции.
4	Комбинированная	Эта стратегия представляет собой любое сочетание рассмотренных альтернатив — ограниченного роста, роста и сокращения.

Всего существует четыре метода стратегического управления предприятием, самая распространенная из которых — стратегия роста.

Стратегия сокращения имеет альтернативы, которые отражены в рисунке 1.

Выбор стратегии фирмы осуществляется руководством на основе анализа ключевых факторов, характеризующих состояние фирмы, с учетом результатов анализа портфеля продукции, а также характера и сущности реализуемых стратегий. Основными ключевыми факторами, которые должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии, являются следующие.

Сильные стороны отрасли и сильные стороны фирмы зачастую могут играть решающую роль при выборе стратегии роста фирмы. Ведущие, сильные фирмы должны стремиться к максимальному использованию возможностей, порождаемых их лидирующим положением, и к укреплению этого положения. При этом важно искать возможности развертывания бизнеса в новых для фирмы отраслях, обладающих большими задатками для роста. Лидирующие фирмы в зависимости от состояния отрасли должны выбирать различные стратегии роста. [4]

Система стратегического управления состоит из подсистем, имеющих свои механизмы управления. В этой

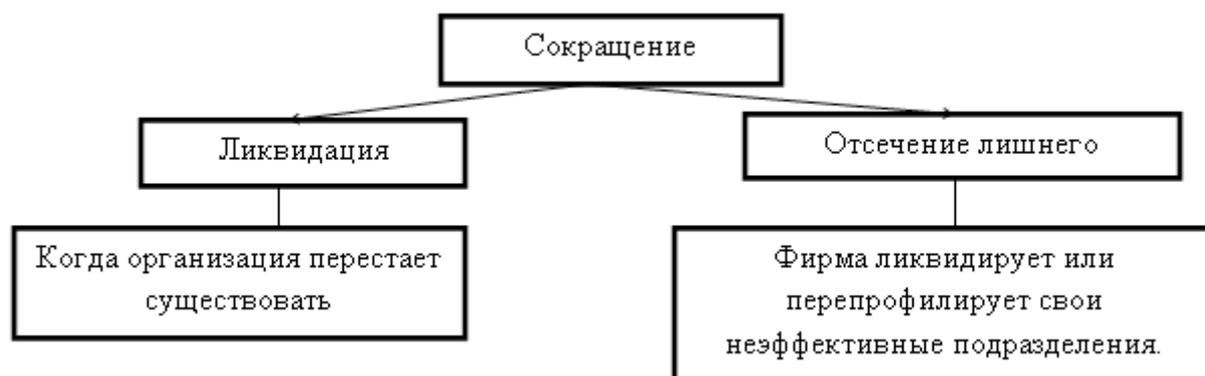


Рис. 1. Альтернативы стратегии сокращения

системе управляющие воздействия формируются на основании принятия управленческого решения, координирующего выполнение всех функций организации с учетом «дерева целей» и стратегии управления.

В стратегическом механизме управления кадрами можно выделить:

- цели управления (ЦУ);
- количественный аналог целей — аспекты управления (КУ);
- причины управления (ФКУ) — элементы объекта управления и их связи, на которые оказывается воздействие в интересах заслуги поставленных целей;
- способы воздействия на данные причины управления (МУ);
- ресурсы управления (РУ) — вещественные и денежные, социальный и организационный потенциалы, при использовании которых реализуется избранный способ управления и обеспечивается достижение поставленной цели.

Система стратегического управления, получившая развитие на современном этапе, предусматривает:

- выделение ресурсов корпорации под стратегические цели независимо от фактической структуры управления производственно-хозяйственной деятельностью;
- создание центров руководства каждой стратегической целью;
- оценку и стимулирование производственных подразделений и их руководителей по степени достижения

стратегических целей. Выработка стратегии осуществляется на высшем уровне управления и основана на решении следующих задач:

- разработка стратегических целей компании;
- оценка ее возможностей и ресурсов;
- анализ тенденций в области маркетинга;
- оценка альтернативных путей деятельности;
- определение стратегии на перспективу;
- подготовка детальных оперативных планов, программ и бюджетов;
- оценка деятельности фирмы на основе определенных критериев с учетом намеченных целей и планов. В процессе разработки стратегии производится:
 - оценка потенциала фирмы, ее возможностей и резервов для достижения общих целей;
 - анализ внутренних факторов, обеспечивающих рост и укрепление позиций фирмы: коммерческих, технологических, социальных;
 - анализ внешних факторов, требующих принятия мер, направленных на приспособление к изменившейся обстановке и возникшим ситуациям;
 - оценка альтернативных направлений деятельности фирмы и выбор оптимальных вариантов для достижения поставленных целей;
 - принятие решений, взятых за основу при разработке долгосрочных планов функционирования и развития фирмы. [5]

Литература:

1. Разработка системы стратегического управления предприятием. Смарт, консалтинг. http://www.smartcons.org/likbez/sistema_strategicheskogo_upravlenia/.
2. Стратегическое управление предприятием. Allbest. http://otherreferats.allbest.ru/management/00004814_0.html.
3. Система стратегического управления организации. Corpssystem. <http://corpssystem.ru/articles/state/strategicmanagementsystem.aspx>.
4. Виханский, О.С. Наумов А.И. — Менеджмент — М.: Гардарики, 2003.
5. Стратегическое управление. Организация производства для чайников. <http://dolche-vitakrs.ru/index.php/upravlenie-personalom/menedzheru/6807-strategicheskoe-upravlenie>.

Управление персоналом в современных условиях

Настинова Цагана Сергеевна, магистрант
Санкт-Петербургский государственный аграрный университет

Успех развития любой организации, независимо от рода и масштабов ее деятельности, напрямую зависит от эффективности работы сотрудников. Высококвалифицированный и компетентный персонал, удовлетворенный условиями и оплатой своей работы, демонстрирует высокую производительность труда. Поэтому грамотно организованный процесс набора, оценки, распределения и мотивации сотрудников позволяет достигать поставленных руководством организации целей. Ключевым ресурсом в современных организациях является человек. Это вызывает необходимость научного обоснования его роли в сфере производства.

Известный теоретик современного менеджмента Питер Друкер отмечает: «У фирмы есть всего два вида основных ресурсов: ресурсы знаний, т. е. обученные работники и деньги. Эти ресурсы обладают или должны обладать огромнейшим влиянием. Что в действительности отличает сильную фирму от слабой, так это прежде всего квалификация ее персонала, его знания, мотивация и направленность». [1]

В начале XX века термин «управление персоналом» применялся для описания функции управления, посвященной найму, развитию, обучению, ротации, обеспечению безопасности и увольнению персонала. Последняя четверть XX века и первые годы наступившего века отмечены впечатляющими переменами в критериях работы предприятия и государственных органов управления. Все эти предприятия все чаще оказываются в условиях, когда изменения становятся уже неизменными факторами, а сами они становятся все масштабными и непредсказуемыми и влекущими за собой последствия, что создает большую нагрузку на системы управления организациями. Из этого следует, что предприятию следует уделять большие усилия созданию систем управления, удовлетворяющих этим изменениям, таких систем, которые могут обеспечить эффективное функционирование в трудных условиях. [2].

Управление персоналом — это сфера знаний (теория) и область практической деятельности, имеющие своей целью обеспечить организацию эффективным персоналом. Когда в речи используется термин «виды управления персоналом», то имеется в виду стиль управления персоналом. Это совокупность разнообразных методов, технологий, объединенных определенной идеей и подходом к управлению персоналом. [2] Так же можно дать определение управлению персоналом как процесс обеспечения кадрами предприятия, организация их эффективного и целесообразного использования, а также их профессионального и социального развития.

В современном подходе к определению делается упор на вкладе персонала, удовлетворенного работой, в дости-

жение корпоративных целей, таких, как лояльность потребителей, экономия издержек и рентабельность. Это обусловлено пересмотром концепции «управления персоналом» в последнем десятилетии XX века. На смену противоречивым отношениям между работодателями и наемными работниками, при которых в рабочей обстановке организации доминировала жесткая регламентация процедур взаимодействия с работниками, пришла атмосфера сотрудничества. Она имеет следующие особенности:

- сотрудничество в рамках небольших рабочих групп;
- ориентация на удовлетворение потребителей;
- значительное внимание уделяется целям бизнеса и привлечению персонала для достижения этих целей;
- расслоение организационных иерархических структур и делегирование ответственности лидерам рабочих групп. [3].

Успех работы предприятия обеспечивают работники, занятые на нем. Поэтому современная концепция управления предприятием предполагает выделение из большого числа функциональных сфер управленческой деятельности той, которая связана с управлением кадровой составляющей производства — персоналом предприятия.

В настоящее время многие руководители недооценивают значение методов управления персоналом, свойственных современному менеджменту и активно использующихся за рубежом для эффективного управления и повышения производительности труда.

В современных условиях совершенствование управления персоналом часто означает постепенный отход от административных методов руководства к социально-психологическим и социально-экономическим методам, зарекомендовавшим себя как более результативные и позволяющим в итоге сформировать «костяк компании», группу единомышленников.

Для того, чтобы организация работала эффективно необходимо совершенствование методов управления. Суть совершенствования заключается в том, что каждый руководитель организации должен быть заинтересован в каждом работнике, в его личном интересе.

Преобразования в принципах управления персоналом должны быть ориентированы в первую очередь на проведение политики мотивации работников, имеющее весомое значение в современных условиях.

Основной целью деятельности организаций в соответствии с Гражданским кодексом РФ является извлечение, и максимизация прибыли. Для обеспечения данной цели руководители предприятий должны воздействовать на наемных работников различными методами, имеющимися в запасе современного менеджмента, но на практике ис-



Рис. 1. Характеристика методов управления с позиции способов воздействия на работников [2]

пользуют всего лишь двумя: административным способом воздействия и экономическому стимулированию. Это состояние вызвано неверным представлением об реальных потребностях людей и мотивах, побуждающих их к трудовой деятельности. [2]

Смысл труда не может сводиться только лишь к материальной заинтересованности. В процессе реализации рыночных преобразований девальвировались трудовые ценности, свойственные периоду советского времени. Труд перевоплотился из основы образа жизни в средство выживания. Можно сказать, что в обществе существует упадок труда, так как труд потерял свою смыслообразующую функцию. Для формирования сильной трудовой мотивации работников необходимо, чтобы смысл труда выходил за рамки удовлетворения личных материальных потребностей человека.

Последние годы повысилось внимание государственных органов власти и руководителей организации к вопросам управления персоналом.

Так, на Федеральном уровне действует Трудовой кодекс, создавший основы трудовых взаимоотношений между руководством организацией и их персоналом. Разрабатываются и другие законодательные акты, направленные на создание цивилизованных условий труда. Однако обращение внимания руководителей к вопросам управления персоналом имеют под собой различные причины. [3].

Правильно спроектированная система управления персоналом, учитывающая специфику работы организации и текущую экономическую ситуацию, считается одним из ключевых факторов, способствующих достижению поставленных компанией целей. XX век стал веком постепенного выявления и осознания роли такого мощного фактора управления, как персонал. Все виды ресурсов в организации являются по своей природе ограниченными. Но время выявило уникальную особенность фактора персонала — его потенциал практически неограничен и благодатной задачей руководства любой организации является его постоянное раскрытие и развитие.

Литература:

1. Питер Друкер «Энциклопедия менеджмента» — Издание на русском языке. ООО «Издательство «Эксмо», 2012.
2. Барков, С. А. Управление персоналом. — М.: Юристъ, 2012. — 451 с.
3. Большаков, А. С., Михайлов В. И. Современный менеджмент, теория и практика. — СПб.: Питер, 2012.

Проблемы внедрения и практическая значимость управленческого учета в агропромышленном комплексе в России

Наумкина Татьяна Васильевна, кандидат юридических наук, доцент;

Никитина Анастасия Александровна, студент;

Бит-Хашабо Мария Андреевна, студент

Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского

В статье рассматривается роль и практическая значимость управленческого учета на сельскохозяйственных предприятиях. Выявлены проблемы повсеместного внедрения управленческого учета в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: управленческий учет, АПК, повышение конкурентоспособности, сельское хозяйство.

Всегоднейшей экономической ситуации огромное место отводится агропромышленному комплексу (АПК) нашей страны. Ситуация, сложившаяся в сфере сельского хозяйства крайне неудовлетворительна. Это связана в первую очередь с тем, что АПК страны не обеспечивает должным образом продовольственную безопасность. Слишком малое количества предприятий агрокомплекса могут быть конкурентными на рынки и предоставлять населению отечественные товары высшего качества.

Санкции внешнего мира обостряют ситуацию на рынке продовольственных товаров. Ограниченный импорт создает на рынке дефицит товаров сельского хозяйства. Но с другой стороны это повод для нашей страны задуматься о том, что большое число товаров потребительской корзины, в которых ежедневно нуждается каждая семья — это продукты не отечественного производства.

На рынке расширяется ассортимент товара за счет частного сектора. Подсобные хозяйства стремятся реализовать свою продукцию за счет снижения цены, улучшения качества своей продукции и создания точек продаж в шаговой доступности к потребителю, но это слишком малая доля продовольственного рынка.

Для того чтоб в условиях импортозамещения существующий агропромышленный комплекс смог обеспечить население отечественными товарами, чтоб эти товары на рынке обладали высокой конкурентоспособностью и были востребованы потребителями необходимо совершенствовать управление на предприятиях АПК. Совершенствование обусловлено вопросами реформирования аграрной сферы.

Необходимо создать современный продовольственный рынок, отвечающий всем современным требованиям, а именно обладающий высокой конкурентоспособностью.

Для того чтобы вывести продукцию на новый уровень необходимо реально оценить условия и востребованные возможности производства, определить емкость и долю рынка которую необходимо восполнить в условиях импортозамещения иностранных продовольственных товаров.

Управленческий учет в большинстве аграрных компаний либо слабо развит, либо полностью отсутствует. Для выведения агрокомплекса России на новый уровень практическую значимость имеют инструменты управленческого учета. Это определяет актуальность темы исследования.

Предметом исследования являются теоретические знания об управленческом учете, которые имеют высокую значимость для развития АПК.

Управленческий учет создает условия для сбора, обработки экономической информации в целях планирования, управления и контроля.

Управленческий учет выполняет основные функции, которые представлены в следующей блок-схеме (рис. 1):

Основные функции управленческого учета можно условно разделить на два вида ролей:

1. участие в обмене информацией;
2. обеспечивающие ее качество.

В мировой практике, в том числе и в Российской Федерации к бухгалтерской информации предъявляется ряд требований: достоверность, объективность, своевременность и точность. Для сельского хозяйства этих требований не достаточно. Одним из главных вопросов в этой сфере является недостаток информации для принятия управленческих решений. Следствием этих проблем является неактуальное принятие управленческих решений (возникновение временного лага).

Ключевые трудности менеджмента аграрных предприятий возникают из-за неполноты информации для принятия необходимых решений. Каждое принятое решение в организации должно базироваться на надежных и четких данных, а кроме того компетентный и грамотный анализ этих данных — тогда имеет место результативность принимаемых решений. Следствие недостатка информации становится недополучение прибыли или потеря ее значительной доли, от этой информации зависят представления о себестоимости выпускаемого товара, выводы о результативности и рентабельности сельского хозяйства искажаются и не отражают реальной действительности.

Введение координируемого учета в России затруднено. Связано это, в первую очередь, с отсутствием знаний у руко-



Рис. 1. Основные функции управленческого учета

водителя об управленческом учете, его значимости, роли квалифицированных специалистов и отсутствие штата, неудачный выбор исполнительного лица. Отсутствие кадровых и финансовых возможностей — внедрение управленческого учета в короткие сроки требует финансовых ресурсов и грамотных специалистов, которые в наше время довольно редко встречаются.

Вопрос развития менеджерского учета состоит в переориентации нашей теории и практики на решение абсолютно новых задач, российской специфики, стоящих перед управлением организацией в условиях рынка. Иной проблемой отечественного управленческого учета является формирование и освоивание на практике новых нестандартных систем формирования информации о затратах на производство и калькулирования себестоимости продукта.

Недостаток нужной методологии и конкретных методических советов, потребность развития и исследования отраслевых нормативных документов, образующих и регламентирующих постановку координируемого учета в аграрных организациях — с одной стороны. Методологические нюансы калькулирования себестоимости в концепции менеджерского учета — с другой стороны. Все это предопределяет осуществление последующих теоретических и методологических изучение в нашей стране и определения задач учета в обстоятельствах трансформационной экономики.

В Российской Федерации в агрокомплексе существует недостаток систематизированного комплекса информационной системы управления (ИСУ), применение которой могло бы отражать и давать объективную оценку тенденциям и тенденция формирования воспроизводственного процесса, а в дальнейшем и оптимизировать работу различных уровней управления в сельском хозяйстве.

Воссоздав стабильную ИСУ, отечественные предприятия смогут существенно поднять уровень конкурентоспо-

собности сельскохозяйственной отрасли, в будущем это позволит сделать ее устойчивее к динамике рынка.

Теория административного учета в АПК позволит своевременно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, контроль над рациональным использованием ресурсов, учет расходов предстоящего периода с учетом влияния сезонности, формирование учетной информации о текущих расходах и использование этих данных для выявления отклонений от фактических с выявлением причин, повлекших это отклонение. В аграрном хозяйстве подсчет, надзор и исследование натуральных и стоимостных показателей куда важнее, нежели в иных секторах экономики, так как в этой сфере присутствует влияние биологических, климатических и природных факторов. Формирование надежной информативной основы менеджмента в АПК зависит так же от сотрудничества различных специалистов таких как: агрономов, селекционеров, экономистов и руководителей — это позволит принимать более результативные решения. Этого можно достигнуть путем объединения всех служб в единое целое с целью более результативного и детального контроля и анализа за координируемой сферой. Для этого необходим менеджерский учет, который будет заниматься все сторонним изучением процесса производства в сельскохозяйственном секторе. Учет затрат производить по центрам ответственности с целью увеличения их ответственности за предоставленные данные. Для того чтоб административный учет был более достоверным необходимо должное внимание уделить бухгалтерской информации, на основе которой и ведется управленческий учет. Это достигается путем привлечения квалифицированных, искренне заинтересованных ответственных специалистов, заинтересованных в своем труде.

Это все, сможет помочь компании обойти возникающие препятствия и с наименьшими возможными убытками нормализовать необходимое функционирование административного учета на предприятии.

Литература:

1. Т. П. Карпова — Управленческий учет: учебник для вузов. — М.: ЮНИТИ, 2003. с. 23.
2. Влияние НДС на финансовую деятельность организаций./Т. В. Наумкина // Научно-практический журнал «МИКРОЭКОНОМИКА». 2011 — № 4.
3. В. И. Бережной, Г. Е. Крохочева, В. В. Лесняк. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие/ — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 176 с.
4. Возможные варианты негативных последствий для развития малого бизнеса в результате введения торгового сбора./Т. В. Наумкина // Политика, государство и право. 2015. № 11.
5. Реформирование бухгалтерского учета в Российской Федерации./Т. В. Наумкина // Молодой ученый — 2013. — № 7 (54). — с. 153-155.
6. Управленческий учет: Учебное пособие/Под ред. Ю. И. Сигидова, М. С. Рыбьянцевой. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 240 с.

Система маркетинга и ее внедрение на предприятии

Николаева Александра Александровна, старший преподаватель
Набережночелнинский институт Казанского (Приволжского) федерального университета

В современных условиях экономики большинство российских промышленных предприятий в качестве стратегической цели ставят задачу «выжить любой ценой». Столь незавидное состояние руководители объясняют, в первую очередь, наличием проблем, связанных с реализацией своей продукции.

Несмотря на то, что трудности в области сбыта продукции могут порождаться различными причинами, решение на первом этапе очень часто сводится к одной схеме — к внедрению системы маркетинга в виде обособленного отдела или группы маркетинга с наделением их соответственно функциями сбыта. Логика простая: у компании существует проблема сбыта, отсюда основная функция вновь организованного отдела — тоже сбыт. Иногда функция сбыта дополняется аналитической, которая очень быстро вырождается, потому что никто не знает, что делать с маркетинговой информацией, приводимой в аналитических справках, и какие решения должны быть не только подготовлены, но и выполнены, с последующей оценкой их результативности. Более того, очень часто отдел наделяется ответственностью за расширение сбыта, но при этом, как правило, права в принятии и реализации маркетинговых решений не передаются. Результат от такого нововведения зачастую отрицательный и вызывает новую «головную боль» у руководителя. Это провоцирует его в дальнейшем либо расформировать отдел или, в лучшем случае, придать его другому подразделению. Процесс решения проблемы сбыта стопорится, возникает еще большая неопределенность — что делать дальше?

Неопределенность дальнейших действий в основном порождается отсутствием у менеджеров компании однозначного ответа на следующие вопросы:

— Что понимать под системой маркетинга, принятой к внедрению в компании?

— Что должно произойти в результате ее внедрения?

— Какой должна быть последовательность внедрения системы маркетинга в компании?

Поиск ответов на эти вопросы иногда вынуждает менеджеров компании обращаться к консультантам. Опыт подобных консультаций подсказывает, что порой устных консультаций недостаточно, и требуются специально разработанные под клиента, достаточно подробные методические указания с ответами на поставленные вопросы и с практическими примерами решений подобных проблем.

Под системой маркетинга (СМ) понимается подсистема управления (менеджмента) компании, которая приводит процессы внутренней среды в соответствие с целевыми планами или программами действий компании по отношению к внешней среде. Регулирование осуществляется на основе анализа реакций внутренней и внешней среды.

Под процессом внедрения системы маркетинга понимается создание, корректировка и поддержание работоспособности такого «механизма» в системе управления компании, который обеспечивал бы не только осуществление стратегических и тактических целей компании, но и создание условий для их достижения.

Под таким механизмом подразумевается некоторая система компонент — маркетинговых целей, задач, функций, структур управления, людей, документов, процедур и программ.

Создание (разработка) модели такого механизма предполагает определение конкретных значений перечисленных компонент и последовательное документальное закрепление этих значений:

— на этапе описания условий функциональной поддержки бизнеса в системе координат «цели — задачи — функции» (ЦЗФ);

— в процессе описания системы управления бизнесом на уровне структурной, функциональной и организационной схемы (СФО) компании, а также положений о ее подразделениях и штатного расписания;

— в процессе уточнения функций поддержки бизнеса до уровня функциональных обязанностей и их распределения между специалистами компании, в рамках штатного расписания;

— на этапе группировки и трансформации функциональных обязанностей в должностные инструкции и квалификационные требования;

— в процессе уточнения технологии исполнения распределенных функциональных обязанностей и бизнес-цепочек, с точки зрения управленческого цикла;

— в процессе перехода к методам стратегического маркетинга или к программно-целевому планированию, согласованному с системой ЦЗФ.

Целесообразно до проведения работ по внедрению СМ описать действующее состояние бизнеса, хотя бы в системе ЦЗФ и в схемах СФО. Это описание будет соответствовать стартовым условиям внедрения СМ.

Для описания стартовых условий разработки и внедрения СМ предлагается следующая последовательность действий:

— описание действующих (если отсутствуют, то определение) долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных целей, задач и функций компании;

— описание основных функций компании;

— описание структурной схемы компании;

— описание организационной схемы компании;

Разработка СМ. Описание целевых условий бизнеса:

— описание планируемых долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных целей и задач СМ, исходя из стратегических целей и задач бизнеса:

— определение планируемых основных функций СМ;

— определение структурной схемы службы маркетинга;

— разработка организационной модели службы маркетинга;

— распределение основных функций СМ по подразделениям компании и службы маркетинга;

— детализация или экспликация основных функций;

— разработка положения о службе маркетинга;

— бизнес-моделирование деятельности службы маркетинга.

Внедрение и корректировка СМ:

— подготовка приказа руководителя о ликвидации службы сбыта и сокращении ее сотрудников с правом участия в конкурсе на вакантные места компании;

— подготовка приказа об организации службы маркетинга;

— объявление о конкурсном наборе сотрудников в службу продаж;

— проведение конкурса на основе квалификационных требований;

— корректировка (изменение, дополнение, удаление) функций сотрудников службы маркетинга и при необходимости ее реструктуризация.

Корректировка выполняется в процессе деятельности или функционирования службы ее руководителем или специалистом по реструктуризации предприятия.

Логическая схема разработки СМ приведена ниже на рис. 1 и призвана отобразить логическую последовательность действий, взаимосвязь результатов работ, выполненных на тех или иных этапах, и место формирования тех или иных материалов, составляющих основную документацию по внедрению СМ.

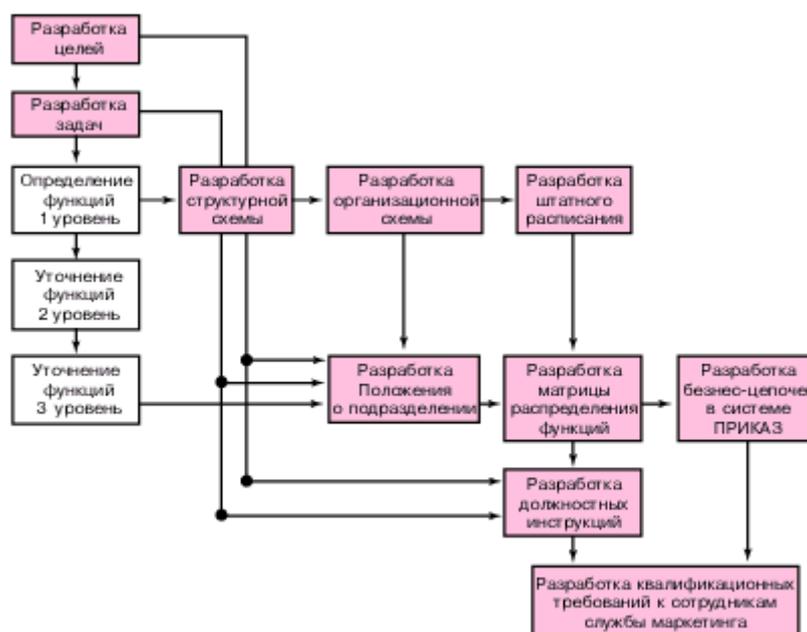


Рис. 1. Логическая схема разработки системы маркетинга

Основные функции службы маркетинга могут быть связаны с территориальным управлением продаж — доставкой необходимых покупателю товаров с целью удовлетворения его потребностей. Поэтому эти функции могут

быть выражены через следующие ключевые действия: подготовка и обеспечение продаж, продажа, доставка товара и ее диспетчеризация.



Рис. 2. Функциональная схема службы маркетинга

Если функциональная схема службы маркетинга отвечает на вопрос: «Что необходимо делать?», то структурная

схема призвана ответить на вопрос: «Кто должен делать или исполнять основные функции службы продаж?».



Рис. 3. Структурная схема службы продаж

Литература:

1. Е. П. Голубков. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. — М.: Финпресс, 1998, раздел 2.6.4, стр. 74-76.
2. А. И. Ковалев, В. В. Войченко. Маркетинговый анализ. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996, раздел 1.2, стр. 14-25.
3. Серия статей «Семь нот менеджмента», опубликованных в журнале «Эксперт» в 1998-1999 гг.

Современные подходы к разработке систем мотивации и стимулирования персонала

Овчинникова Анастасия Сергеевна, студент;

Собуцкая Анна Александровна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Ключевые слова: мотивация, управление персоналом, демотивация, готовность к труду.

В настоящее время проблема мотивации труда на отечественных предприятиях является очень актуальной, поскольку от её эффективности напрямую зависит прибыль предприятия. Мотивация — это одна

из главных функций управления, так как именно персонал является одним из важнейших ресурсов, который может постоянно совершенствоваться. Если руководство сможет умело руководить персоналом, применять совер-

шенные системы мотивации, то предприятию гарантирован успех.

Эффективное управление невозможно без понимания того, что движет человеком и побуждает его к деятельности, как и какими методами мотивы могут быть приведены в действие. Для того чтобы предприятие могло выжить в условиях жесткой конкурентной борьбы, руководитель должен опираться на действенную систему мотивации каждого работника. Если эта система разработана правильно, то руководитель получает возможность координировать усилия многих людей и сообща реализовывать потенциальные возможности коллектива на благо предприятия [1, с. 103].

Сегодня «мотивация» — ключевое слово в управлении персоналом, а умение мотивировать считается важнейшим качеством руководителя. Мотивация работника представляется как внутренний процесс сознательного выбора человеком того или иного поведения, определяемого комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов [2, с. 92]. Правильная мотивация ориентирована на формирование направленного поведения, основанного на интеллектуальных, а не механических подходах к принятию решения работником [3, с. 346].

По вопросам мотивации проведено множество исследований (А.И. Пригожин, А.И. Кочеткова, О.С. Виханский и А.И. Наумов), в большинстве из них дорабатываются классические мотивационные теории и предлагаются подходы к их применению в современных условиях. Как тенденцию можно отметить стремление к разработке все более изощренных стимулирующих систем, которые, по мнению их авторов, призваны о повышать производительность и качество труда. На фоне однотипных работ выделяется исследование одного из самых признанных немецких экспертов в сфере управления Райнхарда Шпренгера, который, анализируя на многочисленных управленческих примерах широко распространенные системы стимулов и технологии мотивирования, 5 используемые на предприятиях, ставит под сомнение их эффективность, указывая на контрпродуктивные демотивирующие последствия [4, с. 22].

В своих исследованиях Р. Шпренгер обращает внимание на ошибочность утверждения об эффективности мотивационной роли всевозможных бонусов, материальных стимулов и «индивидуализации» механизма вознаграждения, где действия руководителя ограничиваются только инструментальным уровнем мотивирования. Он считает, что наряду с этими факторами нужно уделять внимание корпоративным ценностям, придавать значение трудовой деятельности, где личность руководителя наполняет смыслом инструменты мотивации работников. Р. Шпренгер отметил следующий парадокс: чем больше руководитель занимается мотивированием, тем выше демотивация работника.

Следствием демотивации является возникновение губительного для организаций феномена: внутреннего

увольнения работника. Данный феномен формируют изменившиеся ценности: работнику сегодня недостаточно просто трудиться и получать за это материальное вознаграждение, ему необходимы цель и смысл деятельности, которые он понимает. Причем, как отмечает исследователь, сама готовность работника к работе не сломлена, у него есть потребность заниматься деятельностью, которая имеет смысл и приносит радость. Проблема заключается в том, что организации медленно реагируют на изменившиеся представления работников о ценностях. Сегодня сфера труда и сфера свободного времени работника теряют свое изолированное положение. Работник находится в состоянии ожидания возможностей реализации своего личностного потенциала, т. е. он желает быть включенным в деятельность и быть признанным как целостная личность.

Р. Шпренгер констатирует, что «поборники мотивирования сотрудников по-прежнему посматривают с подозрением на готовность к самоотверженному труду из внутренней потребности» [4, с. 37]. Р. Шпренгер, А.И. Кочеткова, А.И. Пригожин отмечают, что нелюбовь к труду формируют сами руководители, которые игнорируют изменившиеся ценности работников, исходя из установки, что работник по природе ленив, в результате чего постоянно совершенствуются классические стимулирующие системы (деньги и статус). Нелюбовь к работе приводит к тайной нелояльности и «внутреннему увольнению работника».

Наряду с Р. Шпренгером К. Лоренцо, И. Айби-Айлисфельдт, Ф. Ф. Кубе отмечают, что все люди обладают творческой энергией, которая ищет возможность открыться. Люди располагают высоким потенциалом активности, который можно понимать как способность и готовность работать. Указанные авторы отмечают необходимость изменения восприятия работника руководителем. По их мнению, руководитель должен принять и осознать, что у работника, наряду с другими потребностями, есть базовая потребность во внимании, признании и понимании его профессиональных мотивов.

В силу общественного разделения труда положение становится все более специфичным. Так как ни один человек не производит все предметы, нужные для удовлетворения его потребностей, то мотивом его деятельности становится продукт не его деятельности, а деятельности других людей, продукт общественной деятельности.

Поэтому часто используемая современными работодателями стимуляция к труду только путем увеличения заработной платы приводит к тому, что постепенно желание развиваться в профессии, инициатива, высокая производительность начинают спадать.

Руководителю все время необходимо побуждать людей к труду. Сегодня механизмы мотивации стали одним из важнейших факторов, определяющим выживание и экономическое положение организации.

Выделяют следующие виды мотивации персонала:

1. Материальная мотивация.
2. Нематериальная мотивация.

Таблица 1. Особенности систем мотивации персонала на зарубежных предприятиях

Государство	Особенности мотивации
Германия	По мнению ученых из Германии, характер мотивации для отдельных культур должен быть различным, поэтому стимулирующие инструменты должны быть разными
США	Работодатели США используют программы по вовлечению работников в управление производством, программы по профессиональному развитию рабочей силы, программы, реконструирующие сам процесс труда, методы морального и материального стимулирования. Также все компании предоставляют медицинское страхование за счет фирмы, программы повышения квалификации, корпоративные обеды. Появилась тенденция к использованию в качестве поощрения «пакета услуг», то есть работник сам выбирает одну из предложенных форм поощрения (например, отдельный кабинет, наем секретаря и др.)
Франция	Большинство французских компаний переходит на 35-часовые рабочие недели. Также используют свободный или гибкий график или фриланс. Помогают работникам в выплате кредитов. Также, как и американцы, предоставляют возможность медицинского и социального страхования за счет компании, корпоративное питание
Япония	Японская система мотивации заключается в том, чтобы сделать работу «вторым домом», так как работники устраиваются в компанию один раз и на всю жизнь. Приветствуются браки в организации, что еще сильнее привязывает работника к своему рабочему месту. Некоторые предприятия оказывают помощь в приобретении жилья

Какие виды мотивации широко используют зарубежные компании? Проведем анализ особенностей мотивации персонала на зарубежных предприятиях (табл. 1).

В России необходимо развивать нематериальные виды мотивации. Приведем пример. Одна из российских рекрутинговых компаний провела исследование на тему «Влияние дополнительных сервисов в офисе на мотивацию персонала». В исследовании приняли участие 650 сотрудников компаний из различных отраслей. Из них 46% женщин и 54% мужчин, 80% опрошенных младше 35 лет, 80% представителей HR-служб. География исследования — Российская Федерация (Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Казань, Краснодар, Ростов-на-Дону).

