

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

II Международной научно-практической конференции

г. Новосибирск, 20 декабря 2017 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова



НОВОСИБИРСК
2017

ББК 65я431
УДК 33(063)
А 437

ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

Мингалева Ж.А., профессор кафедры Экономики и управления промышленным производством Пермского национального исследовательского политехнического университета (г. Пермь), д.э.н., профессор – *председатель*.

Чернов С.С., заведующий кафедрой Производственного менеджмента и экономики энергетики Новосибирского государственного технического университета (г. Новосибирск), руководитель ЦРНС, к.э.н., доцент – *заместитель председателя*.

Хечоян Т.Б., проректор по международным связям Академии государственного управления Республики Армения (Республика Армения, г. Ереван).

Мергалиева Л.И., заведующий кафедрой «Экономическая теория и бизнес» Западно-Казахстанского государственного университета им. М. Утемисова (Республика Казахстан, г. Уральск), д.э.н., профессор.

Баранов В.В., профессор кафедры Бизнеса и делового администрирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва), д.э.н., профессор.

Янов В.В., заведующий кафедрой «Финансы и кредит» Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти), д.э.н., доцент.

Минакова И.В., заведующий кафедрой Мировой и национальной экономики Юго-Западного государственного университета (г. Курск), д.э.н., доцент.

Герасимова Л.Н., профессор кафедры «Бухгалтерский учет» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (г. Москва), д.э.н., доцент.

Старкова Н.О., доцент кафедры Мировой экономики и менеджмента Кубанского государственного университета (г. Краснодар), к.э.н., доцент.

Кушбокова Р.Х., заведующий кафедрой Экономической теории Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова (г. Нальчик), к.э.н., доцент.

А 437 **Актуальные вопросы экономики и управления:** сборник материалов II Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2017. – 156 с.

ISBN 978-5-00068-953-0

В сборник вошли материалы секций: «Экономические теории», «Мировая экономика», «Менеджмент», «Маркетинг», «Управление инновациями и инновационной деятельностью», «Региональная экономика», «Экономика труда и управление персоналом», «Бухгалтерский, управленческий учет и аудит», «Финансы и налоговая политика», «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами», «Информационно-коммуникационные технологии в управлении предприятием», «Стратегия устойчивого развития предприятий, отраслей, комплексов», «Правовое регулирование социально-экономических отношений».

Все материалы публикуются в авторской редакции.

Сборник материалов МНПК зарегистрирован в РИНЦ и размещен на сайте Научной электронной библиотеки eLibrary.ru (договор № 125-01/2014К от 28.01.2014).

ББК 65я431
УДК 33(063)

ISBN 978-5-00068-953-0

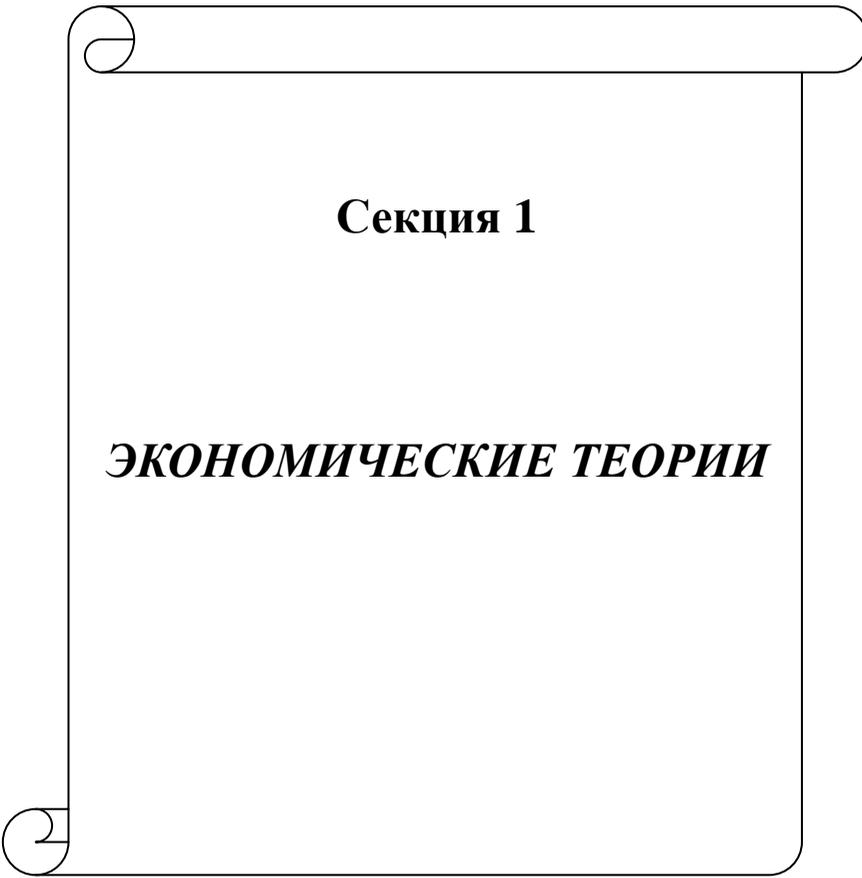
© Коллектив авторов, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. Экономические теории	6
<i>Загидуллина А.Р.</i> Проблемы регулирования деятельности естественных монополий	7
Секция 2. Мировая экономика	12
<i>Лысенко А.С.</i> Финансовые риски во внешнеэкономической деятельности	13
<i>Мавлявиев А.И.</i> Тенденции развития внутреннего и внешнего рынка российского угля	17
<i>Панченко А.Н.</i> Внешнеэкономическая деятельность компании-оператора рынка туристических операций.....	22
Секция 3. Менеджмент	26
<i>Кендигелян П., Ошерова В., Паикова А.</i> Этапы становления и развития финансового менеджмента как основа экономического развития России	27
<i>Мануйлова Ю.В.</i> Современные методы поиска и подбора сотрудников для работы в инновационном направлении компании	31
Секция 4. Маркетинг	36
<i>Антошкина А.А.</i> Маркетинговая деятельность на промышленном предприятии	37
Секция 5. Управление инновациями и инновационной деятельностью	43
<i>Аблинова Е.И.</i> Теоретические и методологические аспекты управления затратами на предприятии	44
<i>Селентьева Т.Н.</i> Кластерная политика как инструмент развития инноваций в регионах.....	49
<i>Схведиани А.Е., Горовой А.А.</i> Четвёртая промышленная революция как основа перехода к шестому техническому укладу	55
Секция 6. Региональная экономика	60
<i>Арутюнян А.</i> Влияние государственных инвестиций на развитие российской экономики	61
<i>Халидов М.М., Иванова Н.В.</i> Оценка проблем и перспектив развития торговых сетей в Новом Уренгое	63

Секция 7. Экономика труда и управление персоналом	69
<i>Иртуганов Э.Р.</i> Проблемы и пути совершенствования системы трудовой мотивации в современной России	70
<i>Романюк Д.Г.</i> Организационная структура современного предприятия	74
Секция 8. Бухгалтерский, управленческий учет и аудит	81
<i>Воронина Д.Д., Гришко Е.В.</i> Особенности консолидированной финансовой отчетности и проблемы, возникающие при ее составлении	82
<i>Козлова М.Э., Кузнецова Д.В.</i> Роль и значение налогов в экологическом развитии РФ	87
<i>Хамхоева Ф.Я., Холохоев И.С.</i> Роль операционного левериджа в управлении финансовым механизмом предприятия	92
Секция 9. Финансы и налоговая политика	97
<i>Гуринова В.И.</i> Проблемные вопросы дебиторской задолженности организаций финансового рынка	98
<i>Очирова З.Э.</i> Система ипотечного кредитования и формы государственной поддержки в России	102
<i>Солтукиева Ф.Б., Чотчаева С.Р.</i> Показатели финансовой устойчивости в антикризисном управлении	107
Секция 10. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами	111
<i>Лузина Д.Ю.</i> PEST-анализ как инструмент управления предприятием сферы услуг	112
<i>Смицких К.В., Пашук Н.Р.</i> Обзор методических подходов к социально-экономической оценке эффективности развития предпринимательства	116
<i>Спеваков Р.В., Кожеманова Т.Н.</i> Оценка структуры капитала предприятия и минимизация его средневзвешенной стоимости	129
Секция 11. Информационно-коммуникационные технологии в управлении предприятием	136
<i>Спеваков Р.В., Полторыхина С.В., Фадеева Е.П.</i> Оптимизация факторов инвестиционного проекта с помощью информационных технологий	137

Секция 12. Стратегия устойчивого развития предприятий, отраслей, комплексов	141
<i>Иванова Т.Е., Зарецкий А.Д., Шевердинова О.В.</i> Формирование общих ценностей на основе матрицы заинтересованных сторон.....	142
Секция 13. Правовое регулирование социально-экономических отношений	151
<i>Ефанова Е.А., Ябарова А.Я.</i> Правовое регулирование контрактных отношений при государственных закупках в Российской Федерации (на примере Федерального закона № 44-ФЗ от 05.04.2013)	152



Секция 1

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ

© Загидуллина А.Р.¹

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара

Статья посвящена исследованию деятельности естественных монополий. Проанализированы признаки естественных монополий их функции, факторы которые препятствуют развитию естественных монополий. Рассмотрено влияние естественных монополий на экономику России.

Ключевые слова: монополия, естественная монополий, регулирование.

Актуальность статьи обусловлена возросшим интересом к реформированию естественных монополий. Естественная монополия – это состояние рынка, образовавшееся из двух факторов: первый образовался со стороны предложения, или производства, второй фактор – со стороны спроса. Производство для монополии играет важную роль, монопольное положение предприятие получает тогда, когда происходит существенное снижение издержек на единицу продукции по мере увеличения объемов. В результате чего эффективнее оказывается не конкуренция нескольких производителей, а монополия одного товаропроизводителя.

Спрос же при появлении монополии неэластичен, то есть в меньшей степени зависит от цены. Зачастую продукция монополии удовлетворяет потребности населения и остается незаменимой для других отраслей промышленности.

Значение естественных монополий часто является ключевым в экономике страны. От их эффективной деятельности зачастую зависит эффективность всей экономики, оптимальной структуры издержек в других отраслях и благосостояние населения.

Первые монополии в России появились с приходом капиталистической формы хозяйствования в 80-е годы 19-го века. Первые монополии создавались государством для обеспечения нужд государственного хозяйства. Первым существенным толчком к развитию монополий стал кризис 1900-1903 годов, он и является причиной образования множества картелей, трестов и прочих хозяйствующих субъектов.

Далее кризис сменился подъемом в 1910-1914 годах, что стало расцветом монополий, Первая мировая война породила дополнительные монополии, связанные с военной промышленностью. Первые монополии в России

¹ Студент.

были ликвидированы после событий Великой Октябрьской социалистической революции.

В настоящее время в российской промышленности насчитывается около четырех тысяч предприятий монополистов и их доля составляет 7 % от общего числа предприятий. Из них естественных монополий около 500 предприятий. Особое место в России имеют монополии связанные с электроснабжением, газоснабжением, нефтепереработкой, добывающей промышленностью. Соответственно антимонопольная политика должна постоянно совершенствоваться как в отношении искусственных, так и естественных монополий.

Монополии для нашего государства представляют собой большую проблему, так как им достались предприятия-гиганты СССР. Регулировка таких предприятий обходиться двойными усилиями.

С переходом государства в 90е годы на капиталистический тип экономики проблема монополий возросла. Данная проблема являлась не только экономической, но и носила характер политической и общественной угрозы.

Основными признаками естественных монополий являются:

- 1) более эффективное функционирование при отсутствии конкуренции;
- 2) препятствие другим предприятиям выхода на данный рынок, по причине высоких издержек;
- 3) низкая эластичность спроса, так как монополист выпускает уникальную продукцию;
- 4) сетевой принцип.

Естественная монополия это такой вид хозяйственной деятельности, который обеспечивает удовлетворение общественных интересов в условиях минимальных затрат на производство.

Конкурентное преимущество предприятия-монополистов прежде всего связано с тем, что:

- при увеличении размера предприятия, увеличивается возможность эффективнее распоряжаться специализацией предприятия в отрасли;
- крупные предприятия могут позволить себе более дорогостоящее и современное оборудование для производства;
- имеется возможность диверсифицировать свой бизнес в том числе использовать отходы основного вида деятельности для дополнительного производства.

Так же крупные предприятия могут позволить себе содержать большой штат специалистов, которые будут заниматься новыми научно-техническими разработками, также позволят получать патенты и закреплять свое положение на рынке.

Естественные монополии подразделяются на государственные, научно-технические и технологические. Приход предприятий к монополиям происходит иногда из-за специфики отрасли. Предприятия монополисты проходят

свои жизненные циклы, постепенно увеличивая свою долю на рынке и диктуя свои цены. Именно повышение цен предприятиями-монополистами заставляет государство заниматься регулированием деятельности монополий.

Поэтому вопрос о регулировании естественных монополий является наиболее актуальным. Причинами регулирования естественных монополий является стремление повысить конкурентоспособность отрасли, а так же снизить издержки и увеличить эффективность работы предприятий-монополистов, в условиях нарастающей конкурентной борьбы.

Естественные монополии в современной России являются ядром экономики и их деятельность оказывает существенное влияние на экономику страны в целом. Примером естественных монополий являются следующие: ПАО «РЖД», ПАО «Газпром», бывшее РАО «ЕЭС», ПАО «Роснефть» и другие.

Влияние на экономику России предприятия естественной монополии оказывают значительное. Но можно выделить три фактора, в положении России, которые препятствуют развитию естественных монополий и представляют основные проблемы для них.

1. Территория Российской Федерации имеет огромные размеры, по нашей стране проходят 8 часовых поясов, это страна с самой большой территорией при низкой плотности населения. По этой причине предприятия естественной монополии могут получать значительную выгоду от «экономии на масштабе».
2. Положение страны и ее климат оказывают существенное влияние на расходование энергоресурсов, что повышает себестоимость в стоимости продукции и, соответственно, снижает норму прибыли.
3. Наличие достаточной сырьевой базы. Россия обладает значительными ресурсами 40 % газа, 13 % разведанной нефти, 50 % угля, проблем в энергоресурсах нет. Проблема состоит в цене использования энергоресурсов наиболее эффективно. На данный момент при хорошей обеспеченности России энергоресурсами производственные предприятия получают ее по такой цене, при которой невозможно произвести конкурентоспособную продукцию даже внутри собственной страны.

При этом государство практикует широкое применение экономически необоснованного субсидирования, то есть завышения уровня тарифов для промышленности при установлении низкого уровня для некоторых категорий потребителей – населения, сельского хозяйства и прочее. Тарифы для населения в некоторых регионах иногда опускаются ниже реальной стоимости, чем в других регионах. Данное обстоятельство вызывает финансовую нагрузку на предприятия естественной монополии, усугубляя их положение и вызывая спад промышленности. При этом образуется замкнутый круг, в процессе которого при росте тарифов на энергоресурсы их потребление снижается вызывая дальнейший спад производства.

Предприятия-монополисты в состоянии самостоятельно осуществлять свою деятельность. Требования к ним со стороны государств могут изменяться в зависимости от внешней и внутренней ситуации. С целью компенсации потерь, государство монополистам предлагает государственные заказы, долгосрочное планирование заказов и прочее.

Предприятия естественных монополий выполняют несколько важных функций:

1. Системообразующая функция – являются основой экономики.
2. Несут в себе стабилизирующий или дестабилизирующий фактор развития государства.
3. Функция обеспечения безопасности государства в области новых технологий, информационной и банковской безопасности, а так же транспортной, энергетической и прочих безопасностей. Что несомненно является необходимыми жизненными интересами государства и населения.

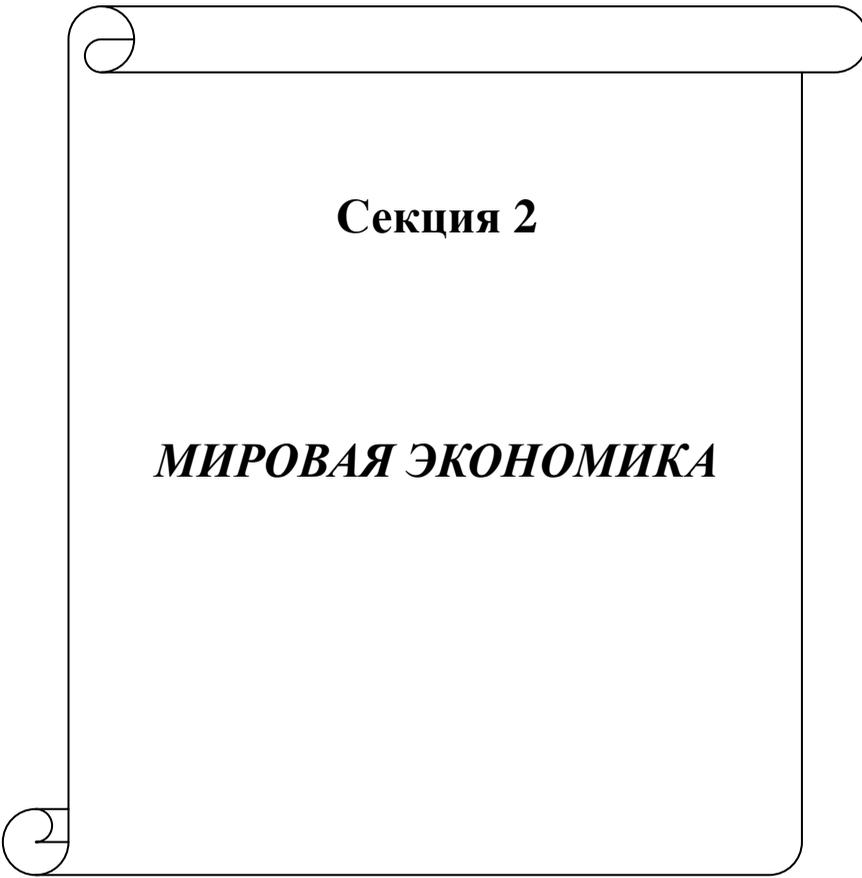
Естественные монополии служат объединяющей основой экономики и нуждаются в приоритетном внимании со стороны государства.

Подведя итог всему вышесказанному, можно сделать следующие выводы, что, во-первых, особенности российской экономики сделали роль естественных монополий исключительно большой и противоречивой, во-вторых, по всему миру происходит рост монополий. В сложившейся системе монополистического рынка тесно связаны интересы самих монополистов, населения и государства. На сегодняшний момент естественные монополии занимают центральное положение в экономике России. Можно сказать, что государство должно производить эффективное регулирование в вопросе естественных монополий с целью роста показателей экономики всей страны в целом и благосостояния населения.

Список литературы:

1. Антимонопольная политика государства: учебное пособие / И.В. Князева. – Новосибирск, 2014.
2. Гаджиев Г.А. Экономическая Конституция. Конституционные гарантии предпринимательской (экономической) деятельности // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2009. – № 1.
3. Государственное регулирование Рыночной экономики: теория и практика: электронный учебник / З.В. Глухова.
4. Пузыревский С.А. Некоторые аспекты определения отраслевой самостоятельности конкурентного права // Юрист. – 2016. – № 1. – С. 20-26.
5. Рыбакова С.С. Региональный представительный орган власти в системе органов государственной власти Российской Федерации // Телескоп научный альманах. – Самара: Издательство «Научно-технический центр», 2012. – Выпуск 27. – С. 83-92.

6. Термелева А.Е. Создание инновационной инфраструктуры в Самарской области // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвузовский сборник научных трудов / редколлегия: Н.А. Чечин, С.А. Ерошевский (отв.ред.) и др. – Самара: Изд-во Самар.гос.экон.ун-та, 2012. – Вып. 2. – С. 194-201.



Секция 2

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Лысенко А.С.

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

В статье проведен анализ основных рисков, влияющих на деятельность транснациональных корпораций на внешних рынках. В работе приведены примеры барьеров, с которыми сталкиваются предприятия при организации своей внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: риск, ТНК, внешнеэкономическая деятельность, мировая экономика, многонациональная компания, финансы, инвестиции.

Финансовый риск является общим термином для различных видов рисков, связанных с финансовой индустрией. К ним относятся риски, связанные с финансовыми операциями таких как, выдача кредитов компании, а также их воздействие на собственные долговые обязательства. Термин обычно используется для отражения неопределенности инвестора по уровню дохода и потенциальных денежных потерь.

Инвесторы могут использовать ряд финансовых коэффициентов риска для оценки перспектив инвестиций. Например, отношение долга к капиталу измеряет долю долга в общей структуре капитала компании. Значительная часть задолженности указывает на рискованную инвестицию. Другой показатель, соотношение капитальных затрат, делит поток денежных средств от операций по капитальным затратам, чтобы увидеть, сколько денег останется для дальнейшего развития компании после обслуживания своего долга.

Существует много видов финансовых рисков. Наиболее распространенные из них включают кредитный риск, риск ликвидности, риск иностранных инвестиций, фондовый риск и валютный риск [1].

Кредитный риск также называют риском банкротства. Этот вид риска связан с компаниями, заимствовавшими денежные средства и которые не в состоянии обслужить образовавшийся долг. Таким образом, такие компании объявляют себя банкротами.

Риск ликвидности связан с изменением стоимости ценных бумаг и активов, которые не могут быть приобретены или проданы достаточно быстро, чтобы сократить потери в условиях неустойчивости рынка.

Изменение цен из-за рыночных различий, политических изменений, стихийными бедствиями, дипломатических изменений или экономических конфликтов может привести к нестабильным иностранным инвестиционным условиям, которые могут ослабить внешнеэкономическую деятель-

ность предприятия. Фондовый риск покрывает риск, связанный с неустойчивостью цен акций.

Международные финансовые рынки сталкиваются с различными рисками, а их совокупность представляет собой международные финансовые риски. В главных финансовых институтах мира применяются различные принципы и практические применения для уменьшения рисков международных финансов. Финансовые риски обычно понимаются как те виды рисков, которые имеют отношение к финансированию. Финансовые риски, связанные с инвестициями, включают в себя риска капиталовложений, валютный риска, а также риск ликвидности. Риски, связанные с заемным капиталом, включают риск изменения процентных ставок и кредитного риска.

Торговля на международном уровне предполагает большее количество риска чем торговли внутри страны, главным образом из-за различия в законах, культуре и валюты. Расстояние и отсутствие информации или знания являются двумя основными факторами риска, от которых возникают все остальные. Каждый элемент международной торговли и стратегического планирования включает в себя риски.

Страны с политической нестабильностью, например, те, в которых происходят различного рода конфликты, или те, с нестабильными правительствами, являются гораздо более рискованными для инвестиций, чем страны со стабильной политической ситуацией. Когда правительство в смятении, он может заморозить международные денежные транзакции, и организация будет не в состоянии проводить операции со своими средствами, в том числе и конвертировать свои средства из иностранной в национальную валюту. «Работа с финансовым учреждением, которое имеет отношение с оффшорными банками и с использованием резервных документов, такие как аккредитивы могут смягчить риск неплатежа,» советует издание «Smart Business» [2].

Международные сделки обычно включают в себя по крайней мере двух различных валютах. Необходимо всегда помнить о том, что обменные курсы между валютами и план для любой потери. Риск велик, когда валюта, в которой вы рассчитать стоимость отличается от той, в которой вы получаете доход. Валютный риск может быть определен как разница между обменным курсом, на момент закрытия сделки на конкретную сумму и обменного курса на момент платежа по ней.

Компании, которые фиксируют операции в зарубежных странах, сталкивается множество неизбежных рисков, главный из которых являются политическими и экономическими рисками. Политические риски возникают из решений, что иностранные правительства делают, в том числе изменения в правительстве, в результате войн и переворотов. Экономические риски часто сопряжены с политическими рисками, но могут также возникнуть в международных денежных рынках. Оба риска усугубляются повышенной волатильности и изменений в законодательстве.

Для того, чтобы подготовиться к волатильности, многонациональные компании могут составлять план действий при непредвиденных обстоятельствах или, по крайней мере, продумать, как они могут реагировать на события, которые в настоящее время кажутся «немыслимыми», такие как значительные, быстрые сдвиги на валютных рынках (например, падение доллара); выход из еврозоны некоторых стран; быстрые изменения цен на сырьевые товары (например, цены на нефть до \$ 200 за баррель); или невыплата госдолга крупнейшими государствами [3]. Несмотря на то, что эти события кажутся весьма маловероятными, но, если они происходят, руководители, которые строили «план экстренных мер» и формировали возможную политику компании в таких условиях, смогут свести убытки к минимуму и, как следствие, более эффективно ответить на такого рода внешние изменения.

Изменения в договорном праве, законе о банкротстве, законодательстве в сфере недвижимости, правах на интеллектуальную собственность, ответственность – это лишь некоторые из юридических вопросов, с которыми сталкиваются компании при осуществлении деятельности в странах с развивающейся экономикой или инвестировании в них. Медленные гражданские судебные процессы, коррумпированные судьи и возможные предубеждения против иностранцев могут повлиять на эффективность работы компании, сокращении убытков, или уменьшению количества долговых обязательств. Например, General Motors (GM) часто использует договорную структуру с поставщиками, в которых GM владеет основным набором производственных мощностей, используемых на предприятии поставщика-партнера. В большинстве стран, если поставщик обанкротится, GM может легко вернуть оборудование назад. Но GM отметили, что это невозможно в Китае из-за только формирующегося государственного законодательства о банкротстве, первая версия которого была принята лишь в 1988 г. [4]. Таким образом, GM использует контрактную основу ведения внешнеэкономической деятельности для снижения этих рисков.

ТНК могут выбрать для управления своими финансовыми операциями централизованную или через децентрализованную организационную структуру.

Преимуществом централизованной структуры является то, что компания может позволить себе нанимать и удерживать высококвалифицированный персонал с большим опытом, который может сэкономить средства компании за счет централизованного управления денежными средствами и более эффективного вложения капитала. Централизация может улучшить контроль и соблюдение корпоративных политик. Эта структура позволяет фирме получить экономию от масштаба инвестиционной и заёмной деятельности, которые могут сократить операционные издержки и обеспечить фирму наиболее конкурентоспособной ценой.

С другой стороны, многонациональные компании могут выбрать децентрализованную структуру финансовой организации из-за различия в языке, потребительских предпочтениях, культурных особенностях, бизнес-практике и государственных правилах, законы и правила между различными странами. Децентрализованная структура позволяет многонациональным фирмам использовать местные знания и условия ведения бизнеса для борьбы с неопределенностью. Недостатки децентрализованного подхода являются более высокими затратами (из-за необходимости в найме большего количества сотрудников), некоторые неизбежные дублирования обязанностей, а также уменьшение степени контроля.

Если компания использует децентрализованную финансовую структуру, это жизненно необходимо для региональных финансовых директоров (CFO) в разных странах поддерживать постоянный контакт со своими коллегами-начальниками в штаб-квартире. Ребекка Нортон, вице-президент по финансам в Азиатско-Тихоокеанский регион в Business Objects (подразделение SAP SE) [5], считает, что международная кооперативная деятельность должна происходить как можно чаще. Она отмечает, что это необходимо для того, чтобы ее зарубежные коллеги понимали условия, при которых работает азиатский рынок [6].

Кроме того, транснациональные компании используют смесь централизованной системы ведения финансовых операций для одних задач и децентрализованной системы для других. Перед приобретением компанией Hewlett-Packard (HP) в апреле 2010 года, сеть коммутации и маршрутизации решений компании 3Com имела централизованную схему операции в Северной Америке центральной сервисной службы (SSC). SSC Северной Америки представляли ряд бухгалтерских услуг по всему миру. Хотя услуги американского SSC намного выше, чем в Сингапуре (где 3Com проводили операции в оффшорных зонах), 3Com решили сохранить высокую стоимость услуг в Северной Америке по результатам оценки риска, выгод и сложности перехода от одного глобального центра в другой. Некоторые из задач, удерживаемых SSC Северной Америки были во всем мире консолидации, во всем мире внутрихолдингового учета и внешней отчетности.

Список литературы:

1. Электронный экономический справочник Investopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.investopedia.com>.
2. Электронный журнал «Smart Business» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smartbusinessmag.com>.
3. Электронный журнал «AllBusiness», Лоуэлл Брайан «Глобализация в условиях критической нестабильности» 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allbusiness.com>.

4. Электронный журнал «AllBusiness». Харьет С. Багра, Тонг Лью, Выбор структуры капитала в условиях рынка, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allbusiness.com>.

5. SAP SE – немецкая компания, производитель программного обеспечения для организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sap.com.

6. Новостной экономический портал CFO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfo.com>.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВНЕШНЕГО РЫНКА РОССИЙСКОГО УГЛЯ

© Мавлявиев А.И.¹

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»,
г. Санкт-Петербург

На современном этапе развития мировой экономики проблемы энергетических ресурсов в целом и энергетического угля в частности, приобретают особую актуальность, поскольку решения важнейших научно-технических и социально-экономических задач требуют, как правило, роста потребления энергетического сырья. В статье проведен анализ сложившейся ситуации на внешнем и внутреннем рынке энергетического угля.

Ключевые слова: рынок, тенденции, уголь, энергетический уголь, энергоресурсы.

Уголь является одним из видов природного топлива, геологических запасов которого в России достаточно для удовлетворения потребностей тепловой электроэнергетики, а также сырьевого обеспечения черной металлургии, других отраслей в течение многих десятков лет. Поэтому именно с угледобычей связывается растущая взаимозависимость национальных рынков, заключение межгосударственных соглашений, последовательное устранение барьеров для международной торговли, увеличение скорости технологического прогресса.

Качество угля как топлива характеризуется рядом показателей (зольность, влажность, теплота сгорания содержание летучих веществ, содержание серы, спекаемость и др.), что приводит к достаточно высокой степени вариации качества угля, добываемого различными предприятиями Российской Федерации [2].

Главными мировыми производителями угля в конце XX века выступали такие страны, как Австралия, Индия, Китай, Германия, ЮАР, Польша, Рос-

¹ Магистрант кафедры Организации и управления.

сия, США. За последние семь лет мировой рынок торговли углем вырос с 1,1 млрд. т до 1,3 млрд. т, при этом доля российского угля увеличилась с 9 до 11 % [7].

Однако в последние пять лет ситуация изменилась. Лидером мирового производства угля является Китай. В этой стране добывается практически половина мирового запаса угля – около 3700 млн. т в год. Остальные страны характеризуются следующими ежегодными объемами добычи: США – 900 млн. тонн; Индия – 600 млн. тонн; Австралия – 480 млн. тонн; Индонезия – 420 млн. тонн. Объем ежегодной добычи угля в России составляет 331,5 млн. тонн (6 место по объемам добычи). В 2016 году доля угля в мировом потреблении первичной энергии снизилась до минимума (28,1 %). Страной – рекордсменом по сокращению потребления угля стала Великобритания (-52,5 %), у которой снижение расходов достигло уровня промышленной революции XVIII-XIX веков. В апреле 2017 года британская электроэнергетика зафиксировала первый «день без угля». При этом в целом уменьшение потребления было обеспечено прежде всего за счет США (-8,8 %) и Китая (-1,6 %). В России потребление угля упало на 5,5 % на фоне роста выработки гидроэлектроэнергии (+9,5 %).

Однако нужно отметить, что падение спроса на уголь в странах ЕС не оказывает негативного влияния на темпы потребления угля в целом. В частности, растет угольная генерация электроэнергии в таких странах как Марокко, Турция и Египет. Кроме того, Китай последние два года наращивает закупки российского угля. Правительством КНР планируется закрыть к 2020 г. старые угледобывающие мощности почти на 800 млн. т и ввести вместо них новые на 500 млн. т, что означает тенденции увеличения поставок угля в Азиатско-Тихоокеанский регион [7].

Тенденциями мировой торговли углем являются:

К современным тенденциям развития мирового угольного рынка относят [3]:

- стабильный рост объемов торговли энергетическими углями;
- стабилизация объемов торговли коксующимися углями в течение длительного времени и рост объемов в связи с развитием черной металлургии в развивающихся странах.
- концентрацию спроса в странах азиатско-тихоокеанского региона;
- появление новых крупных экспортеров угольной продукции;
- снижение роли расстояний в международной торговле углем;
- возникновение и развитие электронной биржевой торговли углем;
- рост абсолютных объемов и относительной доли спотовых сделок и общее увеличение волатильности рынка.

В долгосрочной перспективе глобальный спрос на уголь определяется следующими факторами:

- уровень цен на ископаемое топливо;

- политика правительств в отношении диверсификации энергоснабжения в контексте борьбы с потеплением климата;
- уровень промышленного освоения чистых угольных технологий для генерации электроэнергии, включая секвестрацию и хранение CO₂.

Не только внутреннее потребление, но и реализация угольной продукции на экспорт играют важную роль для каждой страны – производителя.

Рассматривая российский рынок энергетического угля, отметим, что с 2000-х гг. РФ является одним из крупнейших игроков на глобальном рынке угля, обладая 20 % доказанных мировых запасов.

В пределах РФ находятся 22 угольных бассейна и 129 отдельных месторождений угля. Добыча угля ведется в семи федеральных округах, 26 субъектах РФ и в 85 муниципальных образованиях, из которых 58 являются углепромышленными территориями на базе градообразующих угольных предприятий.

Объемы экспорта российского энергетического угля зависят от его качества, которое начало расти во второй половине 2000-х гг. В 2010 году объемы экспорта угля РФ значительно снизились, причиной чего являлось снижение спроса на европейских рынках, в частности, скандинавских стран и Великобритании. Также уменьшались объемы поставок на рынки Китая и Тайваня. В настоящее время Россия является источником высококачественного энергетического угля для Европы и стран Азии.

В табл. 1 представлены результаты анализа добычи угля в РФ.

Таблица 1

Динамика добычи угля в РФ

Год	Добыча угля, млн. т.	Абсолютный прирост, млн. т.		Темп роста	
		базисный	цепной	базисный	цепной
2000	257,9	-	-	-	-
2001	269,3	11,4	11,4	1,044	1,044
2002	253,4	-4,5	-15,9	0,983	0,941
2003	276,4	18,5	23,0	1,072	1,091
2004	284,4	26,5	8,0	1,103	1,029
2005	299,8	41,9	15,4	1,162	1,054
2006	310,0	52,1	10,2	1,202	1,034
2007	314,1	56,2	4,1	1,218	1,013
2008	328,9	71,0	14,8	1,275	1,047
2009	302,6	44,7	-26,3	1,173	0,920
2010	323,4	65,5	20,8	1,254	1,069
2011	336,7	78,8	13,3	1,306	1,041
2012	354,6	96,7	17,9	1,375	1,053
2013	352,0	94,1	-2,6	1,365	0,993
2014	358,2	100,3	6,2	1,389	1,018
2015	326,0	68,1	-32,2	1,264	0,910
2016	331,5	73,6	-5,5	1,285	1,017

Источник: составлено по данным [1; 6].

Как видно из табл. 1, за 14 лет общий объем добычи угля увеличился на 94,1 млн. т или на 36,5 %. Цепные темпы роста показывают, что максимальный прирост наблюдается в 2003 г. (9,1 %), минимальный – в 2007 г. (1,3 %). Четырежды за исследуемый период наблюдалось падение показателей: в 2002 г. на 5,9 %, в 2009 на 8 %, в 2013 г. на 0,7 %, в 2015 г. на 9 %.

Среднегодовой абсолютный прирост составил 7,238 млн. т. Средний темп роста составил 1,024.

Драйвером роста российской добычи угля является экспорт (табл. 2).

Таблица 2

Структура поставок угля потребителям РФ

Направление использования	Доля поставок, %		
	2014	2015	2016
Обеспечение электростанций	25,8	28,3	25,7
Нужды коксохимических заводов	11,9	10,8	10,3
Обеспечение населения	7,3	7,2	6,1
Прочие потребители (Росрезерв, цементные заводы, министерства и т.д.)	7,7	7,3	8,2
Экспорт	47,2	46,4	49,6

Источник: составлено по данным [6].

На фоне улучшения внешнеэкономической конъюнктуры рынка, российские компании увеличили долю экспорта в поставках. По итогам 1 полугодия 2017 года общий экспорт угля составил 86 млн. тонн (+11,1 % г/г). Существенному росту экспорта способствовала кризисная ситуация с поставками угля из Австралии, в связи с последствиями действия урагана Дэбби. Основные импортеры российского угля – КНР и Южная Корея [5].

Импорт энергетического и коксующегося угля в 1 полугодии 2017 г. вырос на 12 % и 150 %, соответственно. Рост импорта энергетического угля обусловлен тем, что ряд уральских ТЭЦ потребляют исключительно уголь из Казахстана и выработка электроэнергии на данных предприятиях за период январь – июнь выросла.

Отмечается, что в ближайшее время Россия может оказаться в условиях перенасыщенного рынка. В частности, предпосылки для роста экспорта существуют у таких стран как Колумбия (более 50 % экспорта на европейский рынок), Индонезия (рост добычи угля до 160 млн.т. к 2017 г.), Австралия (планы по добыче угля до 1 млрд. т в год), Южная Африка (в случае формирования инфраструктуры добыча угля до 100млн. т.), Канада (новые проекты по добыче энергетических углей), Монголия (расширение объемов поставок в предстоящие годы на рынки АТР) [4].

Спрос на уголь снижается в странах ОЭСР (на 1.2 % в год в 2010-2030 годах), но этот спад более чем компенсируется ростом в странах, не входящих в

ОЭСР (2 % в год). В Китае и Индии этап быстрого роста потребления закончится примерно в 2020 году; в остальных странах, не входящих в ОЭСР, спрос на уголь продолжит стабильно увеличиваться.

Уголь долгое время являлся важным фактором быстрого экономического роста Китая. На долю Китая сегодня приходится 47 % глобального потребления угля, и, вероятно, этот показатель повысится до 53 % к 2030 году. Вклад Китая в рост мирового спроса на уголь в 2010-2017 гг. составлял 80 %, и ожидается, что он составит 77 % в период до 2030 года [4].

Таким образом, проведенный анализ показывает, что, несмотря на сокращение угольной генерации в ряде стран, несмотря на конкуренцию угля как топлива с газом, уголь Российской Федерации остается востребованным на мировом рынке. Внутренний рынок российского угля также является важным для российских предприятий.

Список литературы:

1. Васильев Ю.Н. Долгосрочные перспективы развития добычи угля в России // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – М.: Издательство «Горная книга», 2015. – № 88. – С. 21-26.
2. Васильев Ю.Н. Оценка вариации качества продукции угледобывающих компаний Российской Федерации // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – М.: Издательство «Горная книга», 2015. – № 40. – С. 3-11.
3. Васильев Ю.Н. Современное состояние международного рынка энергетического угля // Современные аспекты экономики. – 2013. – № 4 (188). – С. 144-147.
4. Прогноз развития энергетики мира и России до 2040 года. Институт энергетических исследований Российской академии наук. Аналитический центр при правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eriras.ru/files/prezentatsia-prognoz-razvitiya-energetiki-mi...> (дата обращения: 06.12.2017).
5. Проблемы и перспективы развития угольной промышленности. Министерство энергетики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://federalbook.ru/files/FS/Soderjanie/FS-7/IV/Problemi%20i%20perspek...> (дата обращения 06.12.2017).
6. Таразанов И. Итоги работы угольной промышленности за январь-декабрь 2016 года // Уголь. – 2017. – № 3. – С. 16-51.
7. Хазбиев А. На пределе возможного // Эксперт. – 2017. – № 49 (1055). – С. 42-45.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ-ОПЕРАТОРА РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ

© Панченко А.Н.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
Южно-Российский институт управления, г. Ростов-на-Дону

Рынок туристических операций – один из наиболее важных секторов в Российской Федерации. Данная статья включает обзор данного рынка и данные о внешнеэкономических операциях, инновациях и сотрудничестве России с другими странами.

Ключевые слова: мировая экономика, туризм, внешнеэкономические операции.

Поскольку Россия начинает выходить из рецессии [2], ключевые движущие силы сектора туризма выглядят многообещающими. После резкого обесценения российский рубль стабилизировался. По данным аналитиков рынка российской исследовательской компании Ipsos Comcon, 36 % россиян сейчас находятся в том диапазоне личных доходов, которые, как правило, чаще путешествуют. Всемирная туристская организация (United Nations World Tourism Organisation [7]) занимает восьмое место в мире по количеству ведущих участников международных поездок. Развитие темпов туризма в России демонстрирует положительную динамику. Ожидается, что в ближайшие годы ожидается дальнейший рост как российского рынка поездок в общем, так и бизнес-поездок.

У аналитической фирмы Норрег был довольно неожиданный вывод по поводу рынка туристических операций. После анализа около 3,5 млрд цен и маршрутных поисков с Нового года Норрег обнаружили, что поиски рейсов в США упали в 94 из 122 стран. Тем не менее, Норрег сказали, что спрос США на поиск рейсов увеличился на 88 % в России после инаугурации президента США Трампа.

По данным Ipsos Comcon общая сумма, потраченная русскими, которые проводят отпуск за рубежом, увеличилась на 40 % по сравнению с 2016 годом, хотя фактическое количество туристов за тот же период значительно уменьшилось.

Наиболее популярными направлениями для россиян в США являются [3]:

1. Нью-Йорк.
2. Калифорния.

3. Флорида.
4. Марианские острова и Гуам.
5. Невада.

В 2016 году самыми популярными направлениями для поездки зарубеж для россиян являлись Финляндия, Китай, Эстония, Польша и Германия (сюда входят как бизнес, так и отдых). Доля рынка США крошечная – всего 0,7 %. Эти данные могут продемонстрировать, что на данный момент у компаний-операторов рынка туристических операций большой потенциал.

В России развита богатая туристическая инфраструктура. Путевки, как правило, заказываются через туристических агентов и туроператоров. Однако онлайн-бронирование растет, особенно среди молодых потребителей. Но существуют и такие туристические агентства, которые занимаются только VIP-клиентами и корпоративными туристическими агентствами.

При выборе места назначения россияне склонны смотреть на климат (наиболее популярными являются жаркие страны), уровень цен, а также исторические или культурные достопримечательности. Более опытные путешественники сосредоточены на транспорте, возможностях для шоппинга и прочие цели, которые ставят для себя лично.

Частые российские путешественники (высший класс и развивающийся средний класс) предпочитают солнечные страны и пляжный отдых. Богатые россияне, как правило, выезжают за границу каждые 7-10 дней каждые два месяца. Русские среднего класса принимают по меньшей мере два отпуска в год, в том числе один на пляж в летние месяцы [1]. Российские туристы заказывают тур очень поздно – 80 % путевок продаются за последние четыре недели до вылета.

В настоящее время россиян больше привлекают менее известные места. Они предпочитают путешествия, в которых опыт более важен, чем стоимость. Несмотря на то, что сегмент богатых россиян не такой уж большой, он «не чувствителен» к цене. Поэтому индивидуальные туры, а также эксклюзивные предложения привлекательны для российских высокопоставленных потребителей.

Русские начинают искать новый способ выехать за границу. Например, российские туристы начинают покупать услуги у зарубежных туристических агентств. Это отличная возможность для иностранных компаний-операторов мирового рынка туристических операций сделать наиболее широкий охват аудитории и внедрить свои услуги на российском рынке.

Курортные направления, спортивные сооружения и кулинарные изыски другой страны все более востребованы. Событийный туризм (посещение ярмарок, фестивалей, мероприятий и т.д.) также приобрел большие масштабы для российских потребителей.

В прошлом 2016 году можно было отметить открытие одного из крупнейших российских инновационных туристических проектов «Великий

чайный путь», который проходит по пути Транссибирской магистрали. Такая инициатива стала совместным проектом глав государств и туристических отраслей Монголии, России и Китая.

Эти страны имеют значительные возможности для развития туризма, в том числе в организации интересных и инновационных проектов. Объединив усилия в этом направлении позволят вам использовать самый мощный туристический потенциал в мире. Перспективы реализации такого плана в настоящее время становится все более реальной, как с точки зрения экономики и подготовки кадров. Выбор ориентации не только на увеличение доходов от туристической деятельности, но и значительное увеличение числа рабочих мест, рост числа компаний смежных отраслей, обеспечивающих функционирование туристской индустрии.

России и Китая, протяженная общая граница в мире и богатой историей дружбы и сотрудничества практически во всех областях. Основой для этих отношений заключается в умении координировать свои усилия и объединить отдельные навыки в процессе совместной деятельности. Наглядные примеры трансграничного туризма демонстрируют высокий уровень коммуникативных навыков и сопутствующего социального контекста. Такой контекст является, по сути, определяется культурой соседних народов является ключевой нематериальный ресурс для развития российско-китайского туризма.

Стратегической важности и потенциальной ценности социальные и культурные аспекты для успешного ведения бизнеса может быть продемонстрирована на примере известных торговых маршрутах – шелк и чай [6]. Отличительными чертами делового сотрудничества на указанных маршрутах всегда был взаимный интерес и дружба, несмотря на существующие особенности национального характера и жизни местного населения. Аналогичным образом, нынешние отношения между нашими странами в области торговли, экономики и культуры подкрепляется участие в общем союзов и ассоциаций, которые играют все более важную роль в современном глобальном мире, таких как ШОС и БРИКС.

В ходе визита премьерера Государственного Совета КНР в Москве в октябре 2014 года Россия и Китай подписали почти 40 соглашений в сфере банковского дела, энергетики, транспорта, телекоммуникаций, сельского хозяйства, космических технологий. Цель состоит в том, чтобы расширить этот прорыв и туризма, основанный на понимании процессов социального взаимодействия на основе общих убеждений и взаимный интерес обеих сторон соглашения [5].

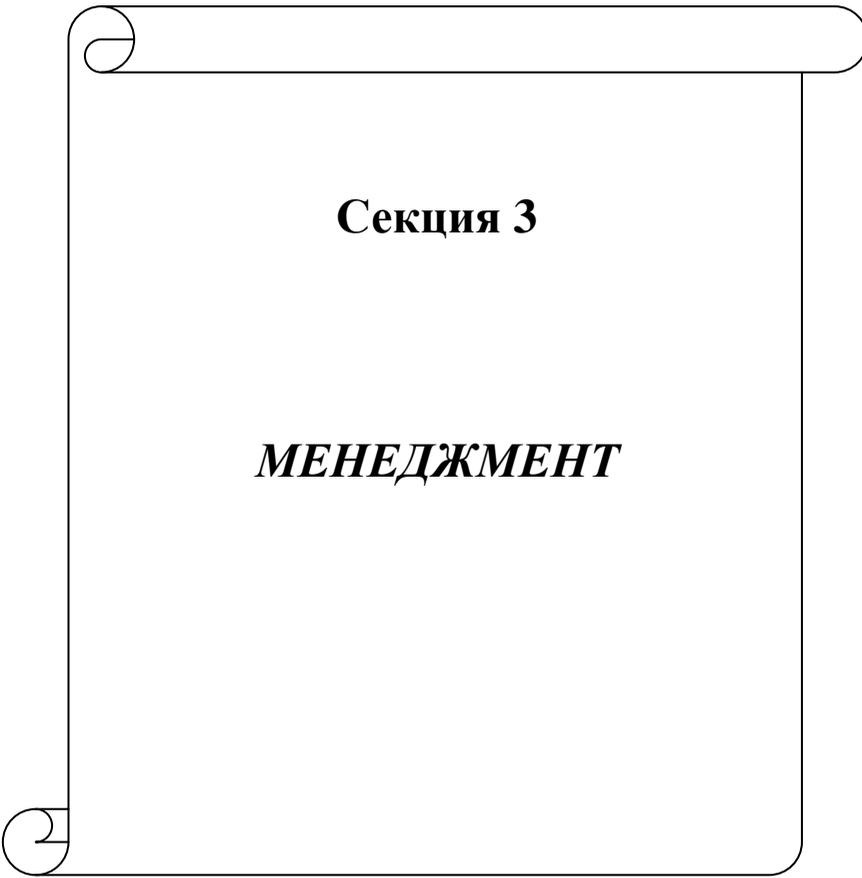
Современные возможности Всемирной туристской отрасли, что явно отразилось на впечатляющий рост числа туристических поездок. В 2012 году эта цифра превысила к 2020 году на историческую отметку в 1 млрд, по данным ЮНВТО, он достигнет 1,4 млрд. наряду с количественным ростом

туризма, старых тенденций можно отметить и растущий интерес в новых туристических проектах. Эти проекты представляют собой новый этап развития туризма как с точки зрения цели и содержания, и формы. В качестве примера можно рассмотреть проект возрождения Великого чайного пути, который исторически связан с Россией и Китаем.

В рамках проекта «Великий чайный путь» стороны нацелены расширять туристическое сотрудничество, поощрять взаимодействие туроператоров и отельеров, совершенствовать инфраструктуру, укреплять информационное сотрудничество и обмены в рамках международных организаций. Также участники «Великого чайного пути» будут поощрять подключение новых регионов к реализации проекта. В настоящее время в реализации проекта на международном уровне уже участвуют Республика Бурятия, Забайкальский край, Иркутская область, китайские провинции Фуцзянь, Цзянси, Хунань, Хубэй, Хэнань, Хайнань, Хэбэй, Шаньси, автономный район Внутренняя Монголия и столичный регион Монголии [4].

Список литературы:

1. Журнал EUROMAG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.euromag.ru.
2. Министерство экономического развития Российской Федерации.
3. Полякова В.В., Щенина Р.К. Мировая экономика и международный бизнес. – 2016. – 4 раздел.
4. РИА новости – турбренд «Чайный путь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ria.ru.
5. Российская ассоциация международного сотрудничества.
6. Специализированное Учреждение Евразийской Организации Экономического Сотрудничества.
7. World Tourism Organisation UNWTO.



Секция 3

МЕНЕДЖМЕНТ

ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

© Кендигелян П.¹, Ошерова В.¹, Пашкова А.¹

Российский университет дружбы народов, г. Москва

Статья посвящена вопросам исследования исторического аспекта развития финансового менеджмента, его взаимосвязи с финансовыми показателями, а также их влиянию на всю финансовую систему Российской Федерации на современном этапе.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансы, финансовые показатели, финансовая система.

Финансовый менеджмент – это экономическая категория, характеризующая систему принципов, методов и приемов управления финансами субъекта хозяйствования, функционирование которой направлено на достижение общих целей хозяйствования, обеспечение эффективности предприятия, достижение определенного дохода, а также выполнения обязательств перед персоналом, контрагентами и государством [9]. Использование системы финансового менеджмента обусловлено необходимостью решения вопросов инвестирования, финансирования и кредитования хозяйственной деятельности предприятия. Его методы и приемы способствуют увеличению показателей хозяйственной деятельности и оптимизации процессов на предприятии. По мере развития рыночной экономики роль и значение финансового менеджмента возрастают. Однако, в своем становлении финансовый менеджмент проходил определенные этапы развития, в результате которых возникали не только теоретические основы, но и опыт управления финансами. В нашей стране элементы финансового менеджмента фигурировали на разных стадиях развития страны, однако принято выделять четыре основных этапа. Хотя развитие финансового менеджмента и началось в нашей стране с 1990-х годов, его отдельные элементы, являющиеся базовыми для этой науки, наблюдались еще в дореволюционное время. Этими элементами являлись финансовые вычисления и анализ баланса. Финансовые вычисления в то время назывались «коммерческими» и были связаны с распространением не только с вычислениями, но и с распространением коммерческих знаний путем открытия вычислительных школ. Анализ баланса в то время развивался в рамках науки о балансе. Особый вклад в развитие этих направлений внесли выдающиеся ученые: Н.С. Лунский, А.П. Рудановский и Н.А. Блатов. По мере развития экономики произошла трансформация этих направ-

¹ Студент 6-ого курса магистратуры кафедры Национальной экономики.

лений в анализ хозяйственной деятельности. Предпосылки к формированию финансового менеджмента в нашей стране до распада советского союза были, однако это направление не могло сформироваться из-за отсутствия рынка ценных бумаг, а также рынка капитала, финансовой самостоятельности предприятий и свободной конкуренции. Основные этапы формирования предпосылок к созданию финансового менеджмента представлены в таблице 1.

Таблица 1

Формирование предпосылок к созданию финансового менеджмента

Этап формирования предпосылок	Основные характеристики
Период новой экономической политики	Централизованное планирование, контроль за выполнением плановых задач, мобилизация государственных ресурсов, ограничение хозяйственной деятельности предприятий, их самостоятельности, централизация, повышение концентрации финансовых ресурсов.
Период реформы 60-х годов	Развитие системы хозрасчета, включающее планирование, управление и экономическое стимулирование. Рост роли прибыли и ее распределение через систему финансовых планов. Применение остаточного принципа распределения прибыли, основанного на жесткой системе финансового планирования.
С 1975-1980	Совершенствование финансового планирования по средствам усиления роли перспективных финансовых планов, совершенствование системы платежей в бюджет, порядка финансирования затрат, а также формирование фондов экономического стимулирования с помощью применения нормативов распределения прибыли.
С конца 1980-х до начала 1990-х годов	Реализация концепций полного хозрасчета, базирующаяся на обеспечении полной окупаемости затрат, повышение роли хозяйственных договоров и осуществление финансирования за счет прибыли и амортизационных отчислений, и самофинансирования.

Источник: таблица составлена авторами на основе данных [6].

Эти этапы способствовали дальнейшим экономическим преобразованиям, которые, в свою очередь, повлияли на формирование условий функционирования финансового менеджмента, и формированию этапов его развития. Финансовый менеджмент начинает приобретать важнейшее значение для определения инвестиционной политики предприятия, становясь приоритетной задачей деятельности организаций. После перехода к рыночным отношениям, была создана формальная основа для перехода к реализации данной категории, так как в этом периоде происходит разделение функций управления финансами на уровне государства и на уровне организаций, особенно коммерческих, которые стали основываться на самофинансировании собственного развития. Первоначально за финансовым менеджментом закрепились функции оптимизации издержек, финансового контроля и учета. Следующим действием стала подготовка и реализация универсальных правил для принятия решений в этой области. Основными решениями, принимаемыми руководителями организаций, стали: решения по направлениям

вложения средств, формирования ресурсов и их распределению, по использованию финансовых инструментов. На современном этапе, в условиях постоянного изменения экономической ситуации, существует необходимость быстрого реагирования и внесение изменения в управление, в том числе и в элементы финансового менеджмента. Это все привело к неизбежности реализации системных принципов.