Результаты исследования оказались следующими: сегодня даже средняя компания может позволить себе разбавить рабочую обстановку небольшими приятными удобствами и этим эффективно мотивировать персонал.

Согласно результатам исследования, на сегодняшний день организации обладают возможностями предоставить сотрудникам в офисе: 60% — кухню; 35% — автомат с бесплатным кофе; 9% — душевую зону; 6% — комнату отдыха; 5% — теннисный стол; 2% — спальню; 1% — самокаты. 28% респондентов не имеют никаких дополнительных удобств в офисе.

Из желаемых удобств наибольшей популярностью пользуется тренажерный зал: более 40% участников исследования указали его в списке сервисов, способных увеличить эффективность их работы.

В целом опрос показал, что женщины больше внимания уделяют внешнему виду и отдают предпочтение тренажерам и массажному креслу, в то время как мужчины голосуют за развлечения: теннисный стол, бильярд. На третьем месте у респондентов находится автомат с бес-

платным кофе (35%). Кроме того, 30% опрошенных хотели бы иметь на работе комнату отдыха/игровую зону, душ (21%), комнату для курения (18%), кухню (17%), теннисный стол (15%), спальню (10%), стол для бильярда (7%), кинозал (4%), самокаты (3%).

Отношение респондентов к такого рода нововведениям в сфере мотивации различно. Так, 87% опрошенных положительно относятся к дополнительным удобствам в офисе, в то время как 6% высказались против, поскольку они отвлекают от работы. Для 7% их наличие не имеет значения. При этом из положительно ответивших 65% «за» комфортный офис, поскольку им хотелось бы работать в компании, заботящейся о своих сотрудниках. 16% опрошенных уверены, что это сделало бы атмосферу в офисе более позитивной и дружелюбной, 10% респондентов были бы готовы проводить на работе больше времени, 9% согласны на внедрение сервисов, если это не повлияет на их доход.

Большинство теоретиков считают, что именно «мотивация на результат» является совершенной системой, так как обосновывает для бизнеса выплаты вознаграждений, а работникам дает возможность получать и увеличивать доход в четкой зависимости от приложенных усилий.

Сравнивая отечественный и зарубежный опыт мотивации работников, можно сделать вывод о том, что одним из важнейших недостатков мотивации российских работников является отсутствие индивидуального подхода в стимулировании работников. Например, использование многоступенчатой тарифной сетки для работников, специалистов, служащих и др.

К основным причинам отсутствия или недостаточности мотивации на российских предприятиях можно отнести: недостаток денежных средств у малых предприятий, от-

существование необходимой компетенции у руководителей, незнание методов мотивации, неумение проанализировать первичные потребности работников, неудачный выбор мотивационной стратегии, незнание работниками заданий, которые необходимо выполнить и т. д.

Опираясь на вышеперечисленные причины, можно разработать практические рекомендации для руководителей отечественных предприятий. Для эффективного управления мотивацией необходимо: 1) четко осознавать модель основного процесса мотивации (потребность — цель — действие — опыт — ожидания); 2) определять факторы, которые влияют на мотивацию; 3) выявлять набор потребностей, которые являются движущей силой к осуществлению цели, и условий, при которых потребности могут быть удовлетворены; 4) осознавать, что мотивация не самоцель, а способ удовлетворения, её растущая доза может привести к самоудовлетворению и инерции.

Перед тем как начать действовать, необходимо убедиться, что выбранная тактика поможет достичь поставленной цели. Ряд авторов выделяет три основных подхода к выбору мотивационной стратегии [5, с. 107]: 1) стимулы и наказания (работники должны работать за вознаграждение — тем, кто хорошо работает, платят хорошо, тем, кто работает лучше, платят еще больше, и, соответственно, тех, кто работает некачественно, наказывают); 2) мотивирование через саму работу (необходимо давать работнику задание, которое приносит ему удовольствие, и качество его выполнения будет лучше); 3) систематическая связь с менеджером (необходимо определять цели вместе с подчинёнными, давать позитивную оценку,

когда они действуют правильно, и негативную, когда ошибаются). Выбор мотивационной стратегии будет зависеть от результатов анализа ситуации на предприятии и желаемого стиля взаимодействия руководителя с подчинёнными.

По мнению автора, к основным правилам мотивации можно отнести такие: доплата за качественную работу; перспектива карьерного роста;

— дополнительные гарантии, оговоренные в коллективном договоре, улучшающие положение работников;

— ежемесячные и разовые премии за особые достижения, к юбилеям, праздникам;

— внедрение системы подарков;

— неразрывная связь результатов труда и поощрений;

— возможность саморазвития и повышения интереса к работе;

— исключение излишнего контроля со стороны руководителей.

Таким образом, в результате выполненного исследования, автором было сформулировано определение мотивации, которое наиболее полно отражает его сущность, причины отсутствия или недостаточности мотивации на украинских предприятиях, исходя из которых были разработаны практические рекомендации для руководителей предприятий Украины по усовершенствованию системы мотивации.

Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является разработка системы показателей, позволяющих объективно оценивать существующую мотивацию работников на отечественных предприятиях.

Литература:

1. Бойдаченко, П. Г. Служба управления персоналом предприятия / П. Г. Бойлаченко. — М.: Юнити, 2012. — 142 с.
2. Бухалков, М. И. Управление персоналом на предприятии: учеб. для вузов / М. И. Бухалков. — М.: Экзамен, 2014. — 320 с.
3. Егоршин, А. П. Управление персоналом: учеб. для вузов / А. П. Егоршин. — Н. Новгород: НИМБ, 2012. — 1100 с.
4. Шпренгер, Р. Мифы мотивации. Выходы из тупика: пер. с нем. Калуга: Духовное познание, 2004. — 110 с.
5. Ижбулатова, О., Дуданов, Е. Стратегическое управление человеческими ресурсами организации / О. Ижбулатова, Е. Дуданов // Проблемы теории и практики управления. — 2012. — № 4. — с. 102-109.

Актуальные проблемы анализа и управления оборотным капиталом

Одинокое Сергей Николаевич, студент

Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д. Н. Прянишникова

Организация эффективной системы анализа и управления оборотным капиталом положительно сказывается на результатах финансовой деятельности предприятия. При этом, отсутствие или недостаточность оборотного капитала неизбежно приводит к неблагоприятным последствиям. Поэтому вопросы формирования и

эффективного использования оборотного капитала являются дискуссионными среди ученых-финансистов. В дискуссиях активное участие принимали такие ученые, как: Л. И. Малявкина и Е. Ю. Карпычева обосновали необходимость разграничения понятий оборотные средства и оборотный капитал; О. Б. Веретенникова и О. А. Ла-

Таблица 1. Подходы к определению сущности оборотных средств

Подходы	Определение оборотных средств
Организационный	Оборотные средства — это простая совокупность элементов производственных фондов и фондов обращения
Производственный	Оборотные средства — категория, обслуживающая оборот ресурсов предприятия и выполняющая только производственную функцию
Денежный	Оборотные средства — денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения
Экономический	Оборотные средства — это средства, которые инвестируются в текущие операции в течение каждого цикла
Бухгалтерский	Оборотные средства — подвижная часть капитала, которая является текущей и легко трансформируемой в денежные средства

енко раскрыли сущность оборотного капитала и его классификацию; Р.Р. Камалиев обратил внимание на роль оборотного капитала в деятельности предприятия; В.П. Зотов и Е.А. Жидкова раскрывают экономическую сущность оборотных средств через оборот ее стоимости; Н.В. Мкртумян разработала направления оптимизации оборотного капитала; О.В. Прохорова рассматривает совершенствование механизма управления оборотным капиталом.

На перспективы роста прибыли за счет эффективного использования оборотного капитала обратили внимание Л.И. Малявкина и Е.Ю. Карпычева. Авторы раскрыли состав оборотных средств, активов и капитала, также выделили пять основных подходов к определению сущности оборотных средств, которые представлены в таблице 1.

Кроме того, ученые разграничили понятия оборотные средства, оборотные активы и оборотный капитал. Таким образом, по их мнению, в состав оборотных средств входят: запасы, незавершенное производство, готовая продукция, наличные деньги и средства в расчетах. Оборотные активы включают в себя средства, использованные в течение одного периода (наличные деньги, инвестиции, сырье и полуфабрикаты, дебиторская задолженность). Оборотный капитал включает в себя элементы постоянного капитала (сырье, материалы, энергия, топливо и незавершенное производство) и элементы переменного капитала (зарплата и рабочая сила). В заключение авторы указывают, что при отождествлении понятий «оборотный капитал» и «оборотные средства» нет возможности выделить источник их формирования [1].

Нужно отметить, что О.Б. Веретенникова и О.А. Лаенко отрицают разделение понятий «оборотные средства» и «оборотный капитал» и, соглашаясь с профессором М.В. Романовским, отождествляют данные понятия. По мнению О.Б. Веретенниковой и О.А. Лаенко оборотные средства можно разделить на две группы (рис. 1). Ученые утверждают, что такое деление играет ключевую роль в отождествлении понятий «оборотные средства» и «оборотный капитал».

Важным вопросом, по мнению О.Б. Веретенниковой и О.А. Лаенко является правильная классификация обо-

ротного капитала. Для этого учеными проведен анализ мнений ученых и выявлено, что отсутствует классификация по уровню риска. Авторы обращают внимание на существующие четыре уровня риска: минимальный (например, денежные средства); малый (например, дебиторская задолженность, производственные запасы); средний (например, незавершенное производство); высокий (сомнительная дебиторская задолженность и залежалые запасы). В итоге, авторы отмечают, что при подъеме экономики возникает необходимость увеличения оборотного капитала. Это приведет к потребности в ежегодном пересчете норматива оборотных средств и поиску дополнительных источников финансирования [1].

По мнению Р.Р. Камалиева наиболее полную характеристику оборотного капитала дает классификация, которая представлена в таблице 2.

А так же Р.Р. Камалиев занимался разделением оборотных активов по характеру финансовых источников формирования. Ученый утверждает, что такое разделение позволит показать взаимосвязь политики управления оборотными активами и политики управления их финансирования. Несомненно, каждый хозяйствующий субъект должен правильно управлять источниками финансирования для поддержания должного уровня и структуры текущих активов. Кроме того, наличие в достаточном объеме финансовых ресурсов, их эффективное использование, по мнению ученого, предопределяет хорошее финансовое положение предприятия [1].

Раскрытием экономической сущности оборотных средств через оборот их стоимости занимались В.П. Зотов и Е.А. Жидкова. В своей работе они выделяют стадии кругооборота оборотного капитала (рис. 2). Авторы утверждают, что увеличение кругооборота оборотного капитала может нарушить непрерывность производства, потому как большее затраченное время на оборот оборотных средств влечет за собой потерю собственных денежных средств и привлечению дополнительных средств [1].

Н.В. Мкртумян раскрывает оптимизацию оборотного капитала по улучшению трех основных направлений оборотных средств. По мнению автора, применение мер по



Рис. 1. Содержание оборотного капитала

Таблица 2. Классификация оборотного капитала

Классификация	Состав
По характеру финансовых источников	<ul style="list-style-type: none"> – валовые оборотные активы; – чистые оборотные активы; – собственные оборотные активы
По видам	<ul style="list-style-type: none"> – запасы сырья, материалов и полуфабрикатов; – запасы готовой продукции; – текущая дебиторская задолженность денежные активы – прочие оборотные активы
По характеру участия в операционном цикле	<ul style="list-style-type: none"> – оборотные активы, обслуживающие производственный цикл – оборотные активы, обслуживающие финансовый цикл
По периоду функционирования	<ul style="list-style-type: none"> – постоянная часть оборотных активов – переменная часть оборотных активов

улучшению управлением кредиторской задолженностью, управлением дебиторской задолженностью и управлением запасами должно привести к увеличению величины чистых активов и увеличить привлекательность компании для инвесторов и кредиторов. Безусловно, для каждой компании важен выбор оптимального метода управления оборотным капиталом, для улучшения финансового состояния [].

О.В. Прохорова считает, что низкий уровень оборотного капитала влечет за собой снижение ликвидности и прибыли, но при завышенном уровне оборотного капитала возникают бездействующие текущие активы, что

влечет за собой снижение прибыли. Таким образом, что оптимальная стратегия управления оборотным капиталом заключается в соблюдении баланса между риском потери ликвидности и эффективностью работы. Оптимальное управление оборотным капиталом автор сводит к решению двух задач: обеспечение платежеспособности (при условии, что предприятие в состоянии выполнять свои обязательства); предоставление приемлемого объема, структуры и рентабельности активов. Несомненно, от выбора оптимальной стратегии управления оборотным капиталом зависит общее финансовое состояние предприятия [].

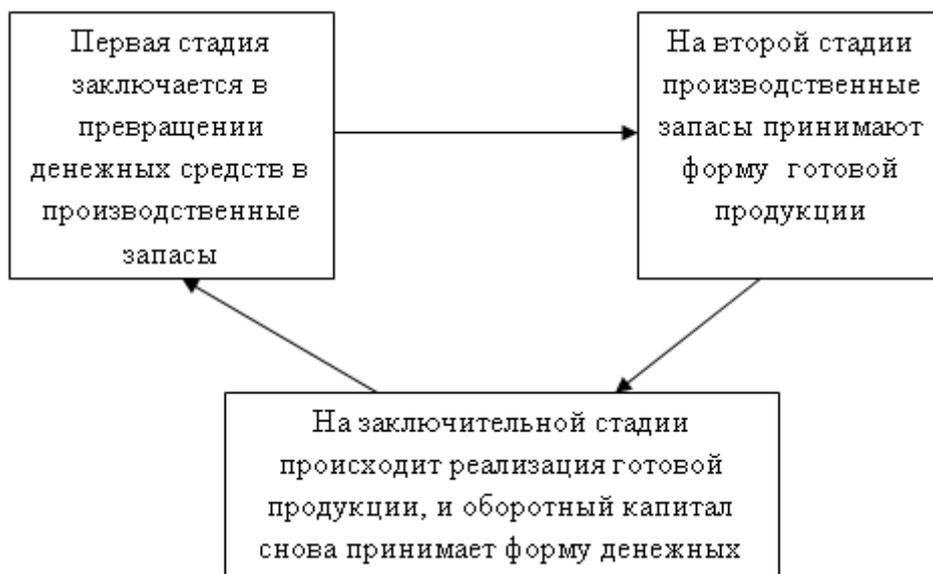


Рис. 2. Кругооборот оборотного капитала

Таким образом, исследование проблем анализа и управления оборотного капитала показало следующие результаты:

— вопросы анализа и управления оборотным капиталом являются дискуссионными, и широко освещаются в научной литературе;

— учеными выявлена зависимость результатов управления оборотного капитала, возможностей увеличения прибыли, а также улучшения финансового состояния предприятия;

— важно выбрать оптимальную стратегию управления оборотным капиталом для улучшения финансовых показателей.

Литература:

1. Малявкина, Л.И., Карпычева. Оборотные средства: теоретические основы исследования // Вестник Орел-ГИЕЭТ. — 2013. — № 3. — с. 110-117.
2. Веретенникова, О.В., Лаенко О.А. Сущность оборотного капитала предприятия и его классификация // Вестник Омского университета. — 2012. — № 2. — с. 178-183.
3. Камалиев, Р.Р. Экономическая сущность оборотного капитала и его роль в деятельности промышленных предприятий // Вестник Волгоградского института бизнеса. — 2014. — № 4. — с. 96-101.
4. Зотов, В.П., Жидкова Е.А. Определение сущности оборотного капитала в современной экономике // Техника и технология пищевых производств. — 2014. — № 2. — с. 135-139.
5. Роль оборотного капитала в предупреждении рисков ликвидности // cyberleninka. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-oborotnogo-kapitala-v-preduprezhdenii-riskov-likvidnosti-1> (дата обращения: 8.04.2016).
6. Прохорова, О.В. Совершенствование механизма управления оборотным капиталом предприятия // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. — 2016. — № 1. — с. 155-158.

Проблемы выбора метода оценки материально-производственных запасов при их выбытии

Песоцкая Татьяна Алексеевна, магистрант;
Макарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Керченский государственный морской технологический университет

Проведен анализ оценки запасов при их выбытии, указано на существующие проблемные ситуации и предложен к использованию алгоритм выбора метода оценки запасов при их выбытии.

Постановка проблемы. Запасы являются основой функционирования предприятий. Трансформация их состояния в цепочке «производственные запасы — незавершенное производство — готовая продукция» требует проведения надлежащей оценки выбытия и остатка запасов. Выбор метода оценки стоимости запасов выступает важным критерием при формировании учетной политики. Однако на практике решение этого вопроса происходит без логического обоснования и научного подхода.

Актуальность темы исследования вызвана тем, что метод оценки запасов влияет как на валюту баланса, так и на размер прибыли организации. Разработка алгоритма выбора метода списания запасов и его применение в практической деятельности позволит унифицировать этот процесс на различных предприятиях, и дает возможность сравнивать учетные данные различных субъектов хозяйствования.

Анализ исследований и публикаций. Проблема оценки запасов рассматривается в работах многих ученых и практиков: Ю. А. Бабаева, П. С. Безруких, В. Р. Берника, А. В. Брызгалиной, В. В. Ковалева, Н. П. Кондракова, М. И. Кутера, Н. А. Лумпова, А. М. Поплюйко, В. Я. Соколова, А. Фасфуса, В. Хлипальской, А. Д. Шеремета, К. Друри, Б. Нидлза.

Целью статьи является критический обзор существующих рекомендаций, и разработка собственного алгоритма по выбору метода оценки запасов при списании.

Основной материал. Можно выделить следующие проблемы, возникающие при оценке МПЗ:

Ценовые колебания — преимущественно в сторону роста. Рыночная экономика генерирует постоянную инфляцию, вследствие чего отдельный вид запасов может храниться на складе по разным ценам. В стабильной среде такой проблемы бы было.

Невозможность четкой идентификации запасов. В зависимости от характеристик и условий хранения запасов не всегда есть возможность отделить партии по различным ценам (например, песок, который хранится в одном контейнере). В результате физическое движение товарно-материальных ценностей не соответствует движению стоимости.

ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» [1] делает возможным использование следующих методов оценки:

1. По себестоимости каждой единицы;
2. По средней себестоимости;
3. По себестоимости первых по времени приобретения МПЗ (способ ФИФО).

В МСФО (IAS) 2 «Запасы» [2] предлагаются такие методы оценки при списании:

1. по себестоимости каждой единицы;
2. «первое поступление — первый отпуск» (ФИФО);
3. по средневзвешенной себестоимости;
4. метод учета по нормативным затратам;
5. метод учета по розничным ценам.

Стоит отметить, что в мировой практике распространено много методов, часть из которых является разновидностью вышеперечисленных (табл. 1).

Таблица 1. Методы расчета стоимости запасов в мировой практике

Наименование метода	Сущность метода
Метод средней переменной стоимости	Для каждого запаса вводится понятие средней цены, которая перерасчитывается после каждой операции закупки
Метод средней стоимости за весь период	Средняя цена неизменна в определенном интервале и перерасчитывается в начале или конце интервала
ЛИФО	Last input, first output — первым списывается последний по приходу запас
ФИФО	First input, first output — первым списывается первый по приходу запас
Метод расчета по стоимости единицы запаса	Списание проводится в зависимости от цены каждой идентифицированной партии запасов
Метод стандартной стоимости	Вводится стандартная стоимость единицы запасов с последующим расчетом отклонения от фактической стоимости

Метод ранговой стоимости	Основывается на методе стандартной стоимости, однако оперирует условными оценками
Метод инвентаризационной стоимости	Производится инвентаризация на начало и конец периода и, зная величину прихода, рассчитывается сумма списания
Метод арифметической стоимости	Вводится процент себестоимости или наценки в запасах и используется в основном при отсутствии натурального учета
ХИФО	Highest in, first out — первым списывается самый дорогой запас
ЛОФО	Lowest in, first out — первым списывается самый дешевый запас

Ключевым моментом, который определяет проблему выбора конкретного метода, является различная сумма материальных затрат в зависимости от выбранного способа оценки.

До отмены в 2008 году метода ЛИФО именно он рассматривался как один из «самых эффективных». Списание запасов по ценам последних поставок (в основном дорогих) приводило к увеличению суммы расходов и занижения налогооблагаемой прибыли. Прямо противоположный результат наблюдается при применении метода ФИФО. Метод по средней себестоимости дает усредненный результат между двумя первыми. Метод себестоимости каждой единицы предусматривает организацию складского хозяйства таким образом, чтобы можно было отделить каждую партию товарно-материальных ценностей и определить стоимость ее приобретения.

Единого мнения относительно механизма выбора метода и целесообразности применения одного из них на сегодняшний день не выработано. Взгляды ученых нередко диаметрально противоположны: от недопустимости искусственного завышения/занижения расходов до права предприятий заниматься «бухгалтерским творчеством» для улучшения экономических показателей.

Н. А. Лумпов [4] считает, что для справедливой оценки бизнеса выгодно уменьшать степень капитализации, поскольку такая мера обеспечивает более «адекватную», оценку прибыли, которая определяется коэффициентом монетарности прибыли, а именно долей чистого денежного потока в нем. Однако при этом не нужно оставлять без внимания и другие свойства методов: экономию вычислительных ресурсов, трудоемкость расчетов, устойчивость к ошибкам и т. д., и только метод стандартной стоимости способен удовлетворить требования индивидуального учета и устроить сторонников точности в бухгалтерском учете. Суть этого метода заключается в том, что если средняя цена колеблется около какого-то постоянного значения, то стоит облегчить расчеты и отказаться от расчета средней цены. В этом случае вводится стандартная стоимость единицы, а при поступлении товарно-материальных ценностей рассчитывается отклонение фактической закупочной стоимости.

В. Хлипальская отмечает, что если рассматривать оценку запасов с точки зрения чистой реализационной стоимости, то остатки запасов, оцененные методом средней себестоимости, будут наиболее вероятными. Для бухгалтерского учета лучше применять метод ФИФО, поскольку

он отражает запасы на конец периода по их текущей стоимости. [7].

А. М. Поплюйко рекомендует оценивать запасы при их использовании по методу средневзвешенной величины. Но одновременно выбирает и метод ФИФО по той причине, что его применение в условиях роста цен будет влиять на увеличение величины налогооблагаемой прибыли. При этом следует заметить, что вместе с тем вырастут и отчисления в бюджет в виде налога на прибыль.

Фуад Сулейман Махмуд Аль Фасфус, разработал алгоритм выбора метода оценки запасов при их выбытии. Автор выделил внешние и внутренние факторы, влияющие на выбор метода. Метод ФИФО следует выбирать если у организации есть наличие инфляции, снижение цены и спроса на продукцию. К внутренним факторам относятся организационные особенности предприятия, специфичность технологий производства [6].

Аль Фасфус считает, что если предприятие использует большую номенклатуру и большое количество одинаковых запасов, это делает сложным и неэффективным применение метода себестоимости каждой единицы [6]. На наш взгляд, такое утверждение является спорным, ведь при четкой организации складского хозяйства и в условиях автоматизации учета запасов именно этот метод позволяет определить реальную стоимость, списанных, запасов. В общем, в экономической литературе довольно однобоко освещены характеристика этого метода и возможность его применения. На наш взгляд, этот метод является идеальным с точки зрения соответствия физического и стоимостного движения ценностей. И должен применяться во всех случаях, где есть возможность (техническая, организационная) отделить разные партии запасов по разным ценам, а не только во время выполнения специальных заказов и проектов. Также не совсем аргументированным является положение о запасах, которые не могут обычным образом заменять друг друга: при таких условиях этот метод должен стать доминирующим и безальтернативным, учитывая незаменимость основной массы МПЗ. Предлагаем внести коррективы в определение этого метода, приведенное в ПБУ 5/01, изложив его в следующей редакции: «МПЗ, по которым существует возможность сопоставить физическое и стоимостное движение, а также запасы, которые отпускаются, и услуги, выполняемые для специальных заказов и проектов, оцениваются по себестоимости каждой единицы таких запасов». Наибольшее удобство применения этого метода прослеживается в ус-

ловиях компьютеризированного учета с использованием устройств считывания штриховых кодов.

Фасфус отмечает, что метод средней себестоимости применяется тогда, когда использование предприятием периодической системы учета запасов, при которой этот метод прост в применении и достаточно действенен для предоставления информации в управленческих целях, исключает возможность манипуляции учетными записями применение метода является нецелесообразным, если хозяйствующий субъект использует постоянную систему учета запасов или происходят ежедневные поступления и расходования запасов, поскольку это повышает трудоемкость и делает его неэффективным [6]. По трудоемкости, определенные проблемы могут наблюдаться на предприятиях с неавтоматизированным участком учета МПЗ, где средняя цена рассчитывается после каждой операции поступления/выбытия запасов. Выходом является применение средней цены за определенный период (неделя, декада, месяц) или автоматизация учета списания запасов.

Применение метода ФИФО Аль Фасфус [6] определяет особенностями технологических процессов на пред-

приятии: при использовании скоропортящихся запасов целесообразно использовать ФИФО. Но при этом не принято во внимание, что в основе этого метода лежит только предположение, что запасы отпускаются в определенной последовательности (с первых или последних поступлений). И если есть возможность отделить однотипные запасы по сроку хранения, то целесообразнее будет применить метод себестоимости каждой единицы.

Основополагающим вопросом при рассмотрении и выборе определенного метода списания запасов является то, что от этого получит предприятие? Прежде всего разную стоимость запасов в балансе и величину отчетных затрат, и это при тех же физических объемах на складах. Благодаря этому возможны как манипуляции учетными данными, так и неправильные управленческие решения. Вот почему возникает необходимость в выработке четких рекомендаций в этой сфере.

Обобщая предыдущие наработки и учитывая недостатки в этом вопросе, предлагаем собственный алгоритм выбора метода оценки запасов при их выбытии (рис. 1).

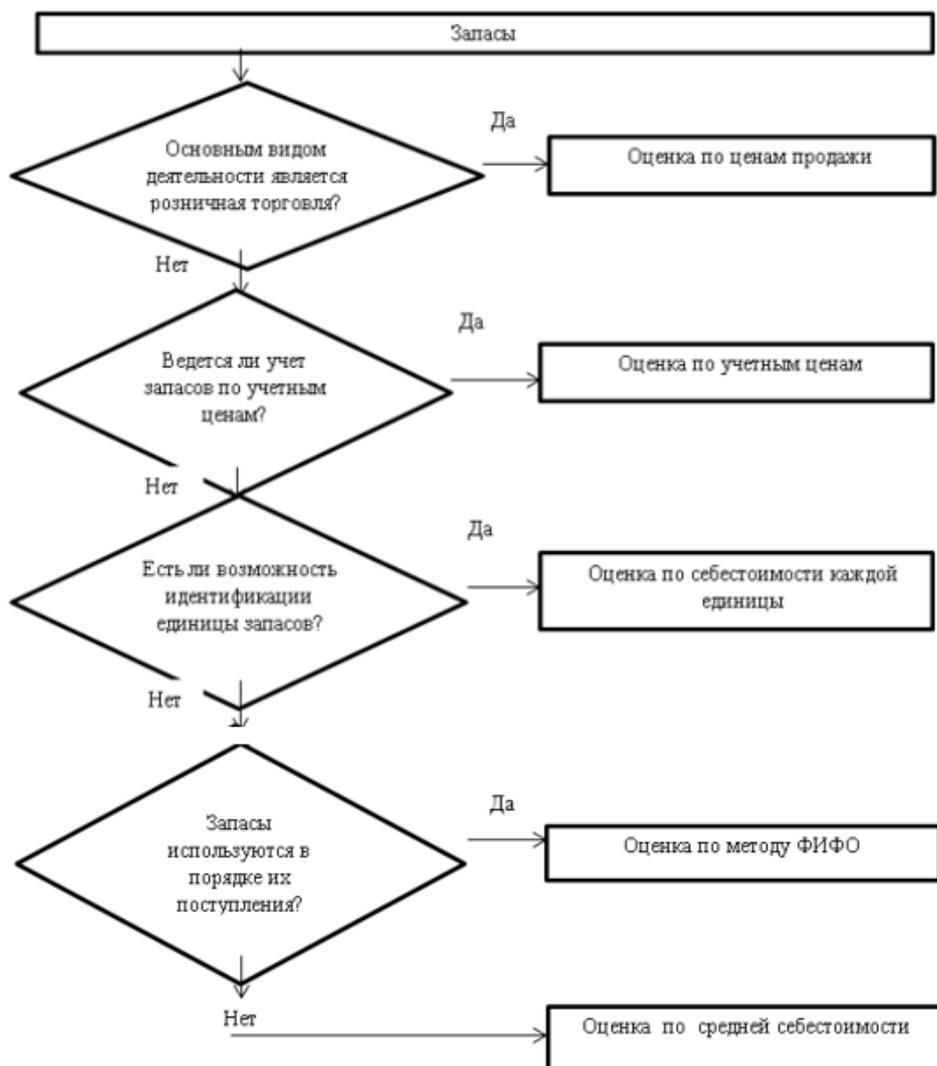


Рис. 1. Алгоритм выбора метода оценки запасов при их выбытия

В основу этого алгоритма заложена идея максимального приближения физического и стоимостного движения запасов с одновременным соблюдением требований к оценке по минимальной стоимости.

На первой стадии приведенного алгоритма проверяется принадлежность предприятия к категории организаций розничной торговли и предлагается оценка по ценам продажи. И наш взгляд, он пригоден для большинства заведений розничной торговли, особенно в условиях ведения только суммового учета без применения средств автоматизации. При других условиях предлагаем применять метод себестоимости каждой единицы, особенно в условиях компьютеризации учета с использованием устройств считывания штрих-кодов.

Если на предприятии для оприходования запасов применяются учетные цены, то списание запасов (прежде всего производственных) должно осуществляться по учетным ценам с отдельным учетом отклонений от них. Но поскольку в дальнейшем происходит корректировка учетных цен до фактических, эту стадию алгоритма можно считать временной с последующим выбором другого метода для расчета фактической себестоимости.

На следующем этапе алгоритма происходит проверка на возможность физической идентификации отдельных партий запасов, и, в случае положительного ответа, предлагается использование метода себестоимости каждой единицы. Считаем этот способ наиболее точным и таким, который максимально приближает физическое и стоимостное движение запасов. Для эффективного применения этого метода в управленческой деятельности его стоит модифицировать: в первую очередь списывать запасы наибольшей стоимостью. Таким образом, достига-

ется эффект, подобный использованию уже отмененного метода ЛИФО.

В случае невозможности, идентификации единиц запасов целесообразно применение метода ФИФО на предприятиях, где использование запасов происходит в основном в последовательности их поступления. Например, на автоматизированных линиях подачи сырья, при применении контейнерных емкостей.

Во всех остальных случаях рекомендуется использовать метод средней себестоимости, который приближает остатки запасов в балансе к чистой стоимости реализации.

Выводы. Занимая одно из центральных мест в балансе предприятия, запасы требуют надлежащей оценки, особенно при их выбытии и формировании себестоимости готовой продукции (работ, услуг). Существование нескольких методов списания стоимости требует от субъектов хозяйствования принятия управленческих решений, которые в итоге влияют на результаты деятельности. Отсутствие общепризнанных рекомендаций относительно механизмов выбора способов оценки запасов при их выбытии привело к тому, что на практике этот вопрос решается в основном без надлежащего обоснования и анализа возможных последствий. Разработанный алгоритм выбора метода оценки запасов позволяет унифицировать этот процесс на различных предприятиях, улучшит качество учетной информации (особенно ее сопоставимость в пределах корпораций, отраслей, сфер экономики). Одновременно приведенный алгоритм способствует приближению физического и стоимостного движения запасов и создает предпосылки к их оценке в балансе по чистой стоимости реализации, как того требуют положения (стандарты) бухгалтерского учета.

Литература:

1. Положение по бухгалтерскому учету 5/01 Учет материально-производственных запасов утв. Приказом Минфина России от 09.06.2001 № 44н // [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации — 2014. — Режим доступа: http://minfin.ru/common/img/uploaded/library/no_date/2012/PBU_5.pdf
2. Приказ Минфина РФ от 28 декабря 2001 г. № 119н «Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов» (с изменениями и дополнениями) // [Электронный ресурс] // Гарант. Информационно-правовой портал. — 2014. — Режим доступа: <http://base.garant.ru/12125771/>
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» // [Электронный ресурс] // Сайт КонсультантПлюс — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=193531; fld=134; from=186359-89; rnd=189271.6365462095053915;;ts=01892717968385373091543>
4. Лумпов, Н. А. Исследование методов оценки стоимости запасов // Финансовый менеджмент. — 2004. — № 3. — с. 19-41.
5. Урбан, Н. М. Методика и организация оценки активов в учете и аудите: дисс. канд. экон. наук. — Тернополь, 2014. — 313 с.
6. Фуад Сулейман Махмуд Аль Фасфус. Учет и аудит запасов: мировая практика и особенности в Украине: автореферат дисс. канд. экон. наук. — К.: НАУ, 2013 г. — 17 с.
7. Хлипальская, В. Значение оценки стоимости в учете запасов товарно-материальных ценностей на предприятии // Бухгалтерский учет и аудит. — 2012. — № 3.

Компетентностные основы исполнительной власти РФ в сфере здравоохранения

Рабец Ирина Геннадьевна, врач-стоматолог
ООО «Наену» (г. Находка, Приморский край)

Приоритетным действующим органом исполнительной власти в системе здравоохранения и социального развития Российской Федерации выступает Министерство здравоохранения.

Это тот орган власти, который отвечает за решение проблем здравоохранения начиная от федерального уровня и распространяя свою компетенцию до местного. Министерству присущи все необходимые признаки, которые может нести административное ведомство.

Структура министерства очень широко. Туда входит: разработка отраслевых программ, достаточно широкая сеть учреждений здравоохранения, разветвленная система управления собственностью здравоохранения [3, с. 33].

Федеральным органом исполнительной власти Российской Федерации в сфере здравоохранения выполняются следующие функции:

- разработка государственной политики и нормативов, которые необходимы для реализации программ в сфере здравоохранения,
- функции по социальному развитию,
- функции по защите прав потребителей [5, с. 6].

Также этот орган государственной власти осуществляет контроль, координацию, и другие виды деятельности которые находятся в его ведении.

Ранее автором было сказано, что в систему Министерства здравоохранения РФ входит очень много территориальных отраслевых органов. Перечислим некоторые из них — это могут быть научно-исследовательские, образовательная, фармацевтические, аптечные предприятия и другие организации завязанные на сферу здравоохранения.

Следовательно, Министерства здравоохранения РФ призвано выполнять следующие задачи:

- прежде всего, это выработка государственной политики,
- это правовое регулирование сферы здравоохранения,
- это необходимость социального развития,
- это защита прав потребителей сферы здравоохранения [2, с. 70].

На Министерство возложена основная миссия, база которой — эффективность всей системы здравоохранения, доступность качественной медицинской помощи, повышение состояние здоровья населения, охраны материнства и детства, контроль за качественными и безопасными и лекарственными средствами, а также необходимость предупреждение болезней.

Так как перечисленных задач огромное количество, то Министерство здравоохранения завязано на компетентностные основы, связанные с управлением в отраслевом и

межотраслевом уровнях. Таких связанных со здравоохранением в Российской Федерации великое множество.

Как известно, здравоохранения это социальная система, регулирование деятельности такой системы выполняется межсекторально. Это значит, что деятельность составляющей всей системы может зависеть от управляющего решения различных министерств и ведомств Федерального уровня.

В контексте сказанного стоит сказать, что Министерство здравоохранения в процессе взаимодействия с другими Федеральными органами исполнительной власти выполняет функции в сфере здравоохранения, которые формируются не по вертикали власти, а по горизонтали.

Одним из таких примеров может стать процесс выделения денежных средств для учреждений здравоохранения за счет бюджетов всех уровней. В соответствии с этим мы можем проследить особенность реализации государственной политики в сфере охраны здоровья граждан. Роль министерства финансов Российской Федерации в данном случае велика и неоспоримо [4, с. 90].

Так же Министерство здравоохранения Российской Федерации взаимодействует с Министерством обороны РФ. Данные взаимодействия позволяет повысить уровень качества медицинского обслуживания и обеспечения населения в рамках существующих федеральных целевых программ, которые носят характер защиты населения от воздействия радиации и испытаний ядерного оружия.

Также Министерство здравоохранения осуществляет очень плотное взаимодействие с ФСБ, ФТС, Федеральной службы по контролю за оборотом наркотиков.

Сотрудничество Министерства Здравоохранения с другими органами государственной власти помогает решить проблемные вопросы в сфере экспорта и импорта зарубежных лекарственных препаратов, лекарственных средств, изделий медицинского назначения зарубежного производства, медицинской техники [1, с. 8].

Именно таким всепроникающим образом и реализуются возложенные управленческие полномочия этого органа исполнительной власти. Необходимо обратить внимание на усилившийся в последнее время вопрос здравоохранения и вопрос защиты прав медицинских работников.

Вне всякого сомнения это роль возложено на профсоюзы. Наиболее крупной и уважаемое организации считается Федерация независимых профсоюзов, в которую входит и Профсоюз работников здравоохранения.

С одной стороны, выполняя свои обязанности, профсоюзы защищают интересы работников здравоохранения перед работодателями, то есть руководителями органов и

учреждений здравоохранения. Это касается в первую очередь вопросов оплаты труда. А с другой стороны они являются тем средством, которое влияет на орган исполнительной власти сферы здравоохранения.

Исходя из вышесказанного, компетентностные основы исполнительной власти РФ в сфере здравоохранения достаточно широки и перечислены только основные механизмы применения данных компетенций.

Литература:

1. Михайлова, Ю. В. Управление здравоохранением/Ю. В. Михайлова // Главврач. — 2012. — № 6. — с. 4-9.
2. Общественное здоровье и здравоохранение. Учебник Общественное здоровье и здравоохранение. Учебник для вузов/Под ред. Ю. П. Лисицына. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 668 с.
3. Семенов, В. Ю. Управление в сфере здравоохранения/В. Ю. Семенов// Здравоохранение. — 2013. — № 5. — С. 32-37.
4. Татарников, М. А. Реформа здравоохранения в Российской Федерации: проблемы и перспективы их решения/М. А. Татарников. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 336 с.
5. Финченко, Е. А. Здравоохранение/Е. А. Финченко// Проблемы управления здравоохранением. — 2013. — № 5 (12). — с. 5-13.

Банковский менеджмент: роль персонала и интернет-ресурсов в формировании лояльности клиентов

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Михайличенко Кристина Игоревна, студент;

Десятниченко Людмила Васильевна, студент

Донской государственный технический университет

В любой период развития экономики немаловажную роль играют банки. Банковская сфера предлагает множество товаров и услуг, необходимых для функционирования и обслуживания компаний, предпринимателей и физических лиц.

По мнению авторов, продвижение банковских продуктов и услуг опирается на две важнейшие составляющие:

— персонал (менеджеры банка);

— интернет-ресурсы банка.

Эффективное продвижение непосредственно связано с формированием лояльности клиентов к банку, что определяет, в свою очередь, конкурентоспособность кредитной организации. Главенствующая роль в продвижении банковских продуктов принадлежит менеджменту. **Банковский менеджмент представляет собой** научную систему управления банковским делом и персоналом, занятым в этой сфере (см. рис. 1).



Рис. 1. Основные элементы системы банковского менеджмента

Кратко охарактеризуем указанные направления. *Анализ.* Производится оценка деятельности банковского учреждения, как в целом, так и по отдельным направлениям. Сравниваются фактически достигнутые результаты, с прогнозами, с результатами конкурирующих банков и с результатами истекших периодов. Оценивается динамика самых объемных показателей банка — это: собственный капитал, депозиты, кредиты, активы, прибыль. Данный анализ полезен для определения и разработки дальнейшей стратегии развития банка, а также для выявления рейтинга банка среди клиентов.

Планирование. Позволяет моделировать будущее развитие банковского учреждения, его цели, масштабы и результаты деятельности в соизмерении с затратами на их выполнение. Целью планирования является обеспечение коллектива общей задачей, понимание стратегий и их выполнения.

В целом, планирование представляет собой общие и локальные перспективы развития банка. Результатом данного направления является разработка оперативных планов по отдельным направлениям банка (депозиты, инвестиции, кредиты, кадры и другие), а также составление бизнес-плана.

Регулирование. Регулирование осуществляется государством. Так как коммерческие банки вовлекают в оборот крупные суммы денег, государственное регулирование предполагает ряд строгих требований к официальному лицензированию банков, а также ограничению сферы их деятельности, ликвидности, достаточности капитала, формированию в банках обязательных резервов. В связи с этим, внутрибанковская система направлена на саморегулирование, а именно соблюдение нормативных актов и требований установленных государственным надзором.

Контроль. В банковской сфере контроль подразделяется на внешний и внутренний. Внешний контроль осуществляется Центральным банком России и внешним аудитом. Внутренний организуется менеджерами банка. Целью менеджера на данном этапе является создание оперативной системы обнаружения недостатков в деятельности банка, с целью их устранения. Внешний и внутренний контроль взаимосвязаны в отношении проверки нормативных и законодательных актов Центрального банка, а также внутрибанковских правил и инструкций.

Из вышеизложенного следует, что банк — это самоуправляемая система, имеющая собственную структуру, цели, анализ, задачи, несмотря на высокую степень контроля и регулируемости со стороны государства. Менеджер, в свою очередь, является **специалистом по управлению и мотивации персонала, а также разработки и внедрению новых товаров и услуг в сферу потребления.**

Авторы, являясь рядовыми потребителями банковских услуг, считают, что менеджер банка представляет собой ключевую фигуру в продвижении продуктов. Исходя из того, что профессия менеджера — это постоянная работа

с клиентами, было решено провести независимое исследование, в ходе которого выявлен ряд характеристик, которым должен соответствовать сотрудник банка.

К таким характеристикам отнесены: образование, удовлетворенность, востребованность профессии и уровень стресса работников. Было решено проанализировать не только отношение клиентов к сотрудникам банка, но и наоборот.

На рисунке 2 продемонстрированы результаты анкетирования менеджеров в банках Германии.

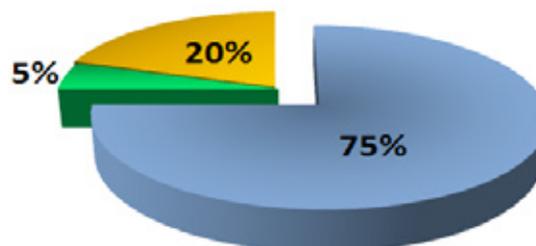


Рис. 2. Результаты исследования Institut für Wirtschaftsforschung о роли образования для банковских менеджеров

Согласно анкетированию научно-экономического института Германии, Institut für Wirtschaftsforschung, для работы по профессии менеджера, необходимо иметь высшее образование, так ответили 75% респондентов, 5% анкетированных указали наличие двух и более высших образований, 20% менеджеров указали наличие среднего профессионального образования.

На рисунке 3 проиллюстрированы результаты проведенного авторами исследования, показавшие иное процентное отношение.

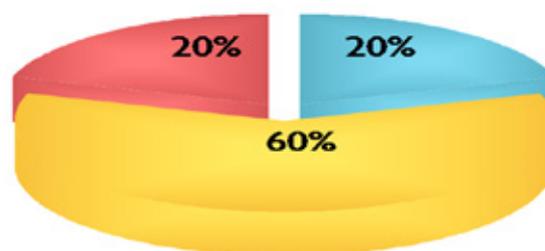


Рис. 3. Результаты авторского исследования о роли образования для банковских менеджеров

У 60% анкетированных менеджеров — высшее образование, 20% менеджеров обладает двумя и более высшими образованиями, и 20% респондентов ответили о законченном среднем специальном образовании.

По мнению анкетированных сотрудников банков, на лояльность менеджеров, больше всего влияет удовлетворенность работников и уровень стресса. Выяснилось, что уровень стресса составляет 40%, при этом удовлетворенность профессией 75%.

1. Услугами какого банка вы предпочитаете пользоваться? _____

2. Какими продуктами банка Вы пользуетесь (интернет банкинг, кредитование, вклады, покупка-продажа валют и т.д)? _____

3. Получаете ли Вы должное внимание со стороны сотрудников банка? _____

4. Какими качествами на Ваш взгляд должен обладать менеджер банка (ответственность, коммуникабельность, красноречие) ? _____

5. Нуждаетесь ли Вы в помощи сотрудников банка при посещении отделения? _____

6. Как должен выглядеть сотрудник банка? _____

Рис. 4. Анкета, разработанная авторами для полевых исследований

Помимо менеджеров, были анкетированы клиенты банков. По разработанной анкете, было опрошено 86 человек (см. рис. 4)

Респондентами были преподаватели и студенты Донского государственного технического университета, пенсионеры, а также прохожие в возрасте 18-38 лет. По результатам анкетирования был составлен рейтинг банков (см. рис. 5).

Первое место принадлежит Сбербанку, его рейтинг среди опрошенных составил ровно 50%. Также мы выяснили, что в большинстве своем респонденты, указавшие в анкете «Сбербанк», предпочитают пользоваться сле-

дующими продуктами банка: интернет банкинг, сберегательные депозиты, потребительские кредиты.

Далее расположился Бинбанк — его рейтинг приблизительно 23,5%. Самым популярным продуктом банка являются валютные операции (услуги по купле-продаже иностранной валюты). И на третьем месте банк Центр-инвест — с рейтингом порядка 9,5%. Респонденты пользуются такими видами банковских продуктов как: открытие дебетовых карт, оплата коммунальных платежей.

Авторы исследования сравнили результаты проведенного исследования с результатами подсчетов сайта Bankru.info. На рисунке 6 представлен рейтинг банков России.



Рис. 5. Рейтинг банков по результатам опроса, разработанного авторами

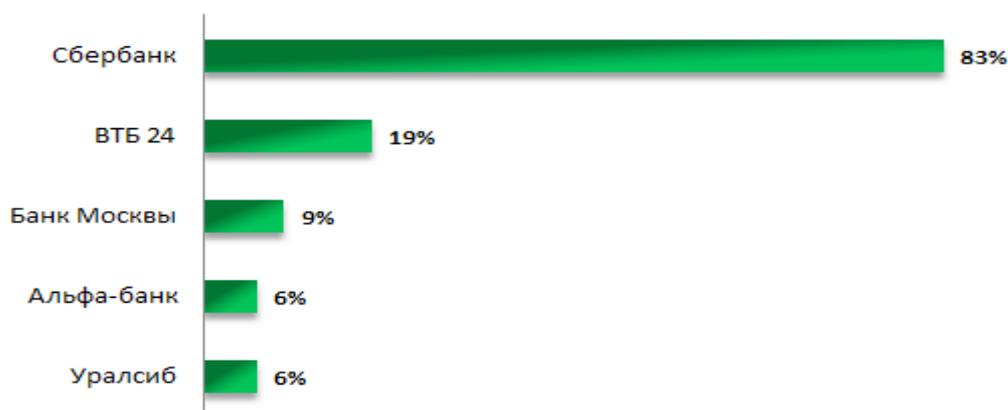


Рис. 6. Рейтинг банков сайта Bankru.info [1]

Как можно увидеть, Сбербанк вызывает доверие среди 83% опрошенных россиян. Банку ВТБ24 доверяют 19% респондентов, а третья позиция принадлежит Банку Москвы, которому отдали голоса 9% россиян.

Таким образом, стало известно, что в общероссийском рейтинге Бинбанк и Центр-инвест не вошли в пятерку самых популярных банков России.

В анкете также были заданы вопросы о внешнем виде сотрудников банка. Выяснилось, что внешний вид менеджера банка играет важную роль для клиента. На рисунке 7 представлена диаграмма, составленная на основе результатов опроса, демонстрирующая важность внешнего вида сотрудников банка в процентном отношении.

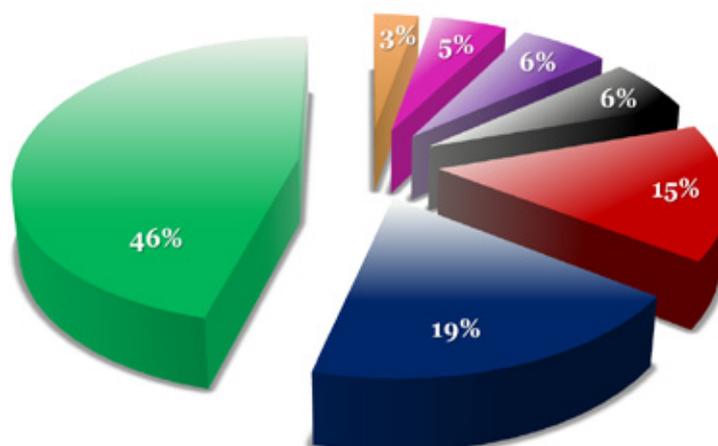


Рис. 7. Роль внешнего вида банковского менеджера с точки зрения клиентов (авторское исследование)

- Результаты анкетирования показали:
- 46% опрошиваемых предпочитают видеть перед собой опрятно выглядящего сотрудника;
 - 19% — деловой стиль одежды
 - 15% — улыбчивого сотрудника
 - 6% — коммуникабельного и восприимчивого
 - 5% — предпочитает скромный персонал
 - 3% — внешний вид не важен

Таким образом, авторами был сделан вывод о важности образования менеджера и его внешнего вида, в сочетании с коммуникабельностью и правильностью доносимой клиенту информации банка.

Проводя данное исследование, было решено ознакомиться с сайтами банков и отзывами об их контенте, удобстве и функциональности. По данным портала

Banki.ru, опубликовавшему результаты исследования аналитического агентства Markswebb Rank & Report, самым популярным сервисом интернет-банкинга в России с существенным отрывом от конкурентов является Сбербанк Онлайн — им пользуются 3 из 4 пользователей интернет-банкинга (см. рис. 8).

По результатам исследования выяснилось, что девять из десяти пользователей интернет-банкинга, предпочитают пользоваться такими банками как: Сбербанк России, Альфа-Банк, ВТБ24, Русский Стандарт и ТКС Банк. Согласно сайту Banki.ru, наиболее популярной задачей, которую решают пользователи интернет-банков, является просмотр выписок по счету и истории операций. Три четверти пользователей интернет-банков совершают хотя бы одну платежную операцию через интернет-банк за месяц.

Интернет-банк	%
Сбербанк России	73,6%
Альфа-Банк	15,0%
ВТБ24	14,1%
Русский Стандарт	7,8%
ТКС Банк	5,6%
Связной Банк	4,2%
ХоумКредит Банк	4,1%
Райффайзенбанк	4,1%
Промсвязьбанк	3,0%
Банк Уралсиб	2,8%

Рис. 8. Рейтинг интернет-банкинга Markswebb Rank & Report [2]

При этом наиболее популярными категориями платежей являются мобильная связь, интернет, переводы между своими счетами, внутри банка и оплата коммунальных услуг. [2]

Ознакомившись с отзывами потребителей, стало известно, что функциональные возможности интернет-банков, по сравнению с 2014 годом, стали выше. Произошло расширение платежного функционала, стал возможен не «выбор контрагента», а «выбор услуги» с удобным нелинейным поиском, развивается возможность подключения карт сторонних банков, интерфейсы банков стали больше отвечать требованиям потребителей. [2]

В рамках авторского исследования проведено сравнение собственных результатов с вышеперечисленными данными. Для нашего рейтинга были проанализированы сайты трех банков: Сбербанк, Бинбанк и Центр-инвест.

Выяснилось, что именно сайт Сбербанка «радует глаз» по мнению клиентов. Все оформлено в бело-зеленой цветовой схеме, описаны все продукты и услуги банка, присутствует возможность связи с любым отделением банка в любом городе.

Пользователи относят сайт к достоинствам банка, а также качество обслуживания частных лиц, оказание услуг малому бизнесу, корпоративным клиентам и организациям. Благодаря сервису «Сбербанк Онлайн» клиент может управлять своим счетом из любой точки мира.

Недостатками, по мнению пользователей, являются: частая путаница банка со счетами; из-за недоверия к интернет — технологиям, многие люди боятся подключить

услугу «Сбербанк Онлайн», в страхе быть обманутыми через сеть. Также респонденты отмечают недостаточный уровень работы сотрудников банка, так как во многих отделениях банков менеджеры не отвечают должным требованиям и не полностью знают предлагаемые продукты банка.

Далее был рассмотрен сайт Бинбанка. Информация на сайте представлена в более компактном виде, в отличие от Сбербанка, сайт оформлен в серо-белой цветовой схеме.

Пользователи отмечают, что «Реклама на сайте занимает слишком много места, что сильно отвлекает», «Информации на сайте мало, приходится идти в банк для уточнения условий предоставления услуг». К достоинствам клиенты относят: возможность открытия вкладов через интернет — банк, программу «Бин Бонус».

В качестве недостатков выделяют: терминалы не вовремя зачисляются средства на карту, сотрудники банка дают неверную и неполную информацию о предоставляемых продуктах и услугах банка.

Далее прошло ознакомление с сайтом банка Центр-инвест. Оформлен сайт в зелено-белой цветовой схеме. Пользователи отмечают краткость изложенной информации. Мнение клиентов банка: «Каждый раз приходится идти в банк, для дублирования услуг через менеджера», «Информация на сайте не всегда актуальна».

К достоинствам относятся «прозрачные» условия оформления кредитов, быстрая работа менеджеров банка, работа кассиров в ночную смену. Отрицательные мо-

Таблица 1. Результаты авторского исследования сайтов банков

	Наличие сайта	Актуальность информации	Навязчивость рекламы	Информативность сайта	Умеренная цветовая гамма	Дублирование информации в отделении банка
Сбербанк	+	+	-	+	+	-
Бинбанк	+	+	+	-	+	+
Центр-инвест	+	-	+	-	-	+

менты: сотрудники банка дают некорректную информацию о продуктах и услугах банка.

Опираясь на проведенное исследование, была составлена таблица 1 для более наглядного определения достоинств и недостатков исследуемых банков.

Таким образом, на основе анализа мнений потребителей услуг банков, было выяснено, что сайт с актуальной информацией, минимальным количеством рекламы и в умеренной цветовой гамме привлекает клиентов. Кли-

енты нуждаются в развитии более качественных онлайн сервисов, и возможности воспользоваться продуктами без дополнительного подтверждения услуги в офисах банка.

От качества работы менеджера банка, его компетентности и образования зависят результаты деятельности банка, его успешное развитие. Несмотря на активное использование виртуальных каналов продвижения банковских продуктов и услуг, человек остается центральным звеном банковского менеджмента.

Литература:

1. Рейтинг банков по мнению потребителей [Электронный ресурс] URL: <http://www.bankru.info/rating/68-rejting-bankov-po-mneniju-potrebitelej.html> (дата обращения 30.03.2016)
2. Internet Banking Rank 2014 [Электронный ресурс] URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=6473844> (дата обращения 19.03.2016)

Онлайн-туризм: перспективы и прогнозы развития

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Скабарова Анжелика Александровна, магистрант

Донской государственный технический университет

Динамично развивающийся рынок онлайн-туризма в России набирает существенные обороты. Показатель бронирования туристских услуг через онлайн-продажи занимает 50 процентов всего туристского рынка.

На сегодняшний день в мире много стран, в которых большая часть путешествий бронируется через онлайн-системы. В их число входит: Германия, Канада, Австралия, Великобритания, Китай, страны Южной Америки.

Пути развитие онлайн-туризма как в России, так и по всему миру носят одинаковый характер. С момента появления интернет-туризм набирал рост по двум направлениям:

1. Отраслевое. То есть сначала появилась возможность бронировать самолеты, затем отели, затем поезда, затем автобусы, что графически изображено на рисунке 1.



Рис. 1. Отраслевое направление развития интернет-туризма

Географическое. Заключается в выборе стран (США, Европа, Австралия, Азия). [1]

Главное в работе онлайн-туризма — понять, чего хотят потребители, и правильно удовлетворить их потребность в поиске и бронировании онлайн-путешествий.

С развитием электронного туризма в первую очередь преимущества имеет потребитель. Так как появилась возможность обладать всей полнотой информации о поездках: цена, направления, отели, способы передвижения, предоставляемые услуги, экскурсии и другие составляющие туристского пакета.

Также отметим, что с развитием онлайн-туризма появились поисковые системы, которые помогают решить не только основную задачу поиска тура, но, и наделены дополнительными функциями по демонстрации отеля, авиаперелета, возможностью бронирования прямо из системы, поиск экскурсий и развлечений.

Данные поисковые системы разработаны для самостоятельного путешествия туристов и для работы с туристскими агентствами. Такие системы работают в двух режимах: онлайн и офлайн.

В нашей статье мы детально рассмотрим работу онлайн-сервисов.

Туристские агентства, работая в системе онлайн-продаж, подвергают свою компанию большому риску, так как работают напрямую с клиентом. От того, насколько грамотно и четко будет выстроена работа в системе онлайн, будет зависеть конечный результат продажи. Существует очень много деталей, которые необходимо держать под контролем, к ним можно отнести:

- правильное позиционирование товара на рынке;
- грамотная ценовая политика;
- бесперебойная работа сайта;
- легкость и доступность при работе на сайте;
- безотказная служба поддержки клиентов.

Если хотя бы одно из вышеизложенных условий не будет выполнено, то это может привести к ошибкам в работе, что может повлечь за собой крах компании.

Можно выделить пять шагов к успеху в онлайн-туризме: [1]

1. Правильно поставленная задача в работе с онлайн-потребителями.
2. Высокое качество сервиса.
3. Непрерывное инновационное развитие компании.
4. Сфокусированность на проблемах российских потребителей.
5. Хорошая менеджерская команда.

Проанализируем рынок туристских онлайн-агентств. В настоящее время на российском рынке работают и конкурируют между собой несколько десятков агентств, занимающиеся онлайн-продажами. В ходе последних событий в российской экономике, начавшиеся, еще в конце 2014 года, и как следствие, сложившаяся сложная ситуация с российской валютой, усилили еще большую конкуренцию и борьбу на рынке.

В России общий объем рынка туризма равен 53 млрд. долл. Рынок онлайн-туризма составляет примерно 18% от общей стоимости. В среднем поездка туриста — 450 долл., а бронирование онлайн-поездок осуществляется примерно за 20-30 дней до путешествия. [2]

Для российских туристов наиболее востребованными направлениями внутри страны в 2014-2015 годах стали: Санкт-Петербург, Москва, Сочи, Екатеринбург, Новосибирск, а в 2016 году: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Тула и Великий Новгород. В свою очередь, среди зарубежных направлений популярностью пользовались: Париж, Барселона, Рим, Прага, Тель-Авив.

Размер рынка онлайн-туризма в 2014 году графически представлен на рисунке 2.

Основная работа онлайн-туризма включает в себя следующий перечень услуг:

- бронирование отелей;
- бронирование самолетов и других средств передвижения;
- бронирование экскурсий;
- бронирование других дополнительных услуг.

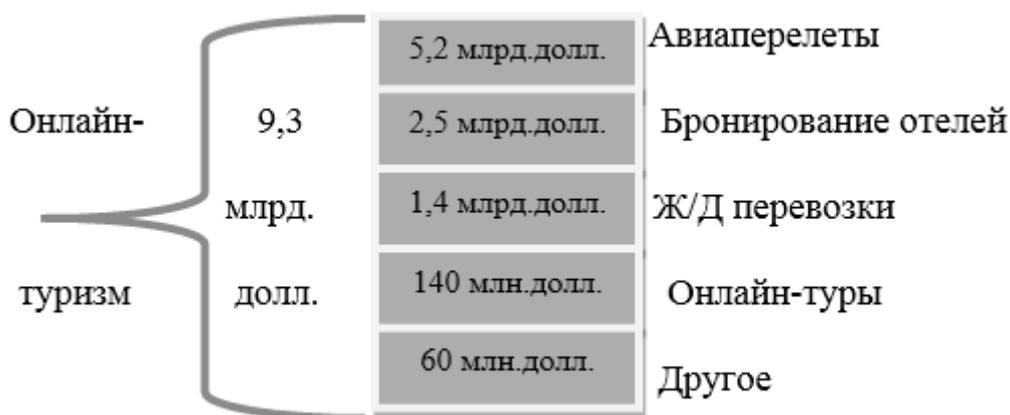


Рис. 2. Российский рынок онлайн-туризма в 2014 году

Для начала рассмотрим первый вид услуги, *бронирование отеля*. Данная услуга в онлайн-туризме является как самой прибыльной, так и самой сложной услугой, причиной этого является взаимодействие с большим количеством различных партнеров, с которыми приходится работать непрерывно.

Рынок онлайн-продажи отелей включает в себя два вида:

- для клиента (турист сам формирует свою поездку);
- для онлайн-агентства (подбор туристских услуг ведется через агентства). [3]

Высокодоходный и стабильный бизнес на рынке онлайн-туризма, предполагает заключение прямых контрактов с отелями, с учетом разных вариантов цен (B2B и B2C), а их, как показывает практика, только в России насчитывается от 7 до 16 тысяч.

Если рассматривать только онлайн-продажи, можно отметить, что развитие *B2B-варианта* в России началось в 90-х, когда на рынок начали внедряться интернет-технологии. В то время только крупные агентства могли приобретать что-либо через интернет, в основном это было в Москве и Санкт-Петербурге, а остальные для бронирования услуг пользовались телефонами и каталогами. Через интернет происходил только процесс выбора отелей, а оплата производилась офлайн по счету (многие компании и сейчас работают по той же схеме). [3]

Детально работу B2B-компаний можно представить так — клиент обращается в турагентство, там ему предлагают всевозможные варианты отелей, добавляют сверху свой процент и бронируют. Такой алгоритм работы был широко популярен до 2006-2007 года, пока на российский рынок не пришли игроки из разряда B2C: HRS, Booking.com и Expedia.

Первое время их работа была организована из представительств в Европе, а уже с 2008 года Booking.com и HRS смогли открыть свои представительства в Москве, а в 2014 году и Expedia открыла офис в Санкт-Петербурге. На данный момент сервер Expedia усиленно занимается привлечением клиентов и увеличением отельной базы, из-за значительного отрыва от ведущих компаний.

Около трех лет эти компании боролись за первое место на рынке, но место лидера смог занять такой сервис, как Booking.com. Предоставление услуг данным сервером оказалось наиболее успешным среди конкурентов. Бронируя отель через Booking.com, клиенту выпадает возможность не оплачивать отель сразу, а производить оплату по факту заселения, единственное условие, это предоставление банковской карты клиента, которая выступает в качестве гарантии отелю. Сервер Booking.com является лидером по продаже отелей в режиме онлайн как в России, так и за рубежом. [3]

В 2011 году на рынке появилось очень много онлайн-серверов, еще можно назвать их «тревел-стартапы». Целью их выхода на онлайн-рынок было отобрать часть клиентов у уже успешно работающего сервера Booking.com, но к сожалению не всем компаниям это уда-

лось, так как они не получили желаемое доверие среди клиентов. Ближе всех у цели оказались такие серверы как Ostrovok.ru и OktoGo (Travel.ru). Можно отметить, что сейчас эти компании входят в список основных онлайн-серверов на российском рынке по бронированию отелей.

Также отметим, что большое количество стартапов пробовали открывать онлайн-серверы для продажи авиабилетов. Для привлечения большего количества клиентов, в основном упор делался на контент сайта, то есть на его дизайн (фото и описания). Одной из проблем в этой области выступает низкая маржинальность, которая составляет от 1 до 3%.

Далее рассмотрим онлайн-рынок по *продаже авиабилетов*. На сегодняшний день, наиболее распространенным и успешным среди онлайн-серверов по продаже авиабилетов выступает — Hotelscombined (roomguru) и Hotellook. Сервер Hotellook появился на рынке относительно недавно. Также появились и активно работают Trivago и Skyscanner, которые создали на своем сайте собственной движок, который позволяет сравнивать цены разных компаний.

Как в отельной сфере, так и в сфере авиабилетов конкуренция с каждым годом растет, поэтому онлайн-компании должны постоянно следить за своей работой и пытаться ее усовершенствовать.

Третьим видом услуг в системе онлайн-бронирования, является *бронирование экскурсий*. Данный вид бронирования стал популярным недавно, когда туристы поняли, что бронировать отели и прокладывать свой маршрут можно самостоятельно и это не требует больших усилий и времени. После этого туристам стало интересно бронировать и свой досуг, через онлайн. Одним из популярных поисковых сервисов является — www.excursiopedia.com, который позволяет из огромного количества предложений экскурсоводов, видов экскурсий (групповые или индивидуальные), отзывов туристов выбрать именно то, что нравится. После того как клиент определился с выбором, необходимо все забронировать, путем предоплатной системы расчета и распечатать ваучер.

EXCURSIOPEDIA является самым объемным каталогом экскурсий и гидов во всех уголках земного шара (около 1200 городов); прост в использовании, включает в себя стоимость, фото, отзывы; подразумевает индивидуальные и групповые экскурсии, поездку по городу на автомобиле, велосипеде, вертолете. [4]

Также рассмотрим дополнительные услуги в системе онлайн-бронирования, одной из которых является приобретение *электронной визы*. Для начала выясним, что представляет собой электронная виза. По сути — это получение визы через интернет, путем подачи всех документов через онлайн-системы.

Термин «электронная виза» скрывает два вида документов: это непосредственно электронная виза и электронное разрешение на получение визы. Для того чтобы не допускать серьезных ошибок и не оказаться в сложной

ситуации по приезду в страну своей мечты, необходимо знать разницу в этих документах и правильно все оформить.

Очень важным моментом при оформлении визы или каких-либо других электронных документов — это их бумажные копии.

Схема оформления электронной визы выглядит следующим образом:

1. Клиент заполняет анкету на сайте министерства иностранных дел (той страны, которую хочет посетить), указывая свои паспортные данные, и любую другую информацию, которая требуется для заполнения анкеты.

2. Министерство рассматривает анкету (вручную или в автоматическом режиме). Если с документами все в порядке, то туристу высылают электронное письмо с разрешением на въезд в страну.

3. Далее турист распечатывает письмо как подтверждение и берет с собой в поездку.

Оформление электронной визы через интернет имеет ряд преимуществ, к ним можно отнести:

- экономия времени;
- оформление меньшего количества документов;
- нет необходимости визита в посольство;
- экономия нервов, сил и энергии.

Кроме преимуществ, оформление имеет и ряд сложностей, в том числе: правильное заполнение анкеты; при отказе в электронной визе, необходимость личного визита в посольство с полным комплектом документов; оплата сразу при оформлении.

К основным трендам, присущим онлайн-рынку сегодня, относятся:

4. «Go online» — характеризуется увеличением количества людей, бронирующих свои поездки самостоятельно, при помощи интернета.

5. «Go mobile» — процесс бронирования набирает популярность через мобильные приложения на различных устройствах, поддерживающих интернет.

6. «Last minute» — упрощенная система визового режима, поспособствовала тому, что некоторые клиенты, стали бронировать свои поездки в считанные минуты, то есть за несколько дней, а иногда и часов, при наличии свободных мест в отелях. В основном такие бронирования распространены в Европе, а у нас только набирают популярность. Одним из серверов, который начинает внедрять такие тарифы, получаемые от отелей, на практике, является вышеупомянутый нами сервер Booking.com, создавший специальное приложение для этого.

7. «Local experience» — создаются специальные серверы, где каждый турист может получить советы, отзывы, от местных жителей, куда планирует поехать.

8. «Make it easy» — возможность ограничивать параметры выбора именно по тем критериям и по, которые устанавливает клиент. [5]

На сегодняшний день на рынке онлайн-путешествий, отмечается диверсификация бизнеса. Это характеризуется тем, что каждый год рынок онлайн-туризма увеличи-

вается, так как создаются новые, различные серверы, помогающие туристам планировать свое путешествие. Они включают в себя выбор отеля, перелет, страховку, экскурсии и другие виды услуг, необходимые для комфортного отдыха для каждого клиента.

Появилась новая модель продажи онлайн-путешествий, «динамичное пакетирование», которое пришло к нам из Европы. Данная модель представляет собой онлайн-продажу индивидуальных турпакетов с набором услуг, собранных воедино, по заявкам для каждого клиента отдельно.

Такая схема в работе сейчас актуальна для сервера DaTravel.com. Набирать популярность эта модель продаж начала после того, как различные отели и авиакомпании стали предлагать тарифы по специальным ценам не для общей продажи, а для отдельно сформированных турпакетов, такие тарифы еще можно называть «закрытые».