Однако развитие финансового менеджмента в России и за рубежом происходило не одинаково. Сравнительная характеристика этапов развития финансового менеджмента в России и за рубежом представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Сравнительная характеристика этапов развития
Российского и Западного финансового менеджмента**

Этап	Характеристика	Финансовый менеджмент в России		Финансовый менеджмент на Западе	
		Период	Состояние	Период	Состояние
Первый этап	Характеризуется разработкой общих основ анализа деятельности организации, создание инструментов эффективного управления производством, разработка механизмов реализации	с 1990-хх г.	Происходила попытка адаптации зарубежных методов управления финансами	с 1860-хх г.	Предприятия испытывали острую необходимость реализации новых подходов формирования и распределения ресурсов. Однако на этом этапе не была учтена специфика компаний и их развития
Второй этап	Характеризуется разработкой критериев и ориентиров для обеспечения эффективного применения ресурсов.		Нет четкого перехода ко второму этапу, однако в настоящее время некоторые крупные предприятия решают задачи, аналогичные западным в этом периоде	Начало XX века	Происходило завершение индустриализации, ускорились темпы роста, развивался финансовый рынок, что стало основой для изменения подходов к мотивации персонала. На данном этапе были разработаны основы управления бизнесом в различных ситуациях
Третий этап	Характеризуется периодом кризисных состояний и необходимостью изменения подходов в управлении ресурсами компании через управление финансами	Конец XX – Начало XXI века	Проблемы были актуальны только для тех предприятий, которые использовали методы управления финансами первого и второго этапа	с 1930-хх г.	Происходила разработка методов и способов прогнозирования рисков в различных отраслях промышленности. Были разработаны концепции стоимости капитала, структуры капитала и стоимости денег во времени, а также внедрялись финансовые показатели для анализа деятельности предприятия
Четвертый этап	Характеризуется возросшей ролью финансовых рынков и интеграцией государства в мировую систему экономики отдельных стран, глобализацией экономики	Настоящее время	В России только некоторые наиболее развитые предприятия разрабатывают определенную финансовую политику	Настоящее время	Страны запада находятся в стадии завершения данного этапа, когда происходит оптимизация соотношения между доходностью, рисками и ликвидностью, управление рисками по средствам финансовых активов.

Источник: составлено авторами на основании [2].

Роль финансового менеджмента увеличивалась на разных этапах развития, однако на сегодняшний момент существует отставание от западных предприятий в сфере управления денежными ресурсами на национальном и мировом рынках. В связи с этим, России необходимо перенять и адаптировать зарубеж-

ный опыт в кратчайшие сроки для качественного управления финансами в условиях рыночной экономики и более равномерного развития финансового менеджмента в российских компаниях. Так как финансовый менеджмент тесно связан с финансовыми показателями – коэффициентами, используемыми для анализа деятельности предприятия, позволяющими определить слабые места в работе компании, с его помощью возможно урегулирование состояния предприятия и нейтрализация пагубного влияния, возникающих проблем.

Список литературы:

1. Становление финансового менеджмента за рубежом // Сущность финансового менеджмента как науки [Электронный ресурс]. – Образовательный сайт Studopedia. – Режим доступа: https://studopedia.ru/2_119835_stanovlenie-finansovogo-menedzhmenta-v-rossii.html.

2. Этапы становления финансового менеджмента в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studall.org/all-200320.html>.

3. Шапиро Н.А., Терентьева Л.Д. Трактовки финансового менеджмента в зарубежной и отечественной учебной литературе: сравнительный анализ [Электронный ресурс] // Финансы и кредит. – № 44(428). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/traktovki-finansovogo-menedzhmenta-v-zarubezhnoy-i-otechestvennoy-uchebnoy-literature-sravnitelnyu-analiz>.

4. Барашьян В.Ю. Развитие методологических и методических основ формирования финансового менеджмента в современных условиях России [Электронный ресурс] // Вестник РГЭУ (РИНХ). – 2012. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-metodologicheskikh-i-metodicheskikh-osnov-formirovaniya-finansovogo-menedzhmenta-v-sovremennyh-usloviyah-rossii>.

5. Финансы России. 2016: Статистический сборник [Электронный ресурс]. – Росстат. – М., 2016. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/fin16.pdf.

6. Этапы становления финансового менеджмента в России / Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] // Образовательный ресурс Студопедиа. – Режим доступа: <http://stydopedia.ru/4x8700.html>.

7. Тощенко Ж.Т. Социология управления: учебник [Электронный ресурс]. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, – 2011. – Режим доступа: <http://www.socioprognoz.ru/files/File/publ/Toschenko.pdf>.

8. Хлыстова О.В. Финансовый менеджмент: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2005. – Режим доступа: <https://pravo.studio/finansoviyu-menedjment/istoriya-razvitiya-finansovogo-menedjmenta.html>.

9. Система финансового менеджмента в России / Этапы развития финансового менеджмента в зарубежных странах и в России [Электронный ресурс] // Образовательный портал Megapredmet. – Режим доступа: <http://megapredmet.ru/1-78292.html>.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОИСКА И ПОДБОРА СОТРУДНИКОВ ДЛЯ РАБОТЫ В ИННОВАЦИОННОМ НАПРАВЛЕНИИ КОМПАНИИ

© Мануйлова Ю.В.¹

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
ИТМО, г. Санкт-Петербург

Статья содержит информацию о современных методах поиска и подбора в сфере подбора персонала в инжиниринговые компании, на примере ООО «НПО «СПБЭК». В соответствии с требованиями рассматриваемой инжиниринговой компании, описаны методы подбора персонала для работы по научным и инновационным направлениям, применяемые на вакантные должности данной организации.

Ключевые слова: кадровая политика, подбор персонала, инжиниринг, инновации.

The article contains information on modern methods of search and selection in the sphere of personnel selection in engineering companies, for example, OOO NPO SPBEK. In accordance with the requirements of the engineering company under consideration, methods of recruiting personnel for work on scientific and innovative areas, applied to the vacant positions of this organization, are described.

Key words: personnel policy, recruitment, engineering, innovation.

В сложившихся условиях повышенной конкуренции среди компаний, функционирующих на различных рынках, высококвалифицированные кадры играют существенную роль в определении конкурентных преимуществ фирмы. Речь идет, прежде всего, о фирмах, чья деятельность непосредственно связана с высокотехнологичным производством, в которых грамотные и талантливые специалисты являются залогом успеха деятельности всей организации.

В этой связи, качественная и отлаженная работа HR структуры также вносит свой вклад в благополучие компании. Это происходит потому, что данное подразделение привлекает, пожалуй, один из самых важных факторов производства – трудовой капитал. Фирма, у которой имеется острая потребность в определенной группе работников на каком-либо участке производства (или существует дефицит административного персонала), не способна в полной мере реализовать свой производственный потенциал. Возникает риск потери доверия со стороны потребителей, и как следствие, ухудшение конкурентных позиций на рынке, поэтому основной задачей

¹ Магистрант заочной формы обучения кафедры Производственного менеджмент и трансфера технологий.

специалистов кадрового найма является своевременное отслеживание и восполнение нехватки персонала.

В 2014 году численность персонала, занятого исследованиями и разработками, в России составила 736 тыс. человек, а вместе с совместителями и лицами, работающими по договорам, – 846 тыс. Важно отметить и то, что 50 % этого персонала составляют исследователи, т.е. работники, профессионально занимающиеся исследованиями и разработками и непосредственно осуществляющие создание новых знаний, продуктов, методов и систем. Использование инновационных технологий в деятельности предприятий, оказывающих инжиниринговые услуги, обуславливает требования к принимаемому на работу персоналу, соответственно, определяет используемые при наборе персонала методы [1].

Очень часто высокотехнологичные компании опираются на ученых, задействуя их в производственной и инновационной деятельности, приглашая их для различных нужд, от непосредственной работы, до внедрения инноваций или руководства проектами [2].

ООО «НПО «СПБЭК» – инжиниринговая компания, специализирующаяся на решении комплекса задач в области промышленной автоматике, энергосберегающих технологий и теплотехники, а также строительстве малых и крупных промышленных объектов. Ее спектр деятельности охватывает весь комплекс работ по системе EPCM (Engineering, Procurement, Construction, Management). Это:

- Проектирование и реализация технических решений в области: автоматизированных систем управления технологическими процессами (АСУ ТП) и систем диспетчеризации, автоматизированных систем контроля и учета энергоресурсов (АСКУЭ);
- Строительство промышленных и общественных зданий и сооружений: проектно-изыскательские работы, генеральный подряд и строительство и т.п.;
- Изготовление на базе собственного производства электротехнического оборудования;
- Поставка и монтаж технологического оборудования ведущих зарубежных производителей;
- Сервисное обслуживание, модернизация, техническая поддержка, обучение.

СПБЭК выполняет проекты и оказывает услуги в таких отраслях промышленности, как металлургия, горнорудная промышленность; машиностроение и энергетика; нефтегазовая промышленность; целлюлозно-бумажная; химическая; коммунальное хозяйство; цементная и стекольная промышленности; строительство и транспорт, а также судостроение.

У компании обширная география проектов. Она охватывает не только территорию России, но и страны СНГ, Центральной Азии, Европы и Южной

Америки. Основными потребителями результатов деятельности НПО «СПБЭК» являются такие компании, как ПАО «Северсталь», ПАО «Газпром», ПАО РАО «ЕЭС РОССИИ», ПАО ГМК «Норильский Никель» и другие.

В штате работает более 600 специалистов, из них свыше 350 человек являются инженерами. Кадровая статистика показывает, что 81 % сотрудников имеют высшее техническое образование, 12 % – высшее экономическое, 2 % являются кандидатами наук, 4 % имеют степень МВА, 5 % – другое высшее образование. Это говорит о том, что компания проявляет интерес к грамотным и образованным специалистам, чьи знания и навыки отвечают целям и миссии СПБЭК [3].

СПБЭК собирает команду профессионалов со всего «Союза» – с предприятий, с федеральных ядерных центров, с ВУЗов и открывает для себя поистине гигантский источник знаний, реализованных внедрений, поддержки, который существует именно в нашей промышленности. Этот источник – «Кулибины», то есть специалисты высочайшего уровня и гибкого незаурядного мышления, получившие также колоссальный опыт на предприятиях отрасли. Это авторы многих весьма эффективных реализованных внедрений, некоторые из которых вполне соответствуют мировому современному уровню технической мысли. Практически всегда это люди, активно поддерживающие компанию, ее цель создания мощного российского транснационального инжинирингового бизнеса, поддерживающие и своим советом, и своими внедрениями и рекомендациями. Причем поиск рационализаторов не ограничивается только металлургией, нефтехимией, горной промышленностью и энергетикой. Находя таким образом и авторов разработок, и представителей по городам страны, и интересных ярких сотрудников, компания идет самым простым путем – прежде всего, тиражировать те внедрения, которые подтвердили свой экономический и технологический эффект.

На настоящий момент компания реализует более десяти направлений для поиска, знакомства и дальнейшей работы в компании изобретателей, рационализаторов и молодых ученых. Ниже перечислены пять из них с описанием механики и преимуществ этих методов:

1. Организация от имени компании или спонсорское участие в конференциях изобретателей и рационализаторов на базе университетов. При подготовки конференций идет большая подготовка по сборам заявок, рекомендациям и отборам участников. На этом моменте HR-специалисты компании знакомятся с претендентами на участие, молодыми учеными, а также опытными изобретателями – оценивают и помечают для себя интересные кандидатуры. В ходе проведения самой конференции, выступлений участников и проведения круглых столов HR-специалисты могут видеть кандидатов в процессе работы и выделять по итогам награждения приглашениями на собеседования особо понравившихся кандидатов.

2. Анализ статей и рац.предложений в профильных изданиях, журналах. Многие интересные кандидаты могут территориально проживать в других регионах, а значит вероятность знакомства с ними на проводимых конференциях значительно снижается. Избежать этих органичений и увеличить круг интересующих компанию кандидатов можно по средствам профильных изданий и журналов схожей тематики, для используя журналы Эксперт, Рационализаторы и Изобретатели и пр. Анализ интересных рац. предложений, статьей о самом человеке и его изобретении – дает возможность узнавать о новых интересных «кулибинных» и их предложениях. Следующие шаги после заинтересованности статьей или опытом самого автора – установить знакомство и общение с ним по средством дистанционного общения, проанализировать его интересы, требования и готовность к переезду, а также насколько кандидат подходит для работы в структуре данной компании, а далее организовать собеседование в головном офисе фирмы.

3. Знакомство и сотрудничество с коллективами и Центрами изобретателей и рационализаторов в регионах России.

Коллективы и Цетры изобретателей и рационализаторов – это как раз площадки объединения интересных ученых, изобретателей и разработчиков. Причем такие центры объединяют в себе как уже взрослых ученых, так и молодых изобретателей – которых они скорее всего и возвращают со школ внутри своих организаций проводя кружки, обучающие занятия и конкурсы для молодого поколения. Такие коллективы обладают большим кругом изобретателей в различных сферах, что увеличивает возможность найти интересного нам сотрудника и предложить ему интересные условия работы в нашей компании. С такими центрами можно сотрудничать начиная от размещения у них вакансий нашей компании, проведения тематических встреч или полноценных конкурсов или грантов от компании, а также обращений к руководителям центров с личной рекомендацией кандидатов под запросы компании.

4. Посещение конференций научных разработок, выставок, курсов Умник и прочих.

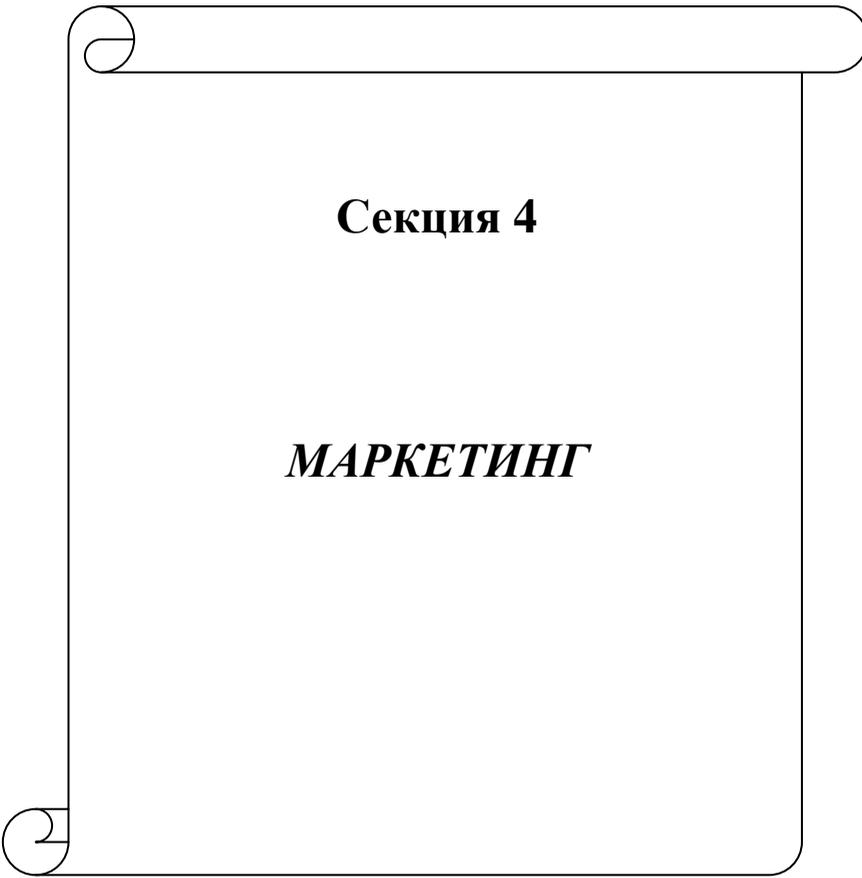
Конференции научных разработок, изобретений или инноваций направлены на выявление новых интересных идей и изобретений в различных отраслях прикладных наук, а также на выявление новых умов для дальнейших совместных работ их поощрения и поддержания в дальнейших начинаниях. Для работодателя, заинтересованного в специалистах с научной и инновационной составляющей данные кадры представляют большой интерес, также как и конкурсы и конференции на которых они собираются. В этом плане посещение и отсматривание кадров на таких конференциях снижает затрачиваемое время на поиск уникальных кадров и дает менеджеру по персоналу возможность выбирать из лучших, видеть труды и работы будущих рассматриваемых сотрудников.

5. Работа напрямую с Высшими учебными заведениями и профильными кафедрами на них.

Высшие учебные заведения – это площадки для роста и развития молодых людей, где они как получают знания по выбранным специальностям, так и проявляют себя в научных работах, лабораториях, работе с профессорами кафедр и многом другом. Профильная работа по подбору молодых сотрудников напрямую с кафедр университетов интересна тем, что преподаватели и заведующие кафедр видят студентов в работе все годы обучения, а это от 4 до 6 лет, отмечают их личные и профессиональные качества, результаты трудов и могут быть хорошими помощниками и советчиками менеджеру по подбору персонала в оценке кандидатов, особенно когда у самой компании имеются четко сформулированные требования к кандидатурам будущих сотрудников. Такая работа напрямую с кафедрами и факультетами высших учебных заведений помогает заранее узнать как молодой специалист проявляет себя в работе и подобрать его не только по успеваемости, но и по совместимым качествам с коллективом и предполагаемой должностью.

Список литературы:

1. Завадский Д.Ю. Исследование системы набора персонала на предприятиях, предоставляющих высокопрофессиональные инжиниринговые услуги // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 7-2. – С. 387-393.
2. Кукина С.Д., Паршукова О.В., Воспельникова Я.Г. Методы оценки кандидатов при приеме на работу и их надежность // *Наука – промышленности и сервису*. – 2011. – № 6-2. – С. 25-31.
3. Сайт компании СПБЭК, раздел «СПБЭК СЕГОДНЯ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spbec.ru/about/today/> (дата обращения: 15.12.2017).



Секция 4

МАРКЕТИНГ

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

© Антошкина А.А.¹

Рязанский государственный радиотехнический университет (РГРТУ),
г. Рязань

Реалии экономической жизни в нашей стране заставили многие крупные и средние промышленные предприятия создать маркетинговые службы, занимающиеся не только поставкой материалов и сырья для производства, но и распределением произведенной продукции на потребительском рынке. Вопросам деятельности службы маркетинга в области продвижения продукции промышленного предприятия к потребителю посвящена данная статья.

Ключевые слова: маркетинг, каналы распределения, сбыт, маркетинг промышленного предприятия, посредники.

В современных экономических реалиях в нашей стране особое значение приобрели проблемы маркетинговой деятельности. От того, насколько успешно они решаются, зависит экономическая эффективность деятельности любого промышленного предприятия. Сложно в это поверить, но еще полтора-два десятка лет назад на большинстве предприятий не существовало отделов маркетинга. Практически, наши маркетинговые службы выросли из отделов сбыта. На сегодняшний день на практике эти службы на промышленных предприятиях проводят исследования рынка, участвуют в разработке программ производства товара и выбора товарной номенклатуры, устанавливают цены, организуют и стимулируют сбыт и решают много других насущных задач. В данной статье мы коротко рассмотрим принципы работы маркетинговых служб на промышленном предприятии, затронем основные проблемы производства и сбыта продукции.

Итак, вначале определим, что является предметом промышленного маркетинга. Согласно мнению автора Ю.А. Захарова из книги «Методы стимулирования сбыта»: «предметом промышленного маркетинга является совокупность взаимоотношений между деятелями рынка, возникающих вследствие их деловой активности – отношения купли-продажи, технико-экономического сотрудничества, финансовые отношения, технологические связи, деловые переговоры, конкурентные отношения и т.д.» [2, с. 19]. В качестве объекта маркетинга на промышленном предприятии выступает промышленный рынок.

¹ Магистрант 1-го курса кафедры «Государственное, муниципальное и корпоративное управление».

На практике все промышленные предприятия работают по общим принципам, главным из которых является направление основных усилий на оптимизацию процесса продвижения товаров от производителя к потребителю. Собственно говоря, и сам результат хозяйственной деятельности такого предприятия в значительной мере зависит от правильности выбора каналов распределения товаров, форм и способов сбыта. Немаловажное значение имеет и ассортимент товаров, и его качество, и то, какие услуги предоставляет предприятие для реализации своей продукции. И если вначале может показаться, что основным в маркетинговой деятельности является только правильный выбор каналов сбыта, то это не совсем так.

Успешная маркетинговая деятельность на промышленном предприятии включает в себя следующие элементы.

Во-первых, это программа маркетинга по производству (производственному отделению). Она является базовым документом, в который входят результаты анализа всех показателей экономической деятельности предприятия за прошедший плановый период.

Иными словами, программа по маркетингу производства включает в себя и определение политики деятельности маркетингового отдела, и определение средств и методов достижения стратегических задач всего предприятия. Результатом работы маркетинговой программы является определение показателя прибыли и рентабельности производства и предприятия.

В этой программе содержится и обоснование, и данные для определения того, какие виды продукции наиболее выгодно выпускать согласно требованиям рынка или конкретного потребителя. Такая программа создается и по каждому отдельному подразделению, и по всему предприятию в общем.

Вторым элементом маркетинговой деятельности предприятия является определение номенклатуры выпускаемой продукции. Правильно сформированная номенклатура во многом служит успеху деятельности предприятия.

Третье – определение структуры производства. Проще говоря, это определение того, какую долю в общем объеме производства занимает отдельный вид продукции или группа однородной продукции. Это необходимо для проведения текущего и перспективного планирования.

Четвертый элемент: обоснование направлений и необходимых инвестиций при осуществлении программы маркетинга. Для этого необходимо проанализировать финансовое положение предприятия.

Пятое – обеспечение производства материальными и трудовыми ресурсами. Естественно, без налаженной системы снабжения эффективное производство невозможно. Поскольку службы маркетинга призваны обеспечивать эффективную хозяйственную деятельность предприятия, то они, кроме сбыта продукции, должны обеспечивать производство всеми необходимыми материалами и оборудованием.

Шестое – определение издержек производства и цен на продукцию предприятия. Это главный момент при оценивании вариантов производственной

программы и выбора самого лучшего из них. Именно правильное определение издержек производства и цен напрямую влияет на рентабельность и конкурентоспособность производства. В этот элемент можно внести и определение издержек обращения и сбыта. Сюда относится оценка существующих и возможных каналов сбыта.

Седьмое – определение уровня прибыли и рентабельности производства при реализации предлагаемой производственно-сбытовой программы предприятия. Сюда входит оценка доходов от реализации продукции и расходов на ее производство и сбыт, включая инвестиции на создание продуктов и развитие производства.

Теперь от деятельности службы маркетинга по отношению к производству перейдем к деятельности службы маркетинга в области продвижения продукции промышленного предприятия к потребителю. Продвижение готовой продукции на рынки сбыта и к потребителям называется товародвижением. Система товародвижения представляет собой совокупность функций обработки заказов, погрузки-разгрузки, создания запасов, хранения и транспортировки. Эта система напрямую связана с созданием инфраструктуры, необходимой для доставки потока продукции от производителя к потребителю. На первый взгляд, создание такой эффективной системы может показаться несущественным для эффективной деятельности промышленного предприятия. Однако, это не верно. Использование плохих транспортных средств приводит к задержкам в поставке товаров, неудовлетворительные телекоммуникации затрудняют подачу данных и заказов по телефону, недостаток холодильных емкостей обуславливает порчу продукта, недостаток помещений уменьшает ассортимент продукции. Вот почему так важны каналы распределения.

Согласно определению Ф. Котлер из книги «Маркетинг от А до Я»: «канал распределения – это система, обеспечивающая доставку товара к местам продаж» [4, с. 21]. Любое промышленное предприятие обладает не одним каналом распределения, а целой системой таких каналов. Она состоит из элементов внутренней среды предприятия изготовителя и внешней среды. Внутренняя среда предприятия – это вся деятельность по производству продукции и подготовке ее к сбыту – например, упаковка и размещение на складских помещениях. Также к внутренней среде можно отнести оформление документации на отпуск продукции, обработку заказов, контроль качества и тому подобное. К внешней среде относят все процессы, связанные с доставкой товара до потребителя вне предприятия. Например, логистика сбыта. Внешняя среда и есть каналы распределения.

Каналы сбыта могут быть непосредственные (прямые) и через посредников. Непосредственный канал сбыта – это прямая продажа конечному покупателю. Использование этого вида каналов будет выгодно, если продукция предприятия узкоспециализирована и требует прямого контакта

производителя и покупателя, если цены на продукцию предприятия часто меняются, если объем продаж не менее чем в два раза покрывает все издержки на прямой маркетинг, если все потребители находятся близко к торговым точкам предприятия, если покупателей немного.

Канал сбыта через посредников дает снижение затрат на управление процессом товародвижения. Схематично каналы распределения продукции промышленного предприятия через посредников согласно информации В.И. Катаева представлены на рисунке 1 [3, с. 49].

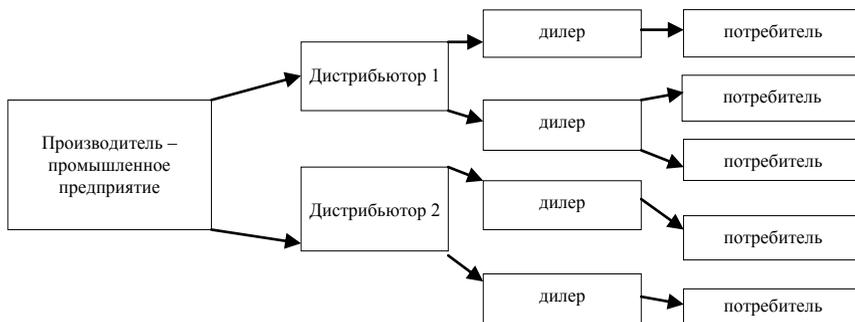


Рис. 1. Схема организации канала распределения через посредников

Для пояснения схемы приведем немного теории из книги Дж.Р. Эванс и Б. Берман «Маркетинг»:

«Дистрибьютор – это посредники, осуществляющие оптовую и розничную торговлю от имени предприятия – производителя продукции. Операции осуществляют за свой счет. Механизм работы с дистрибьютерами таков: предприятие предоставляет дистрибьютору право торговать своей продукцией на определенной территории и в течение определенного срока.

Дилер – это как правило тоже оптовые посредники, хотя могут заниматься и розничной торговлей. Операции производят от своего имени и за свой счет. Приобретение товара производится согласно договору поставки» [5, с. 47]. То есть после полной оплаты поставки дилер становится полным владельцем товара.

Главным решением службы маркетинга на промышленном предприятии является принятие решения, через какие виды каналов производить сбыт готовой продукции. Какие каналы будут наиболее выгодны и в чем. Таким образом, товарораспределение (или по-другому – товародвижение) – это одна из главных задач маркетинга.

В идеале все, кто заняты в распределении готовой продукции тесно сотрудничают между собой. Ведь успех каждого участника этой цепочки напрямую зависит от деятельности других. Каждый участник синхронизирует и кооперирует свою деятельность с тем, который участником, который на-

прямо связан с ним. Только таким образом можно достичь максимальной прибыли на каждом участке канала распределения.

Однако, жизнь часто вносит свои коррективы и не все участники распределения способны охватить в своем сознании проблему в целом. Гораздо чаще они предпочитают заботиться только о своих сиюминутных выгодах и стараются более-менее успешно взаимодействовать только с теми субъектами, которые имеют к ним непосредственное отношение. Собственные интересы заставляют их действовать обособленно. Нередки случаи, когда они не соглашаются с той ролью, которую они играют в канале, и так же с тем, кто что должен делать и за какое вознаграждение. Такие разногласия по поводу целей и функций приводят к конфликтам внутри канала товародвижения, что, естественно, не идет на пользу делу.

Сотрудники службы маркетинга промышленного предприятия, договариваясь о реализации товара, обычно оговаривают и каналы распределения для того, чтобы привести их в соответствие с запросами потребителя. Уровень канала распределения – любой посредник, который выполняет определенную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному потребителю.

Согласно учебнику И.К. Беляевского «Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз»: «число независимых уровней определяет длину канала распределения, самым простым является канал прямого маркетинга, состоящий из производителя, продающего товар непосредственно потребителю.