Отметим, что в России «динамичное пакетирование» пока не очень популярно, а находится только на стадии внедрения. Одной из причин является сложная техническая реализация данной модели, требующая больших ресурсов, для того, чтобы можно было сравнивать и пакетировать все предложения от поставщиков, а также преподнести клиентам это в понятном и удобном виде. [6]

В свою очередь, «массовый» клиент, привыкший к приобретению стандартных турпакетов, теряется при таком выборе и сложности настроек параметров поиска, а опытные путешественники зачастую стараются приобретать билеты по акциям от авиакомпаний, и также бронировать отели или хостелы, которые в основном не сотрудничают с крупными туристскими агентствами. Исходя из этого, можно предположить, что цена сформированного турпакета будет для них завышенной, и не каждый клиент будет готов переплатить за свой отдых.

В 2016-2017 году «динамичное пакетирование» будет активно соперничать за каждого клиента с «метапоисковиками» которые являются вторым большим новшеством за последнее время. Для удобства туристов эта система позволяет клиентам сравнивать цены многих сайтов на своем ресурсе, после чего отправляют совершать покупки на сайт компании. Продажа билетов через метапоиски играет заметную роль в дистрибуции и большая часть трафика проводится именно через них.

Нельзя не упомянуть о таком сервере, как «Яндекс», который остается популярным среди пользователей интернет сети. Через несколько месяцев после обновления авиа-метапоиска avia.yandex.ru, был запущен новый проект travel.yandex.ru, который является агрегатором пакетных туров от ведущих туроператоров и позволяет смотреть и сравнивать стоимость на билеты и на отели в определенном направлении и в определенные даты. Вполне можно ожидать и расширения поставщиков, которые будут продавать свои динамические пакеты через данный сервис. [6]

Успешная работа онлайн-туризма предполагает постоянное отличие от работы конкурентов и необходимость

всегда быть на ступень выше в предоставлении оказываемых услуг.

В 2015 году из-за высокой конкуренции с рынка пришлось уйти многим компаниям. Исходя из этого, следует, что в 2016-2017 году на рынке смогут остаться те

онлайн-агентства, которые пользуются доверием среди потребителей, усовершенствуют свою работу и в дальнейшем смогут предложить клиентам новый, еще неиспробованный продукт.

Литература:

1. <http://www.forbes.ru/svoi-biznes-column/startapy/80849-onlain-turizm-na-vzlete-kak-pobedit-na-etom-rynke>
2. <https://vc.ru/p/da-travel>
3. <http://career.mgimo.ru/page/adaptive/id38950/blog/3030648/>
4. <http://www.awaytravel.ru/content/>
5. <https://www.datravel.com/press-release/online-travel-development>
6. <https://vc.ru/p/da-travel>
7. <http://www.trn-news.ru/news/20140>
8. <http://oborot.ru/article/776/24/print>
9. <https://content-watch.ru/text/>
10. Распоряжение Правительства РФ от 31 мая 2014 г. № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года».

Дистанционная торговля и ее место в ритейлинге

Савенкова Ирина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;

Клиновская Дарина Андреевна, бакалавр;

Бутенко Лилия Николаевна, бакалавр

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

За последние несколько лет свои обороты набирает дистанционная торговля. Во всей необъятной массе российских покупателей есть особая группа, предпочитающая не тратить часть своего времени на энергичные походы в поисках нужной вещи. Эти люди находят особое удовольствие в неспешном просмотре ярко и богато оформленных каталогов, каналов телемагазинов или сайтов Интернет-магазинов.

Дистанционная торговля представляет собой одну из форм розничной продажи товаров, отличием которой от традиционной магазинной торговли, является отсутствие в процессе коммуникации прямого личного контакта между продавцом и потребителем, и покупатель совершает покупку на основе изображений и текстового описания товаров. То есть дистанционная торговля — это вид безличных розничных продаж.

В мире дистанционная торговля существует более века. Уже в конце 19 века этот вид продаж был популярен в России, предпосылками чего служили такие факторы как: большие расстояния, низкая плотность населения и хорошо отлаженная почтовая служба. В настоящее время перечень предпосылок несколько расширился, что можно увидеть на рисунке 1.

В целях формирования цивилизованного рынка услуг в сфере дистанционной торговли в Российской Федерации с 1999 года имело место действие Российской Гильдии пред-

приятий торговли по почте. Стремительное распространение дистанционной торговли в мире потребовало дальнейшего ее законодательное усовершенствование в России, и в 2004 году был подписан договор о создании Национальной ассоциации дистанционной торговли, которая сразу же присоединилась к Европейской Ассоциации Дистанционной торговли.

Также необходимо отметить, что в этом же 2004 году в Закон РФ «О защите прав потребителей» была введена статья 6.1 «Дистанционный способ продажи товаров», призванная упорядочить соответствующие отношения между продавцами и покупателями и обеспечить последним дополнительную защиту. Пользуясь услугами дистанционных продаж, не каждый покупатель знает свои права, а пользуясь этим обстоятельством, недобросовестные продавцы могут обманывать клиентов и работать в пользу своей выгоды. Например, закон гласит о том, что потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара — в течение семи дней. Если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента его передачи. Не каждый потребитель знает и о том, что если у него отсутствует документ, подтверждающий факт и условия покупки товара, то это не лишает его



Рис. 1. Предпосылки развития дистанционной торговли

возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

Дистанционной торговлей заинтересованы более чем 40 миллионов людей, и с каждым годом данная цифра увеличивается практически в разы. Объем мировой дистанционной торговли в 2013 году составил порядка 1,25 трлн. долларов, а ежегодные темпы прироста колеблются в пределах 13-30%. Объемы дистанционных продаж на душу населения в разных странах различные, лидерами же в данном сегменте являются Великобритания, Германия, Швейцария и Франция (рис. 2).

По данным Европейской Ассоциации дистанционной торговли, доля их оборота составляет 80% от совокупного оборота 24 стран, интенсивно использующих данный вид ритейлера.

Дистанционные продажи подразделяются на такие виды торговли как телевизионная торговля, посылочная и электронная (рис. 3). Рассмотрим подробнее существующие виды дистанционной торговли.

Самым первым видом дистанционных продаж явилась посылочная торговля. В конце 19 — начале 20 века она особенно была распространена в России и США. Почта в те времена работала быстро и безупречно. Например, в 1913 году каждый третий житель России регулярно покупал товары по почте. Известно, что в те времена из Нью-Йорка в сибирскую деревню посылка шла 19 дней, а из Москвы в Москву — 1 день, сегодня же по Москве она может достигать 14 дней.

Знакомство покупателя с товаром при посылочной (почтовой) торговле происходит чаще всего по каталогам. Особым спросом всегда пользовались в каталожной продукции книги. Торможению посылочной торговли в России послужил переход данного вида продаж в свое время под контроль государства и последующее становление рыночной экономики. На сегодняшний день только около 7% россиян приобретают товары по каталогам, в то время как в США и на Западе 85% населения производят покупки по почте. Всего в мире существует порядка 8500

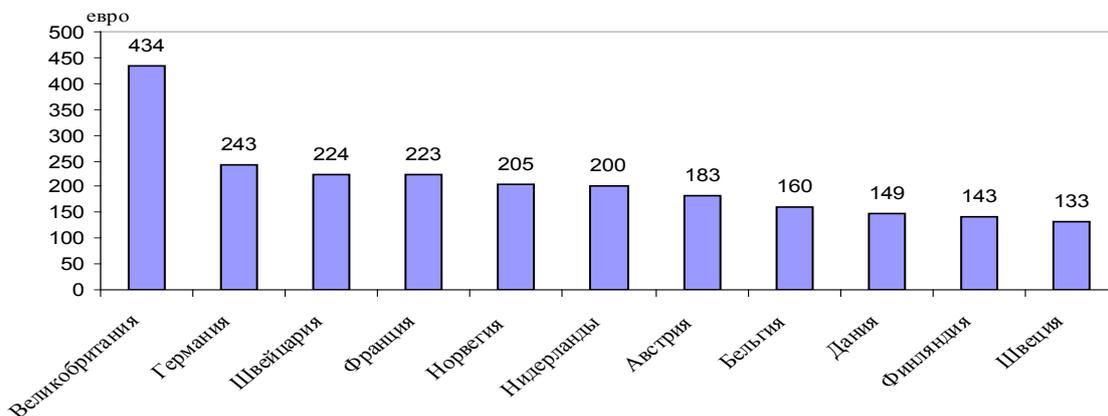


Рис. 2. Среднедушевые объемы дистанционных продаж (за год)



Рис. 3. Виды дистанционной торговли

каталогов с общим тиражом экземпляров 14 млрд. Социальный портрет покупателя каталожной продукции представлен на рисунке 4.

Технология данной формы продажи включает в себя следующее: покупатель, получив нужную информацию из разных источников рекламы и после изучения каталога и выбора необходимого ему товара отправляет свой заказ почтой, используя при этом различные способы связи (телефон, почту и др.), продавцу товара на компанию, где заказ проходит регистрацию. Оплата посылки произво-

дится как при получении, так и предварительно. Чаще всего предоплату предусматривают иностранные посылторговые компании, в то время как российские компании чаще всего работают по системе наложенного платежа. В случае, если покупатель не удовлетворён каким-либо товаром он в праве вернуть его, получив деньги обратно.

Интересная существует статистика о спросах каталожной продукции жителей России (рис. 5).

Быстрорастущим сектором розничных продаж является телевизионная торговля. На сегодняшний день около

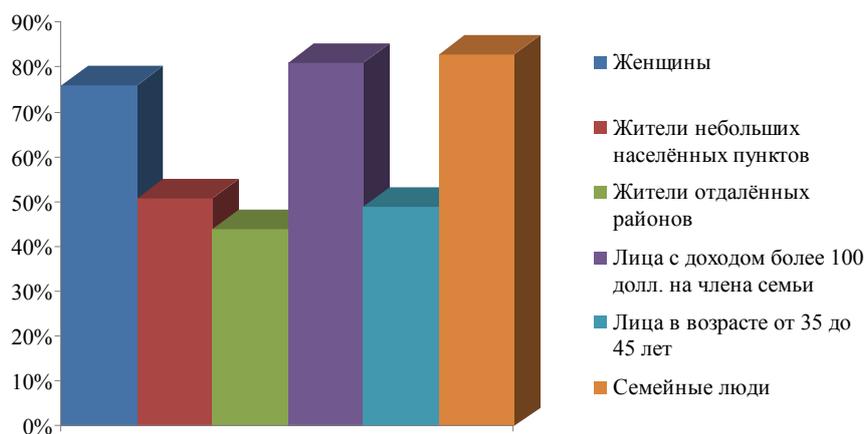


Рис. 4. Социальный портрет покупателя посылочной торговли

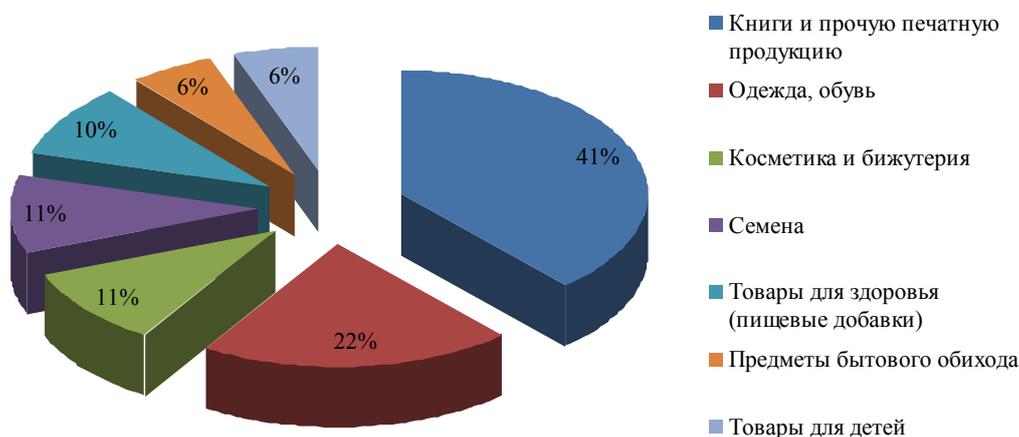


Рис. 5. Спрос россиян на товары по каталогам

95% мирового рынка покупок сосредоточено в экономически развитом треугольнике — США, Европа и Япония. Телевизионные каналы рекламы работают на всех континентах, на всех основных мировых рынках, и конкуренция среди них является содействием развитию этой отрасли. Несмотря на то, что телемагазины являются небольшой лишь нишей рынка дистанционной торговли, аналитики оценивают его будущее очень оптимистично.

Почти каждая из стран имеет какую-либо форму ТВ-шопинга. В мире, этой отрасли приходится преодолевать ту или иную проблему, но результаты и ее развитие свидетельствует, что предпринимателей учат собственные ошибки. К сведению, годовой объем телевизионной торговли некоторых дистанционных компаний составляет 15%. Для того, чтобы создать, как можно больше каналов российских продаж следует приложить ещё не мало усилий.

Особенности ассортимента телевизионных магазинов заключаются в том, что товарные его группы не всегда можно встретить в обычном магазине. Сначала новинки появляются в ТВ-шоппе, а через некоторое время их можно встретить и в магазине.

Необычная история возникновения у телевизионной торговли, которая явилась чистой случайностью. В 1970-х годах один рекламодатель не смог оплатить счет за рекламу, вышедшую в эфир радиостанции города Клиэруотер во Флориде. В качестве компенсации он предложил радиостанции свой товар — 112 электрических консервных ножей, и владелец станции взял товар вместо денег, после чего они в прямом эфире были выставлены на продажу и на удивление быстро проданы. Это послужило запуску радиостанцией в эфир регулярного радишоу выгодной покупки. Впоследствии в 1981 г. программа была переименована в «Канал домашних покупок» и стала выходить на местном кабельном телевидении.

В настоящее время влияние интернета на экономику постоянно растет. Большинство компаний открывают свои представительства в Интернете — корпоративные сайты. Это позволяет связывать виды дистанционных продаж между собой. Например, каталожная продукция может дублироваться интернет-магазином.

Возможность круглосуточной работы интернет магазина является одним из главных преимуществ, так как он

не ограничен временем их обслуживания и числом посетителей. Для клиентов интернет-магазин доступен в любое время без перерывов и выходных — необходимо лишь наличие Интернета. Кроме того, есть возможность оставлять свой отзыв о товаре, сравнивать товары друг с другом и добавлять в список избранное. Так же можно выделить преимущество способа расчёта и получения заказа. У клиента есть возможность использовать различные способы оплаты: как банковский, наличный так и электронный расчёт. И получать заказанный товар, как с помощью курьерской службы, так и по почте.

В России интернет-торговля стала активно развиваться с 2006 года. Только 8,4% российских интернет-пользователей совершали свои покупки, тогда как в мире эта цифра составляла уже более 50%. Распространение сети Интернет способствовало развитию данного вида дистанционных продаж и в 2014 году оборот интернет-торговли в России составил порядка 20 млрд. долларов, а ежегодный темп роста в последнее время составляет 15-18%.

Значимым моментом на пути к формированию цивилизованного рынка интернет-торговли в России стало создание в 2012 году Ассоциации Интернет-торговли, в которую вошли 15 российских онлайн-магазинов, ориентированных на качественный сервис. Также, хотелось бы выделить и стратегическое видение онлайн-продавцов, 40% из которых планируют вводить для своего бизнеса мобильные стратегии, 15% улучшать уже существующие, а 20% планируют запустить мобильные приложения для электронной торговли. По мнению представителей онлайн-ритейла, составляющими коммерческого успеха и вектором развития этой отрасли является обновление или замена программной платформы, улучшение функциональности сайта и поисковая оптимизация.

Следуя вышеизложенному, можно сделать вывод, что дистанционная торговля как вид розничных безличных продаж эволюционирует, прогрессирует, стремительно набирает свои обороты и идет в ногу со временем. Ее развитие очень важно как в российских, так и в мировых масштабах, так как клиенты дистанционного ритейлинга — это жители, которые находятся в отдалении от районных центров с развитой инфраструктурой, а также потребители, которые следят за новинками моды и которые ценят время.

Литература:

1. Дистанционная торговля — 2016 [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/distancionnaya-prodazha.html>
2. Дистанционная торговля или торговля через интернет. Юридические особенности — 2011. ЮрКонсультант [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.uristexpert.ru/useful/articles/internet/36969/>
3. Рынок дистанционной торговли в сегменте B2C в России [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.aup.ru/news/2010/06/11/3949.html>
4. Рынок дистанционной торговли в России [Электронный ресурс]/Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/mr/services/distance_selling.htm
5. Торговля по почте и каталогам — 2016 [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/torgovlya-po-pochte.html>
6. <http://www.unn.com.ua/ru/>

Актуальные проблемы учета и контроля расчетов по оплате труда

Садилова Анастасия Дмитриевна, студент

Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д. Н. Прянишникова

Проблемы организации системы расчетов с персоналом по оплате труда в настоящее время является наиболее актуальными в экономической деятельности любого экономического субъекта. Успешным решением этих проблем занимаются многие ученые — экономисты, что свидетельствует о дискуссионном характере предмета исследования. Существенный вклад в решение таких проблем внесли: Л. Коршунова показала важность применения сдельной оплаты труда в растениеводстве; Ф. Арутюнян и Л. Головина отразили концептуальные основы организации заработной платы в сельском хозяйстве; совершенствование системы планирования на основе нормативных калькуляций показал в своей работе Г. Русин; А. Колянко — затрагивает вопрос о работе в праздничные дни, как они нормируются и оплачиваются; Вопрос является ли стоимость питания сотрудников, оплаченная организацией, объектом обложения страховыми взносами в государственные внебюджетные фонды рассмотрел А.Г. Снегирев; К. Либерман рассмотрел общие вопросы расчетов с персоналом по оплате труда; как проводится бухгалтерский учет начисления и выплаты заработной платы рассказывает В. Говоров; Е. Егорова на основе практики налоговых споров рассматривает вопрос о расходах на персонал; нюансы, при выплате сотрудникам заработной платы в натуральной форме рассматривают: Р. Лахман и Р. Юропов.

На вопросы оплаты труда механизаторов с/х предприятий растениеводческой специализации обратила внимание Л. Коршунова. По ее мнению при использовании сдельной оплаты труда необходимо соблюдать ряд требований, основным из которых является хорошо поставленный учет количественных результатов труда. Большое значение автор придает процессу нормирования оплаты труда и в завершение указывает: «Несмотря на то, что у работы механизатора имеется количественный результат труда выражаемый в гектарах обработанной площади, установить...норму выработки...не представляется возможным». Поэтому нельзя не согласиться с мнением автора о том, что установить действительно обоснованную норму выработки в отрасли растениеводстве — далеко не простая задача [6, с. 38-45].

Ф. Арутюнян и Л. Головина рассмотрели в своей статье вопросы, связанные с тарификацией, нормированием и непосредственно системой оплаты труда в сельскохозяйственных предприятиях. По их мнению, целесообразно для каждой группы специалистов и служащих, устанавливать не конкретный оклад, а диапазон с разницей на 10-15% между нижней и верхней границей, это может способствовать укреплению дисциплины, повышению квалификации и активности специалистов. Авторы уделяют особое внимание системе оплаты труда, по их мнению, она является

важнейшим звеном расчета предприятия, она состоит из четырех этапов, один из которых: начисление и выплата текущей заработной платы в течение года всем работникам [1, с. 32-38].

Практическое применение мер стимулирования труда наемных работников в современных условиях определяется хозяйствующими субъектами самостоятельно, исходя из финансовых возможностей и других факторов, считает Г. Русин. Он говорит, что с учетом принятой системы стимулирования труда определяются нормативы расходов на оплату труда. Автор показал в своей работе тарифные разряды и коэффициенты, рекомендуемые для оплаты труда рабочих, а так же показатели и нормативы стимулирования труда на примере трактористов — машинистов и разнорабочих [2, с. 7-14].

А. Колянко — юрист, затрагивает вопрос о работе в праздничные дни, как они нормируются и оплачиваются. Автор приводит перечень официальных праздничных дней, согласно ч. 1 ст. 112 ТК РФ. Размер заработной платы за работу в предпраздничный день зависит от вида оплаты труда. Например, работникам, получающим оклад, работа в сокращенный предпраздничный день оплачивается в полном объеме, так как уменьшение количества рабочих часов в предпраздничный день, предусмотренное ТК РФ, — это норма рабочего времени. Так же автор уделяет внимание учету табеля рабочего времени, в табеле учета рабочего времени работу в предпраздничный день следует отметить буквенным кодом «Я» или цифровым кодом «01» и указать фактически отработанное количество часов [5].

Вопрос является ли стоимость питания сотрудников, оплаченная организацией, объектом обложения страховыми взносами в государственные внебюджетные фонды рассмотрел А.Г. Снегирев — эксперт журнала «Промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение». В статье автор использует информацию из федеральных законов и постановлений. А.Г. Снегирев исходит из судебной практики, когда арбитры пришли к выводу, что оплата питания сотрудников не является оплатой труда, поэтому страховые взносы с них начислять не нужно. Нельзя не согласиться с мнением автора, что оплата работодателем питания сотрудников не связана с оплатой труда, поэтому данные выплаты не нужно облагать страховыми взносами [9].

К. Либерман рассмотрел общие вопросы расчетов с персоналом по оплате труда. В статье он указывает формы и системы оплаты труда, с расчетами. Для расчетов с персоналом по оплате труда применяются первичные документы, которым автор отводит особое внимание. К. Либерман так же затрагивает вопрос оплаты отклонений от нормальных условий труда ссылаясь на статью 149 ТК РФ в которой установлено общее правило, в соответствии с

которым при выполнении работ в условиях труда, отклоняющихся от нормальных работнику производятся соответствующие доплаты, предусмотренные коллективным договором, трудовым договором [8].

О том, как проводится бухгалтерский учет начисления и выплаты заработной платы рассказывает В. Говоров. Для учета расчетов с работниками организации предусмотрено открытие и ведение счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», на котором учитываются расчеты по всем видам выплат, в том числе по оплате труда. Автор показывает на примерах, с какими счетами корреспондируется счет 70 и отмечает, что аналитический учет по счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» ведется по каждому работнику. Автор указывает особенности расчетов по оплате труда в натуральной форме и особенности удержаний из заработной платы [3].

На основе практики налоговых споров рассматривает вопрос о расходах на персонал Е. Егорова. Автор утверждает, что организация вправе учесть для целей налога на прибыль расходы на оплату труда, понесенные с момента приема сотрудника на работу вплоть до его увольнения. При определении прибыли могут учитываться расходы на оплату труда, которые предусмотрены законодательством Российской Федерации, трудовыми или коллективными договорами и производятся за исполнение сотрудником компании своих должностных обязанностей. Виды выплат, которые рассматривает автор в своей статье, — это премии, социальные гарантии и компенсации, выплаты при увольнении [4].

Последствием экономического кризиса нередко является нехватка денежных средств или свободных средств

на расчетном счете, это побуждает компании выдавать сотрудникам в счет заработной платы товары собственного производства. Нюансы, которые важно учитывать при выплате сотрудникам заработной платы в натуральной форме рассматривают: Р. Лахман — эксперт журнала «Российский налоговый курьер» и Р. Юропов — советник государственной гражданской службы РФ. Первым нюансом служит то, что не каждый товар можно передать сотруднику в счет зарплаты, так, например, в счет заработной платы алкогольную продукцию выдавать нельзя. Далее авторы отмечают, что для выплаты заработной платы в натуральной форме необходимо согласие работника и приводят образец письменного соглашения работника. Последующими нюансами, о которых сообщают авторы, являются: в налоговых расходах учитывается только 20% «натуральной» зарплаты, а также способ оплаты труда не влияет на необходимость начисления страховых взносов [7].

Таким образом, исследование проблем организации учета и контроля расчетов по оплате труда показало следующие результаты:

— процесс организации расчетной дисциплины с работниками предприятия является дискуссионным и широко освещается в научной литературе;

— в сельскохозяйственном производстве, наряду с основной и дополнительной, широкое распространение нашла натуральная оплата труда;

— ввиду того, что оплата труда является объектом исчисления НДФЛ и страховых взносов во внебюджетные фонды, то предметом исследований многих ученых является комментарий к налоговому законодательству.

Литература:

1. Арутюнян, Ф. Концептуальные основы организации заработной платы в сельском хозяйстве/Ф. Арутюнян// Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. — 2014. — № 10. — с. 32-38.
2. Болдырев, А. Совершенствование системы планирования на основе нормативных калькуляций/А. Болдырев, Г. Русин//Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. — 2015. — № 9 — с. 7-14.
3. Говоров, В. Бухгалтерский учет начисления и выплаты заработной платы [Электронный ресурс]/В. Говоров// Кадровый вопрос. — 2014. — № 12. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
4. Егорова, Е. Расходы на персонал: практика налоговых споров [Электронный ресурс]/Е. Егорова//Практическая бухгалтерия. — 2015. — № 10. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Колинько, А. Работа накануне праздника [Электронный ресурс]/А. Колинько//ЭЖ — Юрист. — 2015. — № 1-2. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
6. Коршунова, Л. Важность применения сдельной оплаты труда в растениеводстве/Л. Коршунова // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. — 2014. — № 12. — с. 38-45.
7. Лахман, Р. Шесть нюансов, которые важно учитывать при выплате сотрудникам зарплаты в натуральной форме [Электронный ресурс]/Р. Лахман, Р. Юропов//Российский налоговый курьер. — 2015. — № 10. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
8. Либерман, К. Расчеты с персоналом по оплате труда [Электронный ресурс]/К. Либерман//Кадровый вопрос. — 2014. — № 12. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
9. Снегирев, А.Г. Оплата питания сотрудников: надо ли начислять страховые взносы [Электронный ресурс]/А.Г. Снегирев//Промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. — 2015. — № 1. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

Разработка предложений по организации транспортно-пересадочного узла на площади Ленина г. Санкт-Петербурга

Сатторов Парвин Оромджонович, студент;
Куртенок Антон Анатольевич, студент;
Журавлев Александр Игоревич, студент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Санкт-Петербург с каждым годом расширяется и об­растает все новыми районами. В связи с этим, вопрос быстрого, комфортного, а главное безопасного перемещения по городу становится все актуальней. Особенно это касается районов, где особенно много жилых и рабочих зон. Одним из таких является микрорайон у метро Площадь Ленина. Вокруг метро стоит разработать ТПУ, для жителей и работников района.

Площадь Ленина находится в Санкт-Петербурге в Калининском районе. Она состоит из двух частей, которые разделяются улицей Комсомола, а южная часть ограничена Арсенальной набережной. Через дорогу от площади расположены здания Финляндского вокзала.

В непосредственной близости от площади Ленина расположено множество остановок общественного транспорта, ведущие в разные районы города.

Ниже перечислены все маршруты общественного транспорта от станции метро и Финляндского вокзала:

Автобусные маршруты: № 1М, 1Ма, 28, 37, 49, 86, 106, 107, 133.

Маршрутные такси: № К-28, К-30, К-32, К-37, К-106, К-107, К-137, К-152, К-177, К-178, К-183, К-191, К-212, К-254, К-258, К-262, К-367, К-400, К-530.

Трамвайные маршруты: № 6, 20, 23, 30, 38.

Троллейбусные маршруты: № 3, 8, 38, 43.

Также на площади расположена станция метрополитена, открытие этой станции метро дало возможность соединить железнодорожные вокзалы нашего города одной линией метрополитена. Станция имеет два выхода, что распределяет поток пассажиров. А в 2021 году запланировано постройка метро «Полюстровский проспект».

Основная часть

Несмотря на все перечисленное транспортная доступность данной части города считается средней, в первую очередь потому что на ближайших городских дорогах (Свердловская наб., ул. Академика Лебедева, Кондратьевский пр. и Большой Сампсониевский пр.) возникают дорожные коллапсы.

Численность населения, проживающего в Калининском районе, уже перешла за отметку в 1,5 миллиона и продолжает расти. Район занимает в городе второе место по количеству в нем жителей.

В калининском районе находит нескольких обособленных друг от друга производственных и жилых областей, транспортная связность которых сложно назвать удовлетворительной. В одной части — фабрично-заводская южная часть с расположенными там «Крестами»,

в другой — тихие спальные районы с парками. Площадь Ленина расположена в южной части района, в непосредственной близости к заводу Арсенал, «Крестам», детской областной больнице, концертному залу Аврора и еще нескольким заводам. Это создает большой поток людей на станцию метро, высокую потребность в общественном транспорте и удобному подъезду для личного транспорта.

Создание Транспортно-пересадочного узла на Площади Ленина необходимо сделать первоочередным, ведь в микрорайоне проживает наибольшее число жителей. Стоит заметить, что большой процент среди них работает в других районах города.

Транспортно-пересадочный узел или ТПУ, состоит из комплекса объектов недвижимого имущества с объектами транспортной инфраструктуры, а также другими объектами, предназначенными для обеспечения безопасного и комфортного обслуживания пассажиров в местах их пересадок с одного вида транспорта на другой.

Расположение проезда для автобусов и автомобилей

Дороги, прилегающие к площади Ленина — односторонние. На территориях вокруг достаточно много застроек, как жилых, так и общественных, что усложняет проблему организации подъезда транспорта к площади. При проектировании дополнительного проезда, нужно учитывать интересы жителей, проживающих в близлежащих домах. Расстояние между зданиями и проезжей частью на улице Комсомола (где расположено большинство остановок общественного транспорта) равна 2 метра. При расширении дороги, шумовое воздействие и количество выхлопных газов в воздухе от транспорта значительно возрастёт. Также уменьшится безопасность для пешеходов, так как возрастет риск возникновения ДТП при выходе из домов, метро и кафе.

На основании вышеперечисленного, предлагаю организовать проезд для транспорта в другом месте. Оптимальным будет его сделать по Финскому переулку с двусторонним движением. И проезд разрешить только для общественного транспорта. Ограничение скорости движения по проезду — 30 км/ч. Это снизит нагрузку на Арсенальную улицу и увеличит ее проходимость для личных автомобилей. Сквозного проезда по площади, делать не нужно, ведь он сильно уменьшит пешеходную и парковочную зону.

Дополнительно, необходимо оборудовать светофорный объект на перекрестке ул. Академика Лебедева/Боткинская ул., согласованный по фазам со светофором на пере-

крёстке Боткинской ул./ул. Комсомола для регулирования движения на перекрёстке

Ситуация движения у площади Ленина осложняется ещё и тем, что площадь находится в непосредственной близости к Арсенальной набережной и Литейному мосту, в связи с жесткой организацией съезда с моста и движением по набережной.

Для удобного передвижения пешеходов возможно организовать надземным пешеходный переход через набережную.

Расположение посадочной площадки и кольца для разворота

Посадочную площадку удобно расположить на повороте Боткинской улицы. Расширить территорию до 30 метров квадратных и разделить на две части, с одной осуществляется посадка в центр города, с другой — в сторону северных районов. Остановочный павильон крытый, но должен иметь выходы в сторону обоих выходов из метро и выхода с вокзала.

Возможно сделать дополнительный переходный мост с вокзала прямо к посадочной площадке автобусов, который также будет очень удобен для приезжающих.

Также необходимо спроектировать подземные пешеходные переходы у выходов из метро — через Комсомольскую улицу и через улицу Академика Лебедева.

Стоянка и парковка для такси

Поскольку такси преимущественно пользуются пассажиры поездов дальнего следования, то логично сделать площадку для них рядом со зданием вокзала. Для этого подойдёт территория между вокзалом и домом 35. Необходимо отметить её соответствующими знаками, а в здании вокзала и на платформах повесить соответствующую информацию. Всё это может быть сделано за счёт частных операторов такси.

Расположение перехватывающей парковки

Перехватывающая парковка также должна располагаться в непосредственной близости от вокзала и метро. Так как на прилегающей территории нет достаточного для парковки пространства, целесообразно будет организовать подземную парковку. Вместимость и расположение перехватывающей парковки должны определяться гидрогеологическими условиями. Устройство подземных стоянок в жилой зоне и под дорогами является наиболее сложной задачей. При проектировании учитывают и градостроительные ограничения, в частности — охранные зоны памятников архитектуры, различных коммуникаций и т. п. Непосредственно у площади Ленина есть возможность организовать подземную парковку между домами 35

(ул. Комсомола) и 6 (ул. Михайлова) с заездом с ул. Комсомола. Либо в районе дома 31 по улице Академика Лебедева.

Организация велопарковки и велопроката

Велосипед, как вид транспорта, стал очень популярным особенно в последние годы. Он соединяет плюсы автомобильного (независимость от расписания и самостоятельный выбор маршрута), и социального (компактность) транспорта, поэтому он так активно развивается во многих городах. Многие жители микрорайона пользовались бы велосипедом для поездки от дома до работы или метро, при наличии соответствующей инфраструктуры. Гости города смогли бы использовать велосипеды для поездок по городу. Поэтому на станции важно наличие как велопроката, так и велопарковки, при этом велопарковки можно расположить в большом количестве, как у выходов из метро, так и в непосредственной близости от площади и вокзала. Для создания проката можно привлекать коммерческие организации. Парковки необходимо сделать двух видов:

— Бесплатная (несколько точек на территории микрорайона, на открытом воздухе, без гарантии охраны. В том числе у здания вокзала).

— Платная (внутри проката, при этом оператор парковки несёт ответственность за сохранность велосипеда).

Заключение

Подведем итог необходимых мероприятий:

1. Дополнительный проезд по Финскому переулку
2. Надземный пешеходный переход через набережную
3. Дополнительные согласованные светофоры
4. Посадочная площадка на Боткинской улице
5. Дополнительный переходный мост с вокзала прямо к посадочной площадке автобусов
6. Подземные пешеходные переходы у выходов из метро
7. Стоянка и парковка для такси
8. Перехватывающая парковка
9. Велопарковки и велопрокат

В ходе работ, необходимо привлечь к подключению действий работе органов местного самоуправления, собственников земельных участков и девелоперов, которые заинтересованы в развитии территорий комплексного освоения. К работе над проектами рекомендовано также подключить ведущие мировые консалтинговые компании.

Предложенные в статье мероприятия можно применить и в других районах города, где требуется организовать комфортное и безопасное перемещение пассажиров с одного транспорта на другой.