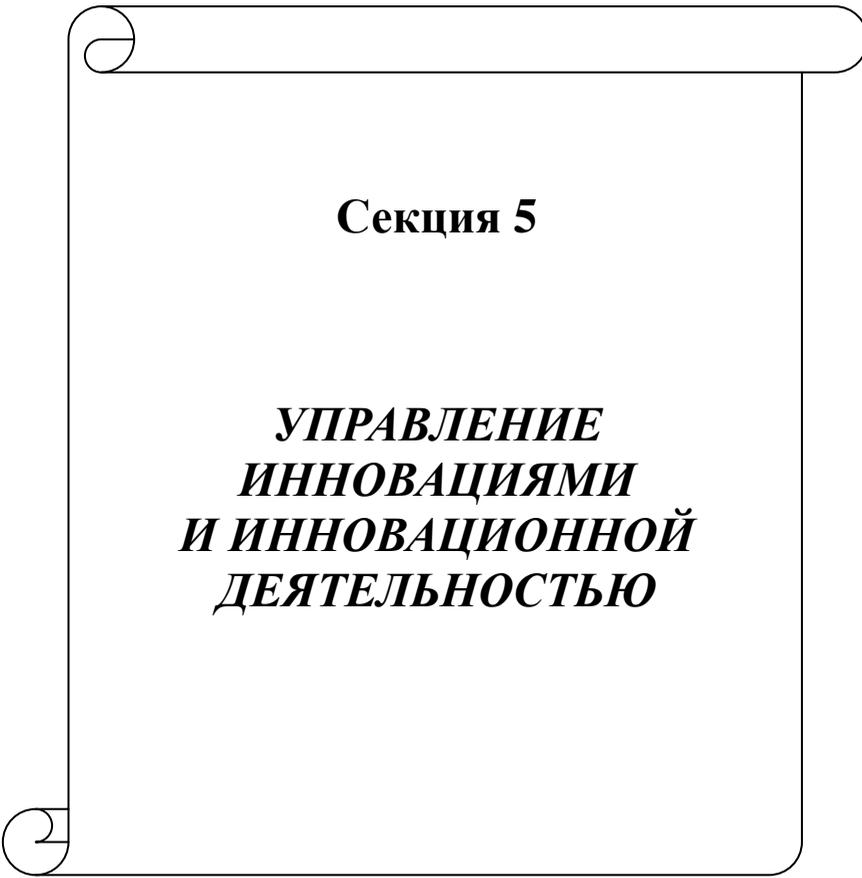
Чем короче цепочка, тем больше торговых расходов несет производитель. Но предприятием может минимизировать свои затраты, реализуя свою продукцию нескольким крупным оптовикам, которые примут на себя все дальнейшие расходы по продвижению продукции до покупателя» [1, с. 194].

Таким образом, можно сделать вывод, маркетинговая деятельность на промышленных предприятиях охватывает практически все сферы их функционирования, от определения наиболее оптимально номенклатуры производимой продукции и построения текущих и долгосрочных планов, до реализации готовой продукции по каналам товарораспределения. Эффективная деятельность маркетинговой службы способна повысить рентабельность деятельности предприятия и упрочить его позиции среди конкурентов.

Список литературы:

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие для вузов. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 320 с.
2. Захарова Ю.А. Методы стимулирования сбыта. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 120 с.

3. Катаева В.И. Методы принятия управленческих решений: учебное пособие / В.И. Катаева, М.С. Козырев. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 226 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 246 с.
5. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг. – М.: Экономика 2014. – 352 с.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a slight shadow effect, framing the central text.

Секция 5

***УПРАВЛЕНИЕ
ИННОВАЦИЯМИ
И ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ***

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

© **Аблинова Е.И.**¹

ФГБОУ ВО «МарГУ», г. Йошкар-ола

В данной статье рассмотрены основные методы управления затратами на производственных предприятиях. Управление затратами является одной из главных направлений управленческого учета. Проблемы разработки и использования в практике учета новых подходов к эффективному управлению затратами предприятия широко обсуждается в отечественной и зарубежной экономической литературе. Рассмотрены ошибки, которые могут возникнуть при оперативном и стратегическом управлении затратами.

Ключевые слова: затраты, управление, стратегическое управление, оперативное управление, эффективность.

Управление затратами является неотъемлемой частью краткосрочной политики организации, которая направлена на обеспечение текущей деятельности требующимися ресурсами и обеспечение непрерывного осуществления производственно-хозяйственной деятельности организации [1]. Карпова Т.П. дает определение сущности учета затрат: «учет затрат есть совокупность сознательных действий, направленных на отражение происходящих на предприятии в течение определенного временного периода процессов снабжения, производства и реализации продуктов его труда посредством их (процессов) количественного измерения (в натуральных и стоимостных показателях), регистрации, группировки и анализа в разрезах, формирующих себестоимость готовой продукции. Такое отражение обеспечивает получение исчерпывающей информации, необходимой для того, чтобы управлять предприятием (или объединением предприятий) и оценивать его деятельность путем выведения финансовых результатов» [2]. В условиях развитой теории производственного учета и развивающегося управленческого учета данный подход ограничен по направлениям использования, так как определение сущности учета затрат на производство кроме технической стороны должно охватывать разнообразные способы подхода к организации управленческого учета производственной деятельности или трансформации учета затрат на производство. Можно сделать вывод, что определение содержания учета затрат создаст прямые предпосылки моделирования его организации на предприятиях. Учет затрат как информационная база, обратна

¹ Магистрант.

процессу управления, подготовит информацию для моделирования стратегии производственной деятельности организации в будущем и покажет действительность. Каждый элемент системы управления затратами работает в тесной связи друг с другом. Чем экономнее предприятие осуществляет использование трудовых, финансовых и материальных, ресурсов при изготовлении товаров, оказания услуг, выполнении работ, тем более эффективен процесс производства, тем больше будет прибыль. Управление затратами имеет обширную зону действия. К нему можно отнести, например, достижение цели уменьшения затрат в будущие периоды времени. Контроль и планирование напрямую связаны с планированием объема продаж и прибыли [3]. Управление затратами, как правило, не обособлено, зачастую оно входит в состав целого плана управления организацией [4].

Стратегическое управление затратами представляет важную часть разработки и внедрения стратегии, в долгосрочной перспективе должно обеспечивать увеличение эффективности производства и в связи с этим, обеспечивает рост конкурентоспособности организации.

Одновременно с тем, широчайшее применение эффективного стратегического управления затратами тормозится отсутствием требуемой для этого научно-методической базы. Данное противоречие, губительно сказывается на росте конкурентоспособности промышленных организаций [5].

На базе критического изучения и обобщения существующих в литературе трактовок стратегического управления и конкурентоспособности в качестве изначальной позиции принято, что наиболее важной целью стратегического управления является обеспечение долгосрочной конкурентоспособности организации посредством создания и развития своих конкурентных преимуществ. Для скорейшего достижения основной цели стратегического управления требуется, чтобы стратегия организации формировалась с учетом критериев его конкурентоспособности.

Текущее состояние управления затратами в Российских организациях не обеспечивает его роль как фактора конкурентоспособности, так как затрагивает в основном лишь вопросы оперативного управления. Эти недостатки свойственны управлению затратами на большей части организаций России. Для того, чтобы устранить эти недочеты необходимо связать стратегию развития организации с вопросами управления затратами, перейти от оперативного к комплексному управлению, которое охватывает оперативное и стратегическое управление затратами в их взаимосвязи со стратегией организации.

Современная экономическая литература рассматривает стратегическое управление затратами в свете трех концепций: цепочки ценностей, стратегического позиционирования и затратнообразующих факторов [6].

При концепции цепочки ценностей управление затратами рассматриваются все стадии формирования затрат и конечной цены на продукцию от получения исходного сырья до реализации продукции покупателю. Связи в

данной цепи между видами деятельности внутри организации и между организацией и его поставщиками и потребителями указывают на необходимость учета при обеспечении конкурентных преимуществ особенностей этой совокупности связей.

При концепции стратегического позиционирования предполагается связь стратегического позиционирования организации, т. е. выбора того или иного стратегического направления его развития, с процессами управления затратами. Согласно данной концепции выбор конкурентной стратегии – стратегии формирования конкурентных преимуществ определяет подходы к управлению затратами. В этом случае можно использовать два подхода к использованию концепции стратегического позиционирования: установление ориентиров управления затратами в зависимости от выбора предприятия приоритетного конкурентного преимущества или в зависимости от фазы жизненного цикла продукта.

Концепция затратнообразующих факторов предполагает выявление и детальный анализ всех факторов, влияющих на затраты предприятия в долгосрочном периоде времени. При этом выделяют две группы факторов: структурные и функциональные. Для сельскохозяйственных предприятий в первую очередь необходимо оценить долгосрочную зависимость уровня затрат предприятия от структурных затратнообразующих факторов.

Управление затратами предприятия является частью общей стратегии управления предприятием. Стратегия управления затратами предприятия направлена на увеличение конкурентных преимуществ, а текущее управление затратами относят к оперативному управлению, которое должно обеспечивать достижение краткосрочных целей предприятия для достижения конечной цели, то есть максимизации прибыли.

Можно сделать вывод о том, что при управлении затратами в краткосрочном и долгосрочном периоде могут возникать ошибки в управлении, основными из которых можно назвать:

1. Непоследовательность. Концепция управления затратами на предприятии должна быть частью общей концепции по управлению предприятием. Принятие разноплановых управленческих решений в краткосрочном и долгосрочном периодах приводит к снижению эффективности общей стратегии управления предприятием.
2. Недостаточный объем информации. Внедрение инновационных методов управления расходами предприятия в большинстве случаев приходится сталкиваться с огромным количеством проблем, одной из которых является информационная. Так, в связи с человеческими факторами процесс передачи данных о расходовании материалов, сырья, топлива происходит не всегда своевременно и не всегда в полном объеме. В связи с этим могут формироваться ошибочные показатели суммы затрат и себестоимости продукции.

3. Избыток информации. При соблюдении требований своевременности и полноты отражения необходимой информации о произведенном расходовании средств может быть дополнено таким принципом как достаточность. Сбор чрезмерно большого объема сведений о произведенных затратах увеличивает в свою очередь расход времени и ресурсов обработку данной информации, что в свою очередь осложняет всю систему сбора и анализа незначительными данными, процесс изучения которых может привести к неверным управленческим решениям.
4. Игнорирование изменений. Довольно часто в процессе управления расходами предприятия игнорируется роль различных факторов в общей структуре затрат. В динамично развивающихся рыночных условиях хозяйствования в течение короткого промежутка времени величина произведенных затрат может изменяться как за счет влияния внешних, так и за счет влияния внутренних факторов. Присчитать все факторы и уровень их влияния на изменение затрат предприятия достаточно сложно, процесс прогнозирования величины расходов может отнимать значительные временные и финансовые ресурсы. Но это вовсе не означает, что можно пренебречь изучением и оценкой влияния различных факторов на величину затрат в процессе хозяйствования.
6. Отсутствие обратной связи. Введение вертикальной системы управления затратами, предполагающей управление затратами «сверху», приобретение и установка дорогостоящего программного продукта или даже создание специализированной службы по учету, контролю и планированию затрат не гарантирует в полной мере наиболее эффективного построения системы управления расходами предприятия. Для того, чтобы данная система работала наиболее эффективно, все руководители отделов предприятия и каждый сотрудник должны четко представлять себе выполняемые функции, а также свою ответственность за общий финансовый результат.

Таким образом, процесс разработки и внедрения системы управления расходованием средств предприятия следует начать с построения наиболее оптимальной организационной структуры, в которой будут распределены функции по сбору, учету, обработке, передаче, контролю, анализу и планированию затрат предприятия.

Наиболее важной функцией управления расходами на производство продукции на предприятиях, на наш взгляд, должен быть анализ, которое в свою очередь не может обходиться без своевременного и полного обеспечения информацией. На большинстве российских предприятий в настоящее время сложно получить разного рода информацию по затратам на производство различных изделий по стадиям их жизненного цикла. Для процесса

анализа важнейшее значение приобретает разделение произведенных затрат на постоянные и переменные.

Более выгодным для предприятия является случай, когда на единицу произведенной продукции приходится меньшая величина постоянных затрат, что достигается (в большинстве случаев) при максимальном объеме производства продукции. Если при падении объема производства продукции общие переменные затраты снижаются пропорционально, то объем постоянных затрат не изменяется, что и приводит к росту расходов на производство продукции и снижению валовой прибыли.

В целях наиболее объективной оценки деятельности производственных предприятий и наиболее полного отражения резервов роста при анализе затрат на производство продукции следует учитывать влияние фактора инфляции в экономике. Также необходимо при этом учитывать инфляционный прирост расходов на амортизацию, арендную плату, проценты за кредит, потребленные услуги и так далее.

Важной частью управления затратами является анализ взаимосвязи между себестоимостью, объемом продаж и прибылью.

При анализе общепроизводственных расходов следует изучать и организационную структуру субъекта хозяйствования, ее оптимальный состав. Это позволит рассмотреть возможное упрощение структуры управления, а также ее оптимизацию за счет автоматизации процессов управления предприятием и инженерного обеспечения производства. Анализ общепроизводственных затрат необходимо сочетать с изучением экономичности функций обеспечения жизнедеятельности субъекта хозяйствования [5].

Завершающим этапом анализа является изучение резервов снижения себестоимости. Для реального решения вопроса о резервах необходимо глубоко изучать отраслевые (специфичные) факторы формирования себестоимости.

Таким образом, под стратегическим управлением затратами правомерно понимать процесс планирования, организации и регулирования, учета и контроля деятельности, ориентированной на эффективность затрат в долгосрочном периоде времени и обеспечивающей разработку, реализацию и своевременную корректировку стратегии предприятия, выбор и реализацию наиболее эффективных способов создания и расширения его конкурентных преимуществ. Для каждого предпринимателя, либо собственника главной задачей является получение максимальной прибыли, путем минимизации затрат. Эту задачу можно достичь путем применения рассмотренных выше методов управления затрат.

Список литературы:

1. Головина Т.А. Теория комплексной системы контроллинга и инструменты ее реализации в деятельности промышленных предприятий // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 32. – С. 35-42.

2. Гомонко Э.А., Тарасова Т.Ф. Управление затратами на предприятии. – М.: Кнорус, 2013. – 320 с.
3. Гусева И. Внедрение контроллинга в систему управления предприятием: актуальные вопросы // Проблемы теории и практики управления. – 2014. – № 12. – С. 77-83.
4. Кизим А.А., Новокшонова О.А. Контроллинг как инструмент оптимизации системы управления предприятием // Экономика: теория и практика. – 2015. – № 1. – С. 69-74.
5. Лебедев В.Г., Дроздова Т.Г., Кустарев В.П. Управление затратами на предприятии. – СПб.: Питер, 2015. – 592 с.
6. Трубочкина М.И. Управление затратами предприятия. – М.: Инфра-М., 2014. – 320 с.

КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ В РЕГИОНАХ

© Селентьева Т.Н.¹

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого», г. Санкт-Петербург

Статья посвящена анализу кластерной политики в России как инструмента развития инноваций в регионах, рассмотрены характеристики кластеров и их роль в развитии региональных социально-экономических систем, проанализирован опыт государственной поддержки кластеров, подчеркнута актуальность исследования вопросов идентификации и формирования кластеров, выявления латентных кластерных групп, разработки научно обоснованных подходов к оценке и анализу внутри- и межкластерного взаимодействия.

Ключевые слова: кластерная политика, инновации, инновационные территориальные кластеры, государственная поддержка.

Роль инноваций как одного из ключевых драйверов экономического роста и фактора устойчивого развития социально-экономических систем бесспорна в современном мире. При этом во многом инновационная активность хозяйствующих субъектов определяется эффективностью государственного регулирования инновационной деятельности. Лишь некоторые экономики доминируют в процессе создания инноваций и отдельных технологических областях, что определяется, в первую очередь, сильной национальной инновационной политикой, а также наличием и функционировани-

¹ Старший преподаватель Высшей школы государственного и финансового управления Института промышленного менеджмента, экономики и торговли.

ем соответствующих институтов поддержки. Спектр применяемых мер весьма широк. Анализ мировой и отечественной практики показывает, что в качестве инструмента развития инноваций на уровне регионов получают кластеры. На сегодняшний день программы развития кластеров реализуется большинством развитых стран и в большинстве случаев они интегрированы в инструментарий инновационной политики.

Подходы к трактовке понятия и классификации кластеров различны. Среди общих признаков кластеров, свойственных не только им, но и другим схожим объектам, ряд авторов выделяет географическую концентрацию и общую сферу деятельности экономических субъектов, являющимися участниками кластера [1].

В качестве отличительных признаков кластеров также называют:

- разнородный состав участников (МСП и крупный бизнес, вузы, НИИ, инновационная инфраструктура, ассоциации и пр.);
- соответствие специализации региона;
- экономическая и социальная укорененность, влияние на региональные цепочки создания добавленной стоимости;
- длительность функционирования, выходящая за пределы одного проекта;
- институционализация кластера: создание органов управления для решения координационных провалов и генерации проектов в кластере [2].

Многие преимущества кластера опираются на положительные внешние эффекты, возникающие при взаимодействии компаний, отраслей и учреждений различных видов. Таким образом, кластер представляет собой систему взаимосвязанных фирм и институтов, характеризующуюся появлением синергетического эффекта.

Кластеры влияют на конкурентоспособность экономической системы по трем основным направлениям, создавая предпосылки для роста производительности и потенциала участников кластера в области инноваций, а также стимулируя создание новых бизнес-структур, поддерживающих инновации и расширяющих кластер.

По сути своей, кластеры призваны стать точками роста, поставляя на рынки конкурентоспособную продукцию и тем самым оказывая влияние как на развитие отдельных регионов, так и страны в целом. Реализация кластерного подхода к развитию региональных экономических систем позволяет выстроить стратегический диалог между всеми участниками инновационного процесса, как то – органы государственной власти, институты развития, профессиональное сообщество, инновационные организации. Среди направлений развития современной кластерной политики выделяют:

- поддержка совместных проектов участников кластеров вместо субсидирования отдельных предприятий;

- поддержка кластеров в возникающих индустриях, содействие их ориентации на поиски уникальных ниш на рынках будущего;
- стимулирование межкластерного взаимодействия, формирование кросс-кластерных проектов и их системное продвижение на внешние рынки;
- смещение акцентов с развития отдельных кластеров в регионе к управлению портфелем кластеров, находящихся на разных стадиях развития.

Понятие кластера как инструмента стимулирования инноваций на региональном уровне и повышения эффективности государственной политики за счет реализации комплексных программ поддержки, подключения институтов развития впервые было закреплено еще в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р. [3] В основополагающих документах стратегического планирования целого ряда субъектов находит отражение положение о необходимости кластеризации экономики субъектов с целью усиления их конкурентоспособности. Так, в Стратегии социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 года (утвержденной распоряжением Правительства РФ от 18.11.2011 N 2074-р) в качестве одного из основополагающих направлений установлено создание системы производственных кластеров, а также развитие межтерриториальной кооперации по целому ряду отраслей [4]. Одним из ключевых документов нормативно-правового обеспечения кластерной политики являются Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации, в соответствии с которыми развитие территориальных кластеров в России является одним из условий повышения конкурентоспособности отечественной экономики и интенсификации механизмов частно-государственного партнерства [5].

Несмотря на существование ряда факторов, сдерживающих поддержку кластеров регионами, таких как: бюджетная несбалансированность, величина краткосрочных социальных обязательств, необходимость решения текущих социальных и инфраструктурных проблем других территорий с уровнем развития существенно ниже имеющегося в кластерах, долгосрочные стимулы регионов поддерживать кластеры бесспорны. Кластеры выступают точками опережающего экономического роста, опирающегося на высокий научно-технологический потенциал, представляют собой яркие инвестиционно привлекательные территории, широко известные в стране и за рубежом. Более того, актуальным данное направление региональной политики делает и необходимость удержания и развития квалифицированных кадров в условиях усиливающейся глобальной конкуренции за человеческий капитал [6].

В России уже накоплен опыт государственной поддержки развития кластеров. Основными органами государственной власти, реализующими кластерную политику на федеральном уровне на сегодняшний день можно считать Министерство экономического развития и Министерство промышленности и торговли. Так, в 2012 году Минэкономразвития России инициировало программу поддержки пилотных инновационных территориальных кластеров. По итогам конкурсного отбора, проведенного в целях выявления пилотных кластеров, был утвержден перечень, в который вошли 25 инновационных территориальных кластеров. К настоящему времени перечень расширен до 27 кластеров [7]. Осуществляемый с 2016 года Министерством промышленности и торговли Российской Федерации механизм предоставления субсидий на реализацию совместных проектов участников промышленных кластеров характеризуется рядом особенностей, связанных как с процедурой отбора промышленных кластеров, так и с порядком предоставления субсидии в целях их поддержки [8].

В рамках программы Минэкономразвития России формируются с 2010 года и центры кластерного развития, действующие на сегодняшний день в 28 субъектах РФ. Поддерживается центром кластерного развития в рамках программы Минэкономразвития России по поддержке малого и среднего предпринимательства Проект «Карта кластеров России», цель которого – создание открытой, актуальной, интерактивной базы данных кластеров в регионах России [9].

Анализируя региональные практики реализации кластерной политики, следует выделить Северо-Западный Федеральный округ, где представлены 3 пилотных инновационных территориальных кластера:

- Кластер медицинской, фармацевтической промышленности, радиационных технологий Санкт-Петербурга, Северо-западный федеральный округ, Санкт-Петербург, Ленинградская область,
- Развитие информационных технологий, радиоэлектроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций, Северо-западный федеральный округ, Санкт-Петербург,
- Судостроительный инновационный кластер Архангельской области, Северо-западный федеральный округ, Архангельская область.

Помимо этого, в субъектах СЗФО успешно функционируют и другие кластеры, распределение которых иллюстрирует таблица 1 [9]. Во многом благодаря такому размещению производительных сил создается социально-экономическая среда инновационной деятельности региона, предпосылки для усиления научно-технического потенциала и расширения масштаба инновационной деятельности, которые обеспечивают высокие позиции субъектов в российском региональном инновационном индексе [10].

Таблица 1

Виды кластеров СЗФО

Субъект РФ	Кластер	Год создания
Архангельская область	Инновационный территориальный лесопромышленный кластер Архангельской области «ПоморИнноваЛес»	2014
	Социальный кластер Архангельской области	2015
	Судостроительный инновационный территориальный кластер Архангельской области	2012
Вологодская область	Кластер деревянного домостроения и деревообработки Вологодской области	2014
	Кластер информационных технологий Вологодской области	2013
	Молочный кластер Вологодской области	2015
	Туристский кластер Вологодской области	2014
ЛЮ, СПб	Кластер фармацевтической, медицинской промышленности, радиационных технологий	2014
Новгородская область	Агропромышленный кластер Новгородской области	2014
	Кластер информационных технологий Новгородской области	2014
	Промышленный кластер Пестовского муниципального района Новгородской области	2014
	Туристский кластер Новгородской области	2014
Санкт-Петербург	Кластер водоснабжения и водоотведения в Санкт-Петербурге	2015
	Кластер медицинской, фармацевтической промышленности, радиационных технологий Санкт-Петербурга	2011
	Композитный Кластер Санкт-Петербурга	2015
	Некоммерческое Партнерство «Кластер медицинского, экологического приборостроения и биотехнологий»	2010
	Некоммерческое партнёрство инновационно-промышленный кластер транспортного машиностроения «Метрополитены и железнодорожная техника» (НП ИПК ТМ «МЖТ»)	2009
	НП «Кластер станкоинструментальной промышленности Санкт-Петербурга»	2012
	Развитие информационных технологий, радиоэлектроники приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций Санкт-Петербурга (направление «Информационные технологии»)	1999
	Развитие информационных технологий, радиоэлектроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций г. Санкт-Петербурга	2012
Санкт-Петербургский Кластер чистых технологий для городской среды	2014	

Практика реализации кластерной политики в России и за рубежом, доказав свою эффективность в качестве инструмента стимулирования инновационной деятельности, подчеркивает, таким образом, актуальность исследования вопросов идентификации и формирования кластеров, выявления латентных кластерных групп, разработки научно обоснованных подходов к оценке и анализу внутри- и межкластерного взаимодействия. Что, в свою очередь, должно повысить качество принимаемых управленческих решений

в сфере государственной инновационной политики как на федеральном, так и региональном уровне.

Список литературы:

1. Кластерные политики и кластерные инициативы: теория, методология, практика: Кол. монография / Под. ред. Ю.С. Артамоновой, Б.Б. Хрусталева. – Пенза: ИП Тугушев С.Ю., 2013. – 230 с.

2. Инновационные и промышленные кластеры в России: актуальная повестка государственной политики Стимулирование кластерного развития экономики: опыт России и Германии. Материалы доклада Е. Куценко 28 января 2016 г., Минск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ced.by/media/news/20160128klastery/2016_01_28_kutsenko.pdf (дата обращения: 08.11.2017).

3. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

4. Распоряжение Правительства РФ от 18.11.2011 N 2074-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 года».

5. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации (подписаны заместителем Министра экономического развития Российской Федерации А.Н. Клепачем от 26.12.2008 г. № 20636-АК/Д19).

6. О государственной поддержке развития инновационных территориальных кластеров Минэкономразвития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/O_gosudarstvennoy_podderzhke_razvitiya_innovatsionnykh_territorialnykh_klasterov.pdf (дата обращения: 09.11.2017).

7. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/> (дата обращения: 13.11.2017).

8. Официальный сайт Министерства промышленности и торговли Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/> (дата обращения: 13.11.2017).

9. Карта кластеров России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://clusters.monocore.ru/> (дата обращения: 10.11.2017).

10. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 5 / Г.И. Абдрахманова, П.Д. Бахтин, Л.М. Гохберг и др.; под ред. Л.М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2017.

ЧЕТВЁРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ КАК ОСНОВА ПЕРЕХОДА К ШЕСТОМУ ТЕХНИЧЕСКОМУ УКЛАДУ

© Схведиани А.Е.¹, Горовой А.А.²

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
г. Санкт-Петербург

ФГАОУ ВО Санкт-Петербургский национальный исследовательский
университет информационных технологий, механики и оптики,
г. Санкт-Петербург

В статье рассматривается взаимозависимость понятий «промышленная революция» и «технологический уклад», развивается идея об эволюционном характере развития социально-экономических систем, обосновывается идея, согласно которой промышленные революции являются основой для перехода на новый технологический уклад.

Ключевые слова: технологический уклад, промышленная революция, развитие социально-экономических систем.

В рамках существующей технологической парадигмы развитие социально-экономических систем носит преимущественно эволюционный характер, основанный на S-образной логике развития базовых технологий доминирующего уклада. В момент предельного развития существующих базовых технологий начинается поиск новых или альтернативных технологий, инвестиции в которые будут более эффективны с точки зрения соотношения прироста производительности труда, к затраченным ресурсам. В момент перехода с одних базовых технологий на другие происходит зарождение новой технологической парадигмы, а сам переход носит характер промышленной революции.

Концепция четвёртой промышленной революции была впервые представлена в 2011 году [1]. Согласно данной концепции в будущем произойдёт массовое внедрение киберфизических систем в производство, обслуживание человеческих потребностей, включая быт, труд и досуг. Как следствие, будет достигнут значительный выигрыш в производительности труда и генерируемой добавленной ценности [2, 3, 5, 7, 14].

¹ Ассистент Высшей школы государственного и финансового управления Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

² Заведующий кафедрой Предпринимательства и коммерческой деятельности Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики.

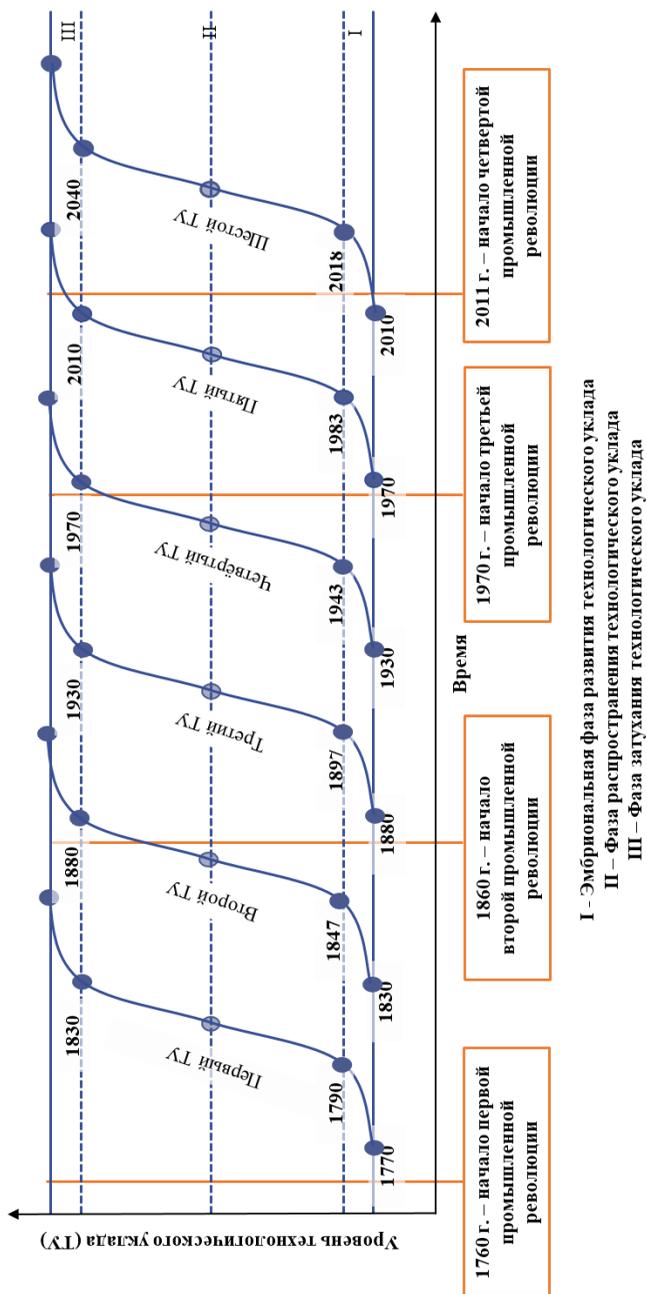


Рис. 1. Соотнесение технологических укладов и промышленных революций

В ходе осуществления четвёртой промышленной революции будет переделён новый пул базовых технологий, который станет основой для развития шестого технологического уклада. В настоящее время, по – мнению экспертов, технологическими лидерами этого уклада, как и пятого, станут США, ЕС, Япония и Южная Корея [4, 6]. Шанс присоединиться к ним имеет и Россия, но это возможно только в случае системного решения структурных проблем в экономике и образовании, которые достались нашей стране в наследство от СССР и усугубились в последние годы [11].

Под термином «технологический уклад» С.Ю. Глазьев предлагает понимать совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства. В связи с научным и технико-технологическим прогрессом происходит переход от более низких укладов к более высоким, прогрессивным [10, 12, 13]. Каждый такой уклад охватывает замкнутый воспроизводственный цикл от добычи природных ресурсов и профессиональной подготовки кадров до непроизводственного потребления. То есть в рамках технологического уклада осуществляется замкнутый макропроизводственный цикл, включающий добычу и получение первичных ресурсов, все стадии их переработки и выпуск набора конечных продуктов, удовлетворяющих соответствующий тип общественного потребления [15].

Таким образом, переход к шестому технологическому укладу сопряжён с необходимостью проведения четвёртой промышленной революции, основой которой являются кибер-физическая производственная система, построенная по образцу социальных сетей. Дальнейшее развитие производства будет строиться на основе слияния четырёх основных групп технологий. К первой группе относятся технологии, связанные с аккумулярованием больших данных (снижение стоимости вычисления, хранения и сенсоров для их сбора), интернет вещей / межмашинное взаимодействие (снижение стоимости аппаратного обеспечения небольших размеров и развитие энерго эффективных сетей дальнего радиуса действия) и облачные технологии (централизация данных и виртуальное ранение). Ко второй группе относятся технологии машинного обучения, искусственного интеллекта и продвинутого анализа данных. К третьей – новое поколение графических и сенсорных интерфейсов пользователя, виртуальная и дополненная реальность. К четвёртой – аддитивное производство (расширение номенклатуры материалов, сжижение цен на 3d принтеры, повышение качества печати), передавая робототехника, экономически эффективное хранение и генерирование энергии. Согласно прогнозам, от 40 до 50 % всех машин в мире будет соединено в результате развития кибер-физических систем, а существующее оборудование будет заменено лишь частично [1, 2, 7, 8, 9].

Ядром этого технологического уклада станут наноэлектроника, молекулярная и нанофотоника, наноматериалы и наноструктурированные покрытия, оптические наноматериалы, наногетерогенные системы, нанобиотехно-

логии, наносистемная техника, наноборудование, термоядерная и зеленая энергетика, биотехнологии, нейронет, автопилотируемые машины и системы каршеринга, цифровое производство, «умные» материалы, «умные» конструкции, «умные» заводы, «умные» среды, наукоемкие суперкомпьютерные технологии. Вследствие развития этих технологий:

- резко снизятся энерго-, капитало- и материалоемкость производства, появится возможность конструировать материалы и детали с заранее определенными характеристиками посредством печати или синтеза;
- будет обеспечена бесперебойная генерация более дешевой энергии на местах за счет возобновляемых источников и ее хранение в баках повышенной емкости;
- дешевле станут автомобили за счет кратного упрощения их конструкции благодаря вытеснению двигателей внутреннего сгорания электрическими;
- «умные» системы обработки информации будут инкорпорированы в большинство сфер жизни человека, кратное увеличится производительность и симметрично уменьшится стоимость программно-аппаратных комплексов;
- появится новое поколение медицинских технологий (как лекарств, так и приборов);
- мультидисциплинарные исследования станут фундаментальной научной основой для развития нового поколения надотраслевых технологий (качественный скачок в развитии информационных технологий и начало повсеместного использования нанотехнологий);
- станет возможным полностью виртуальное проектирование конкурентоспособной продукции на основании метода конечных элементов.

Таким образом, можно заключить, что четвёртая промышленная революция, которая приводит к внедрению и развитию технологий, входящих в ядро шестого технологического уклада, является основой для его построения.

Список литературы:

1. «Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. industriellen Revolution». Vdi-nachrichten.com (in German). URL: <http://www.vdi-nachrichten.com/Technik-Gesellschaft/Industrie-40-Mit-Internet-Dinge-Weg-4-industriellen-Revolution> (дата обращения: 15.12.2017).
2. BCG, Man and Machine in Industry 4.0. How will Technology Transform the Industrial Workforce Through 2025. 22 p.
3. Capgemini Consulting, Industry 4.0 – The Capgemini Consulting View: sharpening the Picture beyond the Hype. 2014. 35 p.
4. Coccia M. Technological paradigms and trajectories as determinants of the R&D corporate change in drug discovery industry // International Journal of Knowledge and Learning. – 2015. – Т. 10, № 1. – P. 29-43.

5. Delloitte in Switzerland. Industry 4.0 Challenges and solutions for the digital transformation and use of exponential technologies. 2015. 28 p.
6. Dosi G., Nelson R. R. Technical change and industrial dynamics as evolutionary processes // Handbook of the Economics of Innovation. – 2010. – Т. 1. – P. 51-127.
7. KPMG, The factory of the future: Industry 4.0 – The challenges of tomorrow. 2016. 66 p.
8. McKinsey Digital. Industry 4.0 How to navigate digitization of the manufacturing sector. 2015. 62 p.
9. McKinsey&Company, Industry 4.0 at McKinsey’s model factories. 2016. 12 p.
10. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. – М.: ВладДар, 1993.
11. Глазьев С.Ю. Новый технологический уклад в современной мировой экономике // Международная экономика. – 2010. – № 5. – С. 5-27.
12. Глазьев С.Ю., Дементьев В.Е., Елкин С.В., Крянев А.В. Ростовский Н.С., Фирстов Ю.П., Харитонов В.В. Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике. – М.: Тривант, 2009.
13. Лебедев О.Т., Мокеева Т.В. Технологические уклады и инновации в социально-экономическом развитии общества // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-3. – С. 836-843.
14. Лебедев О.Т., Родионов Д.Г., Мокеева Т.В. Комплексное влияние технологии как системного фактора на развитие всеобщих форм производства и разделение труда // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 12-2. – С. 53-59.
15. Миропольский Д.Ю., Максимцев И.А., Тарасевич Л.С. Основы теоретической экономики: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения: Теория альтернативных хозяйственных систем. – Издательский дом «Питер», 2013.

Секция 6

***РЕГИОНАЛЬНАЯ
ЭКОНОМИКА***

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

© Арутюнян А.¹

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург

В статье рассмотрено влияние государственных инвестиций на развитие Российской экономики, выявлены основные формы государственных инвестиций, проанализирована взаимосвязь экономического роста от увеличения притока государственных инвестиций в Российскую экономику, выявлены отрасли Российской экономики, которые остро нуждаются в государственных инвестициях. В заключении статьи предложены пути повышения экономического развития.

Ключевые слова: государственные инвестиции, экономический рост, эффективность, государственно-частное партнерство, валовой внутренний продукт.

The article examines the impact of public investment on the development of the Russian economy. Also, it identifies the main forms of public investment, analyzes the relationship between economic growth and the increase in the flow of public investment in the Russian economy, and identifies sectors of the Russian economy which are in a big need of public investment. The conclusion of the article suggests different ways for increasing economic development.

Keywords: state investments, economic growth, efficiency, public-private partnership, gross domestic product.

Государственные инвестиции – это комплекс взаимосвязанных, целенаправленных мероприятий, которые осуществляет государство для повышения эффективности экономики страны, создания благоприятной атмосферы всех хозяйствующих субъектов, развития национальной экономики, формирования высокого уровня жизни граждан [1].

Актуальность темы увеличения количества государственных инвестиций в Российскую экономику обуславливается активизацией в последние десятилетия выявлением и целенаправленным формированием факторов, влияющих на развитие национальной экономики Российской Федерации. В условиях кризисного и послекризисного периода, сжатой денежной массы и высокой процентной ставки очень сложно наладить работу производственных мощностей. Государственные инвестиции могут стать единственным верным решением в решении сложившихся проблем.

Государственные инвестиции проявляются в различных формах и видах:

¹ Магистрант кафедры Государственного и территориального управления.

- Капитальные вложения;
- Налоговые льготы;
- Инвестиционные кредиты на льготных условиях;
- Кредитование;
- Создание свободных экономических зон;
- Инвестиции от государственных компаний [2].

В последние годы государство активно поддерживает такую форму организации, как государственно-частное партнерство. Основная идея государственно-частного партнерства заключается в том, что государство взаимодействует с частным сектором экономики, консолидирует бюджеты обеих сторон для достижения общей цели. Имея небольшой бюджет, государство совместно с частными компаниями может реализовывать крупные социальные проекты. Проекты ГЧП успешно реализуются в субъектах Российской Федерации и иллюстрируют эффективность и результативность взаимодействия. Данные партнерства служат толчком развитию государственно-частного партнерства различных его проявлениях с многоступенчатыми источниками финансирования инвестиционных проектов.

Наиболее обеспеченными государственными проектами считаются:

- создание космических систем;
- формирование федеральных систем связи;
- реализация деятельности морского, железнодорожного и трубопроводного транспорта.

На сегодняшний день почти все другие сферы и отрасли Российской экономики остро нуждаются в инвестировании со стороны государства. Проблема износа основных фондов производства и градообразующих предприятий – это самая болезненная отрасль Российской промышленности. Несмотря на стратегически важное поддержание оптимальных условий работы предприятий, финансирования является недостаточным. Обращаясь к документам Федеральной службы государственной статистики можно проследить тенденцию, что такие отрасли экономики как:

- топливно – энергетическая промышленность;
- производство нефтепродуктов;
- добыча сырой нефти и газа;
- атомная промышленность;
- производство и обработка древесины и т.д. [3].

испытывают сложности в развитии. Это произошло потому, что заводы и оборудование были построены в СССР и с того времени обновлялись лишь частично. Из-за этого, Россия становится неконкурентноспособной на мировом рынке и все сильнее укрепляются ее позиции, как ресурсодобывающая страна [4].

Таким образом выявляется проблема недостаточного государственного инвестирования в отрасль промышленности. А ведь именно отрасль про-

мышленности является важнейшей статьей ВВП [5]. Также сопутствующей проблемой становится тот факт, что в России преобладает добывающая, а не перерабатывающая промышленность. Этот факт является негативным потому, что продавая сырые и не обработанные ресурсы государство теряет до 60 % прибыли, которую можно было бы получать с готовой продукции.

Основным направлениями повышения экономического развития Российской Федерации может стать привлечение иностранных инвестиций. Здесь некоторые возможные пути привлечения иностранных инвестиций:

1. Создание свободных экономических зон;
2. Создание системы льгот для иностранных инвесторов;
3. Заключение концессионных договоров.

В заключении важно отметить, что государственные инвестиции оказывают огромное влияние на развитие национальной экономики, помогают создать благоприятный экономический климат.

Список литературы:

1. Попов А.И. Экономическая теория [Текст]. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2016. – 544 с.
2. Ковалев В.В., Иванов В.В., Лялин В.А. Инвестиции: учебник / В.В. Ковалев. – М.: изд-во «Проспект», 2016. – 496 с.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
4. Ковалев В.В., Иванов В.В., Лялин В.А. Инвестиции: учебник / В.В. Ковалев. – М.: изд-во «Проспект», 2016. – 496 с.
5. Россия как объект инвестиций. Официальный сайт Министерства экономического развития и торговли РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.economy.gov.ru.

ОЦЕНКА ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В НОВОМ УРЕНГОЕ

© Халидов М.М.¹, Иванова Н.В.²

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,
г. Самара

Выявлены проблемы и перспективы развития торговых сетей Нового Уренгоя. Определены направления совершенствования коммерческой деятельности торговых сетей Нового Уренгоя в условиях экономического кризиса.

¹ Магистрант 3 курса.

² Доцент, кандидат биологических наук, доцент.

Ключевые слова: розничная торговля, торговые сети, супермаркет, гипермаркет, торговый центр, складские помещения, распределительные центры, торговые помещения.

С приходом транснациональных торговых сетей в Россию произошло ускорение процесса концентрации национального торгового капитала, но доля иностранных торговых сетей на розничном рынке незначительна и представляют в основном крупные форматы: Cash & Carry (Metro Cash & Carry, гипермаркеты компании Auchan Group, французский гипермаркет спортивной одежды и инвентаря De-catlon, германская сеть бытовой техники и электроники Media Markt (Metro Group), продуктовые гипермаркеты Globus (Hiper-globus), британская сеть универмагов Debenhams и др. В России, собственные торговые марки возникли недавно. В 2001 году сети «Перекресток» и «Рамстор» предложили своему потребителю питьевую воду. Затем появились макароны, сосиски, молочная продукция, ватные палочки, средство для мытья посуды. В скором времени другие ритейлеры также стали предлагать свои СТМ и заявлять о том, что впредь будут увеличивать долю данной продукции. Однако им не удалось достичь заявленных объемов продаж. Только спустя несколько лет, поработав в направлении СТМ, компании стали понимать в каком направлении необходимо двигаться и стали формировать портфели частных марок. Однако, вопрос о разработке стратегий развития частных марок остается открытым. Сегодня СТМ можно встретить, начиная от продуктов питания и заканчивая строительными материалами. При этом выделяют 4-х лидеров в ритейле – «Магнит», «Ашан», X5 Retail Group и ДИКСИ, на долю которых приходится 60 % всех частных марок в России [4].

Актуальность темы данной статьи заключается в том, что население Нового Уренгоя отличается высокой покупательной способностью, поскольку город был построен исключительно для работников газодобычи, для тех, кто работает вахтовым методом, как правило, на подобных работах люди имеют высокие доходы. Однако, в силу неудобств, вызванных местом расположения, в городе до последнего времени не наблюдалось острой конкурентной борьбы в сфере розничной торговли.

Ямало-Ненецкий автономный округ (ЯНАО) занимает 769,3 тыс. кв. км и по площади относится к числу крупнейших субъектов России. ЯНАО – уникальный регион с высоким уровнем концентрации газовой и нефтяной промышленности и ресурсным потенциалом углеводородов мировой значимости. Газовые ресурсы ЯНАО не имеют равных в России. Текущие разведанные запасы природного газа составляют 70 %, конденсата – 60, нефти – 14,5 % от российских. Вся территория ЯНАО относится к территории Крайнего Севера. По уровню комфортности климатических условий для постоянного проживания населения территория округа относится к абсолютно

дискомфортным территориям (арктическая зона) и экстремально дискомфортным (Дальний Север). Это непосредственным образом осложняет жизнедеятельность людей, оказывает влияние на развитие производственной и социальной инфраструктуры. Соответственно, система расселения – небольшие по численности населения города с относительно развитой социальной инфраструктурой, созданные как промышленные узлы и инфраструктурные, сервисные центры нефтяной и газовой промышленности, а также сеть вахтовых поселков арктических месторождений вдоль трасс трубопроводного транспорта, национальные поселки и фактории в районах традиционного природопользования, столица – г. Салехард. Не смотря на то, что Салехард – столица субъекта Федерации, крупным и динамично развивающимся городом в этом крае остаётся Новый Уренгой [2].

Проблема развития розничных сетей в городе связана с дальними расстояниями до ближайших распределительных центров, а также острым дефицитом площадей, пригодных для складирования и ведения торговых операций. Проблема развития розничных сетей в городе связана с дальними расстояниями до ближайших распределительных центров, а также острым дефицитом площадей, пригодных для складирования и ведения торговых операций.

Новый Уренгой имеет большое значение для развития отечественной газовой промышленности, его считают «Столицей голубого топлива», при этом изначально город формировался для тружеников-вахтовиков, работающих на газовых месторождениях, обеспечивающих теплом практически все государства Европейского континента. Основной контингент представлен персоналом корпорации «Газпром», а также подрядчиками различных строительных проектов. Одним из серьезных достижений города является то, что он находится в десятке российских городов по соотношению уровня заработной платы к размеру регионального прожиточного минимума [1].

Оценивая перспективы развития торговых сетей в городе можно отметить покупательные способности населения, которые дают возможность открыть 10-12 продуктовых супермаркетов, а также 1-2 гипермаркета, именно подобное число магазинов не будут друг другу мешать на рынке и начнут функционировать, не рискуя уменьшить рентабельность. Тем не менее довольно долгое время конкурентной борьбы в сфере торгового бизнеса не наблюдалось, поскольку монопольное положение занимала розничная сеть «Монетка».

С 1999 года довольно прочные позиции занимала розничная сеть супермаркетов «Анкор», господствовавшая в регионе как местная. Ее сильные позиции и отсутствие конкурентов было вызвано довольно большим расстоянием до пунктов распределения продукции, нехваткой складских помещений и площадей для осуществления торговых операций. Торговая сеть «Анкор» – динамично развивающаяся сеть супермаркетов в Ямало-Ненецком

автономном округе. Компания начала работать в сфере торговли в 1998 году, в 2001 году открыла первый продуктовый супермаркет в городе Новый Уренгой. «Анкор» занимает лидирующие позиции на рынке продуктового ритейла в Новом Уренгое и Надыме. На сегодняшний день торговая сеть состоит из 12 супермаркетов.

Основное направление развития собственного бизнеса компания «Анкор» заключалось в приобретении всех нужных для организации торгового бизнеса территорий и их обустройства. Огромное значение уделялось покупке любых помещений, используемых в качестве складов. На данный момент они являются объектами аукционной торговли.

Одним из существенных преимуществ компании «Анкор» явилось успешное вложение средств в преобразование огромных недостроенных помещений, оставшихся еще с советской эпохи, с целью организации и расширения торгово-развлекательных павильонов, при этом пионером среди таких стал «Вертолет» с инновационным на то время якорным супермаркетом, позже был построен центр «Гудзон», дополнением к сервису стал удобный фуд-корт и киноконцертный зал «Сезар» [7].

Почти 10 лет в сфере розничной торговли города произошли революционные преобразования, вызванные в 2008 году проведением конкурсных торгов на создание нового торгово-развлекательного центра, организация мероприятий осуществлялась за счет городской мэрии. Знаменателен тот факт, что владелец компании «Анкор» (местный крупный предприниматель Сергей Плешков) уступил победу бизнесмену из Курска Васалию Буркову, однако последний вынужден был отойти, поскольку был втянут в решение проблем с возобновленным уголовным делом. Чуть позже в проект был вовлечен Сергей Васенев с командой профессионалов, занимающихся менеджментом в ООО «Концерн Газрезерв».

Осенью 2010 года было начато сооружение центра, которое успешно завершилось в 2014 году, несмотря на неблагоприятные климатические условия торгово-развлекательный центр «Солнечный» был построен всего за три года.

Одной из причин для создания комплекса послужила серьезная проблема с дефицитом обустроенных территорий для ведения торговой деятельности. Также сдерживающим фактором является небольшая численность населения, поскольку город находится в зоне арктического холода, именно это и сподвигло создать центр в стиле «лайфстайл» [4].

До введения в эксплуатацию центра «Солнечный» практически вся розничная торговля была сконцентрирована в руках розничной сети супермаркетов «Анкор».

Последнее время бывший монополист испытывает значительные проблемы, вызванные ссорами в верхушке управления, что привело в 2016 году к перебоям с поступлением банковских кредитов, у компании имеется за-

долженность перед ПАО «Сбербанк России» на 3 млрд руб., при этом задолженность не была реструктуризована и в споры был допущен заимодавец. На данный момент компания находится под контролем банковских специалистов, о чем узнали конкуренты [5].

Одним из перспективных изменений является предстоящее открытие в конце года торгового центра «Бумеранг», на данный момент ведутся переговоры.

Данная розничная сеть еще в регионе не открыла ни одного филиала, планируется что торговый центр компании займет почти 2 кв. км. Известно, что администрация «Перекресток» на данный момент собирается подписать контракт с заимодателем ООО «Нефтесервис» о сьеме площадей в торговых павильонах «Вертолет», «Гудзон», «Солнечный».

Также отмечается довольно активная деятельность гиганта розничной торговли, уже известного на российских просторах – компании «Магнит», его представители уже заняли помещения в торговых центрах «Сибирь» и «Белые ночи».

Помимо этого, администрация компании «Магнит» рассчитывает в ближайшей перспективе строить свой гипермаркет, при этом ООО «Нефтесервис» ими была предложена более высокая ставка платы за аренду, что привело к уходу торговых павильонов «Анкор».

Местная администрация создает все условия для развития конкурентной борьбы. При этом, мы считаем, что принятие политики конкурентных цен, ниже среднерыночных, может привести к эффекту сомнительной экономии, возникновение у клиентов ассоциации с падением качества товаров и услуг [6]. В целом, выход на рынок различных розничных сетей приводит к соперничеству, борьбе за каждого жителя, покупателя, при этом значительно улучшается сервис, повышается качество обслуживания, расширяется ассортимент продукции, улучшается сортовой состав реализуемых изделий.

Начиная с 2014 года число филиалов компании «Анкор» уменьшилось с 30 до 8, при этом три из них размещены в заложенных павильонах. Тем не менее персонал торговой сети «Анкор» полагает, что проблемы временные и не отразятся на уровне заработной платы персонала [3].

Таким образом, можно со всей уверенностью заявить, что для обслуживания местного населения две федеральные розничные сети могут уживаться, как минимум, а этого вполне достаточно для предотвращения монопольного положения.

Одним из факторов успеха является борьба за занятые ранее мощной местной компанией «Анкор» помещения, поскольку к ним уже, как говорится, «прибит клиент», то есть имеет место высокий трафик конечных потребителей, а также помещения благоустроены и практически не нуждаются в реконструкции.

Список литературы:

1. Веретельникова О. Новый закон о торговле: перспективы и ожидания / О. Веретельникова // Обзор цен. – 2017. – № 5 (520); Крупнейшие торговые сети российского ритейла // Новости торговли. – 2017. – август.
2. Вижина И.А., Золотовская Ю.Б. Анализ проектов и социальных эффектов стратегии развития Ямало-Ненецкого автономного округа до 2030 года [Электронный ресурс] // Региональная и международная экономика. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-proektov-i-sotsialnyh-effektov-strategii-razvitiya-yamalo-nenetskogo-avtonomnogo-okruga-do-2030-goda> (дата обращения: 18.12.2017).
3. Иванова Е.А. Особенности создания устойчивых конкурентных преимуществ предприятия розничной торговли в условиях рыночной власти потребителя / Е.А. Иванова // Научный вестник УАГС. – 2017. – Июнь.
4. Крупнейшие сети продуктового ритейла // Деловой квартал (Новый Уренгой). – 2017. – № 7.
5. Крупнейшие торговые сети российского ритейла // Новости торговли. – 2017. – август.
6. Кулиева В.К., Иванова Н.В. Особенности и проблемы развития коммерческой деятельности на рынке услуг салонного бизнеса // Российская наука: актуальные исследования и разработки сборник научных. Статьи I Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета. – Самарский государственный экономический университет, 2016. – С. 226-230.
7. Хромова Е. Розничная торговля в России: итоги санкций и новые тенденции / Е. Хромова // Финансовая аналитика. – 2016. – Август.

Секция 7

***ЭКОНОМИКА ТРУДА
И УПРАВЛЕНИЕ
ПЕРСОНАЛОМ***

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© Иртуганов Э.Р.

Важным аспектом современного менеджмента является мотивационное управление персоналом. Сюда относятся все мероприятия организации, направленные на побуждение и выработку приверженности персонала к труду. Мотивированность сотрудников является неотъемлемой частью эффективного функционирования любой организации, ведь от того, насколько человек заинтересован работой, во многом зависит производительность его труда, а значит, производительность подразделения и всей организации в целом. Что особенно актуально в условиях постепенного снижения производительности труда на российских предприятиях, одним из факторов которого является недостаточная мотивация персонала [4]. Эффективное использование трудовых ресурсов позволяет увеличить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия, – в этом заключается актуальность исследуемой темы.

Вопросы мотивации в России имеют свои характерные черты, которые связаны с формированием рыночной экономики, а также с особенностями менталитета. Стимулирование персонала на российских предприятиях главным образом заключается в системе материального вознаграждения при минимальном внимании к системам, опирающимся на высшие, духовные потребности, такие как потребность в признании, самовыражении, самоидентификации, потребность во власти, уважении, потребности в реализации творческого потенциала и т.д. Часто менеджеры организаций при разработке и планировании систем мотивации для работников не берут во внимание внутренние побудительные мотивы сотрудников и их реальные потребности, что в результате приводит к снижению стимулирующего эффекта реализуемых систем вознаграждения.

В России принято думать, что человек ходит на работу исключительно ради денег. Разумеется, вопрос заработной платы должен быть в приоритете, ведь только редкие энтузиасты трудятся за идею. Однако если организация предоставит возможность сотрудникам посещать курсы по обучению иностранного языка, заниматься бесплатно в фитнес-центре или получать скидки от партнеров, работник с радостью воспользуется данным предложением, а его уровень преданности к организации только повысится.

Для эффективного управления следует объективно оценивать вклад деятельности каждого работника в итоговые результаты деятельности фирмы. Следует отметить, что общая производительность труда на предприятии

зависит от производительности всего рабочего коллектива в целом, которая, в свою очередь, состоит из производительности каждого отдельного работника [1]. Следовательно, вклад каждого работника несомненно имеет большую значимость. Таким образом, возникает необходимость в поиске эффективных способов управления трудом. Одним из таких способов является мотивация сотрудников. Обращаясь к самому понятию мотивации необходимо сказать, что это внутреннее побуждение к труду. Грамотные менеджеры знают, что при желании заставить человека сделать что-либо, необходимо обратиться в такую сторону, чтобы он сам этого захотел. Таким образом, именно мотивация может активизировать определенные человеческие факторы, позволив работнику добровольно увеличить результативность собственного труда.