Литература:

1. Лазарев, Ю. Г. Современное состояние проблемы совершенствования транспортной инфраструктуры // Технико — технологические проблемы сервиса. СПб.: 2013. № 4 (26). с. 62-64.
2. Лазарев, Ю. Г. Транспортная инфраструктура (Автомобильные дороги). Монография — LAP LAMBERT, Германия: 2015. 113 с.

3. Лазарев, Ю.Г. Основы совершенствования транспортной инфраструктуры // Техника — технологические проблемы сервиса. СПб.: 2013. № 2 (24). с. 63.
4. Лазарев, Ю.Г., Собко Г.И. Реконструкция автомобильных дорог: учебное пособие. СПб. СПбГАСУ. 2013. 93 с.
5. Лазарев, Ю.Г., Обоснование деформационных характеристик укрепленных материалов дорожной одежды на участках построечных дорог./Ю.Г. Лазарев, П.А. Петухов, Е.Н. Зарецкая// Вестник гражданских инженеров. 2015. № 4 (51). с. 112-120.
6. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года: Мин. транспорта РФ. М.:2012. — 313 с.

Скоринг как метод оценки кредитного риска

Скачкова Елена Константиновна, студент
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Принимая во внимание, что основной объем активных операций банков приходится на заемные операции, одним из наиболее значимых является кредитный риск. В начале XXI в. наблюдался бум кредитования в России, Венгрии, Польше. При этом выдача кредитов 2007-2008 гг. часто проводилась мгновенно, без качественной оценки риска невозврата средств заемщиками, и стала одним из следствий финансового кризиса 2008-2009 гг., т. к. большинство банковских учреждений оказалось неготовым к экономическим потрясениям, вызванным, в том числе, невозвратностью ссуд и снижением ресурсной базы банков. По данным Центрального банка России, доля просроченных ссуд юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на 01.01.2016 г. составила 5,6%, а физическим лицам с просроченными платежами свыше 90 дней — 10,5% [1]. Таким образом, одним из недостатков сегодняшней банковской системы в нашей стране является то, что значительная часть банков не могут адекватно оценить кредитные риски и в результате этого проводят достаточно нерезультативную политику управления ими. В свою очередь, формирование эффективной политики управления кредитным риском банка требует совершенствования методов его оценки для достижения финансовой устойчивости каждой кредитной организации и стабильного развития банковской системы в целом. На наш взгляд, наиболее приемлемым и отвечающим запросам современного риск-менеджмента потребительского кредитования банка является скоринг. Сегодня отдельные крупнейшие банки в России и мире активно внедряют и развивают системы кредитного скоринга. Это обусловлено несколькими факторами практического значения. Первым фактором является необходимость получения обоснованной оценки кредитного риска заемщиков. Такая оценка получается путем разработки экономико-математических моделей и преимущественно используется в сегменте потребительского кредитования, что обусловлено массовым характером и относительно невысокими суммами кредитов. Главным преимуществом таких моделей является высокая эффективность и объективность в условиях быстрого принятия решений.

Вторым фактором является конкуренция. Финансовые учреждения, занимающиеся кредитованием, постоянно совершенствуют структуры кредитного риск-менеджмента, в состав которых входят скоринговые системы. Основными направлениями развития скоринговых систем является поиск новых факторов влияния, разработка и использование новейших моделей оценки кредитного риска заемщиков, методов их реализации. Поскольку конкуренция на рынке потребительского кредитования жесткая, то учреждение с более результативной системой кредитного риск-менеджмента, позволяющей нарастить объемы кредитования, доходность кредитного портфеля и минимизировать кредитный риск, получает значительные конкурентные преимущества. При этом, внедрение скоринга кредитных рисков в российской банковской практике сопряжено с рядом сложностей, решению которых посвящена статья.

Цель статьи обобщение основных проблем эффективного внедрения скоринга кредитных рисков в российскую практику и обоснование путей их преодоления.

Задачами, которые поставлены для решения данной цели, являются:

- исследование современных подходов к скорингу кредитных рисков;
- выявление преимуществ и недостатков использования скоринга как метода оценки кредитного риска в российской практике;
- разработка путей преодоления проблем внедрения скоринга кредитных рисков в России.

Для того чтобы работа на рынке кредитования приносила эффект, выраженный в росте прибыли банковского учреждения, необходима эффективная система оценки рисков, которая дает возможность отследить ненадежных клиентов и не отказывать при этом надежным клиентам банка с необходимым уровнем доверия. Именно такая система должна обеспечивать уровень рискованности кредитных операций на допустимом для банка уровне.

Рассмотрим современные подходы к скорингу кредитных рисков. Процесс кредитования по своей сути требует проведения анализа рисков невыполнения заемщиком взятых

на себя обязательств, то есть невозврата, несвоевременного возврата или возвращения в полном объеме кредитных средств. Исторически такой анализ кредитоспособности заемщика проводился индивидуально и достаточно субъективно [8] — это так называемый метод экспертных оценок, который имеет много недостатков при массовом кредитовании: поверхностная оценка кредитоспособности заемщика, низкая скорость выдачи кредитов, несовершенство централизованной статистики о выданных кредитах и, как следствие, потенциально высокие финансовые риски операций кредитования. Учитывая приведенные слабые стороны метода субъективного анализа финансовых рисков, после Второй мировой войны в развитых странах с началом активного развития розничного кредитования начали формироваться подходы к автоматизации оценки потенциальных заемщиков на основе экспертных предположений поведения клиентов и статистических данных за прошлые периоды [8]. Такие системы оценки кредитоспособности лица, уровня его финансовых рисков на основе анализа различных характеристик его жизни и деятельности получили название скоринговых систем или систем кредитного скоринга (от англ. *scoring* — балльная оценка).

Вопросы развития кредитного скоринга широко представлены в научной литературе. Существует большое количество работ отечественных и зарубежных ученых, посвященных оценке кредитных рисков, в частности системам кредитного скоринга. Среди последних российский публикаций следует отметить труды Деникаевой Р.И. и Альберт В.А. [2], Синельникова М.В. [3], Самойловой С.С. и Курочки М.А. [4], Банных А.А. [5], Новичкова Н.В., Черниковой Л.И., Фаизовой Г.Р. [6] и др. В приведенных работах исследуются различные аспекты проблемы оценки кредитного риска заемщиков с помощью скоринговых моделей: уровень субъективности моделей оценки (от экспертных до полностью автоматизированных), подходы к моделированию (параметрические и непараметрические), использование современных методов оценки (нейронных сетей, генетических алгоритмов и проч.), использование временного параметра в скоринговых моделях (анализ выживания и тп) и др.

В частности, Новичков Н.В., Черникова Л.И., Фаизова Г.Р. все существующие системы оценок делят на три вида: «экспертные (основаны на качественном подходе), балльные (основаны на количественном подходе) и системы оценки, включающие в себя как экспертное мнение, так и балльную оценку, как правило, с активным использованием коэффициентов» [6, с. 136], а скоринг рассматривается с учетом высокой роли технологической составляющей для реализации данной системы оценки. Банных А.А. говорит о необходимости методик оценки риска потенциального заемщика на основе совмещения оценок, полученных с помощью анкетного скоринга банка и скоринга Бюро кредитных историй [5, с. 25-32].

Как правило, системы скоринговой оценки кредитных рисков используются в потребительском экспресс-кредитовании физических лиц на небольшие суммы, при ко-

тором клиенту для получения кредита необходимо предоставить информацию, которая будет оценена по балльной шкале в соответствии с алгоритмами обработки введенных в систему данных. Следует заметить, что принцип работы скоринговой системы может использоваться банками для анализа платежеспособности клиентов и при оформлении всех типов кредитных договоров (ипотечных, авто и т. д.). Но при этом анализ уровня финансовых рисков клиентов должен быть проведен на более глубоком уровне, пропорционально размеру потенциальных потерь. По результатам такой оценки система предоставляет рейтинговую оценку финансовых рисков клиента, согласно которой банк принимает решение о выдаче, изменении условий выдачи или невыдаче кредита. Банк может выделить финансовые, экономические и мотивационные факторы, отделяющие «хорошие» кредиты от «плохих» путем анализа большой группы заемщиков. Важно отметить, что единых критериев оценки кредитоспособности не существует, каждый банк самостоятельно выбирает параметры и их значения, основываясь на собственном опыте работы и требованиях регулятора.

Анализ научной литературы позволил обобщить преимущества и недостатки использования скоринга как метода оценки кредитных рисков.

Так, Синельников М.В., отмечая сложность использования скоринговых моделей в Российской Федерации, выделяет следующие преимущества:

- «возможность минимизировать затраты и снизить операционные риски за счёт автоматизированного процесса оценки кредитоспособности и принятия решения о кредитовании;

- сокращение временных затрат при обработке кредитных заявок;

- увеличение величины обрабатываемых заявок;

- отсутствие влияния субъективных факторов при принятии решения;

- определение доходности и риска кредитного портфеля;

- отслеживание попыток мошенничества» [3, с. 27].

С.С. Самойлова, М.А. Курочка отмечают, как преимущества, так и сложности использования скоринга, приводя сравнительную таблицу ошибок типичного подхода к оценке кредитного риска и эффективных скоринговых моделей [4, с. 101].

Мадера А.Г. выделяет следующие наиболее важные причины ошибок скоринга:

- «скоринг оценивает материальное, имущественное и социальное состояния заемщика только на момент подачи им кредитного заявления. Между тем по прошествии времени, когда подойдет срок расплаты по долгам, материальное и социальное положения заемщика могут претерпеть существенные изменения. Однако скоринг не способен прогнозировать будущие состояния заемщика;

- в основе скоринга лежит сомнительная гипотеза, согласно которой люди, имеющие схожие имущественные и социальные показатели, также и поступают одинаково;

— система скоринга никак не оценивает психологический склад личности потенциального заемщика, который определяет установку заемщика на возврат/невозврат кредита» [7, с. 72].

Причины ошибок, указанные автором, на наш взгляд, возможно решить (и в отдельных случаях банковской практики решаются) применением современного экономико-математического аппарата и методов интеллектуального анализа данных (нелинейная байесовская регрессия, байесовские сети, нечеткая логика, дерево решений, нейронные сети), позволяющего не только точно спрогнозировать будущее состояние заемщика, но и учесть другие (в том числе психологические) факторы.

Таким образом, преимуществами скоринговых систем оценки кредитного риска являются: быстрота принятия решения о выдаче кредита, уменьшение субъективизма процесса принятия решений, возможность перманентного совершенствования оценки кредитного риска, относительная точность оценки риска в результате использования значительных объемов ретроспективных данных по аналогичным субъектам кредитования, возможность управления качеством принимаемых решений, снижение трудозатрат, быстрая адаптация к изменяющимся условиям рынка.

К недостаткам скоринга можно отнести: неверно выбранную модель скоринга кредитных рисков; ошибки при определении квалификации заемщика из-за недостаточности или неточности предоставленной информации, не учтенное либо неверно учтенное влияние макроэкономических факторов, таких как уровень реальных доходов, уровень безработицы и т. д.; снижение качества кредитного портфеля и его доходности в результате допущенных ошибок скоринга кредитного риска.

Обозначенные недостатки скоринга кредитных рисков определяют проблемы его эффективного внедрения в российскую практику банковской деятельности. Ввиду этого, предлагаются следующие пути их преодоления.

Для решения первой проблемы необходимо ответственно подойти к выбору и реализации системы кредитного скоринга в зависимости от потребностей и возможностей банка; максимально автоматизировать процесс принятия решений о выдаче кредитов; обратить внимание на разработки инструментов кредитного скоринга постсоветских компаний, которые больше приспособлены к специфике российского банковского сектора. Относительно практической реализации системы кредитного скоринга в банке, то существует два альтернативных решения:

— разработка скоринга внутри банка — это наиболее популярная реализация в банках, преимущественно такая система создается средствами Microsoft Excel. Конечно, она ограничивается минимальным функционалом, значительными возможностями, рядом неудобств для использования, однако, при небольших объемах количества кредиторов-физических лиц рационально применять данный вариант из-за относительно невысоких затрат на его разработку;

— разработка скоринга специализированной компанией — такой вариант реализации более распространен в банках развитых стран. Речь идет о создании полноценной системы оценки финансовых рисков, их анализа, построения статистических отчетов, отображения трендов путем использования средств математического и статистического аппарата, методов глубокого анализа данных, в частности, линейной и логистической регрессии, нейронных сетей, генетического алгоритма, дерева решений и других инструментов «data mining».

Мировая практика риск-менеджмента доказала преимущества использования именно мощных систем кредитного скоринга, которые характеризуются такими сильными сторонами, как гибкость, легкая интеграция с другими банковскими системами, масштабность, производительность, широкие возможности подсистемы аналитической отчетности. Следует заметить, что, с другой стороны, стоимость запуска современной системы скоринга может составлять десятки и сотни тысяч долларов США. Наиболее известными разработчиками таких систем являются западные компании — SAS, EGAR, Experian, KXEN, а также компании стран СНГ — BNS, Basegroup Labs, Scorto. Как показывает практика использования этих систем банками стран СНГ, именно локальные разработки являются более адаптированными к особенностям кредитования в постсоветских странах. Несмотря на высокую сложность и стоимость внедрения подобных систем, их использование должно оптимизировать кредитный портфель банка путем уменьшения доли «проблемных» кредитов и роста объемов кредитования. Поэтому дополнительные доходы, полученные благодаря введению системы кредитного скоринга, должны покрыть затраты на ее имплементацию за несколько лет.

Для решения второй проблемы скоринговая система должна регулярно (не реже, чем раз в полгода) пересматриваться, предоставляя возможность принимать решения на основе анализа тенденций развития кредитного рынка и пополнения ретроспективной базы по проведенным кредитным операциям. Для оценки кредитоспособности заемщика с помощью скоринговой системы необходимо проанализировать информацию о клиенте, его социальное и финансовое состояние. Такие данные заемщик изображает в виде заполненной анкеты или выражает в виде устных ответов. Немаловажным дополнительным этапом в процессе рассмотрения кредитной заявки в российских реалиях является проверка предоставленной клиентом информации. Необходимым условием функционирования скоринговой системы является наличие базы данных кредитных дел за прошлые периоды, то есть той основы, из которой сравнивается каждый новый заемщик банка. Практика показывает, что для формирования такой аналитической базы (тысячи кредитных дел) может потребоваться несколько лет, в зависимости от кредитной активности банка (в случае, если банк использует только собственные источники информации). Однако в мировой банковской практике довольно часто применяется инфор-

мация из внешних источников, как правило, это так называемые «бюро кредитных историй», которые содержат данные о кредитных делах многих лиц. Специалисты отмечают, что внедрение готовых западных скоринговых моделей не будет эффективным: «в 2005 году было создано Национальное бюро кредитных историй (НБКИ), разработанные скоринговые продукты которого являются одними из самых популярных в Российской Федерации. При этом нельзя не упомянуть то, что продукты не являются в полной мере собственными разработками НБКИ» [3, с. 26]. Совместная работа компании FICO (Fair Isaac Corporation) и НБКИ позволила создать скоринговую модель, максимально адаптированную для российского рынка. Также в структуре модулей конкретной скоринговой системы возможны вариации, в частности, использование так называемых «стоп-факторов», «черных списков» и других блокирующих характеристик, которые ограничивают возможность получения кредита отдельным заемщиком.

Для решения третьей проблемы необходимо пытаться достичь поставленных целей по минимизации проблемных кредитов при максимизации общего объема кредитования. По сути работы скоринговой системы, ее основной целью является прогнозирование вероятности полного выполнения заемщиком своих кредитных обязательств. С другой стороны, кредитный скоринг должен быть направлен на оценку потенциального уровня финансовых рисков по каждому кредиту для оптимизации кредитного портфеля по доходности и рискованности в соответствии с внутренней кредитной политикой банка. Результатом оценки кредитоспособности заемщика должно быть не только положительное или отрицательное решение о выдаче кредита, а также изменение стандартных условий выдачи кредита (например уменьшение суммы кредита при высоком, но приемлемом для банка уровне риска).

Таким образом, использование скоринговой системы в оценке кредитного риска в банке позволяет:

- 1) увеличить прибыльность кредитных продуктов при ограничении кредитного риска;
- 2) уменьшить период принятия решения — с 1 недели до 1 дня;
- 3) увеличить конкурентоспособность банка;
- 4) ввести более объективный мониторинг качества суд для предприятий малого и среднего бизнеса;
- 5) отсеять потенциальных мошенников и недобросовестных клиентов;

Литература:

1. Статистика банковского сектора. — Центральный банк России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=sors> (дата обращения 14.03.2016)
2. Деникаева, Р.И. Скоринг в России и за рубежом/Деникаева Р.И., Альберт В.А. // Научное обозрение. — 2013. — № 11. — с. 194-197.
3. Синельников, М.В. Скоринг как метод оценки кредитного риска в современной России/М.В. Синельников // Проблемы развития современной экономики. — 2015. — № 6. — с. 24-28.

6) снизить требования к квалификации кредитных экспертов;

7) повысить производительность работы кредитных менеджеров;

8) уменьшить список документов, которые подаются будущими заемщиками;

9) более точно проводить ценообразование кредитов в соответствии с возникающими рисками;

10) улучшить качество кредитного портфеля банка за счет снижения уровня его кредитного риска и повышения доходности.

Подведем итоги изложенному в статье. Итак, скоринг — это метод оценки кредитного риска на основе прогноза вероятности, с которой конкретный заемщик может просрочить платежи по кредиту. Предвидение, расчет и распознавание рисков является главным залогом успеха банка при кредитовании.

В результате анализа необходимости использования систем скоринга как метода оценки российскими банками кредитного риска были предложены рекомендации, основанные на изучении мирового опыта для основательного подхода к реализации подобных систем на качественном уровне. В частности, можем выделить следующие:

1) ответственно подойти к выбору и реализации системы кредитного скоринга в зависимости от потребностей и возможностей банка;

2) максимально автоматизировать процесс принятия решений о выдаче кредитов;

3) обратить внимание на разработки инструментов кредитного скоринга компаний постсоветского пространства (BNS, Basegroup Labs, Scorto), которые больше приспособлены к специфике российского банковского сектора;

4) принимать решения по использованию скоринговых систем в перспективе на основе анализа тенденций развития кредитного рынка;

5) пытаться достичь поставленных целей по минимизации проблемных кредитов при максимизации общего объема кредитования.

Внедрение и активное использование мощных систем скоринга оценки кредитного риска позволит решить ряд проблем в сфере кредитования таких, как улучшение качества кредитных портфелей российских банков и повышение их доходности. Такой подход к оптимизации систем риск-менеджмента банков может быть использован ими для практической имплементации современных систем скоринга оценки кредитного риска.

4. Самойлова, С. С. Скоринговые модели оценки кредитного риска/С. С. Самойлова, М. А. Курочка // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 3 (61). — с. 99-102.
5. Банных, А. А. Методики оценки кредитного риска заемщика с применением скоринга бюро кредитных историй/А. А. Банных // Приложение математики в экономических и технических исследованиях. — 2014. — № 4 (4). — с. 25-32.
6. Новичков, Н. В. Направление эволюции оценки розничных рисков/Новичков Н. В., Черникова Л. И., Фаилова Г. Р. // Сервис в России и за рубежом. — 2014. — № 3 (50). — с. 132-142.
7. Мадера, А. Г. Оценка кредитоспособности потенциального заемщика/А. Г. Мадера // ECONOMIC SCIENCES. — 2013. — № 1. — с. 72-75.
8. Клейнер, Г. Б. История современного кредитного скоринга [Электронный ресурс]/Г. Б. Клейнер, Д. С. Коробов // Проблемы региональной экономики. Интнет-издательство. — 2012. — № 17 — Режим доступа: http://reges.ru/archive/index.php?infoblock_id=96 (дата обращения 14.03.2016)

Foreign experience of formation of cluster systems

Sunakbayev Shavkat Kaharovich

Сунакбаев Шавкат Кахарович, старший преподаватель
Международный казахско-турецкий университет имени Х. А. Яссави

In foreign scientific literature emergence of concept of economic space and theories of placement of production is connected with names of the German economists of XIX — the beginnings of the XX century — Johann von Tuenen, V. Launkhardt, A. Weber — founders so-called the «shtandortny theory» setting as the purpose identification of the most favorable placement of the enterprises taking into account minimization of costs of production and increase in profits that assumed the organization of the accounting of transportation costs, labor costs, raw materials, an agglomeration factor. In particular, Tuenen offered the effective tool for the solution of tasks of a choice of a location of production and it introduced into scientific circulation such concepts as «economic space», «placement factors». A. Weber became the developer of the first complex theory of placement of the industry founded on criteria of minimization of costs of production and sale.

The main ideas of A. Weber were stated in his work «About placement of the industry: the pure territory of a standard» — 1909 where classification of factors of spatial placement of production was presented. The theory of economic space gained further development in the neoclassical shtandortny theory of A. Lesh who considered economic space not at the level of the separate enterprises any more, and at the level of economic regions. The regional economic space was represented as the market which formation of borders is caused by development of the interregional competition.

In the middle of the XX century the significant contribution to development of the theory of economic space was made American by the economist Walter Ayzard who generalized all private theories of placement and developed methods of the analysis of an industrial complex, regional production systems and interregional communications. In

the 1970th various aspects of development of industrial complexes were investigated in M. Streyt, V. Latam, K. Ritcher»s works, etc. As tools the received popularity those years the expenses release model was used. The special contribution to development of the theory was made by the French economist François of Peru investigating problems of deformation of economic space under the influence of its polarization round the leading branches — «polyusarost» having a consequence existence the dominating and subordinated economic subjects who interact not only on the basis of supply and demand in the market, but also in the conditions of the direct or indirect coercion proceeding from the dominating partner.

Ideas F. Peru gained development in works of his pupil Zh. Budvil who was investigating regional aspects of poles of growth and allocated types of economic spaces, including homogeneous, polarized and planned. A homogeneous type of space underdeveloped territories which are polarized in process of economic growth have, and only those regions which have the so-called propulsive branches giving an impulse to development all regional economic system develop.

Development of the theory of economic space in the next years found reflection, first of all, in works of M. Porter who on the basis of the analysis of development of branches of mechanical engineering, textile branch and microelectronics of the USA came to a conclusion about spatial industrial clusters — the term «cluster» borrowed from English literally means «grow together».

The important provision of the theory of industrial clusters of M. Porter is the conclusion that competitiveness of a cluster is provided with existence of four factors: development of the institutional environment, including institutes of the market; conditions of rational use of resource potential —

natural resources, a manpower, scientific and technical potential; accounting of requirements of the market; high coherence with other firms working at the market.

The cluster policy as the instrument of stimulation of innovative development started being formed in the EU last decade XX century on the basis of development of close cooperation of production companies, scientific organizations and local public authorities. Such interaction received the name of the principle of «a threefold spiral» which was underlain in a basis of modern development of clusters. Feature of activity of public authorities is that they are urged not to initiate creation of clusters, and to promote formation of favorable conditions for their development by implementation of effective tax, budgetary, credit, customs policy, and also creation of the modern research centers, objects of transport and power infrastructure. For example, if the manufacturing firm needs receiving the credit for installation of the new equipment, local authorities can assume providing a half of the sum of this credit.

63% of the amounts of financing of development of cluster programs in the EU while on the EU structural funds, enterprise structures and regional budgets 19%, 7% and 3% of the amounts of financing, respectively are necessary fall to the share of the national ministries. The part of initiatives of innovative cluster development is financed by the credits and grants of the European investment bank. According to the analysis which is carried out S. I. Rekord, development of the international cluster systems in a zone of the EU happens in the following directions: — formation of clusters with participation of the enterprises of two and more countries when their structure joins the specialized companies, scientific educational institutions from two countries and more; creation of cross-border clusters which are formed in border regions of neighboring countries; — formation of the so-called globalized clusters which incorporate one or even some multinational companies forming directly a cluster kernel.

In modern conditions it is expedient to carry out further development of technological and production specialization, strengthening of cooperation communications, increase in an information and technological exchange on the basis of

network structures what industrial and innovative clusters are. And association in such cluster represents not spontaneous concentration of various technological inventions, and strict system of creation and distribution of new knowledge and on this basis, respectively, new technologies and innovations. The coherence of processes of a clustering, increase of competitiveness and strengthening of innovative activity in fact represents a new economic phenomenon which gives the chance to resist to calls of globalization and to meet the requirements of national development.

World experience shows that formation of clusters especially actively happens in the last decade and so far the clustering captured nearly a half of national economies of the leading countries of the world. Thus in the USA over a half of the enterprises work within clusters, and the share of GDP made in them makes 60%. In the EU now in clusters 38% of all labor are occupied. The Finnish, Norwegian, Swedish and Danish economies are almost completely captured by a clustering.

The leading place by quantity of clusters is taken by the USA that in many respects, along with the developed programs of the state support, provides high competitiveness of the American producers of goods and services. At the same time cooperation with neighboring countries on development of the international cluster systems within the integration block naphtha lags behind a cooperation level of development in this area in a zone of the EU so far though there is a considerable advance in separate sectors.

In general, the saved-up domestic and foreign scientific and practical experience is a necessary basis for further development of economic cooperation of member states of the Euroasian integration union. In the conditions of strengthening of the global competition and use of economic sanctions as the tool of political pressure such cooperation should be developed not only in the direction of expansion of a trade exchange, but also in the direction of activization of stable production relations and the subkontraktirovaniye schemes up to formation of joint international cluster systems that will allow to increase competitiveness and to promote in the direction of providing a sustainable development of national economies.

Финансовые риски: сущность, классификация и методы их оценки

Теплякова Екатерина Владимировна, студент

Научный руководитель: Лекомцева Александра Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д. Н. Прянишникова

В данной статье проведено исследование сущности и классификации финансовых рисков, а также рассмотрены методы по их оценке и снижению.

Ключевые слова: *финансовые риски, источники финансовых рисков, анализ финансовых рисков, методы оценки и снижения финансовых рисков.*

В настоящее время в условиях рыночной экономики каждое предприятие, работая в той или иной сфере бизнеса имеет возможность к рискам. Опасность таких потерь и выражается в коммерческих рисках. Коммерческий риск предполагает неуверенность в возможном результате, неопределенность этого результата деятельности. Одним из составляющих коммерческих рисков являются финансовые риски, которые связаны с вероятностью потерь или недополучением денежных средств. В целом все коммерческие риски делятся на чистые и спекулятивные.

Финансовые риски занимают особенное место в жизнедеятельности людей. Они затрагивают имущественные, денежные отношения и причисляются к зависящим как от воли бизнесменов, так и от внешних причин. Масштабы отрицательных последствий в финансовой сфере геометрически повышаются по мере роста масштабов мировой экономики. На уровне национальных хозяйств неэффективное распоряжение ресурсами ведет к социально-экономическому отставанию или стремительному развитию.

На международном уровне источниками финансовых рисков являются, как показывает практика, доминирующее экономическое положение малой группы промыш-

ленно развитых государств («золотого миллиарда»). Также причиной может являться недостаточный опыт использования международного валютно-финансового рынка.

На уровне хозяйствующих субъектов причиной финансовых рисков может стать агрессивная финансовая политика, неверно выбранная стратегия, непрофессиональные руководители, быстро меняющиеся внешние условия.

А. С. Шапкин отмечает: «Финансовые риски — это спекулятивные риски, для которых возможен как положительный, так и отрицательный результат». Автор утверждает, что их особенностью является вероятность наступления ущерба в результате проведения таких операций, которые по своей природе являются рискованными. [9]

Среди мнений ученых нет единого понятия «финансовых рисков». Анализ определений финансового риска показывает, что кроме неопределенности риск характеризуется следующими важными факторами: случайный характер события, возможность определения вероятности ожидаемых результатов, присутствие альтернативных вариантов, возможность получения убытков, вероятность получения дополнительной прибыли.



Рис. 1. Финансовые риски

Классификация финансовых рисков играет важную роль в управлении финансовыми рисками.

О. С. Виханский и А. И. Наумов определяют следующий состав финансовых рисков: кредитный, процентный, валютный и риск упущенной выгоды (рисунок 1). [6]

По мнению ученых, экономическая сущность кредитных рисков вытекает из их названия — это опасность невозврата кредитором суммы основного долга и суммы процентов, положенных заемщику. [3]

Рассматривая процентный риск, отметим, что это вероятность утрат коммерческими банками, кредитными организациями, селенговыми компаниями, инвестиционными фондами, возникающих из-за более высоких процентных ставок, назначенных ими по заемным средствам, над ставками по кредитам выданным.

Валютные риски это опасность валютных убытков, возникающих из-за колебания курса конкретной иностранной валюты относительно другой, включая национальную, при осуществлении различных валютных операций.

Риск упущенной финансовой выгоды — риск получения косвенного (побочного) финансового ущерба (неполученная прибыль) из-за неосуществления какой-либо сделки (например, страхования) или остановки хозяйственной деятельности [4].

Особый интерес в данном вопросе представляют работы И. А. Бланка. Классификация финансовых рисков, предложенная данным автором, содержит десять признаков классификации. В группу финансовых рисков им включены следующие риски: риск неплатежеспособ-

ности, риск снижения финансовой устойчивости, инвестиционный риск, инфляционный риск, дефляционный риск, процентный риск, депозитный риск, валютный риск, кредитный риск, налоговый риск, криминальный риск. [2]

В отличие от многих ученых И. А. Бланк не ограничивается перечислением основных видов финансовых рисков. Помимо них И. А. Бланк предлагает следующие признаки классификации финансовых рисков (таблица 1).

Каждый автор предоставляет свое виденье классификации финансовых рисков. С. В. Валдайцева отмечает, что в классификацию входят такие виды рисков: кредитный, валютный, инфляционный и инвестиционный риски. Р. С. Бариева определяет следующий состав финансовых рисков: валютный риск, инвестиционный риск, риск законодательных изменений.

Существует классификация финансовых рисков на рыночные, кредитные и риски ликвидности. [1]

Финансовым риском возможно маневрировать, применять многообразные действия, разрешающие в некоторой степени предсказать наступление рискованного события и внедрять меры к уменьшению уровня риска. Нестабильная экономическая среда Российской Федерации, внутри которой функционируют субъекты хозяйствования, предполагает необходимость регулярной оценки финансового положения.

В современном мире выделяются два метода оценки финансового риска: качественный и количественный.

Качественная оценка риска осуществляется при отсутствии достаточной базы статистических данных и пред-

Таблица 1. Классификация финансовых рисков по мнению И. А. Бланка

Классификационные признаки	Виды
По характеризующему объекту	Риск отдельной финансовой операции Риск различных видов финансовой деятельности Риск финансовой деятельности предприятия в целом
По совокупности исследуемых инструментов	Индивидуальный финансовый риск Портфельный финансовый риск
По комплексности исследования	Простой финансовый риск Сложный финансовый риск
По источникам возникновения	Внешний риск Внутренний риск
По уровню финансовых последствий	Риск, влекущий только экономические потери Риск упущенной выгоды Риск, влекущий как экономические потери, так и дополнительную прибыль
По характеру проявления во времени	Временный Постоянный
По уровню финансовых потерь	Допустимый Критический Катастрофический
По возможности предвидения	Прогнозируемый Непрогнозируемый
По возможности страхования	Страховый Не страховой

ставляет собой экспертные оценки, позволяющие создать структуру рисков. [5]

Задачей качественного анализа риска является выявление источников и причин риска, этапов и работ, при выполнении которых возникает риск. Преимущество такого подхода заключается в том, что уже на начальном этапе анализа руководитель предприятия может наглядно оценить степень рискованности по количественному составу рисков и уже на этом этапе отказаться от претворения в жизнь определенного решения. Итоговые результаты качественного анализа риска, в свою очередь, служат исходной информацией для проведения количественного анализа, то есть оцениваются только те риски, которые присутствуют при осуществлении конкретной операции алгоритма принятия решения. [7]

На этапе количественного анализа риска вычисляются числовые значения величин отдельных рисков и риска объекта в целом. Также выявляется возможный ущерб и дается стоимостная оценка от проявления риска и, наконец, завершающей стадией количественной оценки является выработка системы антирисковых мероприятий и расчет их стоимостного эквивалента. Количественный анализ можно формализовать, для чего используется инструмент теории вероятностей, математической статистики, теории исследования операций. Наиболее распространен-

ными методами количественного анализа риска являются: аналитические, статистические, метод экспертных оценок, метод аналогов. [8]

Управление рисками предприятия — деятельность, направленная на устранение или хотя бы снижение влияния неблагоприятных последствий, которые возникают в процессе деятельности предприятия.

Существует много различных методов, направленных на снижение финансовых рисков, к основным относятся: уклонение от риска, принятие риска на себя, передача риска, страхование риска, объединение риска, диверсификация, хеджирование, использование внутренних финансовых нормативов.

Таким образом, финансовые риски являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности в условиях рыночных отношений и относятся к группе спекулятивных рисков, которые в результате возникновения могут привести как к потерям, так и к выигрышу. Только комплексное использование количественных и качественных оценок финансовых рисков и взаимное дополнение одних методик снижения рисков другими обеспечит эффективное управление финансовыми рисками.

В этой связи анализ финансовых рисков становится все более необходимым из-за своего большого значения для всех участников бизнес-процессов в России и во всем мире.

Литература:

1. Информация Минфина России N ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности»
2. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента: В 2 т.: Т. 2/И. А. Бланк — М.: Омега-Л, 2012-674 с
3. Гришина, А. Финансовые риски, связанные с финансовыми вложениями/А. Гришина // Финансовая газета, 2010, № 16. — с. 14-18.
4. Елин, С. Как предпринимателю обеспечить безопасность бизнеса/С. Елин, // Арсенал предпринимателя, 2013, № 6 — с. 78-84.
5. Кужаева, А. Т. Особенности риск-менеджмента в масложировом подкомплексе АПК (на материалах Ставропольского края) диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Ставропольский государственный аграрный университет. Ставрополь, 2015. 6.
6. Менеджмент: учебник/О.С. Виханский, А.И. Наумов. — 5-е изд. стереотипн.-М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014.—576 с.
7. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник/под ред. Е.С. Стояновой. — 6-е изд. — М.: Изд-во «Перспектива», 2011. — 656 с.
8. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/под ред. акад. Г.Б. Поляка. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 527 с.
9. Шапкин, В. А., Шапкин А. С., Теория риска и моделирование рискованных ситуаций. — М.: «Дашков и К°», 2014. — 880 с.