Западные менеджеры по персоналу уже давно пришли к выводу о том, что сотрудники являются основной ценностью компании, и их необходимо совершенствовать, потому что от трудового вклада каждого работника зависит успех всей организации. Отличительная особенность предприятий развитых стран состоит в постепенной минимизации доли материальных вознаграждений и увеличении доли нематериальных стимулов, а также в возрастании роли и степени участия сотрудника в функционировании деятельности всей организации. В то время как большинство российских предприятий характеризуется направленностью на сокращение в доходах семей доли общественных фондов потребления и увеличение доли в доходах материального вознаграждения [3].

Отечественным компаниям нужны свои методы мотивации, выстроенные с использованием мирового опыта управления и позволяющие наиболее эффективным способом раскрыть таланты сотрудников.

В настоящее время существует множество подходов, позволяющих решить проблему отсутствия мотивации, мотивов, а также их использования в трудовом коллективе [2]. Но, несмотря на это, проблема еще недостаточно изучена, и нет идеальной модели мотивации работников, которая разрешит все противоречия в стимулировании и сподвигнет на результативный труд, поскольку мотивы, которые движут сотрудниками, очень неоднородны, а также подвержены переменам и формируются под воздействием комплекса внешних и внутренних факторов – квалификации, способностей, образования, положения в обществе, финансового благосостояния и т. д. Поэтому прогнозировать поведение работников в ответ на различные системы мотивации крайне затруднительно и трудоемко. Кроме того, большинство моделей, применяющихся в зарубежных компаниях, не действуют в нашей стране ввиду особенностей российских организаций, и производительность труда по-прежнему остается низкой.

На основе литературы и различных подходов к теории мотивации можно сформулировать свою модель нематериальной мотивации персонала, которая включает в себя:

1. Создание эффективных стимулов, способствующих повышению мотивации работников.
2. Создание мотивационной среды.
3. Создание образа идеального руководителя.
4. Вовлечение персонала в разработку стратегий по улучшению деятельности организации.

Говоря о реализации первой задачи, необходимо отметить, что стимулирование работников должно исходить именно из их потребностей. Проведение различных соцопросов может прояснить эту тему – они выявят желания и стимулы сотрудников, а также их общий социальный настрой. Задача руководителя состоит в изучении мнений работников, определении их удовлетворенностью своим служебным положением. Таким образом, можно выяснить, что сотрудники стремятся к самосовершенствованию, карьерному росту, повышению квалификации или, наоборот, что они связывают работу лишь с повышением оплаты труда. Вместе с этим в последнее время все чаще можно услышать о необходимости индивидуального стимулирования ключевых сотрудников, а также группового стимулирования отдельных групп работников, например, линейного менеджмента или обслуживающего персонала. Поскольку у различных сотрудников отличаются потребности и интересы, индивидуальная форма мотивации ценных сотрудников компании становится все более популярной.

Создает ли мотивационную среду система мотивации персонала? Сама по себе система мотивации, разработанная в компании, еще не мотивирует работников. Она будет действительно стимулировать сотрудников к высоким достижениям лишь при условии, что в компании присутствует мотивационная среда, которая складывается из отношения сотрудников к мотивационным мерам [5].

Для создания мотивационной среды необходимо несколько условий:

1. Четкое определение ожидаемых от сотрудников результатов, необходимых и полезных для компании.
2. Разработка вознаграждений, отвечающих потребностям сотрудников, за высокие результаты и достижения.
3. Измеримость желаемых для компании результатов, объективность и однозначность оценки деятельности сотрудников.
4. Уверенность сотрудников в объективной оценке их работы.
5. Степень достижимости необходимых для вознаграждения результатов.
6. Информированность персонала об ожидаемых результатах и вознаграждениях.

Таким образом, мотивационная среда компании, основанная на нематериальных ценностях, будет стимулировать активность работников, увеличивать их производительность труда, а также повышать качество выполняемых работ.

Реализация третьей задачи модели нематериальной мотивации включает в себя три аспекта. Во-первых, это возможность каждого сотрудника «высказывать» свои мысли, идеи о различного рода трудовых вопросах. Во-вторых, это хорошие взаимоотношения с персоналом. В-третьих, это возможность самосовершенствования и самореализации, которая предоставляется сотрудникам.

Четвертая задача заключается в привлечении персонала в разработку стратегии – это один из самых эффективных элементов мотивации сотрудников. Вовлекая их в этот процесс, мы получаем мотивированных работников. Вовлечение повышает личную ответственность за результат. Это знак доверия и признания значимости сотрудника (а это один из ведущих внутренних мотиваторов каждого второго человека в этом мире). Вовлечение персонала в разработку стратегий по улучшению деятельности организации поможет усилить конкурентные преимущества компании. Создание внутреннего сайта для проведения коллективных обсуждений новых проектов, проблемных вопросов, мероприятий; проведение различных совещаний, которые не только дают возможность прямого общения начальника и подчиненных, но и позволяют выражать свои идеи, также способствуют повышению мотивации сотрудников.

В заключение хотелось бы сказать, что предприятие – это целостная функционирующая система. Хороших результатов нематериальной мотивации персонала руководство сможет достичь, лишь одновременно осуществляя все направления деятельности. Разработка определенного набора стимулов привлечет внимание сотрудников и поспособствует его внедрению в разработку стратегии развития организации. Таким образом, мотивировав работников по такой системной модели, можно ожидать рост производительности труда и повышение престижа организации в конкурентной среде.

Список литературы:

1. Гелета И.В. Подготовка персонала как важный инструмент развития организации // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – Ростов н/Д, 2006. – № 4-2. – С. 71-74.
2. Международная организация труда. Конвенции, документы, материалы: справочное пособие. – М., 2015.
3. Проблемы и пути совершенствования системы мотивации персонала в современных условиях [Электронный ресурс] // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XXV студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО», 2015. – № 6 (25). – Режим доступа: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/6\(25\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/6(25).pdf).
4. Бакеева Й.Р., Бакеев Б.В. Тенденции изменения производительности труда в Российской Федерации и возможные пути их перспективной кор-

рекировки // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-2 (76-2). – С. 162-167.

5. Пересыпина О.А., Свиридова Л.В. Разработка корпоративной системы мотивации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.monographs.ru/ru/book/section?id=6863>.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© Романюк Д.Г.¹

Белорусский государственный университет информатики
и радиоэлектроники, Республика Беларусь, г. Минск

Изложен теоретический материал на тему организационной структуры управления применительно к современным предприятиям. Представлены результаты эмпирического исследования, выполненного на основе обобщения существующих теоретических исследований по проблеме разработки наиболее рациональной организационной и управленческой структуры предприятия с использованием статистических данных последних лет, с применением диагностического инструментария. Применяется институциональный подход к рассмотрению содержания организационной и управленческой структуры предприятия. Результатом проведенного исследования стало выявление наиболее актуальных и значимых для современных предприятий, функционирующих в пространственной экономики в условиях неопределенности. Путем анализа теоретического материала и рассмотрения практических примеров выявлены максимально эффективные структуры управления современного предприятия на разных его этапах. Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в организационном управлении на современных предприятиях.

Под организационной структурой понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их развитие и функционирование как единого целого.

Структура управления – это упорядоченная совокупность связей между звеньями и работниками, занятыми решением управленческих задач организации. В ней выделяют такие понятия, как элементы (звенья), связи и уровни.

Организационная структура определяет распределение ответственности и полномочий внутри организации. Организационная структура управления –

¹ Магистрант.

это совокупность всех функциональных подразделений, взаимосвязанных в процессах обоснования, выработки, принятия и дальнейшей реализации управленческих решений. Организационная структура управления определяет состав, соподчиненность, взаимодействие работ по подразделениям и органам управления, между которыми осуществляются определенные отношения по поводу реализации властных полномочий и потоков информации.

В современной экономической литературе уже стал общепризнанным подход, в соответствии с которым организация – это группа людей, деятельность которых сознательно для достижения общей цели или Российские исследователи подчеркивают, что организация это не просто группа людей, но устройство, способ объединения, соотношения, взаимодействия участников, соответственно с точки зрения структурного подхода в организации выделяются производственная структура, технологическая структура, структура собственности и организационная структура управления, при этом последняя является основным инструментом детализации, регламентации и закрепления состава и содержания разнообразных ресурсов организации [4].

Организационная структура, как упорядоченная совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов является эффективной постольку, поскольку она обеспечивает эффективность целесообразных взаимоотношений между элементами структуры, что является залогом эффективности функционирования предприятия в целом. Различные научные подходы по-разному трактуют значимость организационной структуры фирмы.

Широко известная сегодня организация типа «Z», описанная У. Оучи, представляет собой попытку показать, как соединение преимуществ двух достаточно различных культур (японской и американской) «рождает» эффективный вариант культуры американской деловой организации. Свое исследование У. Оучи построил на сравнительном анализе семи переменных организационной культуры:

- обязательства организации по отношению к своим членам;
- оценка выполнения работы;
- планирование карьеры;
- система контроля;
- принятие решений;
- уровень ответственности;
- интерес к человеку [7].

Модель У. Оучи предлагает для американской фирмы типа «Z» сохранять ответственность на индивидуальном уровне. В этом случае предполагается, что разные культурные ценности (групповое решение и индивидуальная ответственность) должны ужиться друг с другом. Решается это во многих случаях через механизм участия в управлении, сохраняющий традиционно последнее слово в решении за менеджером Идеальная (в смысле

эффективности и интегрированности) организация, по мнению У. Оучи, не должна иметь ни официальной организационной структуры, ни какой-либо формальной структуры вообще. В качестве примера коллектива с такой структурой им приводится хорошо сыгранная баскетбольная команда.

Специалисты справедливо считают, что не существует единой идеальной модели управления, поскольку каждая фирма уникальна. Она должна искать собственную модель. Среди факторов, которые определяют выбор управленческой модели:

- размер фирмы;
- характер продукции;
- характер среды, в которой она действует.

С точки зрения последнего фактора выделяют следующие модели управления:

- модель рационального внутрифирменного управления в спокойной внешней среде;
- модель управления в условиях достаточно динамичного и разнообразного рынка;
- модель в условиях динамичного научно-технического прогресса;
- модель приспособления к спонтанно, неожиданно возникающим под воздействием внешней среды фирмы проблемами.

Итак, среди основных видов организационных структур можно отметить наиболее распространенные, исторически сложившиеся структуры:

Линейная организационная структура управления – Основы линейных структур составляет «шахтный» принцип построения. То есть для каждого отдельного структурного подразделения организации формируется иерархия служб («шахта»), пронизывающая всю организацию сверху донизу.

Линейная организационная структуру управления, как правило, выбирают малые предприятия и микрофирмы. Более того, эту организационную структуру выбирает большинство предприятий в России [5]. Интересен тот факт, что на практике руководитель выбирает этот тип экономического механизма хозяйствования не осознанно, не занимаясь изучением вопроса существующих организационных структур. Так или иначе, это рациональное решение. Ведь в условиях функционирования малых предприятий, с несложным производством при отсутствии у них разветвленных кооперированных связей с потребителями, поставщиками, научными и проектными организациями применение данного типа организационной структуры управления наиболее эффективно.

Линейно-штабная организационная структура – данный вид организационной структуры является развитием линейной и призван ликвидировать ее важнейший недостаток – отсутствие звеньев стратегического планирования. Линейно-штабная структура включает в себя специализированные подразделения (штабы), которые не обладают правами принятия решений и ру-

ководства какими-либо нижестоящими подразделениями, а лишь помогают соответствующему руководителю в выполнении отдельных функций, прежде всего, функций стратегического планирования и анализа. В остальном эта структура соответствует линейной структуре. Такой вид организационной структуры является развитием линейной и призван ликвидировать один из ее недостатков, связанный с отсутствием звеньев стратегического планирования. Так, штабы выполняют предварительный анализ поступающей от нижних эшелонов информации, готовят по ней аналитические отчеты и обзоры, разрабатывают проекты приказов и распоряжений. Кроме того, штабы ликвидируют один из важнейших недостатков обычной линейной структуры, осуществляя тактической и стратегическое планирование деятельности в рамках своей службы. Достоинства линейно-штабной структуры: более глубокая, чем в линейной, проработка стратегических вопросов, некоторая разгрузка высших руководителей, возможность привлечения внешних консультантов и экспертов, при наделении штабных подразделений правами функционального руководства такая структура – хороший первый шаг к более эффективным органическим структурам управления.

Дивизионная структура управления – такие структуры управления были характерны для крупных корпораций в 60-70 гг. XX в. и представляют собой синтез централизованной координации и контроля деятельности с децентрализованным управлением. Например, производственным подразделениям (дивизионам) предоставляется определенная степень управленческой свободы, тогда как руководство корпорации сохраняет за собой управление НИОКР, стратегическое планирование, корпоративные финансы и т.д. Необходимость новых подходов к организации управления была вызвана резким увеличением размеров компаний, внутриотраслевой диверсификацией их деятельности и усложнением технологических процессов в условиях динамично меняющейся внешней среды. В СССР в 1960-1970-е гг., реализовывался курс на повышение концентрации производства и укрупнение хозяйствующих субъектов. Его ключевая цель – повысить управляемость экономики путем сокращения количества объектов, деятельность которых регулировалась из единого центра.

В результате были сформированы крупные объединения различного типа:

- массового и крупносерийного производства в автомобильной и тракторной промышленности, сельскохозяйственном машиностроении (ЗИЛ, ВАЗ, КамАЗ и др.);
- комбинаты в металлургической промышленности, химической, нефтехимической и некоторых других отраслях промышленности;
- машиностроительные объединения серийного и единичного производства;
- территориальные производственные объединения монопродуктовых отраслей промышленности (угольная, нефтяная, газовая);

- крупнейшие многопрофильные производственные объединения в машиностроении (Уралтяжмаш, ХЭМЗ, Атоммаш) и в других отраслях промышленности;
- научно-производственные, научно-технические и другие объединения.

Адаптивные структуры управления стали развиваться примерно с конца 70-х годов XX в., поскольку, из-за обострения конкурентной борьбы, возникла необходимость в более эффективной работе предприятий, повышении качества, а также более динамичной реакции организаций на быстро изменяющиеся условия внешней и внутренней среды. Именно отсутствие динамики в структурах иерархического типа и обусловило появление адаптивных структур.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о несомненной важности грамотного подхода к организации структуры управления предприятием. На основе проделанного системного анализа существующих форм организационной структуры управления предприятием мы пришли к следующему:

1. Управленческая организационная структура предприятия носит индивидуальный характер. Каждая малая фирма по-своему уникальна и должна разработать свою собственную, уникальную структуру, которая обеспечит фирме максимально эффективно извлекать прибыль и минимизировать издержки.
2. Организационная структура предприятия должна быть простой и не требовать больших затрат ресурсов на разработку, реорганизацию или обслуживание организационной структуры или бизнес-процессов в рамках этой структуры. Она должна исключать дублирование функций, двойное подчинение, без бюрократизации рабочего процесса.
3. Организационная структура малого предприятия должна быть максимально гибкой, поскольку именно малые предприятия являются наиболее уязвимыми формами хозяйствования в условиях неопределенности экономики.
4. Личностные качества руководителя предприятия влияют на успех грамотного функционирования управленческой системы фирмы в целом.
5. Высокая гибкость матричной организационной структуры позволяет предприятию быстрее и эффективнее реагировать на изменения внешней и внутренней среды. Работа над любыми новыми направлениями может быть организована значительно быстрее.
6. Матричная система управления улучшает процессы передачи информации в результате распределения полномочий и использования горизонтальных связей между специалистами различных подразделений. Благодаря внедрению матричной организационной структу-

ры коммуникация на предприятии становится более эффективной. Также сотрудники предприятия получают быстрый доступ ко всем ресурсам фирмы.

7. Матричная организационная структура позволяет более быстро вовлекать сотрудников из одного подразделения в другое, снижает влияние линейных руководителей на деятельность их подчиненных, дает возможность постоянного повышения квалификации сотрудников и, как следствие, повышение мотивации персонала. Как следствие, это приводит к усилению личной ответственности сотрудников за результаты их труда и сокращению нагрузки на высшее руководство при сохранении контроля за ключевыми решениями на уровне директора предприятия.

Однако при внедрении матричной организационной структуры предприятия следует обратить особое внимание на контроль руководителя в управлении сотрудником, который одновременно подчиняется и директору фирмы, и своему непосредственному начальнику. Существует высокий риск возникновения конфликтов между директором предприятия и начальниками подразделений. Возрастает сложность организации в целом. Для реализации подобной управленческой структуры предприятия на практике необходимо постоянное повышение квалификации сотрудников.

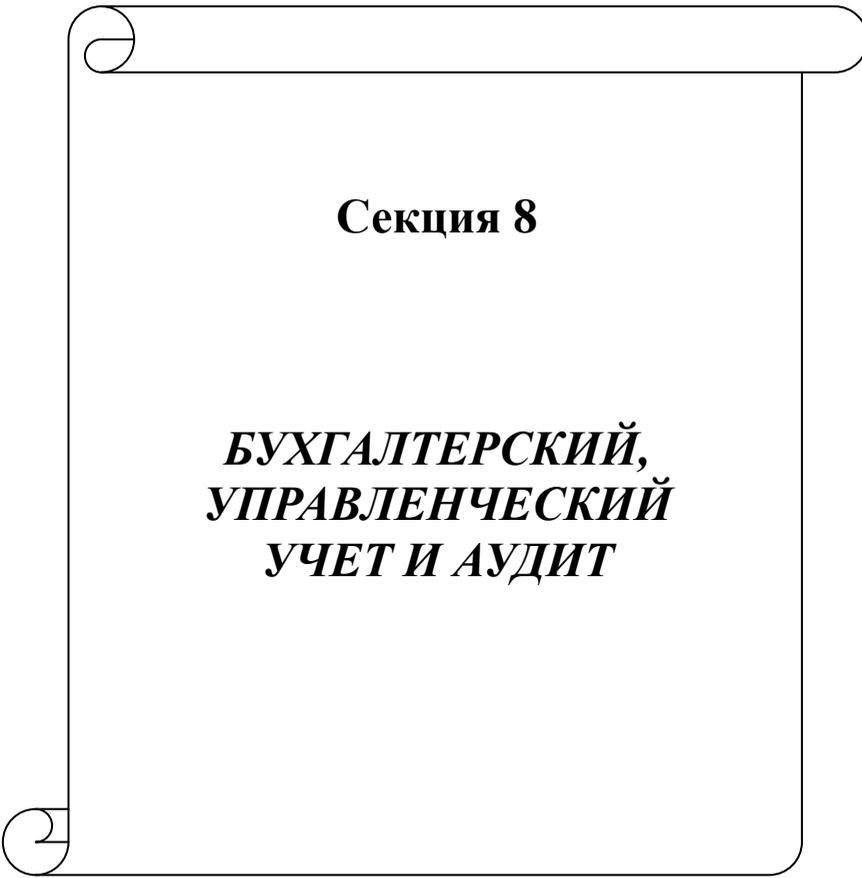
Подводя итог всему вышесказанному, мы пришли к окончательному выводу, что для малого предприятия, которое изначально образовывалось и существует с линейной и линейно-штабной организационной структурой управления, целесообразно внедрение элементов матричной организационной структуры управления. Это позволяет повысить эффективность, сохранив при этом уже сложившийся экономический механизм хозяйствования. Такое незначительное изменение структуры управления не требует больших материальных затрат, а также потерю времени на перестройку всего механизма функционирования фирмы. Внедрение элементов матричной организационной структуры заключается в делегировании ответственности и полномочий директора предприятия и начальников отделов. Происходит перестройка системы коммуникаций между сотрудниками с ориентацией на горизонтальные связи. Такая адаптация фактически делает организационную структуру более «плоской», улучшая информационные процессы фирмы.

Список литературы:

1. Винокуров В.А. Организация стратегического планирования на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
2. Владимирова И.Г. Организационные структуры управления предприятиями // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 5. – С. 24-30.
3. Горохов Б. Стратегия и гибкость управления предприятием // Проблемы теории и практики управления. – 1995. – № 4. – С. 60-64.

4. Комисаров С.А. Совершенствование организационных структур управления инновационно-инвестиционными процессами в малых предприятиях // Белгородский экономический вестник. – 2012. – № 3. – С. 22-28.

5. Назаренко М.А. Управление организационной структурой // Успехи современного естествознания. – 2013. – № 4. – С. 9.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a slight shadow effect, framing the central text.

Секция 8

***БУХГАЛТЕРСКИЙ,
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ
УЧЕТ И АУДИТ***

ОСОБЕННОСТИ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ЕЕ СОСТАВЛЕНИИ

© Воронина Д.Д.¹, Гришко Е.В.¹

ФГОБУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
г. Москва

В статье рассматривается понятие консолидированной финансовой отчетности, необходимость ее формирования на современном этапе экономического развития, особенности ее составления в соответствии с МСФО. Особое внимание уделено методологическим проблемам, с которыми можно столкнуться при составлении консолидированной отчетности.

Ключевые слова: консолидированная отчетность группы, консолидация, группа компаний, международные стандарты финансовой отчетности, корректировки.

В современных условиях развития рыночных отношений компании осознали необходимость объединения капиталов для усиления позиций на рынке, роста конкурентоспособности, повышения эффективности деятельности. Появились новые формы объединений коммерческих организаций – корпорации. Инвесторам требовалась объективная информация о финансовых результатах деятельности этих корпораций для определения дальнейших направлений инвестирования капитала, а также для анализа рисков, связанных с финансовыми вложениями. Основным источником этой информации – финансовая отчетность. Однако мы говорим о совокупности компаний, и индивидуальная отчетность каждой компании, входящей в эту совокупность, не даст полного представления. Такая информация может быть отражена только в консолидированной финансовой отчетности.

Важным этапом в развитии консолидированной финансовой отчетности в России является принятие Федерального закона № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» (далее – Закон), который устанавливает общие требования к составлению, представлению и публикации консолидированной финансовой отчетности. В соответствии с Законом, составление консолидированной финансовой отчетности является обязательным для кредитных и страховых организаций; негосударственных пенсионных фондов; организаций, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список; и других организаций.

¹ Студент.

В соответствии с Законом, консолидированная финансовая отчетность – систематизированная информация, отражающая финансовое положение, финансовые результаты деятельности и изменения финансового положения организации, которая вместе с другими организациями и (или) иностранными организациями в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности определяется как группа [1]. В Законе отмечено, что консолидированная финансовая отчетность составляется по МСФО.

Закон о консолидированной финансовой отчетности периодически дополняется и уточняется. Одни из последних поправок внесены Федеральным законом от 03 июля 2016 г. № 262-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О консолидированной финансовой отчетности» и статью 5 Федерального закона «Об аудиторской деятельности». Им введены дополнительные требования к консолидированной финансовой отчетности и процедурам ее раскрытия. Основная цель изменений – обеспечить дополнительные гарантии получения актуальной и надежной финансовой информации заинтересованными лицами.

МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» определяет консолидированную финансовую отчетность как финансовую отчетность группы, в которой активы, обязательства, собственный капитал, доход, расходы и денежные потоки материнской организации и ее дочерних организаций представлены как таковые единого субъекта экономической деятельности [2].

Таким образом, консолидированная отчетность представляет собой показатели деятельности как бы единой крупной организации, хотя участниками группы организаций продолжают оставаться юридически самостоятельными [4]. Она содержит информацию о результатах деятельности и финансовом положении группы в целом, а не ее отдельных единиц. Поэтому такая отчетность обладает дополнительными информационными и аналитическими возможностями, в отличие от набора индивидуальной отчетности участников группы.

Цель составления консолидированной отчетности заключается в предоставлении акционерам, инвесторам, органам государственного управления объективной и достоверной информации о финансовом положении и финансовых результатах деятельности группы как единого хозяйствующего субъекта.

Автоматизация учетных процессов и появление специального программного обеспечения позволяют обрабатывать большее количество учетной информации, создавать более сложные схемы составления консолидированной отчетности, что позволяет расширить круг ее пользователей. В настоящее время все больше групп компаний используют консолидированную отчетность в управленческих целях, так как представленная в ней информация является важной для анализа и принятия управленческих решений, разработки и обоснования стратегии развития группы, а также для оценки эффективности работы аппарата управления.

В рамках группы компаний ее участники осуществляют помимо прочих и операции между собой, поэтому процедуры консолидации не сводятся к построчному сложению соответствующих данных, отраженных в годовой бухгалтерской отчетности. Для того чтобы консолидированная отчетность представляла информацию о группе как о едином экономическом субъекте, требуется внесение ряда корректировок для исключения влияния на показатели отчетности внутригрупповых операций. Большая часть таких корректировок заключается в исключении (элиминировании) отдельных статей отчетности группы компаний.

При объединении отчетности групп компаний из консолидированного баланса исключаются:

- стоимость инвестиций головной компании в каждую дочернюю компанию;
- капитал каждой дочерней компании на момент приобретения контроля над ней;
- взаимные финансовые вложения компаний группы;
- показатели, отражающие дебиторскую и кредиторскую задолженность между компаниями группы;
- выданные и полученные займы, в которых заимодавец и заемщик – компании группы;
- прибыль и убытки от операций между компаниями группы;
- дивиденды, выплачиваемые компаниями группы друг другу.

При этом в консолидированном балансе отражается гудвилл, рассчитанный при получении контроля, а также доля меньшинства.

Из консолидированного отчета о финансовых результатах исключаются:

- выручка от реализации товаров, работ и услуг между компаниями группы;
- любые иные доходы и расходы, возникающие в результате операций между компаниями группы.

Таким образом, консолидация отчетности выполняется в два этапа: сначала построчно суммируют показатели отчетности компаний группы, затем для исключения повторного учета взаимных операций компаний группы проводят корректировки.

Однако составление консолидированной отчетности в силу своих особенностей сопровождается рядом сложностей и проблем. Рассмотрим некоторые трудности, которые могут возникнуть при составлении консолидированной финансовой отчетности.

Первая проблема, с которой может столкнуться специалист, составляющий консолидированную отчетность, – определение периметра консолидации. Сложность заключается в том, что группа может характеризоваться сложной структурой, т.е. состоять из большого числа юридических лиц: дочерних компаний, ассоциированных и совместных предприятий, а также дочерних компаний второго уровня. При консолидации в периметр компании

могут попасть даже очень малые компании, показатели финансовых результатов которых могут быть несущественными для консолидированной отчетности всей группы. Однако в соответствии с МСФО все перечисленные компании должны быть включены в периметр консолидации для построения полной и достоверной консолидированной финансовой отчетности группы, поскольку прозрачность группы предполагает присутствие информации обо всех составляющих ее компаниях.

Вторая проблема заключается в том, что группа компаний может состоять из предприятий, занимающихся разными видами деятельности, что делает их данные несовместимыми. Отраслевые особенности также могут потребовать добавления дополнительных статей в отчетность, чтобы сделать ее более прозрачной.

Различия в учетных политиках вынуждают при консолидации отчетности проводить корректировки, чтобы учетные политики зависимых и головной компании совпали. Безусловно, это усложняет процесс формирования консолидированной отчетности.

Среди практических проблем консолидации отмечают также сложности с построчным сложением статей балансов и отчетов о финансовых результатах компаний, входящих в группу. Конечно, в этой ситуации российские компании находятся в лучшем положении, поскольку они используют унифицированные формы бухгалтерской (финансовой) отчетности. Однако эта проблема особенно актуальна для группы, компании которой ведут свою деятельность на территории разных стран. В данном случае также стоит обратить внимание на то, что и валюты учета могут быть разными, ввиду чего возникают сложности с пересчетом показателей отчетности и выявлением дополнительных курсовых разниц.

Точность информации, используемой при консолидации, в значительной мере зависит от знаний и умений специалистов, осуществляющих процесс подготовки финансовой отчетности [7]. Поэтому недостаточно высокий уровень квалификации персонала может привести к тому, что из-за неправильных корректировок и допущенных ошибок отчетность станет недостоверной.

Наконец, несвоевременность представления данных приведет к тому, что из-за многочисленных ошибок отчетность станет недостоверной [8].

Перечислим некоторые способы решения вышеуказанных проблем. Так, для упрощения работы с большими объемами учетных данных целесообразно автоматизировать процесс ведения бухгалтерского учета, что позволит повысить точность учета, увеличить скорость подготовки отчетности, снизить вероятность возникновения ошибок. При этом стоит обратить внимание на необходимость использования во всех компаниях группы единого программного продукта.

Для того чтобы при формировании консолидированной финансовой отчетности сократить число корректировок, все компании группы должны при-

менять единую учетную политику. Но необходимо иметь в виду, что зачастую полностью унифицировать учетные политики не представляется возможным, и компании все же вынуждены проводить корректировки. В таком случае нужно стремиться к максимальному сближению учетных методологий компаний.

Система ведения бухгалтерского учета компаний группы также должна включать в себя разработку единого рабочего плана счетов, включающего все счета, необходимые для полного и достоверного отражения фактов хозяйственной деятельности организации. Единый рабочий план счетов обеспечит соблюдение единой учетной политики, а также позволит контролировать показатели, необходимые для составления консолидированной отчетности. При этом в рабочем плане счетов должны содержаться не только счета, характерные для хозяйственной деятельности всей группы в целом, но и отражающие специфические операции, имеющие место в деятельности некоторых компаний группы.

Сложности, связанные с недостаточной квалификацией сотрудников, составляющих консолидированную отчетность, могут быть разрешены привлечением специалистов аудиторских фирм. Тем не менее при составлении консолидированной отчетности необходимо знание специфики деятельности компаний, входящих в группу, а потому вовлечение в процесс подготовки консолидированной отчетности внутренних специалистов все же необходимо. Таким образом, для решения этой проблемы требуется проведение курсов повышения квалификации для внутренних специалистов для приобретения ими необходимого опыта.

Таким образом, консолидированная отчетность – это финансовая отчетность группы компаний, составленная таким образом, как если бы эти компании представляли собой единое целое. Проблема составления консолидированной отчетности остро стоит перед всем экономическим сообществом, поскольку только в такой отчетности можно получить информацию, характеризующую не конкретную компанию, а группу в целом.

Имея широкий круг пользователей, среди которых инвесторы, акционеры, кредиторы, консолидированная отчетность занимает важное место в системе современной экономической информации.

Основной особенностью методики составления консолидированной отчетности наряду с построчным суммированием показателей является исключение внутригрупповых расчетов, а также прибыли от операций между компаниями группы.

Специалисты, занимающиеся составлением консолидированной отчетности, могут столкнуться с некоторыми методологическими проблемами. Эти проблемы могут быть вызваны несопоставимостью показателей отчетности, отраслевыми особенностями компаний группы, различиями в применяемых учетных политиках, недостаточной квалификацией работников и т.д.

Решение этих проблем возможно при наличии специалистов, которые обладают необходимыми профессиональными знаниями и навыками. Раз-

работка единого рабочего плана счетов, применение единой методологии учета компаний группы на ряду с единым программным обеспечением бухгалтерского учета позволят облегчить процесс формирования консолидированной отчетности.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» (ред. от 03.07.2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 18.07.2012 N 106н) (ред. от 13.07.2015).
3. Аудит для магистров по российским и международным стандартам: учебник [Электронный ресурс] / Под ред. проф. Н.А. Казаковой. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 345 с. – (Высшее образование: Магистратура). – Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>.
4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник / Под ред. Ю.И. Сигидова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 340 с.
5. Ефремова Е.И. Мошенничество в организации – методы борьбы // Лизинг. Технологии бизнеса. – 2014. – № 09. – С. 60-66.
6. Ефремова Е.И. Аудиторские доказательства в соответствии с международными стандартами. – М.: Издательство «Аудитор». – 2017. – Часть 1. – С. 131-135.
7. Карецкий А.Ю. Принципы и подходы к формированию консолидированной финансовой отчетности в соответствии с требованиями МСФО // Международный бухгалтерский учет. – 2013. – № 14. – С. 27-37.
8. Петров А.М. Инновационные процессы составления консолидированной отчетности // Учет. Анализ. Аудит. – 2016. – № 5. – С. 34-40.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАЛОГОВ В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РФ

© Козлова М.Э.¹, Кузнецова Д.В.¹

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова», г. Москва

В данной статье рассмотрена проблема модернизации налоговых платежей в РФ. Изучена и проанализирована существующая система

¹ Студент. Научный руководитель: Верников В.А., доцент кафедры Бухгалтерского учета и налогообложения, кандидат экономических наук.

экономического стимулирования охраны и защиты окружающей среды от загрязнений, которая основана на взимании «экологических налогов» за причинения вреда окружающей среде; предложены способы по увеличению эффективности от использования данного налогового инструмента для сохранения нашей окружающей среды в РФ.

Ключевые слова: загрязнение окружающей среды, качество экологии, плата за негативное воздействие, экологическое налогообложение, экологический налог

In this article is studied the problem of the reformation in environmental sphere in the Russian Federation. The existing system of economic incentives was analyzed for conservation and protection of the environment from pollution, which is based on charging «environmental tax». Also, this article provides methods how to increase the efficiency of use of the tax instrument for the preservation of our environment in Russia.

Key words: environmental pollution, environmental quality, environmental fees for negative impact on ecology, environmental taxation, environmental taxes.

Одной из важнейших задач любой экономически развитой страны является обеспечение устойчивого и стабильно развития. Пути по решению данных проблем разрабатываются на протяжении долгого периода времени, но до сих пор существует большое количество спорных и нерешенных проблем. Главной же причиной сложившейся ситуации считается динамичность и многогранность данных вопросов.

В последние годы в экономическом сообществе часто обсуждаются вопросы о том, как же остановить загрязнение природы. Так, например, сейчас в стране поднимаются вопросы о реформировании действующего транспортного налога. Как известно, в данный момент времени транспортный налог рассчитывается исходя из мощности двигателя [1]. Более правильным, на взгляд специалистов Минфина России, было бы рассчитывать его не только опираясь на мощность двигателя, но и на экологический класс и возраст транспортного средства [3]. Причем Минфин России считает правильным не только усовершенствовать механизм исчисления транспортного налога, но и перевести его в разряд экологических налогов, тем самым сделав его инструментом природоохранной политики. Следует учесть, что предлагаемые изменения вполне уместны и отвечают современной практике налогообложения транспортных средств, так как за рубежом в экономически развитых странах данные категории налогов уже давно заняли свое место в системе налогов и сборов. Например, в странах Европейского союза по данным Евростата на 2016 г. на экологические налоговые поступления приходится около 323,13 млрд. евро, что составляет 6,19 % от всех налогов [4] (рис. 1).

К сожалению, в нашей стране до сих пор не появилось понятие экологического налога, соответственно и в Налоговом кодексе РФ не существует данного определения, что является существенным пробелом в терминологии

гии налогообложения. Учитывая достаточно высокий уровень экономического развития России, данный пробел должен быть восполнен, потому что неполноценная проработанность понятийного аппарата может стать причиной многих проблем в практической области.

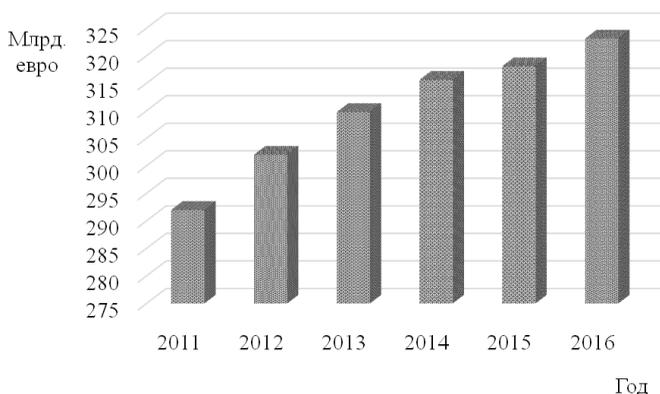


Рис. 1. Экологические налоговые поступления в странах Европейского Союза, млрд. евро

В «Основах государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2033г.» описан стратегический план по совершенствованию экологического развития нашей страны [3]. Необходимо учесть, что в этом документе в целях решения поставленных вопросов отводится немаловажная роль совершенствованию экономических механизмов, а именно: возмещению причиненного вреда при сверхлимитном загрязнении окружающей среды. Также в вышеуказанном документе говорится о предусмотренном экономическом стимулировании хозяйствующих субъектов, реализующих программы экологической модернизации производства и экологической реабилитации территорий.

В данный момент времени в России главным элементом в системе экономических платежей – взимание платы за сверхлимитное загрязнение окружающей среды, которое закреплено в федеральном законе №7ФЗ «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 г. [2]. Именно в нем представлен полный перечень всевозможных видов загрязнений нашей природы, за которые будет взиматься плата.

С экономической точки зрения введение экологических налогов обусловлено объективной необходимостью выразить в денежном выражении те потери для общества, которые создает деятельность налогоплательщика ввиду ее негативного воздействия на окружающую среду. Последняя обладает свойствами общественного товара в том смысле, что ее потребителем может быть любое количество людей и при этом никто не может быть ис-

ключен из потребления. Поскольку у окружающей среды нет собственника, то и цена на рынке ей не назначается, в результате чего потери у одних, возникающие вследствие воздействия на окружающую среду другими, не учитываются. И та часть производства и потребления, которая принимает форму ухудшения состояния окружающей среды, потерь качества экологии и порой необратимого ущерба жизненно важным экологическим процессам, остается неоплаченной налогоплательщиком. Но экологические налоги, обременяя налогоплательщика, заставляют его оплачивать этот ущерб и в дальнейшем снижать его уровень. Концепция налогообложения, при которой сумма налога должна окупать потери общества, была сформирована Пигу, который говорил, что налог, корректирующий отрицательные внешние эффекты (к которым, в частности, относится загрязнение окружающей среды), должен быть равен предельным социальным издержкам.

Говоря о негативном воздействии на экологию, не следует забывать, что оно является таковым только по отношению к человеческому здоровью и условиям его жизнедеятельности. Экологической проблемой являются не потери природы сами по себе, а потери человека, возникающие вследствие нарушения качества экологии. Например, загрязнение атмосферы является ущербом постольку, поскольку приводит к болезням легких. Парниковый эффект, порождаемый массовым использованием автомобилей, отрицательно влияя на климат, прежде всего ухудшает условия жизни общества. Можно привести и другие аналогичные примеры, но ясно одно, что экологический налог изначально призван компенсировать ущерб не природе, а человеку, следовательно, и измеряться он должен сообразно этому.

Таким образом, первоначальное, или классическое, представление об экологическом налоге основано на том, что такой налог призван:

- в денежном выражении отражать ущерб, причиненный налогоплательщиком лицу или совокупности лиц в результате загрязнения окружающей среды;
- возмещать потери этих лиц, т.е. выполнять функцию денежной компенсации ущерба.

Тогда какое же определение можно дать экологическим налогам? Экологический налог – это налог, размер которого зависит от степени ущерба, причиненного окружающей среде, создаваемого при потреблении или использовании объекта налогообложения и учитываемого через отдельные элементы налога или их совокупность. Исходя из выше сформированного определения экологического налога можно смело утверждать, что заключенный экономический смысл в данном определении сближает его с первоначальным экономическим смыслом, потому что в основе лежит принцип, а именно – налог платит в большем размере тот, кто больше загрязняет. Если же данный принцип не соблюдается, то и налог не имеет смысла считать настоящим экологическим.

Соответственно, чтобы данный экологический налог можно было считать действительно экологическим, он обязан преследовать цели, которые имеют связь с природоохранной деятельностью. А для этого необходимо, чтобы он нес в себе и фискальную, и регулирующие функции, которые позволяют стимулировать налогоплательщиков пользоваться теми объектами налогообложения, которые помогут им сохранить не только окружающую среду, и не ухудшить свое материальное положение. Этот эффект может быть достигнут с помощью метода дифференциации налоговой нагрузки пропорционально уровню загрязнений, что в свое время может быть обеспечено только в том случае, когда размер налога зависит от объема экологического ущерба, создаваемого налогоплательщиком.

Для примера возьмем автолюбителей, которые ездят на экологических автомобилях. Если с владельцев такого рода машин брать меньший налог, то это будет стимулировать других постепенно пересаживаться с привычных нас автомобилей на более экологичные. Только вот, в данном контексте транспортный налог в России, о котором уже было упомянуто, подобного регулирующего эффекта не сможет создать. Несмотря на то, что им облагаются автомобили как источники загрязнения, порядок его исчисления, основанный на использовании в качестве налоговой базы мощности двигателя, не связывает размер налога с объемом загрязнения атмосферы. В соответствии с этой причиной сейчас и появляются предложения о его реформировании.

Подводя итоги, следует упомянуть, что реформирование налогов на экологической основе представляет собой экологизацию налоговой системы, когда те же самые налоги получают новое предназначение – быть инструментом природоохранной политики. В этом случае увеличивается социально-экономическая роль налога в экономике страны. Он помогает обществу избавиться от нежелательных способов производства и снизить масштабы потребления экологически небезопасной продукции.

Выделение экологических налогов из общей совокупности налоговых платежей имеет значение для лучшего понимания направлений дальнейшего реформирования российской налоговой системы, идентификации налогов, которые должны стать экологическими, решения вопросов о необходимости введения новых налогов и изменения существующих, более полной реализации природоохранной политики страны, выработки путей расходования налоговых поступлений и, наконец, для обеспечения правильности международных сопоставлений.

Для повышения значения налоговых инструментов в России следует: придать экологическим платежам налоговый статус; повысить ставки платы за негативное воздействие на окружающую среду; более широко использовать налоговые механизмы экологического стимулирования при взимании уже существующих налогов.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая (от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ).
2. Федеральный закон № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002.
3. «Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (утв. Президентом РФ 30.04.2012).
4. Официальный сайт статистической службы Европейского союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (дата обращения 04.12.2017 г.).

РОЛЬ ОПЕРАЦИОННОГО ЛЕВЕРИДЖА В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСОВЫМ МЕХАНИЗМОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

© Хамхоева Ф.Я.¹, Холохоев И.С.²

Институт экономики и правоведения, г. Назрань

В статье рассмотрены вопросы понятия и использования оперативного леввериджа, изучен эффект операционного рычага, раскрыты основные аспекты влияния производственного леввериджа на финансовую устойчивость предприятия. Статья содержит сравнительный анализ леввериджа, его изменение путем изменения соотношения переменных и постоянных затрат, определение точки безубыточности прибыли на основе эффекта операционного рычага, затрагивает вопросы управления затратами, изменение их соотношения при меняющихся условиях хозяйствования.

Ключевые слова: прибыль, левверидж, операционный рычаг, порог рентабельности, управление затратами, финансовый механизм.

В современных условиях на российских предприятиях вопросы регулирования массы и динамики прибыли выходят на одно из первых мест в управлении финансовыми ресурсами. Известно, что предпринимательская деятельность связана со многими факторами, влияющими на ее результат. Решение данных вопросов входит в рамки операционного (производственного) финансового менеджмента. Известно, что предпринимательская деятельность связана со многими факторами, влияющими на ее результат. Все

¹ Кандидат экономических наук, доцент.

² Старший преподаватель.

их можно разделить на две группы. Первая группа факторов связана с максимизацией прибыли за счет спроса и предложения, ценовой политики, рентабельности продукции, ее конкурентоспособности. Другая группа факторов связана с выявлением критических показателей по объему реализуемой продукции, наилучшим сочетанием предельной выручки и предельных затрат, с делением затрат на переменные и постоянные. Именно со структурой затрат тесно связан операционный рычаг.

Операционный рычаг или производственный левеидж (leverage в дословном переводе – рычаг) – это механизм управления прибылью предприятия, основанный на оптимизации соотношения постоянных и переменных затрат. С его помощью можно прогнозировать изменение прибыли предприятия в зависимости от изменения объема продаж, а также определить точку безубыточной деятельности.

На предприятии существуют два вида затрат: переменные и постоянные. Их структура в целом, а в частности уровень постоянных затрат, в общей выручке предприятия или в выручке от единицы продукции могут значительно влиять на тенденцию изменения прибыли или издержек. Это происходит из-за того, что каждая дополнительная единица продукции приносит некоторую дополнительную контрибуцию, которая идет на покрытие постоянных затрат, и в зависимости от соотношения постоянных и переменных затрат в структуре издержек компании, общий прирост контрибуции от дополнительной единицы товара может выразиться в значительном скачкообразном изменении прибыли. Как только достигается уровень безубыточности, появляется прибыль, которая начинает расти быстрее, чем объем продаж. Операционный рычаг является инструментом для определения и анализа данной зависимости. Другими словами он предназначен для установления влияния прибыли на изменение объема продаж.

Уровень операционного рычага рассчитывается как:

$$OP = \frac{Z_{\text{ПОСТ}}}{Z_{\text{ПЕР}}},$$

где OP – уровень операционного рычага.

Операционный анализ работает с такими параметрами деятельности предприятия, как затраты, объем реализации и прибыль. Основными величинами, используемыми в операционном анализе, являются: валовая маржа, сила операционного левеиджа, порог рентабельности, запас финансовой прочности.

Валовая маржа (сумма покрытия) – рассчитывается как разница между выручкой от реализации и переменными затратами. Она показывает, хватает ли у предприятия средств для покрытия постоянных расходов и получения прибыли.

Сила воздействия операционного рычага – вычисляется как отношение валовой маржи к прибыли после уплаты процентов, но до уплаты налога на прибыль.

Зависимость финансовых результатов операционной деятельности предприятия, при прочих равных условиях, от предположений, связанных с изменением объема производства и реализации товарной продукции, постоянных расходов и переменных издержек на производство продукции, составляет содержание анализа операционного левериджа.

Влияние увеличения объема производства и реализации товарной продукции на прибыль предприятия определяется понятием операционного рычага, воздействие которого проявляется в том, что изменение выручки сопровождается более сильной динамикой изменения прибыли.

Вместе с этим показателем при анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия используют величину эффекта операционного рычага (левериджа), обратную величине порога безопасности:

$$\text{ЭОР} = \frac{МП}{П} \text{ либо } \text{ЭОР} = \frac{З_{\text{пост}} + П}{П},$$

где ЭОР – эффект операционного рычага.

Операционный рычаг показывает насколько процентов изменится прибыль при изменении выручки на 1 %. Эффект операционного левериджа заключается в том, что изменение выручки от реализации всегда приводит к более сильному изменению прибыли. Сила воздействия операционного левериджа является мерой предпринимательского риска, связанного с предприятием. Чем она выше, тем больший риск несут акционеры.

Найденное с помощью формулы значение эффекта операционного левериджа в дальнейшем используется для прогнозирования изменения прибыли в зависимости от изменения выручки предприятия. Для этого используют следующую формулу:

$$\text{ЭОР} = \frac{\Delta ВР}{\Delta П},$$

где $\Delta ВР$ – изменение выручки в %; $\Delta П$ – изменение прибыли в %.

Эффект операционного рычага состоит в том, что любое изменение выручки от реализации приводит к еще более сильному изменению прибыли. Действие этого эффекта связано с непропорциональным воздействием постоянных и переменных затрат на финансовый результат при изменении объема производства и реализации. Чем выше доля постоянных расходов и себестоимости продукции, тем сильнее воздействие операционного рычага. И, наоборот, при росте объема продаж доля постоянных расходов падает и воздействие операционного рычага падает.

Порог рентабельности – это показатель, характеризующий объем реализации продукции, при котором выручка предприятия от реализации продукции (работ, услуг) равна всем его совокупным затратам. То есть это тот объем продаж, при котором хозяйствующий субъект не имеет ни прибыли ни убытка.

После определения точки безубыточности планирование прибыли строится на основе эффекта операционного рычага, то есть того запаса финансовой прочности, при котором предприятие может позволить себе снизить объем реализации, не приводя к убыточности. В точке безубыточности получаемая предприятием выручка равна его совокупным затратам, при этом прибыль равна нулю. Выручка, соответствующая точке безубыточности, называется пороговой выручкой. Объем производств (продаж) в точке безубыточности называется пороговым объемом производства (продаж). Если предприятие продает продукции меньше порогового объема продаж, то оно терпит убытки, если больше – получает прибыль.

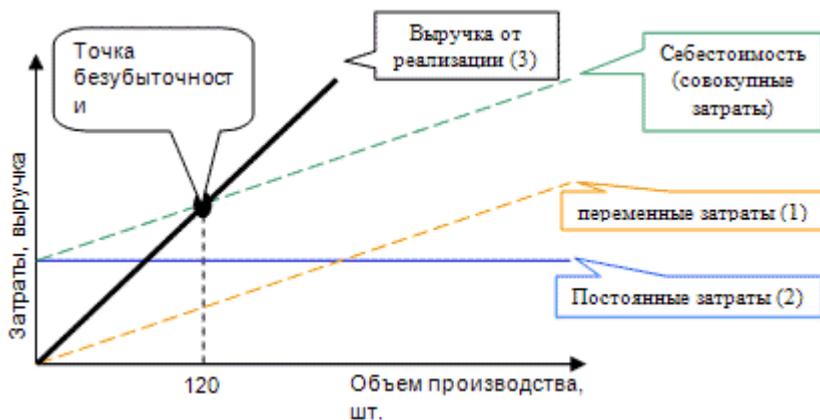


Рис. 1

Зная порог рентабельности можно рассчитать критический объем производства:

$$Q_{кр} = \frac{R_{порог}}{\text{Цена ед. продукции}}.$$

Запас финансовой прочности- это разница между выручкой предприятия и порогом рентабельности. Запас финансовой прочности показывает, на какую величину может уменьшиться выручка, чтобы предприятие все еще не несло убытков. Запас финансовой прочности рассчитывается по формуле:

$$ЗФП = VP - R_{порог}.$$

Чем выше сила влияния операционного рычага, тем меньше запас финансовой прочности.

Анализ структуры стоимости позволяет выбрать стратегию поведения на рынке. Существует правило при выборе выгодных вариантов ассортимента политики – правило «50/50».

Управление затратами в связи с использованием эффекта операционного рычага позволяет оперативно и комплексно подходить к использованию финансов предприятия. Для этого можно воспользоваться правилом «50/50».

Все виды продукции подразделяются на две группы в зависимости от доли переменных затрат. Если она больше 50 %, то поданным видам продукции выгоднее работать над снижением затрат. Если доля переменных затрат меньше 50 %, то предприятию лучше увеличить объемы реализации – это даст больше валовой маржи.

Использование механизма производственного леввериджа, целенаправленное управление постоянными и переменными затратами, оперативное изменение их соотношения при меняющихся условиях хозяйствования позволит увеличить потенциал формирования прибыли предприятия.

Список литературы:

1. Хамхоева Ф.Я. Теоретические аспекты себестоимости продукции в управленческом анализе // Сборник материалов научно-практической конференции. – М.: ВЗФЭИ, 2006.
2. Хамхоева Ф.Я. Маржинальный анализ прибыли и рентабельности // Сборник материалов научно-практической конференции. – М.: РГТЭУ, 2011.
3. Ружанская Н.В. Особенности расчета финансового рычага в Российской практике финансового менеджмента // Финансовый менеджмент. – 2012. – № 6.

Секция 9

***ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ
ПОЛИТИКА***

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

© Гуринова В.И.¹

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург

Исследована природа образования дебиторской задолженности на балансе различных категорий финансово-инвестиционных институтов. Раскрыты основные проблемные аспекты образования дебиторской задолженности и управления ею. Проанализирована структура образования дебиторской задолженности в секторе функционирования кредитных организаций.

Ключевые слова: дебиторская задолженность; финансовые институты; кредитные организации.

В настоящий момент вопросы, касающиеся проблематики дебиторской задолженности специализированного сегмента предприятий осуществляющих предпринимательскую деятельность – профессиональных организаций, функционирующих на финансовых рынках, приобретают высокую актуальность. Особенно это касается тех финансовых институтов, которые играют значимую роль для благосостояния и материальной устойчивости социальной системы, но в то же самое время показывают беспрецедентную неустойчивость. Внушительный объем исследований направлен на анализ ее структуры, факторов образующих дебиторскую задолженность, на разработку методов оперативного управления ею, а также на выявление закономерностей влияния дебиторки на итоги финансовой деятельности кредитных организаций и инвестиционных институтов.

Во времена постсоветского реформирования экономической системы хозяйствования, в процессе становления рыночного базиса новых производственных отношений, сам факт присутствия дебиторской задолженности в бухгалтерском балансе организации квалифицировался как безусловный фактор неблагонадежности предприятия в части его текущей и перспективной платежеспособности.

С развитием современных форм экономической деятельности в финансовом секторе и внедрением в отечественную практику более широкого перечня финансовых операций и сделок, изменялось предпринимательское мировоззрение субъектов экономического хозяйствования.

¹ Магистрант кафедры Финансов, денежного обращения и кредита.

Как следствие менялось и отношение предпринимательского сообщества к дебиторской задолженности, в результате чего дебиторская задолженность стала рассматриваться прежде всего, не как строка в бухгалтерском балансе и фактор нестабильности, а как реальный актив рыночная стоимость которого зависит от его текущего качества. Безусловно важнейшую роль в этом процессе сыграло развитие таких видов деятельности как лизинг, факторинг, а также легальная с точки зрения законодательства и высоко профессиональная с точки зрения компетентности коллекторская деятельность.

Наличие дебиторской задолженности является характерным не для всей номенклатуры финансовых институтов. Поэтому ее образование в балансе представителей отдельных сегментов финансового рынка не связано с их операционной деятельностью, а обусловлено необходимостью проведения вспомогательных операций [3, с. 145].

Например, как правило нехарактерно образование дебиторской задолженности для субъектов профессиональной инвестиционной деятельности, а в тех случаях, когда она образуется ей присущ весьма краткосрочный характер – период ее погашения укладывается в пределах от нескольких дней до нескольких недель.

Между тем, здесь нужно учитывать, что институциональные теоретические характеристики находятся в некотором конфликте с практическими аспектами деятельности. В частности, здесь весьма показательна ситуация с негосударственными пенсионными фондами, где миллиардные объемы дебиторской задолженности действительно образуются из-за несогласованности секторального законодательства с практикой взаимоотношений и объективными ограничениями транзакций [4, с. 280]. Согласно законодательству, действует общее правило, в соответствии с которым пенсионные накопления застрахованного лица переводятся из одного пенсионного фонда в другой пенсионный фонд или управляющую компанию не позднее 31 марта года, следующего за годом подачи соответствующего требования. Однако на практике, данный процесс тормозится со стороны держателя и оператора этих средств – Пенсионного фонда России. Таким образом, срок исполнения данных финансовых обязательств перед профессиональными инвестиционными субъектами в отдельных случаях может превышать 12 месяцев, т.е. по своему характеру, образуемая дебиторская задолженность является долгосрочной.

Для различных форм кредитных и ссудных организаций наличие внушительных объемов дебиторской задолженности наоборот является характерным свойством на институциональном уровне, поскольку именно институциональная суть их деятельности сводится к эффективному балансированию между кредитным размещением капитала (дебиторской задолженностью) и возмездным привлечением ссудного капитала (кредиторской за-

долженностью) [5, с. 157]. В данном случае отметим, что под кредитными и ссудными организациями подразумеваются банки и небанковские организации, кредитные кооперативы, микрофинансовые организации и иные профессиональные субъекты, отвечающие соответствующим критериям.