Анализ финансового состояния и особенности системы управления рисками на примере АО «КазТрансГаз»

Уралова Дайгур Жаксылыковна, студент
Казахский национальный университет имени аль-Фараби (г. Алматы)

В статье проводится анализ финансового состояния АО «КазТрансГаз». Выявлен ряд рисков, которым подвергается компания. Рассмотрена система управления рисками предприятия, а также исследованы предпринимаемые меры по их минимизации.

Ключевые слова: система управления рисками, риски, меры управления рисками, риск-менеджмент, финансовое состояние.

Для поддержания эффективности деятельности, обеспечения гарантии достижения стратегических целей руководство любой компании должно брать на себя обязательства постоянно улучшать систему риск менеджмента, через реализацию политики, включающей цели, задачи и принципы управления рисками.

Объектом исследования в представленной работе выступает производственно-хозяйственная деятельность АО «КазТрансГаз». Информационной базой для проведения анализа является финансовая отчетность компании. В основе расчетов использованы данные Баланса, ОДС

и ОПУ. Период исследования — производственно-хозяйственная деятельность АО «КазТрансГаз» за 2013 и 2014 года, а также за период, закончившийся 30 сентября 2015 года.

По состоянию на 30 сентября 2015 года балансовая стоимость основных средств с полностью начисленным износом, находящихся в эксплуатации, составила 4.281.655 тысяч тенге (по состоянию на 30 сентября 2014 года: 4.025.575 тысячи тенге).

Предлагаю ознакомиться с динамикой активов и обязательств компании за трехлетний период на рис. 1

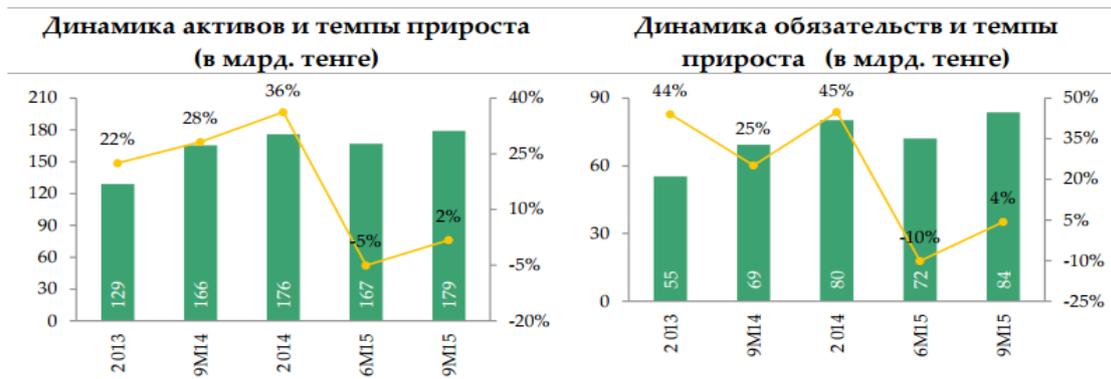


Рис. 1. Анализ финансовых показателей. Источник: финансовая отчетность. [1]

Долгосрочные активы увеличились с начала 2015 года и по состоянию на 30 сентября 2015 года составили 147569 млн. тенге (+8.3%). Основные средства на 30 сентября 2015 года составили 141298 млн. тенге. В общих активах основные средства занимают 79%. Основной актив компании — газотранспортная система (78.6%).

Чистая прибыль за 9 месяцев 2015 года увеличилась с 467 млн. тенге до 1208 млн. тенге (+159%). Контроль над ростом расходов по себестоимости помог эмитенту увеличить показатель чистой прибыли. Показатели ликвидности снизились с начала 2015 года. Денежные средства составляют 1.1% от активов, а краткосрочные банковские вклады занимают 0.3% от общих активов. Долговая нагрузка компании уменьшилась в связи с погашением долга в размере 9000 млн. тенге.

В состав основных финансовых обязательств Компании входят банковские займы, выпущенные долговые ценные бумаги, торговая и прочая кредиторская задолженность. Компания имеет торговую дебиторскую задолженность, денежные средства и их эквиваленты, долгосрочные и краткосрочные банковские вклады, возникающие непосредственно в результате операционной деятельности Компании. Компания подвержена рыночному риску, кредитному риску, валютному риску, риску ликвидности, а также ряду других рисков. Система управления рисками в АО «Казтрансгаз» направлена на минимизацию их влияния на операционные и финансовые показатели путем проведения постоянной работы по ранней идентификации и оценке рисков, разработки мероприятий, направленных на снижение неопределенности и возможного негативного

влияния на текущую работу и перспективы развития Компании.

Целью Компании в области управления рисками является повышение эффективности управленческих решений посредством анализа сопутствующих им рисков, а также обеспечение максимальной эффективности мероприятий по управлению рисками в ходе реализации принятых решений. Эта цель достигается посредством реализации следующих задач [2]:

- формирование культуры управления рисками в Компании для достижения общего понимания у руководства и работников основных принципов и подходов к управлению рисками;

- формирование и внедрение системного подхода к выявлению и оценке рисков, присущих как деятельности Компании в целом, так и отдельным направлениям ее деятельности;

- стимулирование обмена информацией о рисках между структурными подразделениями Компании и совместной разработки действий по управлению рисками.

Стратегия и принципы управления рисками АО «Казтрансгаз Аймак»:

- Системный подход — управление всеми типами рисков по всем ключевым областям деятельности, на всех уровнях управления компанией. Риск менеджмент — составная часть всех организационных процессов компании, включая стратегическое планирование и управление процессами;

- Полная ответственность за риски — доведение до каждого подразделения и сотрудника его задач в процессе

управления рисками в рамках компетенции, знаний и имеющейся информации;

- Разделение уровней принятия решений — принятие решений о минимизации рисков на различных уровнях управления в зависимости от значимости рисков;

- Ресурсное обеспечение того, кто отвечает за управление рисками;

- Вовлечение заинтересованных сторон. Соответствующее и правильное по времени вовлечение заинтересованных сторон в процесс управления рисками, принятие во внимание их взглядов и интересов при определении критериев приемлемости риска.

- Контроль эффективности управления рисками. Осуществление мониторинга ключевых индикаторов рисков, разрабатываемых для каждой приоритетной области управления рисками.

В таблице 1 мной представлены меры минимизации каждого риска, которому подвержена компания.

Оценка рисков в отчетном году стала неотъемлемой частью процесса бизнес-планирования. В рамках интеграции управления рисками с процессами управления проектами Компании в 2014 г. было проведено полномасштабное внедрение методической базы по анализу проектных рисков, разработанной в 2013 г. Одновременно был проведен ряд риск-сессий, направленных на идентификацию рисков, связанных с управлением крупными проектами Компании. В результате стала возможной подготовка планов проектов (в первую очередь календарных графиков), которые сбалансированы с точки зрения соотношения поставленных целей и уровня неопределенности.

Таблица 1. Меры по управлению рисками АО «Казтрансгаз Аймак»

Риск	Меры по управлению рисками
Риски, связанные с возможным изменением цен на приобретаемое сырье, услуги	Компания осуществляет ряд мероприятий, направленных на сокращение влияния подобных рисков: <i>f</i> осуществляет долгосрочное планирование товарных потоков, проводит оптимальное перераспределение товарных потоков по видам транспорта. Данные мероприятия позволяют снизить риски, связанные с использованием услуг и приобретением товаров у монопольных поставщиков, до приемлемого уровня и обеспечить бесперебойность деятельности.
Коррупционные риски	В компании на постоянной основе реализуется стратегия управления коррупционными рисками. В Компании утверждена Политика в области противодействия мошенничеству и коррупции.
Проектные риски	Компания осуществляет управление данными рисками, значительное внимание уделяя экспертизе проекта на стадии его разработки и согласования. В 2014 г. реализован проект по внедрению системы управления рисками в процесс подготовки и реализации крупных проектов. Также Компанией определены требования к подрядчикам и реализована система мониторинга проектов.
Кредитный риск	В АО «КазТрансГаз» реализован ряд мероприятий, позволяющих осуществлять управление риском, в том числе: оценка кредитоспособности контрагентов, установка индивидуальных лимитов в зависимости от финансового состояния контрагента, контроль авансовых платежей, мероприятия по работе с дебиторской задолженностью по бизнес-направлениям.
Валютный риск	Валютный риск Компании существенно снижается ввиду наличия обязательств, которые выражены в иностранной валюте. Валютная структура выручки и обязательств действует как механизм хеджирования, где разнонаправленные факторы компенсируют друг друга. Сбалансированная структура требований и обязательств сводит к минимуму влияние факторов валютного риска на результат деятельности Компании.

Литература:

1. Неполная финансовая отчетность за январь — декабрь 2015 года для размещения на интернет-ресурсе ДФО и KASE [Электронный ресурс] // Казахстанская фондовая биржа — URL: <http://www.kase.kz/ru/emitters/show/KTGA> (дата обращения 03.04.2016)
2. Годовой отчет АО «КазТрансГаз» за 2014 год. Астана, 2015. 99 с.

Исследование проблем мотивации в персональном управлении

Уринов Бобур Насиллоевич, старший научный сотрудник-исследователь;
Ташкентский государственный экономический университет (Узбекистан)

Очилов Шерали Баратович, кандидат экономических наук, доцент
Бухарский инженерно-технологический институт (Узбекистан)

В статье рассматриваются теоретические положения мотивационного процесса, его роль на современном этапе развития экономики и бизнеса, излагаются методы исследования управления персоналом.

Ключевые слова: мотивация, мотивационный процесс, управление процессом, функция, бизнес, этапы мотивации, технология процесса управления, социальные потребности, ситуация, потребности людей, стимулирование, эффективность мотивации.

Управленческие аспекты персонала и мотивации — это многосторонняя проблема. Разработка теоретических положений мотивации относится к 50-годам XX столетия. Видными учёными в области теории мотивации являются: английский учёный С. Хиз, американские учёные и менеджеры Г. Форд, Л. Портер, А. Слоун, Ли Якокиа, учёные Японии К. Мацусита, А. Морша. В теории управления персоналом большое место отведено мотивации в основном потребности индивида. Здесь наиболее известные авторы: А. Маслоу, Д. Макмиланд, Ф. Герцберг и др.

В экономической литературе по-разному трактуется понятие «мотивации». Не вступая в полемику с авторами, которые определяли свое отношение к сущности «мотивация», изложить наш подход к сущности мотивации, под которой понимается «потребность и мотивы факторов, побуждающие нас действовать с определённой целью».

Мотивационный процесс сложен и неоднозначен. Существует достаточно большое количество разных теорий мотивации, пытающихся дать объяснение этому чисто человеческому облику. В современных исследованиях выделяются теории содержания мотивации (теория иерархии потребностей, теория приобретенных потребностей, теория двух факторов, теория ожидания, теория подкрепления, теория справедливости, модель выбора риска, теория «Х» и «У» и др.). Все эти теории направлены на анализ факторов, лежащих в основе мотивации, ожидание и предсказание результатов мотивационного процесса.

В исследованиях российских ученых рассматриваются не только потребности, но и процесс формирования и функционирования мотивации, дается типология индивидов. В зависимости от целей исследования типа мотивации можно разделить на три типа работника:

а) первый тип, ориентированный преимущественно на содержательность и общественную значимость труда;

б) второй тип, преимущественно ориентированный на оплату труда и другие трудовые ценности;

в) третий тип, работники у которых значимость разных ценностей сбалансирована.

Исследованием установлено, что в настоящее время более 80 процентов работников относится к второму типу мотивации, т. е. ориентированы на высокую заработную плату.

Мотивация представляет собой непрерывный процесс. Она как основная функция управления связана с процессом побуждения себя и других людей к деятельности через формирование мотивов поведения для достижения личных целей организации. Исследование поведения человека в трудовой деятельности делает некоторые общие объяснения мотивации и позволяет создать прагматические модели мотивации сотрудника на рабочем месте.

Любая организация должна быть заинтересована в развитии мотивационного процесса. Ибо без этого нельзя достичь положительного результата, на основе которого удовлетворяются потребности индивида. Потребности невозможно непосредственно наблюдать или измерять. Об их существовании можно судить лишь по поведению людей. Поэтому теория мотивации представляет собой специальную область знаний. Исходя из теории мотивации, в первую очередь стремятся определить потребности, побуждающие людей к действию, особенно при определении объема и содержания работы.

Согласно теории Маслоу [6] несколько основных типов потребностей (физиологические, безопасности, социальные, успеха, самовыражения) образуют иерархическую структуру,

которая как доминант определяет поведение человека. Потребности высших уровней не мотивируют человека, пока не удовлетворены, по крайней мере частично потребности нижнего уровня. Однако эта иерархическая структура не является абсолютно жесткой и строгой. Содержательные теории мотивации базируются на потребностях и связанных с ними факторах, определяющих поведение людей.

Получившая широкую поддержку модель Портера-Лоулера основывается на том, что мотивация является функцией потребностей, ожиданий и восприятий работниками справедливого вознаграждения. Результативность труда работников зависит от вкладываемых им усилий, а также оценки им своей роли. Объем затрачиваемых усилий зависит от оценки работником ценности вознаграждения и уверенности в том, что оно будет получено. Согласно модели Портера-Лоулера, результативность труда продолжает удовлетворенность, а вообще не противоречиво, как считают сторонники теории человеческих отношений.

Исследования в области поведенческих наук показали несостоятельность чисто экономического подхода. Руководители обнаружили, что мотивация, т. е. создание внутреннего побуждения к действиям, является результатом сложной совокупности потребностей, которые постоянно меняются. В современных условиях для того, чтобы мотивировать своих работников эффективно, менеджерам следует определить, каковы же на самом деле эти потребности, и обеспечить способ для работников удовлетворить потребности, необходимо создать хорошие условия.

В исследовании мотивационных процессов важно установить, какие из методов оценки удовлетворения потребностей являются наиболее эффективными. Например, системный анализ служит методическим средством системного метода к решению проблем, совершенствованием управления мотивацией в целом и составляющих ее содержание. При помощи поведенческого метода исследуется, каким образом оказать помощь работнику в осознании своих собственных возможностей, творческих способностей на основе применения концепций поведенческих наук к построению и управлению компанией.

Основной целью этого метода является повышение эффективности компании за счет повышения эффективности ее человеческих ресурсов. Правильное применение науки о поведении всегда будет способствовать повышению эффективности как отдельного работника, так и компании в целом.

Чтобы эффективно двигаться навстречу цели, менеджер должен координировать работу и заставлять или стимулировать людей выполнить ее. Менеджеры воплощают свои решения в дела, применяя на практике основные принципы мотивации.

Литература:

1. Каримов, И. А. Узбекистан устремленный в XXI век. Т.: Узбекистан, 1999.
2. Зайнутдинов, Ш. Н. Менеджмент. Учебник. Т.: Чулпан, 2011.
3. Зайнутдинов, Ш. Н., Наркулова К. Т., Парпиев О. Р. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. Т.: Молия, 2010.

Для того, чтобы глубже понять ситуации, возникающие в мотивационном процессе, целесообразно использовать ситуационный метод. Применение ситуационного метода основано на альтернативности достижения одной и той же цели во время принятия или реализации управленческого решения, учете непредвиденных обстоятельств.

Конкретные ситуации могут измениться по содержанию, виду управленческого решения во времени, ресурсам и способом обеспечения управленческих решений.

На современном этапе развития экономики все чаще деятельность менеджера направлена на активизацию использования инновационного процесса. Инновационный метод ориентирован на развитие инновационных разработок и внедрение новшеств. При этом деятельность работников должна быть направлена в большей степени на рассмотрение факторов производства и инвестиции, как средств научно обоснованной инновационной деятельности, а не этапами развития экономики страны, как считает М. Портер.

И наконец, глобальный метод, который в настоящее время применяется при решении вопросов международной стандартизации, метрологии и сертификации, информационного обеспечения управления различными сложными объектами и корпораций. Сущность глобального метода заключается в том, что при формировании и решении большинства проблем обеспечивается конкурентоспособность крупных объектов. По сути обзор должен отвечать требованиям системности, логичности, комплектности в рамках мирового сообщества.

Основные выводы

Управление мотивацией — сложная и многогранная проблема. Для организации исследования этой проблемы необходим ряд инструментов и подходов. Только таким образом можно добиться эффективности исследования.

Управление персоналом как самостоятельная наука исследует в основном экономические, социальные, психофизиологические проблемы людей.

В теории управления персоналом большое место отводится проблеме потребности индивида. Можно сказать, это ключевой вопрос теории мотивации. Этой проблеме посвящены работы зарубежных и отечественных ученых.

Любая организация должна быть заинтересована в развитии мотивационного процесса, ибо без этого трудно повысить производительность и эффективность производства.

При организации исследования мотивационного процесса важно установить, с помощью каких методов необходимо оценивать или развивать мотивацию. В настоящее время в науке применяется системный, ситуационный, поведенческий, инновационный, комплексный и др. методы.

4. Управление персоналом организации. Учебник. Под ред. д. э. н., проф. Кибанова А. Я. М.: ИНФРА-М, 2010.
5. Майкл, Р. Байе. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. М.: ЮНИТИ, 1999.
6. Современная западная социология. Словарь, М.: 1996.

Роль международного сотрудничества в стабильном развитии экономики

Файзиев Шавкат Шахабидинович, старший преподаватель;
Файзиев Жавохир Чори угли, студент
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

Интеграция Узбекистана в мировое сообщество это многогранный процесс
И. А. Каримов

31 августа 1991 года — День официального объявления независимости Республики Узбекистан — является датой широкомасштабной и динамичной интеграции нашего государства в мировое сообщество.

После этого наша страна выбрала свой путь развития, и взяло за основу развития «Узбекскую модель».

Сегодня Узбекистан занимает пятое место в мире среди стран с динамично развивающейся экономикой, и это широко признается мировым сообществом и международными финансовыми институтами. Развитие из года в год нашей экономики, сохранение стабильности связано со многими факторами и рычагами, в том числе и международными связями и взаимодействием.

В мире нет ни единого государства, которое не было связано с другими государствами и не обменивалось бы с ними опытом. В том числе и Республика Узбекистан поддерживает внешнеэкономическое сотрудничество и получает от этого выгоду.

С первых же дней независимости наша страна присоединилась к мировому сообществу, определило самой приоритетной задачей установление с ними взаимных связей и до сегодняшнего дня осуществляет их.

По состоянию на 1 июля 2015 года Узбекистан установил дипломатические отношения с более 130 странами мира [9].

На сегодняшний день в Ташкенте действуют 45 посольств зарубежных государств, 9 почетных консульств, 11 представительств международных организаций, 5 представительств международных финансовых организаций, 3 торговых представительств с дипломатическим статусом.

В зарубежных странах и международных организациях действуют 46 дипломатических и консульских представительств Республики Узбекистан, а также с ними налажены взаимовыгодные связи. В рамках этого только за прошедший год осуществлен взаимный товарооборот со странами СНГ и ведущими государствами Европы на сумму 8,87 млрд. долл. США, а со странами Азии — на сумму 7,94 млрд. долл. США

Кроме этого, Узбекистан является членом более 100 международных организаций и развивает многосторонние связи с различными структурами сотрудничества.

Узбекистан среди самых авторитетных организаций, в первую очередь, принимает участие в деятельности ООН. Узбекистан наладил с ООН сотрудничество по поддержке мира и безопасности на планете, содействию обеспечения стабильного развития государств в условиях интенсивно продолжающегося процесса глобализации. 2 марта 1992 года мы стали полноценным членом ООН.

К тому же, наша страна сотрудничает рядом международных обществ и фондов, а это в свою очередь оказывает большую помощь в увеличении нашего экономического потенциала и развитии производства. Например, если обратить внимание на прошлогодние показатели, Узбекистану были выделены средства Азиатским фондом развития на общую сумму 2,01 млрд. долл. США, Мировым банком — 1,6 млрд. долл. США.

Наше государство осуществляет стабильную деятельность с зарубежными странами и организациями на основе взаимного партнерства, но не должны забывать, что какое-либо государство стремящееся развивать международное сотрудничество и связи, в первую очередь, должно создать в стране внутреннюю среду, то есть условия служащие для налаживания этих связей.

Исходя из требований присоединения Узбекистана к мировому сообществу, были вновь созданы все учреждения необходимые для занятия внешнеэкономической деятельностью. Начиная с Кабинета Министров, органов управления на местах и заканчивая предприятиями и хозяйствующими субъектами, были созданы соответствующие внешнеэкономические отделы. Президентом, Кабинетом Министров, Олий Мажлисом и рядом других компетентных органов были приняты законы и подзаконные акты.

Постановление Президента от 11 февраля 2015 года № 2298 «О программе локализации производства готовой продукции, комплектующих изделий и материалов на 2015-2019 годы», а также «Программа дальнейшего реформирования, структурных преобразований и диверсификации экономики на 2015-2019 годы» послужили дальнейшему расширению границ участия Узбекистана на международной площадке. В результате этого с начала прошедшего 2015 года к экспортной деятельности

были привлечено 830 предприятий ранее не экспортировавших свою продукцию, было поставлено на экспорт 199 видов новых товаров на сумму более 102 млн. долл. США, и за рубежом было освоено 49 товарных рынков.

Как видно из вышеизложенного, эти показатели свидетельствуют о возрастающем потенциале и возможностях нашей экономики.

Поэтому необходимо всесторонне поддерживать меры направленные на создание еще более благоприятных ус-

ловий для улучшения предпринимательской среды и развития малого бизнеса и частного предпринимательства, а также еще более либерализовать внешнеэкономическую и валютную политику. Надеемся, что путем обращения дальнейшего внимания на эти аспекты можно будет усилить интеграцию нашей экономики, поднять на более высокий уровень развитие экономики и в будущем достигать еще более лучших результатов.

Литература:

1. Каримов, И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача. Доклад на заседании Кабинета Министров Республики Узбекистан, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2014 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2015 год. — Народное слово, 17 января 2015 года.
2. Каримов, И. А. Наша главная цель — несмотря на трудности, решительно идти вперед, последовательно продолжая осуществляемые реформы, структурные преобразования в экономике, создавая еще более широкие возможности для развития частной собственности, предпринимательства и малого бизнеса. Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год.
3. Международные экономические отношения.: Учебник/Под редакцией А. И. Евдокимова., М.: «Проспект», 2004.
4. Экономическая теория/Под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича, 3-е изд. — СПб.: Изд. СПбГУЭФ; Питер, 2008. — 544 с.
5. Куликов, Л. М. Экономическая теория: учеб. — М.: ТК Вебли, Изд-во Проспект, 2005. — 432 с
6. Қосимов, Ғ. М. «Менежмент» Дарслик Т: «Ўзбекистон» нашрети 2002 й 10-б.
7. Современная экономика: Учебное пособие/Под ред. О.Ю. Мамедова. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. — 456 с.
8. Экономика: Учебник/Под ред. Р.П. Колосовой. — М.: Норма, 2011. — 345 с.
9. <http://www.stat.uz>

Совершенствование методов и инструментов управления операционными рисками банка

Фахрисламов Александр Марселевич, студент
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Управление операционными рисками банка — это одна из самых важных задач перед высшим руководством, потому как в настоящее время невозможно переоценить важность бесперебойной работы операционной системы любого банковского учреждения в любой точке планеты. В данной статье будут рассмотрены основные причины и факторы, влияющие на появление и расширение операционных рисков банка. Также на примере «ВТБ24» проведена оценка основных методик по совершенствованию системы управления операционными рисками в рассматриваемой компании.

Ключевые слова: банк, операционные риски, управление, система, совершенствование.

Любая деятельность в различных сферах несёт невероятное количество рисков, которые предугадать иногда очень сложно. Подобная ситуация обстоит и с банковской сферой. Невозможно построить совершенную систему, за-

страхованную так или иначе от внешних или внутренних воздействий из различных источников. Именно поэтому в банковском деле также появляется немалое количество рисков.

Стоит отметить тот факт, что разновидность рисков тоже достаточно широка и в данной статье мы рассматриваем операционный риск. Конечно, экономическая литература содержит бесцельное количество подходов к изучению операционного риска, однако обобщающее мнение можно составить о рассматриваемом явлении. Операционный риск — это несовершенство бизнес-политики внутри банка, а также неспособность подстраиваться под внешние угрозы. Представленные теоретические основы рассматриваемого понятия наилучшим образом раскрывают основную суть операционного риска.

Причин возникновения операционного риска может быть великое множество. Их классификация представляет собой разделение на две большие группы: внутренние причины и внешние. К первым относятся все процессы, которые так или иначе происходят внутри банка. К примеру, несоблюдение должностных инструкций сотрудниками определенного банка. Ко второму разряду относятся все явления, которые оказывают непосредственное влияние на банковскую систему обслуживания физических и юридических лиц извне. В качестве примера можно привести сбои и неполадки в информационных коммуникациях офисов банка. Как мы прекрасно понимаем, ни руководство банка, ни сотрудники не несут прямую ответственность за бесперебойное функционирование информационной системы, которая используется в офисе. За это отвечают сторонние компании-разработчики, с которыми банк должен поддерживать непрерывную связь. [3]

Ранее мы рассмотрели основные причины возникновения операционных рисков банка. Сейчас же для построения полноценной картины происходящего необходимо изучить главные события операционных рисков. Их классификация подразделяется на четыре большие группы. Рассмотрим каждую из них наиболее подробно.

Первым фактором является человеческий. Именно он занимает лидирующую позицию в частоте проявления в рассматриваемом понятии. Даже в век информационных технологий вся деятельность любого предприятия, в том числе и банка, держится на взаимодействии человеческих ресурсов друг с другом. Поэтому у многих недобросовестных клиентов, сотрудников или даже сторонних лиц появляется желание получить «наживу» за счёт банковского капитала. К числу таких явлений относятся мошеннические операции. Кроме того, человеческий фактор охватывает такие возможные явления, как болезнь, халатность к работе и так далее. [2]

Второй — фактор систем. Даже при наличии великолепных человеческих ресурсов организации невозможно в настоящее время работать без информационных технологий, которые применяются сплошь и рядом. Так, данная тенденция охватывает и банковскую сферу. Операционные риски связаны с несовершенством разработанной информационной системы, обеспечивающую работу банка и прочее.

Третий — фактор процессов. Данный вид тесно связан с человеческим фактором, но является совершенно отдельной

отраслью. К нему относятся различного рода ошибки: в заполнении документов, в бухгалтерских отчетах, составлении контрактов, установление цены и так далее. [2]

Завершающим фактором является внешний. Пожалуй, самый тяжело предотвратимый. Ведь крайне тяжело предугадать, какими планами руководствуется сторонний наблюдатель. В том числе, и государство, вандалы и все в этом роде. Именно поэтому управление внешними операционными рисками банка является одной из самых главных задач перед руководством.

Для того чтобы наглядно изучить проблематику совершенствования системы управления операционными рисками банка, необходимо представить ситуацию на примере. В качестве анализа возьмём банк «ВТБ24». Не стоит уделять пристальное внимание тому фактору, что клиентов у этого банка предостаточно. Конечно, по сравнению с главным банком Российской Федерации в лице «Сбербанка», количество клиентов может затеряться, однако все же рассматриваемый банк имеет свою внушительную клиентуру по сравнению с остальными банками, находящимися с ним на одном уровне.

Естественно, система управления операционными рисками нельзя считать совершенной, потому как есть различные факторы, на которые компания пока не способна повлиять. «Масло в огонь» добавляет и тот факт, что в настоящее время в Российской Федерации уже в течение полутора лет наблюдаются кризисные явления, которые затрагивают абсолютно все области экономической и социальной жизни человечества на территории нашей страны. Конечно, доходы резко упали, запросы уменьшились в равной пропорции с доходами и так далее. Все это несомненным образом негативно отражается на проведении политики банка по отношению к операционным рискам.

Управление различными операционными рисками связано с факторами влияния на данные риски, а также со способами получения оценки, статистических данных, способствующих более точному отслеживанию причин и последствий действий, повлекших за собой возникновение операционных рисков.

Последствиями операционных рисков, связанных с неправомерной выдачей карт и совершения мошеннических действий с ними, являются (табл. 1): рост уровня неудовлетворенности клиентов, отказ от сотрудничества, снижение доли на рынке, снижение доходов банка.

В настоящее время наиболее широко используемым удаленным каналом обслуживания клиентов банка является «Мобильный банк» («МБ») — услуга, предоставляемая ОАО «ВТБ24», позволяющая получить информацию обо всех операциях по картам, а также совершать платежи, переводы и другие операции с помощью мобильного телефона в любое время и в любом месте. Услуга «МБ» пользуется популярностью у клиентов, однако она также сопровождается операционными рисками. [1]

Основными причинами обращения клиентов по несанкционированным списанием средств с банковской карты при помощи услуги «МБ» являются:

Таблица 1. Проявление операционного риска

Наименование риска	Фактор влияния	Способ раскрытия информации
Риск неправомерной выдачи карточных продуктов.	Недобросовестные действия сотрудников банка, искусственное выполнение плановых показателей. Несовершенство программного обеспечения.	Выдача карт клиентам, не подходящим по условия (возраст, две и более карты). Анализ базы «Мобильный банк» на предмет: несуществующих телефонных номеров.
Риск неправомерного совершения операций по счетам карточных продуктов клиентов.	Человеческий фактор, ошибки. Мошеннические действия третьих лиц, хищение денежных средств без ведома клиентов с использованием современных технологий.	Безналичные (регулярные) переводы на счета сотрудников банка, их родственников. Анализ базы обращений клиентов (жалобы). Анализ судебных разбирательств. Анализ дебиторской задолженности.

— Неправомерное подключение услуги «МБ» к карте клиента.

— Несвоевременное отключение услуги при утрате телефона либо изменении номера.

— Мошеннические действия (предположительно через личный кабинет операторов мобильной связи и интернет-магазинов) [1]

Можно сделать вывод о росте недовольства и недоверия к банковской системе, что повышает его финансовый и репутационный ущерб, следовательно, необходима программа мер, которая будет включать в себя следующие мероприятия:

1. Увеличение внимания вопросам информационной безопасности, разработке системы защиты информации, корпоративной антивирусной системы, обучения ИТ-персонала, способного отслеживать потоки информации и их сохранность.

2. Повышение ИТ-грамотности сотрудников и клиентов банка. Внедрение информационных технологий должно сопровождаться тренингами и курсами повышения квалификации сотрудников банка, которые в свою очередь должны оповещать клиентов о опасностях используемых систем.

3. Усовершенствование методов определения операционного риска, выявление индивидуальных подходов.

Литература:

1. Регламент сбора данных об инцидентах операционного риска ОАО «ВТБ24» от 27.01.2016.
2. Профессиональный портал для риск-менеджеров «Рисковик. com» [Электронный ресурс] // Операционные риски [Офиц. сайт]. URL: <http://www.riskovik.com/riski/operacionnye/> (дата обращения: 12.04.2016).
3. Положение ЦБ РФ от 03.11.2009 г. № 346_П «О порядке расчета размера операционного риска» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [Офиц. сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_132913/ (дата обращения: 12.04.2016).

Роль нативной рекламы в интернет-маркетинге

Филиппов Виталий Валерьевич, студент
Дальневосточный федеральный университет

В статье рассматриваются вопросы эффективности традиционных способов рекламы в интернете в условиях распространения технических средств блокировки интернет-рекламы. Нативная реклама выдвигается в качестве альтернативного способа передачи рекламного сообщения потребителю, обозначены перспективы использования. Также представлены рекомендации по созданию нативной рекламы.

Ключевые слова: нативная реклама, цифровой маркетинг, контент маркетинг, естественная реклама.

Появление интернета изменило подход к организации маркетинговых коммуникаций. Традиционные способы передачи рекламных сообщений потребителю такие, как телевизор и радио, наружная и внутренняя реклама постепенно теряют свою популярность, хотя и

остаются основной статьёй затрат в маркетинговом бюджете.

По данным Ассоциации коммуникационных агентств России в 2015 году суммарный объем затрат на рекламу сократился на 10% относительно предыдущего года. При

этом интернет-рекламы стала единственным сегментом, в котором наблюдается положительная динамика, которая выражена в 15% росте затрат на ней [6].

Маркетологи всё чаще стараются использовать преимущества интернет-маркетинга, чтобы привлечь внимание потребителей к транслируемому сообщению. К достоинствам рекламы в интернете относят относительно низкую стоимость, возможность обратиться непосредственно к целевой аудитории, доступность метрических показателей для определения эффективности, персональная нацеленность рекламных сообщений. Для планирования маркетинговых коммуникаций в интернете маркетологам доступен широкий набор способов рекламы. Среди которых медийная реклама, контекстная, SMM, поисковая оптимизация, почтовые рассылки.

Важной особенностью интернет-маркетинга является интерактивность. В отличие от традиционных каналов коммуникации интернет позволяет установить обратную связь с потребителем. А также вовлечь его в создание рекламного контента. При этом у потребителя существенно возросло влияние на среду, в которой распространяются маркетинговые сообщения. Современный интернет-пользователь способен и зачастую стремится избежать рекламы, нацеленной на него. Такое поведение может объясняться низким качеством визуальной или текстовой составляющей рекламного сообщения, его назойливостью. В случае персонализированной рекламы, пользователь может чувствовать себя незащищенным, т. к. для таргетированной рекламы могут быть использованы его персональные данные.

В качестве ответа на вездесущую и назойливую рекламу в интернете набирают популярность программы, с помощью которых можно блокировать большинство видов интернет-рекламы. Как правило, они представляют собой расширения доступные для настольных и мобильных браузеров.

По данным исследования, проведенного компаниями Pagefair и Adobe, в 2015 году насчитывалось 198 млн. активных пользователей приложений, блокирующих рекламу. По сравнению с 2014 годом показатель вырос на 41% [5].

Несмотря на то что блокирующие рекламу программы использует только 6% интернет пользователей, с их помощью было заблокировано рекламных сообщений общей стоимостью в 21 млрд. долларов, что составляет 14% от общего объема рынка рекламы в интернете [5].

Программы-блокировщики набирают популярность не только на настольных устройствах, но и на мобильных. Так, с выходом iOS 9, мобильной операционной системы от Apple, у пользователей появилась возможность установки блокирующих рекламу программ непосредственно из AppStore. Устройства на базе Android также позволяют блокировать рекламу в браузере.

По состоянию на второй квартал 2015 года на мобильные устройства приходилось около 2% от заблокированной рекламы. При этом аналитики отмечают, что в

среднесрочной перспективе показатель существенно вырастет.

Рост пользователей программ-блокировщиков рекламы и «баннерная слепота» ведет к снижению эффективности рекламных кампаний ввиду уменьшения охвата аудитории и повышения стоимости привлечения клиента. В таких условиях маркетологи вынуждены искать другие, помимо устоявшихся, способы доставки сообщения до аудитории. Нативная или естественная реклама может помочь преодолеть появившийся разрыв между компанией и потенциальными клиентами.

Концепция нативной рекламы известна с прошлого века. Тогда она появлялась в качестве статей в журналах, газетах в тех разделах, которым она соответствовала по тематике. Сегодня нативная реклама активно используется в интернет. При этом основные её принципы не изменились.

Стоит отметить, что однозначного определения понятия «нативная реклама» не существует. Исследователи из Кентского государственного университета считают, что понятие «нативная реклама» включает формы онлайн рекламы, которые сфокусированы на том, чтобы причинять пользователю минимальные неудобства при показе. При этом размещаемый рекламный контент должен соответствовать месту размещения и быть релевантным пользователю [1].

По данным Бюро интерактивной рекламы (Interactive Advertising Bureau, IAB) в основном используется шесть форматов нативной контента [4]:

— **реклама в ленте новостей** (in-feed ads) — показ рекламного сообщения в ленте новостей пользователя, сайта. Такая реклама может быть обозначена как «спонсорский контент», «реклама», а в некоторых случаях информация о спонсорской природе контента скрывается;

— **реклама в поисковых системах** (search ads) — выдача поисковой системой оплаченной рекламы в верху списка результатов при поиске по ключевому слову;

— **блоки с рекомендациями** — размещенные на сайте в отведенном для этого месте на странице ссылки на товар рекламодателя. Как правило, сопровождается подписями: «Вам может понравиться», «рекомендовано для вас» или подобными;

— **объявления (прямая реклама товаров и услуг)** — продвижение оплаченной рекламы товара на страницах площадки, например, на главной странице, в тематических разделах;

— **стандартная реклама IAB с элементами нативной рекламы** — баннерная реклама с учетом тематической специфики рекламной платформы;

— **другие форматы** — иные форматы рекламы, которые не подходят под представленные категории.

Нативные формы рекламы стремительно набирают популярность. По данным издания «Business Insider UK» в 2014 году объем рынка нативной рекламы достиг 8 млрд. долларов, а к 2018 прогнозируется рост до 21 млрд. долларов [2].

Среди множества причин, по которым маркетологи обращаются к нативной рекламе, эксперты интернет-издания Meduza выделяют несколько основных [3]:

- высокая эффективность относительно других форматов рекламы в интернете;
- невысокая стоимость и быстрота производства;
- кроссплатформенность;
- возможность избежать блокировок со стороны потребителя рекламы;
- не вызывает идиосинкразию у потребителя;
- приносит дополнительный трафик.

Невысокая стоимость и быстрота производства обусловлена, как правило, наличием заранее подготовленных шаблонов. При этом очевидно, что при разработке уникального контента без использования шаблонов стоимость рекламы возрастет. В данном случае стоимость производства является невысокой для интернет-сми. Для рекламодателя нативная реклама зачастую обходится дороже традиционной.

При правильном размещении нативной рекламы на площадках тематических интернет-сми рекламодатель может рассчитывать на высокую степень попадания в целевую аудиторию, вовлечение потребителя во взаимодействие, повышение уровня доверия к рекламируемому продукту и бренду в целом. При этом площадка, на которой размещена реклама, выступает в роли поручителя перед аудиторией за качество рекламного контента.

В данной статье мы предлагаем несколько рекомендаций для создания эффективной нативной рекламы. На наш взгляд, нативная реклама должна соответствовать следующим пунктам:

- полезна и интересна потребителю;
- ненавязчива;
- размещена среди релевантной целевой аудитории;
- контент соответствует тематике платформы и стилистически близок;
- потребитель не должен чувствовать себя обманутым;

Литература:

1. Colin Campbell, Lawrence J. Marks Good native advertising isn't a secret // Business Horizons — 2015, No. 58 — p. 599-606
2. Spending On Native Advertising Is Soaring As Marketers And Digital Media Publishers Realize The Benefits [Электронный ресурс]. — Электрон. дан — Режим доступа: <http://uk.businessinsider.com/spending-on-native-ads-will-soar-as-publishers-and-advertisers-take-notice-2014-11?r=US&IR=T>
3. Study: Article or Ad? When It Comes to Native, No One Knows [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://contently.com/strategist/2015/09/08/article-or-ad-when-it-comes-to-native-no-one-knows/>
4. The native advertising playbook [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.iab.net/media/file/IAB-Native-Advertising-Playbook2.pdf>
5. The cost of ad blocking PageFair and Adobe 2015 Ad Blocking Report [Электронный ресурс]. — Электрон. дан — Режим доступа: http://downloads.pagefair.com/reports/2015_report-the_cost_of_ad_blocking.pdf
6. Объем рынка маркетинговых коммуникаций в 2015 году [Электронный ресурс]. — Электрон. дан — Режим доступа: http://www.akarussia.ru/press_centre/news/id6460

— потребитель может комментировать материалы, принимать участие в дискуссии.

Нативная реклама может носить скрытый характер, что подразумевает преднамеренное введение пользователя в заблуждение о природе контента. Такой путь при непрофессиональном подходе к подготовке материала приведет к негативному восприятию содержания рекламы, т. к. потребитель быстро раскроет истинный характер материала. Таким образом платформа и рекламодатель рискуют потерять доверие пользователя или потребителя. Изначальное раскрытие рекламной природы материала позволит избежать негативного эффекта. В случае использования представленных рекомендаций привлечет пользователя. Указание в названии статьи рекламодателя также способствует росту эффективности рекламы, т. к. даже не перейдя по ссылке, пользователь интернет-ресурса с большей вероятностью обратит внимание на рекламодателя. В таком случае рекламная статья, например, выступит в качестве баннера.

На основе информации представленной в статье можно сделать следующие выводы:

- эффективность традиционных способов рекламы в интернете, особенно баннеров, в условиях использования пользователями программ для блокировки интернет-рекламы снижается ввиду уменьшения охвата аудитории и повышения стоимости привлечения клиента;
- нативная реклама является относительно новой формой интернет-рекламы с существенными перспективами роста. При этом четко определенных определений и правил игры не существует;
- использование нативной рекламы позволяет преодолеть средства блокировки интернет-рекламы и донести рекламное сообщение до потребителя в условиях подконтрольного пользователю интернета;
- эффективное использование нативной рекламы требует от маркетологов соблюдения определенных правил подготовки контента.

Особенности формирования имиджа территории (на примере г. Новороссийска)

Хлопунова Оксана Викторовна, кандидат филологических наук доцент;
Волгина Элона Эдуардовна, студент
Кубанский государственный университет

Современная действительность такова, что территориям приходится конкурировать за ресурсы и инвестиции, так как это определяет в целом вектор развития всех сфер деятельности. И тут важную роль начинает играть имидж территории, который в свою очередь оказывает сильное влияние на туристическую привлекательность региона. Обострившаяся конкуренция территорий предполагает, что предложение должно носить уникальный характер.

Формирование имиджа — это деятельность на всем медиополе, включающая использование брендинга, позиционирование, разработку маркетинговой стратегии, выбор целевых групп. Программа продвижения — существенная часть единого стратегического плана развития региона в целом. Успешное маркетинговое планирование зависит, в частности, от обоснованности и четкости конечных целей планирования [2].

На наш взгляд, Новороссийск является хорошим примером города с позитивным имиджем. Мы в рамках данной статьи предлагаем программу дальнейшего формирования его образа как города-героя в СМИ. На наш взгляд, ключевые направления по созданию программы формирования имиджа города-героя Новороссийска должны включать следующие этапы:

— Первый этап — это осознание не только органами власти, но и всем местным сообществом необходимости формирования и продвижения положительного имиджа города-героя. Нужно принять решение об общем направлении деятельности в этой сфере, о структуре, которая будет заниматься формированием и продвижением имиджа, обеспечить механизм финансирования данной структуры.

— Второй этап — выявление аудитории, на которые будут воздействовать мероприятия по продвижению имиджа. А также изучение территориальных особенностей, которые можно использовать для формирования имиджа региона.

— Третий этап характеризуется творческой работой по созданию имиджевой концепции. Необходимо разработать фирменный стиль и слоган, под которым будет продвигаться территория. Сформировать «идеальный туристский маршрут» именно по историческим местам города, который будет полностью оправдывать концепцию «туризм + история» и сконцентрировать на нем лучший персонал и ресурсы. Внедрить постоянно действующую систему обратной связи для быстрой передачи снизу вверх перспективных идей, способствующих формированию имиджа города-героя. Разработать и запустить мероприятия федерального и мирового уровня на

ближайшие 5 лет, которые будут широко освещаться ведущими СМИ.

— Четвертый этап — формирование системы контроля над функционированием механизма продвижения положительного имиджа города-героя, обеспечение механизма преемственности данного направления деятельности в процессе смены исполнительной власти в регионе.

Комплекс продвижения и маркетинговые коммуникации часто основываются только на рекламе, но нам видится необходимым использование целого комплекса различных методов. В систему продвижения территории могут войти связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи, директ-маркетинг. Каждый из этих видов маркетинговых коммуникаций играет свою роль и имеет свои преимущества и недостатки.

Рассмотрим отдельные виды МК в контексте продвижения города-героя Новороссийска:

1. Реклама в продвижении туристических зон и маршрутов занимает важное место, так как способна создавать аудиовизуальный образ территории у туристов. Тут могут быть использованы многие виды рекламы: телевизионная, радио реклама, банерная реклама, реклама в интернете, путеводители.

2. Связи с общественностью позволяют формировать положительное отношение к территории. В отличие от рекламы, PR являются более мягкой формой коммуникации и работают долгосрочную перспективу. [1, с. 28] Появление в СМИ PR-материалов расценивается не как рекламный модуль, а как редакционная статья о туристическом центре или программа о путешествиях.

3. Интернет-маркетинг в туризме имеет целый ряд преимуществ: неограниченный объем информации, возможность сочетания графической, текстовой, аудио- и видеoinформации, мгновенное обновление информации, двусторонний характер коммуникации, отсутствие географической привязанности, неограниченный во времени доступ. С помощью интернета можно не только собрать подборку информации об интересующем городе, но и ознакомиться с отзывами людей, бывавших там, и даже написать им лично, чтобы задать интересующие вопросы.

Управлять имиджем необходимо, т. к. это позволяет позиционировать территорию с учетом разных целевых групп потребителей [3, с. 160]. Образ территории, который формируется в сознании потребителя, меняется в зависимости от влияния разного рода событий, действий, протекавших в данной местности. В результате применения маркетингового инструментария восприятие потребителями образа региона можно корректировать, усиливать или трансформировать.

При создании туристической стратегии города-героя Новороссийска важно понимать, что рекреационные ресурсы города не настолько велики, чтобы туристы ехали в город целенаправленно. Это обусловлено еще и большим разнообразием близлежащих курортов. Поэтому мы предлагаем создание туров в Новороссийск «по историческим местам» города-героя из других курортов Краснодарского края длительностью 1 день.

Мы разработали оптимальный маршрут «туризм + история» на 1 день, который включает в себя посещение памятников ВОВ, городских достопримечательностей и набережной. Разработанный нами маршрут включает в себя 14 остановок:

1. Мемориальный комплекс «Рубеж обороны» и находящийся рядом разрушенный Дворец культуры цементников. Этот памятник предложен нами первым к посещению, потому как он находится на въезде в город-герой, граничащим с близлежащими курортами.

2. *Дача Голицына* расположена рядом с первой остановкой и представляет собой развалины замка, выполненного в немецком готическом стиле. Эта остановка с одной стороны имеет интересную историю создания, а с другой — на ней отражены и последствия ВОВ.

3. *Площадь Героев* — центральный мемориальный ансамбль города-героя Новороссийска. Находится в Цен-

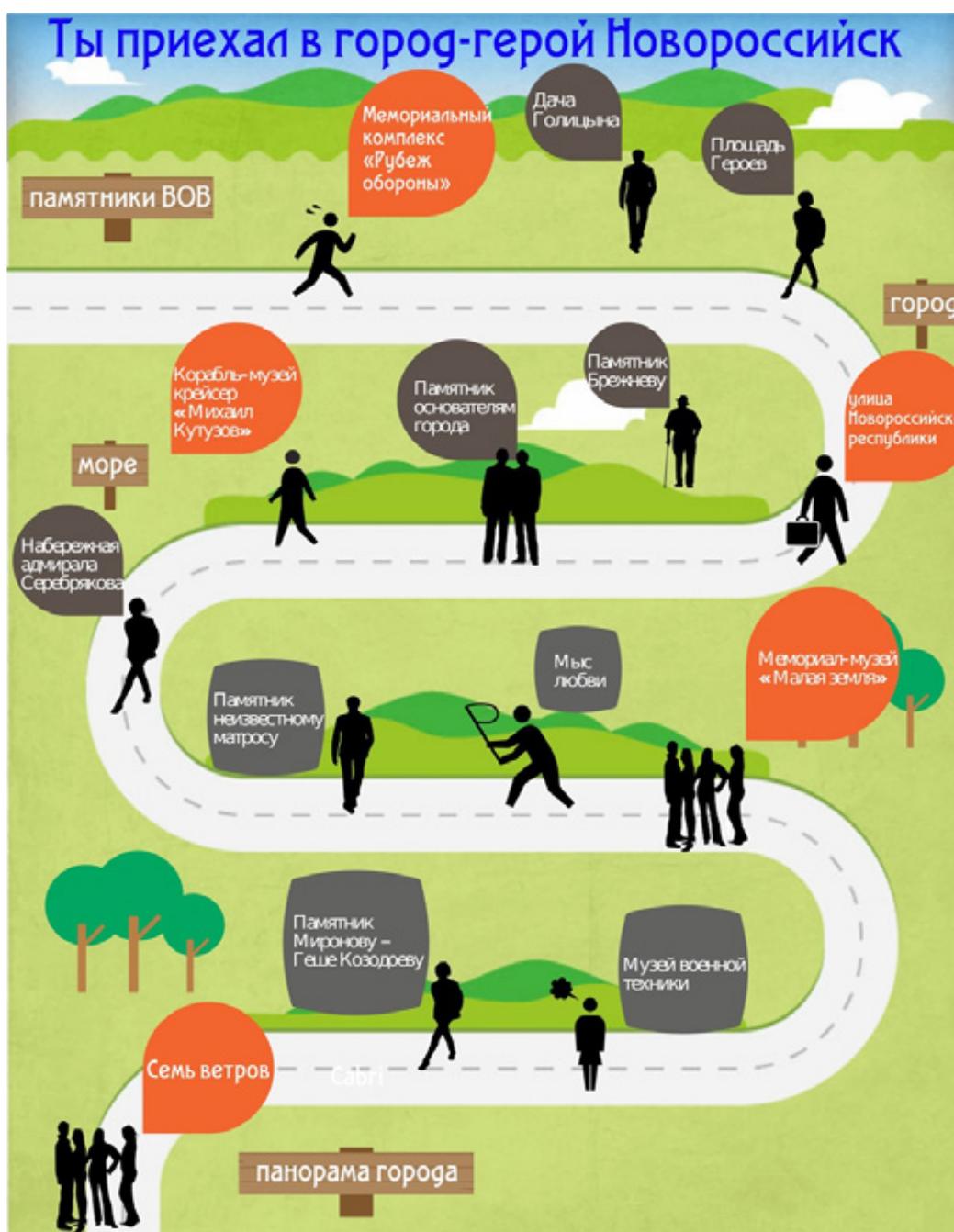


Рис. 1. Маршрут тура

тральном районе города, на западном берегу Цемесской бухты.

4. *Улица Новороссийской республики* — улица в Центральном районе города-героя Новороссийска. Старинные отреставрированные дома, брусчатка, фонари, лавочки, фонтаны ведут вас в сторону моря, а позади остается зеленый сквер и памятник «Новороссийской республики», по пути расположены кафе, бары и рестораны.

5. *Памятник Брежневу*. Официально этот монумент называется «Человек, идущий по городу». Является единственным памятником Леониду Ильичу на территории Российской Федерации.

6. *Памятник основателям города* нельзя оставить незамеченным, ведь он несет в себе большую историческую нагрузку не только для жителей города, но и для туристов.

7. *Корабль-музей крейсер «Михаил Кутузов»* — это признанный шедевр мирового судостроения, который функционирует на сегодняшний день как музей, в котором каждый желающий может побывать.

8. *Набережная адмирала Серебрякова*. Для людей, которые приедут в Новороссийск с экскурсионным туром, набережная будет выглядеть непривычно, ведь на ней нет громких кафе и палаток с ракушками. Напротив, тут стеклянные высотки, огромные корабли и частные яхты.

9. *Памятник неизвестному матросу*. Скульптура матроса была сделана изначально, чтобы подстегнуть в жителях память о павших в годы войн, которые пришлось на Новороссийск, но со временем скульптура матроса стала восприниматься как пример мужества и стойкости, настолько оказалась она хорошо сделана.

10. *Мыс любви* — излюбленное место прогулок гостей и жителей города. Он находится на Центральной набережной недалеко от городского пляжа. Туристам будет интересно это место с его легендами и тайнами.

11. *Мемориал-музей «Малая Земля»* — это, пожалуй, самый известный военно-исторический памятник Новороссийска, который с большим интересом смогут посетить гости города-героя.

12. *Музей военной техники* входит в состав мемориального комплекса «Малая земля». Экспонаты музея — военная техника Второй Мировой войны. Преобладает советская техника, немецкая техника представлена противотанковой пушкой, также есть останки американского истребителя. Большинство экспонатов были подняты с морского дна.

13. Памятник Миронову — Геше Козодоеву. Как и в любом городе, в Новороссийске есть необычные памятники — *скульптура Геши Козодоева* — контрабандиста и героя Андрея Миронова в фильме Леонида Гайдая «Бриллиантовая рука».

14. Завершить экскурсионный день мы предлагаем самым мистическим местом города, с которого открывается прекрасный вид, где весь город как на ладони — *Семь Ветров*. Эта остановка является последней на предложенном маршруте и находится по пути к выезду из города.

Важно учитывать, что развитие туристско-рекреационного потенциала на территории Новороссийска требует системности и комплексности. Учитывая тот факт, что Новороссийск ассоциируется прежде всего с портовым городом, нами была предпринята попытка поиска новых конкурентных преимуществ, очевидных для территориальной специфики расположения города. Актуальность нашего предложения состоит в необходимости и важности поиска новых, более эффективных путей и инструментов формирования позитивного имиджа территорий в условиях современного общества. Новизна описанного в данной статье проекта заключается в разработке научно обоснованных рекомендаций формирования положительного образа города-героя Новороссийска.

Литература:

1. Блэк, С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 1998. — 28 с.
2. Маркетинг в индустрии гостеприимства // studopedia.org [Электронный ресурс]. — URL: <http://studopedia.org/7-103192.html> (дата обращения: 03.03.2016).
3. Севастьянова, С. А. Методологические основы развития и системного управления туризмом в регионе. — СПб.: СПбГИЭУ, 2005. — 160 с.

Анализ показателей развития российского фармацевтического рынка в период экономического кризиса

Хосев Анатолий Михайлович, аспирант
Московский финансово-юридический университет

Российский фармацевтический рынок сохраняет тенденцию одного из самых быстрорастущих рынков мира. В 2014 г. снизились доли показателей импорта лекарств как в денежном (на 13%), так и в натуральном выражении (на 6,7%). Основными устойчивыми странами-экспортерами российской лекарственной продукции являются Казахстан (25%) и Узбекистан (19%). Эксперты прогнозируют положительную динамику развития отечественной фармацевтической промышленности и рынка в период экономического кризиса и санкций за счет стимуляции правительствам РФ программ по импортозамещению.

Ключевые слова: фармацевтический рынок, импортозамещение, экономический кризис.

В последние несколько лет состояние отечественного рынка фармацевтической продукции характеризуется двумя основными чертами: преобладанием устаревших лекарственных препаратов (ЛП), а также предельно высокой долей импорта [3]. Доля современных высокотехнологичных препаратов все еще минимальна, а производство собственных субстанций в России практически прекращено [5].

Обеспечение населения современными, эффективными и безопасными ЛС служит важным индикатором благосостояния нации, а модернизация фармацевтической промышленности является одним из приоритетов государственной политики в нашей стране [3, 4]. Это обусловлено тем, что фармацевтическая промышленность является важной составляющей стратегии национальной и политической безопасности государства, а также одним из высокодоходных и быстроразвивающихся сегментов мировой и отечественной экономики [2, 9, 10].

Российский фармацевтический рынок на протяжении ряда последних лет сохраняет тенденцию одного из самых быстрорастущих рынков в мире со средним ежегодным приростом на 14 п. п. При этом, по оценкам экспертов, в

рублевом эквиваленте ожидается прирост, однако из-за девальвации национальной валюты долларовой эквивалент рынка будет иметь тенденцию к довольно выраженному снижению (рис. 1, 2) [1].

По итогам 2014 года объем российского фармрынка вырос на 13% по сравнению с предыдущим годом и составил 1152 млрд. руб. (с НДС) в ценах конечного потребления и по прогнозам DSM Group в 2015 году вырастет еще на 15%, достигнув 1,3 трлн. руб.

Большая часть потребляемых населением лекарств производится за рубежом — 77% в денежном выражении.

Согласно данным DSM Group, в 2014 г. объем мирового фармацевтического рынка достиг 1060 млрд. долл. США. По сравнению с 2013 г. его прирост в денежном выражении составил около 7%. По итогам 2014 года Россия находится на 7 месте среди ведущих мировых фармацевтических рынков, но при этом из-за ослабления рубля в долларовом выражении емкость рынка сократилась на 8%. Из-за продолжения данной динамики в 2015 году, Россия может сместиться на 1-2 места вниз (рис 3) [8].

В 2014 году продолжилось отставание России от средневропейского уровня потребления лекарств в 3 раза и в

Объем рынка: динамика и прогноз, млрд рублей



Рис. 1. Прогноз динамики рынка в рублевом эквиваленте [1]

Объем рынка: динамика и прогноз, млрд долларов



Рис. 2. Прогноз динамики рынка в долларовом эквиваленте [1]

5 раз от США. В России на 1 человека в год потребляется лекарств на сумму 141 \$, в Бразилии на 122 \$, в Китае на 52 \$ (рис. 4) [8].

В 2014 году в Россию импортировалось ЛП на сумму 13,0 млрд. долл. (в ценах таможенной стоимости), что на 13% ниже аналогичного показателя 2013 года (рис. 5) [8]. Также за этот год на 6,7% снизились объемы ввозимых ЛП в натуральном выражении — 2,9 млрд. упаковок.

Валютные колебания на рынке оказались основной причиной снижения доли импорта ЛП, поскольку стра-

ны-импортеры боялись ввозить большие партии лекарств и пользовались уже имеющимися запасами. Пик падения ввоза ЛП пришелся на IV квартал 2014 года, когда объемы импорта рекордно упали на 23%.

Основными импортерами ЛП являются зарубежные фармпроизводители, на их долю приходится 72,7%, на втором месте по объемам стоят дистрибуторские компании — 19,1%, на третьем — компании, специализирующиеся на прямом импорте — 4,3%. На долю импорта непосредственно отечественными фармацевтическими

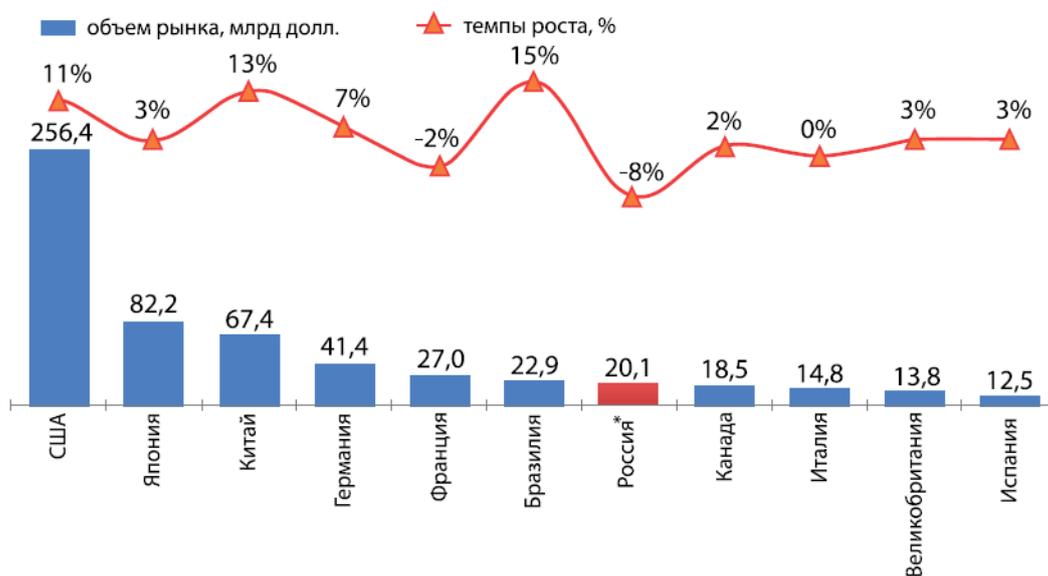


Рис. 3. Объем розничного рынка ЛП России и других стран мира в 2014 г. [Источник: открытые источники информации DSM Group. ISO 9001:2008] [8]

Примечание: *Россия — данные за 2014 г., другие страны: июль 2013 — июль 2014

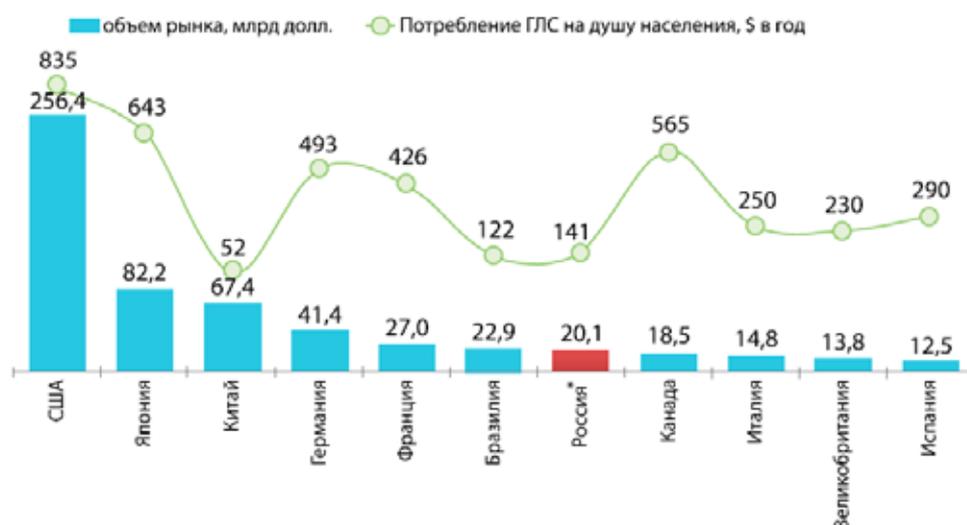


Рис. 4. Потребление ЛП в России и других странах в 2014 г. [Источник: открытые источники информации DSM Group. ISO 9001:2008] [8]

Примечание: *Россия — данные за 2014 г., другие страны: июль 2013 — июль 2014

предприятиями приходилось в 2014 году лишь 3,9%, для сравнения, в 2013-5,1%.

Объемы ввоза готовых ЛП в 2014 году снизились практически у всех производителей. Среди иностранных производителей-импортеров лидировали Новартис (9,9%), Санофи (8,4%) и Эббот (6,1%).

Среди основных отечественных импортеров можно выделить Уфимский витаминный завод, его доля импорта была самой высокой в 2013 году и составляла 29%. Также увеличили объемы импорта к 2014 году представительства отечественных компаний Русфик, Амген, Фрезениус, Валеант. Все остальные производители показали отрицательную динамику.

В 2014 году Россия экспортировала ЛП преимущественно в Казахстан (25%), Узбекистан (19%), Киргизию (6%), Украину (6%) и Азербайджан (5%). Эксперты от-

мечают неустойчивость рынка сбыта отечественных ЛП, за исключением Узбекистана и недостаточные взаимосвязи со странами интеграционного сообщества (ЕврАЭС). Кроме того, они предполагают, что подписание Соглашения о единых правилах и принципах обращения лекарственных средств и медицинских изделий будет способствовать введению разнообразных единых стандартов, однако это не окажет прямого позитивного влияния как на взаимообмен ЛП (Экспорт-импорт), так и непосредственно на экспорт российской лекарственной продукции внутри ЕврАЭС, что могло бы являться аналогом импортозамещения [6].

Однако ситуация на валютном рынке не сказалось на импорте субстанций, напротив, объем ввозимых в 2014 году субстанций вырос на 3% по сравнению с предыдущим годом и составил 810 млн. долл. в деньгах и около 11 тыс. тонн в натуральном выражении.



Рис. 5. Объем импорта ЛП в России в 2014 г., млн. долл. [Источник: Diamond Vision] [8]

Таблица 1. Доля стран-импортеров субстанций в Россию, 2014 [Источник: Diamond Vision]

Страна происхождения	Доля в стоимостном объеме (долл.), %	Страна происхождения	Доля в натуральном объеме (долл.), %
Германия	21,3	Китай	66,7
Китай	21,2	Индия	11,0
Франция	19,1	Германия	9,1
Индия	10,1	Франция	3,4
Словения	9,4	Австрия	1,7
Италия	6,6	США	1,5
Испания	2,3	Сербия	1,1
Венгрия	2,2	Швейцария	0,9
Швейцария	1,3	Испания	0,7
Украина	1,2	Италия	0,7

Относительно стоимости импортируемых субстанций нужно отметить, что преобладают европейские производители (63%), в натуральном выражении, напротив, большая доля принадлежит китайским (66,7%) и индийским производителям (11%) (табл. 1) [8].

Анализ структуры коммерческого сектора рынка в 2014 году показал, что на долю ЛП российского производства приходится лишь 24,3% в денежном выражении, тогда как в натуральном выражении на долю продаж отечественных ЛП в аптеках приходится 55,3% (рис. 6) [8].

По сравнению с предыдущим годом, в 2014 г. продажи лекарств в упаковках отечественных производителей снизились почти на 2% за счет уменьшения продаж дешевых ЛП, стоимость упаковок которых не превышала 15-20 рублей (Цитрамон, Активированный уголь, Ацетилсалициловая кислота, Нафтизин и др).

Объемы продаж в денежном выражении в 2014 г, по сравнению с 2013 г., не изменились как для ЛП россий-

ских производителей (+11%), так и для ЛП зарубежных (+10%).

В натуральном выражении (в упаковках) продажи отечественных лекарств показали отрицательную динамику в 2014 г (-7,6%) по сравнению с предыдущим годом, продажи зарубежных препаратов снизились только на 0,5%.

Таким образом, анализируя ключевые показатели развития фармацевтического рынка в России в разгар экономического кризиса и санкций против России можно отметить, что:

- рынок, в целом, имеет тенденцию к ежегодному росту в рублях (+12%), но не в иностранной валюте (-18%);
- большая часть потребляемых ЛП производится за рубежом (77%);
- за последний год снизились показатели импорта ЛП как в денежном (на 13%), так и в натуральном выражении (на 6,7%), что говорит о действенности мер правительства России по импортозамещению;

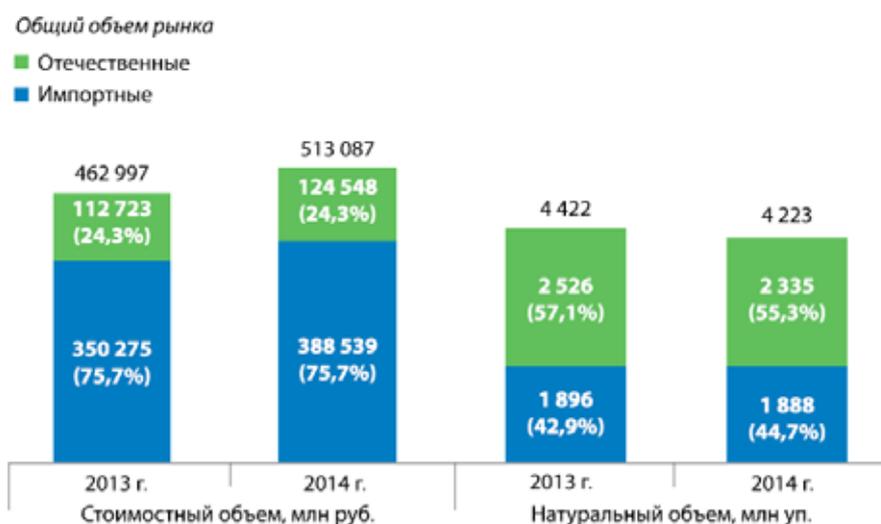


Рис. 6. Соотношение объемов коммерческих продаж отечественных и зарубежных ЛП, 2014 [Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.] [8]

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС

— показатели импорта зарубежных субстанций имеют тенденцию к сохранению роста (3%), при этом Китай занимает лидирующие позиции как по импорту субстанций в валюте (21,2%), так и в натуральном выражении (66,7%);

— основными импортерами на территории России остаются зарубежные фармкомпании (72,7%), отечественные фармацевтические предприятия импортируют не более 4% продукции;

— основными устойчивыми странами-экспортерами российской лекарственной продукции являются Казахстан (25%) и Узбекистан (19%);

— в натуральном выражении отечественные ЛП продаются стабильно больше зарубежных (55,3%), однако доля этих препаратов в валюте не превышает одной четвертой (24,3%) за счет более низкой стоимости упаковок отечественных лекарств.

Несмотря на все сложности экономической ситуации в России и в мире, в целом, эксперты дают положительные прогнозы относительно развития отечественной фармацевтической промышленности и рынка в период экономического кризиса и санкций за счет стимуляции правительством РФ программ по импортозамещению.

Литература:

1. Делойтт. Тенденции и практические аспекты развития российского фармацевтического рынка-2015 // Делойтт. URL: russian-pharmaceutical-industry-2015 (дата обращения: 20.03.2016).
2. Иващенко, А., Кравченко Д. Концепция инновационного развития отечественной фармацевтической отрасли // Фарма 2020: Проблемы и перспективы. 2009. — с. 19-26.
3. Мелик-Гусейнов, Д.В. Фармацевтический рынок России — больше, чем рынок/Фармакоэкономика. 2008; № 1. с. 22-25.
4. Послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию от 22.12.2011 г. // Российская газета от 23.12.2011 г. № 290.
5. Рейхарт, Д.В. Безопасность и эффективность воспроизведенных лекарственных средств в социально-ориентированной системе лекарственного обеспечения Российской Федерации // Автореф. дисс. уч. ст. докт. биол. наук, 2010. — 32 С.
6. Ромакина, Н.А. Российский фармацевтический рынок в контексте финансирования развития медицинской и фармацевтической промышленности // Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики». — Электронный ресурс [http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php/—ep15—11/1790-a].
7. Соколов, И.Б., Лин А.А., Орлов А.С. Фармацевтический рынок: структурные особенности в России // Проблемы современной экономики. 2012, № 4 (44). — с. 336-341.
8. Фармацевтический рынок России. Итоги 2014 // Электронный ресурс — режим доступа: http://www.dsm.ru/docs/analytics/dsm_report_2014_rus_web.pdf
9. Холн, Т.А. Регулирование фармацевтического рынка: существует ли почва для развития инновационных фармацевтических препаратов в России? // Проблемы учета и финансов. — № 4 (8) 2012. — с. 73-75.
10. Юргель, Н.В., Тельнова Е.А. Состояние фармацевтического рынка Российской Федерации и воздействие на него мирового финансового и экономического кризиса // Вестник Росздравнадзора. № 1. 2009. — с. 46-56.

Барьеры развития малых инновационных предприятий

Царев Владислав Евгеньевич, студент;
Вершина Дарья Андреевна, студент
Дальневосточный федеральный университет

В данной исследовательской работе рассматриваются барьеры развития малого инновационного предпринимательства в России. Отдельными элементами будут отмечаться такие недостатки малого инновационного предпринимательства, как несовершенство нормативно-правовой базы, избыточность налоговой нагрузки, слабая материальная основа, недостаток соответствующего высококвалифицированного персонала, а также неразвитость рынка IT-технологий.

Ключевые слова: экономика, малый бизнес, предприятие, инновация, барьеры.

Введение

Основополагающую роль в интенсивном и экстенсивном развитии экономики любой страны двадцать первого века играют малые предприятия. Влияют они на все сферы нашей с вами жизни. При этом, малый бизнес максимально гибко реагирует на всевозможные внешние изменения, адаптируется к ним и создает новые хозяйственные отношения.

Тем самым, в двадцать первом веке зарождаются малые инновационные предприятия, без которых сейчас не возможно представить экономику любой страны в позитивной долгосрочной перспективе. Инновация и её дальнейшее применение в производстве становится неотъемлемой частью ведения бизнеса любого рода, так

как она является основной движущей силой экономики. В противном случае, невозможна конкуренция на международных рынках товаров, работ и услуг.

Малые инновационные предприятия задают темп экономике государства и выводят её на новый путь развития. Но при этом, данные предприятия сталкиваются со множеством препятствий, которые мешают им функционировать и развиваться в необходимом направлении.

Роль малого бизнеса в экономике страны

Опираясь на опыт и мировую практику можно с уверенностью сказать, что именно малый бизнес занимает основополагающую роль в обеспечении экономического роста страны и занятости населения (рис. 1).

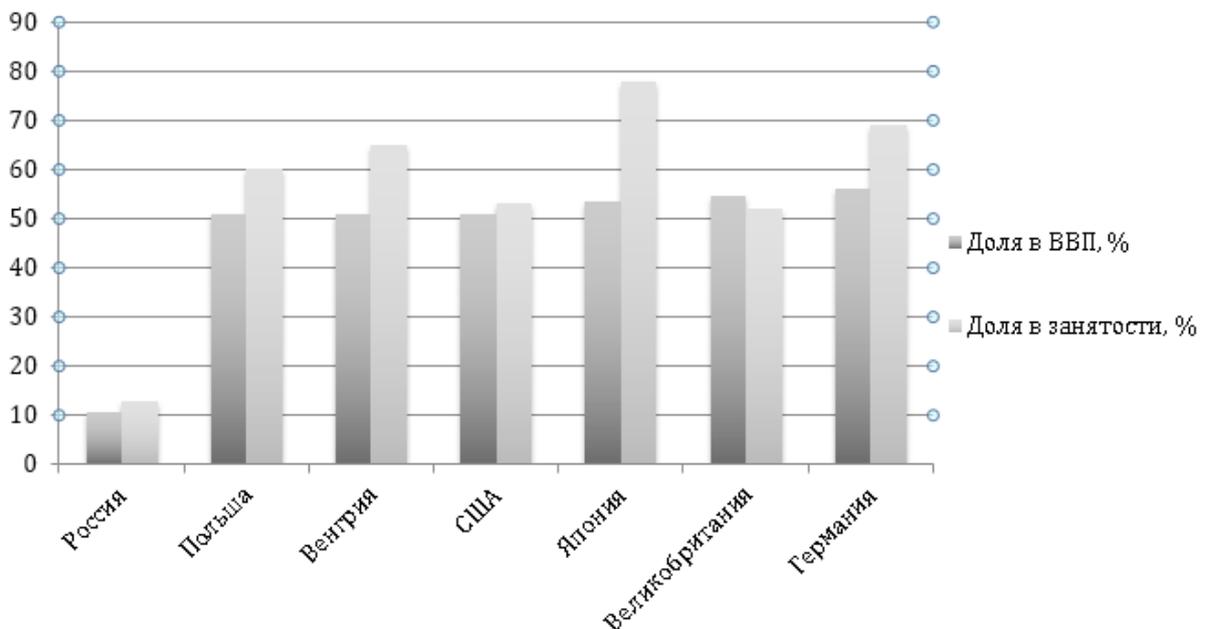


Рис. 1. Роль малого бизнеса в экономике некоторых стран. В диаграмме приведены усредненные данные за 2011-2013 гг. В соответствии с национальными стандартами каждой страны

К сожалению, Российская Федерация уже на протяжении многих лет показывает одни из самых низких показателей доли малых предприятий в ВВП страны и занятости. Поэтому роль малого бизнеса в России весьма

незначительна. Обусловлено это большим количеством препятствий, с которыми предприниматель сталкивается на всех этапах развития бизнеса. Некоторые из них хотелось бы разобрать более детально.

Несовершенство нормативно-правовой базы

Данный барьер является одним из основополагающих, так как именно он в большей мере тормозит инновационное развитие Российской Федерации.

На первый взгляд кажется, что в Российской Федерации существует законодательная база, которая затрагивает все стороны инновационной деятельности предприятий. Она отражена на сайте Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. При этом существует большое количество законов и кодексов, касающихся инновационной сферы предпринима-

тельства (Гражданский кодекс РФ, Уголовный кодекс РФ, Трудовой кодекс РФ, федеральный закон о развитии малого и среднего предпринимательства в РФ, патентный закон в РФ и так далее). Но, с другой стороны, нигде не встречаются такие ключевые понятия, как «инновация» и «инновационная деятельность». [4, с. 167-168] Ввиду этого возникает много неясностей и противоречий в законодательном функционировании деятельности малых инновационных предприятий.

В настоящее время процентная ставка налога на прибыль в Российской Федерации для малых инновационных предприятий является одной из самых больших в Европе.

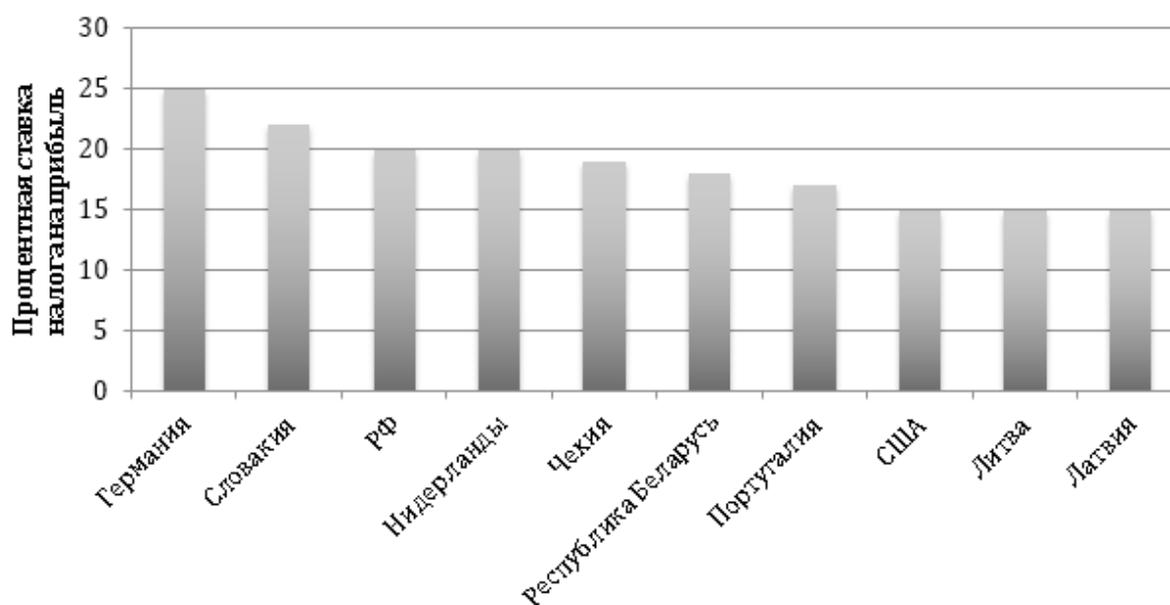


Рис. 2. Процентная ставка налога на прибыль в различных странах Европы. Данные взяты с официального сайта Федеральной налоговой службы (<https://www.nalog.ru/>) [2]

Каждое малое предприятие, в том числе инновационное, старается максимизировать свою прибыль, что является основной целью её экономической деятельности.

Слабая материальная основа

Одной из проблем является также недостаток финансовых ресурсов, порою он бывает крайне критичен. Как таковая, система финансового обеспечения инновационной сферы бизнеса не сформировалась в РФ. Хотелось бы отметить, что стартовую поддержку малые предприятия могут получить у Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Но это касается лишь начального этапа. Затем же предприятию зачастую негде взять необходимые средства для организации выпуска разработанного товара, дальнейшей его реализации, а в перспективе — для расширения бизнеса. [3, с. 167] Как правило, крупные компании не проявляют должного интереса к инновационным разработкам, которые ведутся на малых предприятиях обособлено.

Такому финансовому учреждению, как банк, тоже, к примеру, не выгодно давать кредиты и займы малым предпри-

ятием, которые только стартуют на рынке. Банки не хотят иметь дело с высокими рисками, которые обычно вызваны недостаточной компетентностью в необходимой области самого предпринимателя, либо же плохо обоснованным бизнес-планом, да и сам по себе малый бизнес — очень рискованное занятие, в котором легко прогореть даже самому опытному человеку. [4, с. 79-80] При этом малые предприятия тоже стараются в большинстве случаев не прибегать к банковским займам ввиду высокой процентной ставки. Единственный выход для предпринимателя — краткосрочные кредиты, но данный вид кредитования не позволяет ни в коей мере обеспечить долгосрочные инвестиции в инвестиционные проекты. Можно сказать, что в решении финансовых сложностей малых инновационных предприятий, государство — далеко не лучший помощник.

Недостаток соответствующего высококвалифицированного персонала

Ещё одной серьёзной проблемой для малых инновационных компаний является недостаток высококвалифицированного персонала. В настоящее время проис-

ходит «смена поколений». Опытным сотрудникам, ввиду своего возраста, приходится уходить из данного сектора экономики, им на смену приходят молодые специалисты, большинству из которых, безусловно, не хватает опыта, умений, знаний и соответствующей квалификации для работы с крупными инновационными проектами. [4, с. 150] Данные специалисты должны обладать способностью продвигать итоговый продукт на рынок, представлять его общественности в лучшем свете и в дальнейшем внедрять его в повсеместное пользование. Но таких специалистов в Российской Федерации критически не хватает.

Помимо этого, следует отметить, что оборудование каждый год совершенствуется, на смену старым приходят совершенно новые типы моделей с иным механизмом строения и работы. Поэтому возникает проблема недостатка техников, способных в полной мере обслужить и отладить при необходимости приборную базу. [1, с. 98]

Также, двадцать первому веку присущ такой процесс массовой эмиграции, при котором из страны или региона уезжают высококвалифицированные специалисты, ученые, рабочие по экономическим, политическим, культурным соображениям. Данное явление носит название в народе — «утечка мозгов». [5, с. 76] Оно свойственно, к сожалению, и для нашей страны. Тем самым уменьшается численность занятых в науке и научном обслуживании.

Неразвитость рынка технологий

Развитие и активное внедрение информационных технологий в производство уже является глобальной тенденцией мирового развития. Использование IT-технологий во многом предопределяет конкурентоспособность наци-

ональной экономики на международном рынке. Развитие данной отрасли является необходимым условием экономического подъема. [2, с. 38]

В настоящее время для Российской Федерации свойственны быстрые темпы роста отрасли IT. При этом необходимо учесть тот факт, что стартовый уровень развития данной отрасли является критически низким в нашей стране. Ввиду этого образуется огромная пропасть между уровнем использования IT-технологий в экономике нашей страны и уровнем использования IT-технологий в экономике лидеров мирового прогресса. [4, с. 253] Присутствует серьезное отставание также от стран Центральной и Восточной Европы.

России нужна четкая и скоординированная программа действий по развитию и последующему поддержанию уровня IT-технологий в стране. Это позволит сделать рывок в развитии и выйти на качественно новый уровень. Для этого необходимо отобрать наиболее перспективные отрасли развития, определить существующие барьеры, которые помешали бы полноценное развиваться данной отрасли и предопределить действия по их форсированию.

Заключение

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: проблемы инновационного бизнеса можно считать общей проблемой малого бизнеса. Поэтому для смены ситуации и преодоления сложившихся барьеров необходимо применять системный подход. Усовершенствование общих экономических условий для развития малого и среднего бизнеса в обязательном порядке должно способствовать нарастанию количества и улучшению качества инновационного бизнеса.

Литература:

1. Аверченков, В. И. Инновационный менеджмент/Аверченков В. И., Ваинмаер Е. Е. — Москва. Изд-во: Флинта, 2011. — 293 с.
2. Акмаева, Р. И. Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере/Акмаева Р. И. — Ростов-на-Дону. Изд-во: Феникс, 2012. — 542 с.
3. Аллен Луис. Как преуспеть в малом бизнесе/Аллен Луис. — Москва. Изд-во: Русская тройка, 1992. — 192 с.
4. Сибирская, Е. В. Проблемы малых инновационных предприятий/Сибирская Е. В., Строева О. А., Мартов С. Н. — Изд-во: Lambert Academic Publishing, 2010. — 310 с.
5. Трифилова, А. А. Управление инновационным развитием предприятия/Трифилова А. А. — Москва. Изд-во: Финансы и статистика, 2013. — 173 с.
6. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. Информационный портал по международной стандартизации — Электронный ресурс. Режим доступа: <http://iso.gost.ru/wps/portal/>
7. Официальный сайт Федеральной налоговой службы России — Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.nalog.ru/>

Влияние финансовой нестабильности банковского сектора на ликвидность кредитных организаций

Черных Маргарита Игоревна, магистр
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

В докладе рассматриваются колебания нормативов ликвидности (мгновенной, текущей и долгосрочной) как типичные действия банков в условиях финансовой нестабильности банковского сектора России, а также выявляются основные модели поведения кредитных организаций по увеличению и (или) уменьшению ликвидных активов.

Ключевые слова: банковская система, финансовая нестабильность, мгновенная ликвидность, текущая ликвидность, долгосрочная ликвидность.

Влияние финансовой нестабильности банковского сектора на ликвидность кредитных организаций обусловлено определенными моделями поведения банков, возникающими после принятия управленческого решения правлением банка.

В условиях финансовой нестабильности банковского сектора Российской Федерации, опираясь на колебания представленных нормативов ликвидности, можно сформулировать следующие типичные действия банков — наращивание высоколиквидных активов, переход на «короткие» кредиты и сознательное недополучение прибыли. Затем, переждав финансовую нестабильность в банковском секторе, кредитные организации, как правило, избавляются от высоколиквидных активов посредством выпуска их в оборот — кредитование. При этом «лакомым» сегментом для банков становятся юридические лица, испытывающие на себе последствия кризисных ситуаций.

Функциональная дифференциация кредитных организаций позволит выделить основные модели поведения банков в условиях финансовой нестабильности банковского сектора Российской Федерации. [2, с. 663] При этом для целей анализа необходимо опустить группу «системно значимые кредитные организации», как законодательно регламентируемые Банком России, и определить их как «вне категории». В данном случае отнесение к одной из трех групп субъективно (примерно 60% процентов попадания пиков и падений за анализируемый период).

Для группы промышленно направленных кредитных организаций присущи следующие манеры поведения в условиях финансовой нестабильности банковского сектора:

- незначительное и постепенное увеличение норматива мгновенной ликвидности, посредством наращивания высоколиквидных активов;
- поддержание норматива долгосрочной ликвидности посредством выдачи кредитные требования с оставшимся сроком до даты погашения свыше 365 или 366 календарных дней.

Так, для группы социально направленных кредитных организаций присущи следующие манеры поведения в условиях финансовой нестабильности банковского сектора:

- интенсивное увеличение норматива мгновенной ликвидности, посредством наращивания высоколиквидных активов;
- уменьшение или поддержание уровня установленного на момент финансовой нестабильности в банковском секторе норматива долгосрочной ликвидности посредством невыдачи «долгих кредитов»;
- сознательное недополучение прибыли.

Группе кэптивных кредитных организаций присущи исключительно та манера поведения в условиях финансовой нестабильности банковского сектора, которая выбрана после координации между управляющей компанией и советом директоров банка.

Литература:

1. Инструкция Банка России «Об обязательных нормативах банков» № 139-И от 03.12.2012 г. (ред. от 30.11.2015);
2. Черных, М. И. Проблемы управления банковской ликвидностью // Проблемы развития финансово-банковской системы России и стран СНГ: материалы II Международной студенческой научно-практической конференции. — Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2015. — с. 660-665;
3. Официальный сайт Центрального Банка РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cbr.ru> (дата обращения 01.02.2016).

Таблица 1. Расчет нормативов ликвидности [3]

Нормативы [1]	Значение на 01. 01.																	
	ПАО Банк «ЮГРА»																	
Мгновенной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	43.40	54.50	72.80	49.00	53.20	83.20	147.10	118.75	83.40	43.40	54.50	72.80	49.00	53.20	83.20	147.10	118.75	83.40
Текущей ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	52.50	66.70	86.90	104.90	88.90	91.00	141.50	109.68	70.06	52.50	66.70	86.90	104.90	88.90	91.00	141.50	109.68	70.06
Долгосрочной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	75.40	105.60	24.40	60.50	85.60	86.70	98.60	89.34	76.44	75.40	105.60	24.40	60.50	85.60	86.70	98.60	89.34	76.44
ПАО «Сбербанк России»																		
Мгновенной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	45.10	53.50	82.50	80.60	50.80	61.40	53.60	74.30	110.20	45.10	53.50	82.50	80.60	50.80	61.40	53.60	74.30	110.20
Текущей ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	54.00	70.50	114.40	103.00	72.90	74.30	58.50	66.40	150.53	54.00	70.50	114.40	103.00	72.90	74.30	58.50	66.40	150.53
Долгосрочной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	101.90	71.40	73.80	78.00	87.30	99.80	102.50	111.20	65.40	101.90	71.40	73.80	78.00	87.30	99.80	102.50	111.20	65.40
АО КБ «Ситибанк»																		
Мгновенной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	19.30	36.30	80.10	100.10	111.70	74.10	47.40	51.60	150.88	19.30	36.30	80.10	100.10	111.70	74.10	47.40	51.60	150.88
Текущей ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	57.80	78.80	110.40	119.80	92.60	78.00	80.10	93.10	280.84	57.80	78.80	110.40	119.80	92.60	78.00	80.10	93.10	280.84
Долгосрочной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	100.70	46.50	25.30	16.10	35.90	33.40	21.00	28.60	11.85	100.70	46.50	25.30	16.10	35.90	33.40	21.00	28.60	11.85
АО «Россельхозбанк»																		
Мгновенной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	62.20	173.30	169.10	87.20	100.60	70.10	53.40	55.80	148.29	62.20	173.30	169.10	87.20	100.60	70.10	53.40	55.80	148.29
Текущей ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	98.80	190.90	96.00	76.40	139.90	68.90	84.40	103.10	285.53	98.80	190.90	96.00	76.40	139.90	68.90	84.40	103.10	285.53
Долгосрочной ликвидности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	89.30	83.70	85.40	87.90	83.40	88.00	95.20	86.90	67.66	89.30	83.70	85.40	87.90	83.40	88.00	95.20	86.90	67.66

АО «Газпромбанк»												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
Мгновенной ликвидности	47.60	32.20	44.30	29.60	71.50	63.00	42.20	32.70	50.06			
Текущей ликвидности	81.20	83.30	98.80	91.50	90.50	92.40	80.70	76.70	151.69			
Долгосрочной ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	68.30	93.30	93.60	81.50	89.10	95.10	105.80	105.60	52,79			
АО «Тойота Банк»												
Мгновенной ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	617.00	455.50	755.40	1047.60	368.90	313.80	188.30	1108.50	398,36			
Текущей ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	1884.30	738.00	162.90	207.80	122.40	106.60	103.70	442.10	180,95			
Долгосрочной ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	4.30	52.60	75.40	86.50	89.20	87.20	80.90	97.80	76,43			
АО «РН Банк»												
Мгновенной ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	256.30	81.50	104.20	73.60	475.80	2903.40	2532.10	152.10	85,45			
Текущей ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	108.10	174.90	139.10	165.60	697.10	377.30	27189.00	195.60	253,23			
Долгосрочной ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	106.10	59.20	81.80	86.40	22.90	0.00	3.20	95.70	60,26			
ООО «БМВ Банк»												
Мгновенной ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	-	7973.70	0.00	862.40	1969.80	525.80	279.40	592.20	47,87			
Текущей ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	-	10359.60	8465.00	890.50	2747.70	247.90	396.00	970.70	119,87			
Долгосрочной ликвидности	208	209	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
	-	52.90	66.00	68.20	74.50	85.90	86.40	82.80	107,90			



Рис. 1. Динамика норматива мгновенной ликвидности (промышленно направленные кредитные организации)



Рис. 2. Динамика норматива текущей ликвидности (промышленно направленные кредитные организации)



Рис. 3. Динамика норматива долгосрочной ликвидности (промышленно направленные кредитные организации)



Рис. 4. Динамика норматива мгновенной ликвидности (социально направленные кредитные организации)



Рис. 5. Динамика норматива текущей ликвидности (социально направленные кредитные организации)



Рис. 6. Динамика норматива долгосрочной ликвидности (социально направленные кредитные организации)

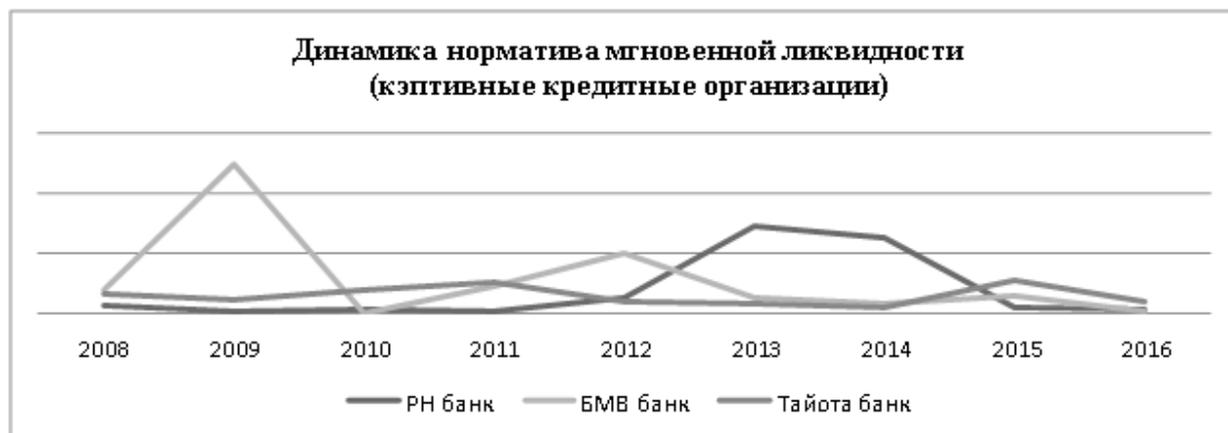


Рис. 7. Динамика норматива мгновенной ликвидности (кэптивные кредитные организации)



Рис. 8. Динамика норматива текущей ликвидности (кэптивные кредитные организации)



Рис. 9. Динамика норматива долгосрочной ликвидности (кэптивные кредитные организации)

Влияние бухгалтерского и налогового законодательства на развитие инвестиционного климата в России

Юсупов Магомед-Салах Геланиевич, студент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассмотрено влияние бухгалтерского и налогового законодательства на инвестиционный климат в России. Исследуются эффективность использования налоговых льгот и развитие климата в инвестиционной сфере в нашем государстве.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат, международные инвестиции, налогообложение, законодательство, бухгалтерия, налоги.

Abstract. *The article considers the influence of accounting and tax legislation on the investment climate in Russia. We study the efficiency of the use of tax incentives and climate development in investment field in our country.*

Keywords: investment, investment climate, international investment, taxation, law, accounting, taxes.

Инвестиции являются двигателем экономического роста в любой стране. Политики, стремящиеся стимулировать экономический рост, уделяют особое внимание факторам, которые оказывают воздействие на рост капитала. Налогообложение является одним из таких факторов. Налоговый Кодекс РФ (далее НК РФ) вступил в силу с 1 января 2001 г.

Исследованиями инвестиционных процессов занимались В. Федоренко, И. Бланк, М. Прохорова, А. Маглаперидзе, В. Рокоча, А. Данилов, Дж. Розенберг. Однако, отечественное законодательство в этой сфере все еще остается несовершенным.

Инвестиционная политика — это комплекс правительственных решений, которые определяют основные направления источники и объемы использования капитальных вложений в экономику, различные ее сферы и отрасли. Инвестиционная политика определяется состоянием экономики, главными задачами в производстве, научно-техническом и социальном развитии страны. Особенность инвестиционной политики в развитых странах мира на современном этапе — осуществление технического перевооружения и реконструкции действующих предприятий, сокращение масштабов нового строительства [6].

На перспективу в основе инвестиционной политики должно быть осуществление структурных реформ, перераспределение инвестиций в пользу наукоемких отраслей, определяющих научно-технический прогресс электроники, машино- и кораблестроения, создания космической техники и т. д., экономической конверсии производства [10].

Важное направление инвестиционной политики в России — уменьшение удельного веса государственных капиталовложений и увеличение инвестиций предприятиями за счет собственных средств, будет зависеть от степени разгосударствления и приватизации.

При рассмотрении вопросов эффективности законодательства о бухгалтерском учете и инвестиционной привлекательности страны в целом стоит сказать, что инвестици-

онный климат в России складывается из инвестиционной привлекательности каждого отдельно взятого хозяйствующего субъекта — организации. Законодательство о бухгалтерском учете в первую очередь влияет не на реальные инвестиционные возможности инвестора, а на инвестиционную привлекательность организаций.

Говоря о бухгалтерском законодательстве, не стоит упускать из виду и важность регламентации аудиторской деятельности в стране, так как особенно крупные игроки в российской экономике, даже составляя отчетность согласно МСФО неотъемлемо проводят внешний аудит финансовой отчетности, сторонней аудиторской организацией для целей подтверждения достоверности такой финансовой отчетности.

Российское законодательство в области бухгалтерского учета держит устойчивый курс на соответствие МСФО, что поступательным образом положительно влияет на инвестиционный климат в России [2].

Однако, существенной проблемой остается законодательное регулирование бухгалтерского учета на предприятиях малого и среднего бизнеса.

Речь идет о слабой распространенности каких-либо стандартов, аналогичных МСФО, обеспечивающих сопоставимость данных бухгалтерской финансовой отчетности. Необходимо отметить, что принципиально важным является наличие таких стандартов, которые могли бы обеспечить сопоставимость информации бухгалтерской (финансовой) отчетности не только российских организаций [4].

Методологическая сущность влияния подоходного налогообложения на уровень инвестиционной деятельности заключается в том, что от эффективности системы налогообложения в целом, и налогообложения прибыли государства, в частности, зависит степень эффективности перераспределения финансовых ресурсов и их использования с наименьшими для предприятия потерями.

Необходимо понимать, что такие понятия как бухгалтерское и налоговое законодательство являются очень



Рис. 1. Структура инвестиционного климата [8]

широкими понятиями, несущими в себе большое количество вопросов и проблем.

Однако, для целей анализа влияния данных факторов на улучшение инвестиционного климата в России необходимо сосредоточиться, на актуальных проблемах бухгалтерского и налогового законодательства, влияющих, во-первых, на форму и содержание финансовой отчетности российских организаций, а, во-вторых, на инвестиционные способности субъектов экономики.

Относительная новизна предлагаемого подхода заключается в том, что анализ бухгалтерского и налогового законодательства должен быть направлен не только на субъектов, получающих инвестиции, но и на инвестирующие субъекты [8].

Авторы НК РФ полагали, что с его принятием налоговый режим в отношении инвестиций в России станет более благоприятным. В то же время, представители бизнес сообщества продолжают жаловаться на высокое налоговое бремя, которое, по их мнению, снижает стимулы к инвестированию в России.

Главной положительной стороной налога на прибыль считается то, что он делает уровень налогообложения в прямую зависимость от источника его уплаты — прибыли.

Следовательно, он может играть очень важную роль в реализации принципа справедливости и в регулировании финансово-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования. То есть, регулирующие возможности налога на прибыль выходят из его объекта налогообложения — прибыли. Прибыль для нашего государства является многогранной категорией, которая влияет на все стороны предпринимательской деятельности [4].

Заметим, что влияние налогового законодательства на инвестиционный климат имеет важное значение для развития всего предпринимательского сектора. Дело в том, что самофинансирование является одним из наиболее эффективных источников получения текущих финансовых ресурсов, направленных на стратегическое развитие предприятия.

Без такого инструмента, ориентируясь только на финансовый сектор, как потенциальный источник инвестиций, предприятие не имело бы возможность быстро развиваться и оперативно реагировать на изменение внешней среды.

По результатам интервьюирования экспертов в области аудита, компании Deloitte было сформировано следующее мнение: в целом бухгалтерское законодательство является менее волатильным, чем налоговое [5].

В определенной степени, это хорошая новость, так как слишком частые и существенные изменения в бухгалтерском законодательстве, способны нарушить одну из целей составления бухгалтерской (финансовой) отчетности — обеспечение сопоставимости информации для принятия обоснованных управленческих решений [5].

Одним из наглядных примеров положений налогового законодательства России, изменения которых способны существенно влиять на инвестиционный климат, является вопрос налогообложения, так называемых, «каскадных выплат».

Российская организация выплачивала соответствующий доход организации, учрежденной в государстве, с которым в России заключено соглашение об избежание двойного налогообложения (далее — СОИДН), а далее промежуточная иностранная организация выплачивала соответствующие доходы в пользу конечных бенефициаров.

Подобное устройство выплат позволяло воспользоваться пониженными ставками налога у источника выплаты доходов в России, согласно положениям СОИДН между Россией и страной резидентства промежуточной иностранной компании, а также освободить бенефици-

аров, инвестировавших средства в российскую организацию, от двойной налоговой нагрузки [7].

Выводы. Таким образом, инвестиционный климат в России — это комплексная категория, на которую в действительности влияет неисчислимо множество факторов.

Однако, такие факторы имеют разную степень силы влияния. Анализируя влияние налогового и бухгалтерского законодательства на инвестиционный климат в России, можно сделать вывод, о безусловном наличии ключевых областей законодательного регулирования, способных существенным образом как позитивно, так и негативно влиять на инвестиционную привлекательность российских организаций.

Необходимо понимать, что такие понятия как бухгалтерское и налоговое законодательство являются очень широкими понятиями, несущими в себе большое количество вопросов и проблем. Однако, для целей анализа влияния данных факторов на улучшение инвестиционного климата в России, необходимо, сосредоточиться на актуальных проблемах бухгалтерского и налогового законодательства, влияющих, во-первых, на форму и содержание финансовой отчетности российских организаций, а, во-вторых, на инвестиционные способности субъектов экономики.

Литература:

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч. 2)» 5 августа 2000 года № 117-ФЗ
2. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете»
3. Гайдар, Е. Т., Чубайс А. Б. Экономические записки. — М.: «Российская политическая энциклопедия», 2008. — 192 с.
4. Долан, Э. Микроэкономика: пер. с англ./Э. Долан, Д. Линдсей. — СПб.: Санкт-Петербург оркестр, 2011. — 612 с.
5. Налоги и налоговое право: Учебное пособие/Под ред. А. В. Брызгалина. — М.: Аналитика-Пресс, 2007. — 600 с.
6. Налоги, налогообложение и налоговое законодательство/Под ред. Евстигнеева Е. Н. — СПб: Питер, 2008. — 320 с.
7. Ногина, О. А. Налоговый контроль: вопросы теории. — СПб: Питер, 2002. — 160 с.
8. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов. 2006. Статистический сборник. Росстат. — М: 2006.
9. Химичева, Н. И. Налоговое право: Учебник. — М.: Издательство «БЕК», 2007. — 336 с.
10. Экономика переходного периода. Очерки экономической политики посткоммунистической России. 1991—1997/под ред. Е. Т. Гайдара — М.: ИЭПП, 1998. — 1096 с.

Молодой ученый

Международный научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 8 (112) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Фозилов С. Ф.
Яхина А. С.
Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешнев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.
Ответственные редакторы: Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В.

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

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

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

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 10.05.2016. Тираж 500 экз.

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