Безусловными лидерами среди числа держателей дебиторской задолженности являются коммерческие банки. Как было уже отмечено, специфика состава и объема дебиторской задолженности банков, связана с особенностями их деятельности как коммерческой организации. Данная категория кредитных организаций, обеспечивает основной объем перемещения денежного капитала из экономического сектора, где существует избыток финансовых ресурсов не вовлеченных в хозяйственный оборот в те сектора, где имеется недостаток, а соответственно и спрос на финансовые ресурсы.

Безусловно, управление дебиторской задолженностью банковских организаций, которое не соответствует критериям эффективности, является естественной причиной сокращения их ликвидности, а в результате оказывает влияние на платежеспособность. Если продолжать аналитические рассуждения, то становится очевидным, что риски, связанные с дебиторской задолженностью банков, транслируются не только на весь банковский сектор, но и оказывают влияние на всю национальную экономическую систему.

В целом, до образования мегарегулятора финансовых рынков, которое сопровождалось сменой высшего звена управленческой команды Центрального банка, можно было наблюдать положительную динамику в банковском секторе, о чем свидетельствовали некоторые показатели, характеризующие результаты финансовой деятельности кредитных организаций [2, с. 77]. В текущий же момент очевидным является ухудшение в данном сегменте, на это прежде всего указывает крайне негативная ситуация с банками из верхней части рейтинга. Более того, это подтверждается и объемом страховых резервов, формируемых банками на случай потерь по выданным кредитам особенно по пятой (низшей) категории качества. Таким образом, в текущее время банковский сектор ощущает на себе повышение кредитного риска, которое обусловлено рядом причин.

Можно с полной уверенностью утверждать, что дебиторская задолженность, в рамках которой дебиторами выступают кредитные заемщики, в текущих условиях концентрирует в себе высокую опасность. Потому как с каждым днем выявляется все больше кредитных организаций, испытывающих недостаток капитала, либо имеющих в капитале немалую долю активов низкого или вообще мусорного качества [1, с. 193].

Из данных содержащихся в табл. 1 видно, что для сектора банковских кредитных организаций характерно то, что в структуре их дебиторской задолженности преимущественную долю составляют займы и кредиты, которые предоставлялись физическим лицам (гражданам и индивидуальным предпринимателям). Тут необходимо конкретизировать, что это как правило

необеспеченные залогом или поручительством обязательства с короткими сроками для погашения. В их число включаются кредиты, выдаваемые на потребительские цели, а также финансовые обязательства по кредитным или дебетовым банковским картам с овердрафтом. Традиционно по таким обязательствам остаточная стоимость задолженности, укладывается в предел от 40 до 100 тыс. рублей, а временной период просрочки обычно не превышает 6 месяцев.

Таблица 1

Структура образования дебиторской задолженности в банковском секторе за период с 01.10.2014 по 01.10.2017 год, млн. руб.

Вид	Дата			
	01.10.2014	01.10.2015	01.10.2016	01.10.2017
Кредиты гражданам и индивидуальным предпринимателям	11033736	10821116	10774012	11 512 076
Кредиты организациям финансового сектора	1411673	1612004	2963900	3345109
Кредиты организациям нефинансового сектора	25092400	31238385	31768645	3409845
ИТОГО	37537809	43671505	45506557	48955642

При банкротстве банка дальнейшие операции, направленные на управление дебиторской задолженностью, осуществляет Ассоциация по страхованию вкладов. Прежде всего это подразумевает то, что по всем финансовым обязательствам (дебиторской задолженности) с наступившим сроком исполнения, ассоциация предъявляет соответствующие денежные требования, ко всем категориям юридических и физических лиц – к организациям и предпринимателям, к гражданам и индивидуальным предпринимателям. Однако, полномочия ассоциации не ограничиваются просроченной дебиторской задолженностью, поскольку она осуществляет управление задолженностью и сопровождением текущих займов, в отношении которых дебиторская задолженность еще не перешла в категорию просроченной. Иными словами, ассоциация организует комплексный процесс по операционному сопровождению банковского портфеля кредитов.

Подводя итоги, целесообразно выразить мысль, что эффективное управление дебиторской задолженностью любых профессиональных организаций, функционирующих на финансовых рынках, будь то инвестиционные институты или кредитные организации, есть главный интерес не только самих профессиональных субъектов и их конечных бенефициаров, но и их клиентов, вне зависимости от их контрагентского статуса. Иными словами, в стабильной работе финансового института и в его устойчивости заинтересованы все клиенты, даже если последние выступают в роли заемщиков.

Список литературы:

1. Карымов А.Р. Фундаментальные проблемы научного исследования финансово-экономических процессов в сфере слияний и поглощений // Ме-

ждународное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 4 (23). – С. 192-194.

2. Коллективные инвестиции на мировых финансовых рынках : учеб. пособие / Е.Г. Князева, Н.Н. Мокеева, Л. И. Юзвович и др.; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 156 с.

3. Развитие национального финансового рынка в процессе интеграции российской экономики в мировое экономическое пространство / О.А. Школик // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 7-2. – С. 144-149.

4. Финансовые рынки и финансово-кредитные институты: учеб. пособие для вузов / О.А. Школик. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 287 с.

5. Финансовые рынки и финансово-кредитные институты: [учеб. пособие] / О.А. Школик; [науч. ред. А.Ю. Казак]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 288 с.

СИСТЕМА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РОССИИ

© Очирова З.Э.¹

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

Ипотечное кредитование в системе государственного регулирования экономики – это один из наиболее эффективных методов повышения спроса на жилье со стороны населения. Именно поэтому дальнейшее развитие системы ипотечного кредитования является важнейшим условием развития жилищной политики государства, кроме того, строительство и ремонт жилья тесно связаны с созданием новых рабочих мест, что так же положительно отражается на экономике государства в целом.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, ипотека, недвижимость, государственная поддержка, субсидии, экономика.

Тема ипотечного кредитования приобретает все большее значение в обществе, что влечет за собой большой интерес оценки потенциала ипотечного кредитования в Российской Федерации. Система ипотечного жилищного кредитования является важнейшим инструментом жилищного инвестирования в

¹ Магистрант 3 курса программы «Современное банковское дело и модели управления».

общей доле инвестиций экономики. Возрастающая роль жилищных инвестиций влечет рост ответственности государства за инвестиционную атмосферу в стране. Развитие жилищного инвестирования, ипотечного кредитования, а также возникающими противоречиями на рынке с учетом сбоев в экономике, свойственных для экономики любой страны предполагает качественное и эффективное регулирование всех процессов, протекающих в системе экономики государства. Необходимо иметь в виду, что, стабильность жилищно-инвестиционной системы заключается в формировании государством баланса между интересами субъектов рынка и поддержке со стороны государства сферы жилищного инвестирования, а также государственного регулирования по систематичному искусственному выравниванию экономики.

Задача государства заключается в поддержке спроса среди населения на жилищном рынке за счет формирования соответствующих условий для мобилизации внебюджетных ресурсов общества, а также направления потоков средств в кредитную сферу путем долгосрочного жилищного ипотечного кредитования.

Рынок недвижимости представляет собой один из ключевых инструментов повышения экономического потенциала государства. В данном случае роль рынка недвижимости заключается в удовлетворении потребностей населения комфортного жилья и обеспечении мультипликативного эффекта на смежные отрасли, что в общей системе положительно влияет на экономику страны.

Рост экономического потенциала зависит не только от методов, применяемых в качестве инструментов стимуляции развития экономики, но и непосредственно от разумного, политически грамотного общества, которое также может являться активным участником в борьбе за построение благополучного, экономически эффективного и прогрессивного государства, региона, города или села [1].

Государственное регулирование также выражается в поддержке граждан, которые не располагают достаточным объемом средств для получения кредита, путем предоставления субсидий для оплаты первоначального взноса, что позволяет сократить размер кредита.

Говоря о динамике ипотечных кредитов, отметим, что в период с 2009-2014 годы динамика имела положительный характер, однако, в 2015 году россиянами было оформлено порядка 590 тыс. кредитов, что на 35 % меньше показателя 2014 года. В данном случае за последние пять впервые наблюдалась отрицательная динамика. Причиной падения показателей рынка ипотечного кредитования в России послужило снижение цен на нефть, инфляции, девальвация российского рубля, падение уровня доходов населения, а также повышение уровня ключевой ставки ЦБ.

Необходимо отметить, что сегодня около 90 % жилья приобретается населением с помощью ипотечных кредитов. Государственное регулирование

ипотечного кредитования прежде всего было выражено в 2015 году в области государственного субсидирования кредитов по льготной ставке в размере 12 % , при этом необходимо, чтобы размер первоначального взноса составляет не менее 20 % от стоимости жилья. После чего было принято решение данную программу продлить. Данная государственная программа играет важную роль в поддержке рынка. Так, $\frac{2}{3}$ спроса на рынке ипотечного кредитования приходится на вторичное жилье. Отметим, что спрос на первичное жилье сокращается, ввиду существования риска, связанного с тем, что дома не будут возведены застройщиками. Кроме того, важную роль играет отсутствие социальной инфраструктуры, которая не всегда присутствует в местах первичного строительства домов.

Ипотека в 2017 году с участием государства предлагают гражданам возможность оформить ипотечную ссуду на следующих условиях:

1. Возраст заемщика – старше 21 года, но моложе 65 лет (65 лет максимальный возраст на дату погашения ссуды).
2. Процентная ставка максимально 12 %.
3. Минимальный размер первоначального взноса – 20 % от цены приобретаемой недвижимости.
4. Субсидируется приобретение жилья в строящихся домах.
5. Можно привлечь до 3 созаемщиков.
6. Минимальный размер ссуды – 300 тыс. руб., а максимальный – 3 млн. руб. (в регионах) или 8 млн. руб. (Москва, Санкт-Петербург).

Это основные условия, которые действуют во всех банках, которым необходимо приобретать лицензию для получения права предлагать продукты ипотечного кредитования для населения. Флагманом на рынке государственного ипотечного кредитования является ПАО «Сбербанк России», т.к. 50 % ипотечного кредитования в стране приходится на его долю.

Большой интерес представляет собой вопрос «обратной ипотеки», как варианта поддержки населения. Суть данного инструмента состоит в том, что владелец передает собственную квартиру в залог банку, после чего, клиент получает определенную сумму денежных средств в пределах кредитного лимита. Введение «обратной ипотеки» актуально с учетом текущей демографической ситуации, т.к. данный вид кредитования ориентирован на пенсионеров и предполагает использование недорогого жилья.

Рассмотрим основные плюсы и минусы обратной ипотеки , как вида кредитования.

Плюсы данного вида кредитования:

1. В случае, если у пенсионера нет наследников, то в данном случае он может оформить обратную ипотеку с ежемесячным перечислением денег и спокойно прожить остаток жизни, не переживая о финансах.
2. При правильно составленном договоре выгоду получает и клиент и банк.

3. Квартиру можно сохранить, если родственники пенсионера после его смерти самостоятельно погасят образовавшуюся задолженность. Многие банки с легкостью соглашаются на подобную сделку, чтобы не тратить время на продажу недвижимости.

Минусы данного кредитования:

1. Невозможно установить точный срок кредитования. Так, квартира, предоставленная в качестве залога, может сильно обветшать за 10 лет.
2. Условия программы не ясны многим. По сути, обратная ипотека – это возможность улучшить свои жилищные условия, однако многие пенсионеры лишь получают ежемесячные выплаты.
3. Правительство не защищает права граждан по данному виду кредитования, ответственность ложится на банки.
4. Обязательства сторон устанавливаются расплывчато.

Также следует учитывать, что процентная ставка по обратной ипотеке может увеличиваться с каждым месяцем, поскольку банк желает получить от такой сделки свою выгоду.

В России на сегодняшний день действует ряд программ по государственной поддержке ипотечного кредитования. Условия программ, предоставляемых государством для населения, выражают основную цель государства – снижение нагрузки и расширение кредитных возможностей населения, улучшение жилищных условий и качества жизни в целом. Программы предусматривают выдачу ипотечных кредитов крупными банками на льготных условиях, субсидирование кредитов, т.е. погашение части кредита за счет средств государственных субсидий.

Актуальными для населения являются программы поддержки молодых учителей и медицинских работников, согласно которым государство выделяет субсидии в размере 20 % расчетной стоимости приобретаемого жилья, программа выплат материнского капитала, накопительно-ипотечная система жилищного обеспечения военнослужащих, программа предоставления единовременной субсидии на приобретение жилого помещения [2].

В процессе разработки социальных программ для населения в целях субсидирования нужно помнить, что субсидирование – это небольшие рамочные объемы средств, притом средств всех налогоплательщиков. Именно поэтому так труден выбор реального приложения адресной субсидии (кому, сколько, исходя из каких соображений). Поэтому выбор направления субсидирования – это всегда вопрос политики, который может охватывать политические, социальные, общеэкономические, производственные, финансовые, банковские и другие интересы или поставленные задачи.

Организация эффективного субсидирования значительной части населения требует средств, эффективной организации и соответствующей инфраструктуры субсидирования. Для этого необходимо проводить расчет уровня эффективности субсидирования, что включает:

- расчет стоимости субсидий;
- расчеты обслуживания программы;
- установление необходимых результатов и эффективности введения программы.

Одной из наиболее распространенных проблем в сфере ипотечного жилищного кредитования является низкая платежеспособность населения и их несоответствие с предлагаемыми кредитными условиями. Параметры кредитов – это основные характеристики, в числе которых наиболее важными являются размер кредита, ставка процента по кредиту, размер первоначального взноса, которые несут в себе определенные финансовые риски для заемщика. Задача государства в данном случае – эффективно управлять рисками и обеспечить наиболее «безопасные» условия [3].

В период до 2020 года необходимо развивать именно первичный рынок ипотечного кредитования, который должен играть ключевую роль среди предлагаемых банковских продуктов. Согласно прогнозам к 2020 году около 30 % всех сделок связанных с жильем составит доля ипотечных кредитов. Так, например, предполагается возможность оплаты первоначального взноса за жилье за счет продажи имеющегося жилья, ипотечного страхования с целью снижения первоначального взноса или с помощью накопительно-ипотечных систем. Ипотечные кредиты выдаются в среднем на срок до 25-30 лет с первоначальным взносом не менее 20 процентов от общей стоимости. Средняя ставка по ипотечному кредиту снижается и дополнительно будет снижаться.

Ипотечное кредитование – ключ к благоприятному социальному развитию, который является одним из мощных инструментов формирования среднего класса общества, так как дает гражданам возможность иметь частную жилую собственность. Необходимо отметить, что ипотечное кредитование способствует значительному развитию экономики страны, т. к. рост потребности в жилой недвижимости приводит к увеличению строительства новостроек, что в свою очередь, оживит отрасли промышленности, повысит объемы производства. Таким образом, развитие ипотечного кредитования окажет положительное влияние на экономику в целом, препятствует социальной нестабильности и удовлетворяет потребность населения в жилых площадях.

Список литературы:

1. Авалдыкова Е.С., Цатхланова Т.Т. Основные проблемы и повышение конкурентоспособности региональной экономики (на примере Республики Калмыкия) // Сборник статей участников Международной научно-практической конференции IV Уральского вернисажа науки и бизнеса / Под общей редакцией Е.П. Велихова. – 2017. – С. 15-21.

2. Лаврова М. И., Худорошкова М. А. Проблемы развития ипотечного кредитования в России // Молодой ученый. – 2016. – № 10.5. – С. 36-38.

3. Ипотека против кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru>.

ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ

© Солтукиева Ф.Б.¹, Чотчаева С.Р.¹

Российский университет дружбы народов, г. Москва

Статья посвящена комплексному исследованию показателей финансовой устойчивости в антикризисном управлении, их влиянию на предприятие и на всю рыночную экономику на современном этапе. Обосновывается, что показатели финансовой устойчивости предприятия являются той составляющей, которая служит для выявления текущего состояния и качества управления на предприятии.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, экономика, финансовые показатели, коэффициенты.

В условиях нестабильного состояния рыночной экономики перед каждым предприятием стоит задача обеспечения стабильного функционирования, которая тесно связана с его оценкой, а также предпринимаемыми действиями для улучшения финансового состояния. Именно предприятие становится центральным звеном рыночной экономики и на его уровне происходит решение вопросов обеспечения конкурентоспособности, снижения издержек, реализации продукции или услуг. Основной целью каждого предприятия является извлечение прибыли, что взаимосвязано с его финансовой устойчивостью. Структура активов, сами активы, а также их обеспеченность источниками покрытия в первую очередь характеризуются устойчивостью предприятия с финансовой точки зрения. Покрытие затрат и запасов источниками их формирования представляют собой основу финансовой устойчивости предприятия, а платежеспособность и сбалансированность имущества и источников являются ее внешним проявлением. Восстановление финансовой устойчивости является одной из первостепенных задач антикризисного управления, представляющего собой комплекс мер, которые направлены на выход из кризиса на предприятии и устранение его последствий. Поэтапная структурная перестройка всего предприятия является результатом решения этой задачи. Обычно, в результате такой перестройки, происходит обеспечение оптимизации структуры капитала, денежных потоков и оборотных активов, а иногда, в особых случаях, снижается инвестиционная активность предприятия. Однако, прежде чем принимать какое-то решение о проведении перестройки, необходимо оценить уровень финансовой устойчивости предприятия. Ее оценка проводится как с помощью относительных показателей – финансовых коэффициентов, так и с помощью абсолютных показателей «балансовой модели».

¹ Магистр.

Существуют три разных подхода к финансовой устойчивости предприятия. Первый подход, сторонниками которого являются А.В. Севостьянов и А.В. Грачев, состоит в том, что предприятие является финансово устойчивым, в случае, если у него имеются ресурсы для своевременного погашения всех обязательств. Именно в рамках данного подхода происходит коэффициентная оценка предприятия по средствам абсолютных и относительных показателей, которые представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1

Абсолютные показатели финансовой устойчивости

Коэффициент	Порядок расчета
Наличие собственных оборотных средств (СОС)	$СОС = СК - ВА + ДО$ (1), где СК – реальный собственный капитал, ВА – величина внеоборотных активов (I раздел баланса), ДО – долгосрочная дебиторская задолженность.
Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (СДИ)	$СДИ = СОС + ДО + ЦФП$ (2), где СОС – собственные оборотные средства, ДО – долгосрочные кредиты и займы (IV раздел баланса), ЦФП – целевое финансирование и поступление.
Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ОИ)	$ОИ = СДИ + КЗ$ (3), где СДИ – собственные и долгосрочные заемные источники финансирования запасов, КЗ – краткосрочные заемные средства

Источник: [2].

Таким образом, базируясь на коэффициентах, представленных в таблице 1, выделяются следующие типы финансовой устойчивости предприятия:

1. Абсолютная финансовая устойчивость – данный тип характеризуется положительным результатом всех трех коэффициентов, при котором формируется излишек.
2. Нормальная финансовая устойчивость- характеризуется недостатком средств, то есть отрицательным результатом по показателю Наличие собственных оборотных средств (СОС) и положительным результатом по двум другим показателям.
3. Неустойчивость финансовое состояние – заключается в положительном результате только по третьему показателю- Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ОИ) и отрицательном результате двух других.
4. Кризисное финансовое состояние- данный тип подразумевает собой отрицательный результат по всем трем показателям.

Коэффициенты, представленные в таблице 1 и таблице 2, не определяют стратегическое значение предприятия, то есть несут краткосрочный и среднесрочный характер и совершенно не связаны с внешней средой предприятия, которая является достаточно значимой составляющей.

Таблица 2

Относительные показатели финансовой устойчивости

Коэффициент	Порядок расчета	Нормативное значение	Описание коэффициента
Коэффициент автономии	$Ka = \text{стр. 1300} / \text{стр. 1600}$	От 0,5 до 0,7	Характеризует процент собственных средств предприятия в общей стоимости всех средств предприятия
Коэффициент финансовой зависимости	$Kфз = \text{стр. 1400} + \text{стр. 1500} - ЗУ - \text{стр. 1530} - \text{стр. 1540} / \text{стр. 1700}$, где ЗУ – задолженность перед учредителями	0,8	Показывает какую долю во всем капитале занимают заемные средства
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$Kсз = (\text{стр. 1500} + \text{стр. 1400}) / \text{стр. 1300}$	От 0,5 до 0,7	Показывает сколько единиц привлеченных средств приходится на единицу собственных средств
Коэффициент маневренности собственных средств	$Kм = (\text{стр. 1300} - \text{стр. 1100}) / \text{стр. 1300}$	От 0,2 до 0,5	Показывает долю собственного оборотного капитала в обороте
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных активов	$Kми = \text{стр. 1100} / \text{стр. 1200}$	-	Характеризует долю внеоборотных активов, которые приходятся на рубль оборотных активов
Коэффициент обеспечения оборотного капитала собственными источниками финансирования	$Kо = (\text{стр. 1300} - \text{стр. 1100}) / \text{стр. 1200}$	$\geq 0,1$	Показывает наличие оборотных средств, принадлежащих компании
Коэффициент обеспечения запасов собственными средствами	$Kоз = (\text{стр. 1300} + \text{стр. 1400} - \text{стр. 1100}) / \text{стр. 1210}$	От 0,6 до 0,8	Характеризует уровень финансирования за счет собственных средств
Коэффициент сохранения собственного капитала	$Kскс = \text{стр. 1300 к.п.} / \text{стр. 1300 н.п.}$, где к.п. – конец периода и н.п – начало периода	≥ 1	Показывает динамику собственного капитала

Источник: [6].

В рамках второго подхода, представителями которого являются В.В. Ковалев, Г.В. Савицкая, М.В. Мельник и другие, происходит оценка не только величины, но и структуры капитала с помощью показателей, которые характеризуют величину собственного имущества и его структуры, например, определение суммы чистых активов в соответствии с мировыми стандартами финансовой отчетности. По данным стандартам прибыль – это сумма чистых активов, превышающая на конец отчетного периода сумму чистых активов на начало отчетного периода после вычета всех взносов и распределений в течение данного периода, а также после устранения искажающего влияния инфляции на учетные данные.

Третий подход заключается в представлении финансовой устойчивости, как механизма защиты предприятия от рисков. Этого подхода придержива-

ются следующие авторы: И.В. Мартынюк, А.П. Градов, И.В. Ершова. Количественный анализ финансовой устойчивости проводится в рамках этого подхода с помощью корреляционно-регрессивных моделей факторных взаимосвязей.

Вышерассмотренные подходы показали, что финансовую устойчивость необходимо анализировать с помощью различных систем показателей, что позволит наиболее точно определить состояние предприятия и выработать дальнейший план действий по повышению эффективности хозяйственной деятельности, выработке конкурентных преимуществ, устранению существующих проблем и созданию условий для привлечения инвестиций. Также владея методикой анализа финансовой устойчивости, можно рассчитать возможность погашения текущих обязательств за счет активов разной степени ликвидности или использовать его для мониторинга деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Шкапова О. В. Особенности антикризисного управления предприятиями малого бизнеса [Электронный ресурс] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). – СПб.: Свое издательство, 2015. – С. 163-166. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/171/9293/> (дата обращения: 18.12.2017).
2. Крайнова К.А., Кулина Е.А., Сатушкина В.С. Методика анализа финансовой устойчивости предприятия в условиях кризиса [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2015. – № 11.3. – С. 46-50. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/91/19708/> (дата обращения: 18.12.2017).
3. Показатели финансовой устойчивости / Экономика [Электронный ресурс] // Образовательный ресурс МегаОбучалка. – Режим доступа: <http://megaobuchalka.ru/8/16491.html>.
4. Маслова Е.В. Показатели финансового состояния предприятия / Макроэкономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economic.narod.ru/nbene/fin/ffin22.htm>.
5. Киященко Л.Т. Финансовая устойчивость в контексте антикризисного управления организацией [Электронный ресурс] // УЭКС. – 2015. – № 3. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-75-752015/item/3419-2015-03-30-12-03-06> (дата обращения: 18.12.2017).
6. Анализ финансового состояния предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/fin_koeffitcianti/analiz_finansovoj_ustojchivosti/3-1-0-22.

Секция 10

***ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ
И УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ,
ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ***

PEST-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ

© Лузина Д.Ю.¹

Омский государственный технический университет, г. Омск

В статье рассматривается процесс организации PEST-анализа, дается определение данного понятия, выделяются ключевые критерии для проведения анализа. В статье осуществлен PEST-анализ на примере туристического бюро г. Омска.

Ключевые слова: PEST-анализ, внешняя среда, внутренняя среда, фактор, матрица, стратегическое планирование.

Методика PEST-анализа нередко применяется для того, чтобы оценивать ключевые рыночные тенденции в той или иной сфере деятельности. Результаты PEST-анализа применяют, чтобы определить угрозы и возможности в процессе составления SWOT-анализа на предприятии [1, с. 76].

Результаты PEST-анализа оформляют как матрицу, главные составляющие которой – факторы, присутствующие в микросреде. Далее по значимости выделяют силу воздействия этих факторов с присвоением баллов, рангов и иных единиц измерения. Выводы и результаты позволяют провести адекватную оценку внешней экономической ситуации, которая складывается в производственной и коммерческой среде.

Поскольку PEST-анализ затрагивает внешние факторы, влияющие на работу организации, деление внешней среды производится по определенной схеме. В ней выделяется:

- Макросреда (речь идет здесь о правительстве, экономике, социально-демографической среде, научно-техническом прогрессе и природных факторах).
- Микросреда (речь идет о поставщиках, акционерах, покупателях, кредиторах, профсоюзах, конкурентах) [2, с. 85].

Следует отметить, что PEST-анализ является инструментом, призванным выявлять политические (Policy), экономические (Economy), социальные (Society) и технологические (Technology) аспекты, способные оказать влияние на стратегическое развитие предприятия. PEST-анализ внешней среды помогает лучше понять сегодняшнюю обстановку. Изучение политики связано с тем, что данная сфера осуществляет регулировку власти. Власть занимается определением среды фирмы и получения основных ресурсов для осуществления в ней бизнес-процессов.

¹ Студент.

Изучение экономики необходимо, так как для успешной работы компании нужно иметь четкую картину по распределению ресурсов на государственном уровне. Это – важнейшее условие работы организации.

Изучение социальных факторов необходимо для выявления потребительских предпочтений. Цель PEST-анализа с точки зрения изучения технологических составляющих – выявление тенденции в технологических процессах, зачастую выступающих в роли причин, по которым рынок несет потери и претерпевает изменения. Технологические факторы PEST-анализа влияют и на появление новой продукции [4].

Рассматривая политико-правовое окружение сферы, проводя PEST-анализ рынка или государства, нужно дать ответы на ряд вопросов, затрагивающих ключевые изменения в правовом регулировании и стабильной политической ситуации. Следует определить, могут ли в ближайшем будущем произойти изменения в законодательной базе государства, рыночной среде, сфере, в которой работает предприятие, способны ли или иное изменение повлиять на работу фирмы (касается это, прежде всего, вопросов, связанных с доходом). Далее следует определить, насколько государство вмешивается в бизнес-процессы организации, насколько значительна степень заинтересованности, может ли ситуация измениться в ближайшее время. Важно выяснить, насколько коррумпирована отрасль, и как этот фактор влияет на работу организации. И, наконец, важно, в каких отношениях состоит страна с другими государствами и международными компаниями. Планируется ли изменение, упрощение или усложнение взаимоотношений?

Рассматривая экономические факторы PEST-анализа, следует выделить 6 основных параметров, по которым можно судить о текущем экономическом состоянии государства/рыночной среды, в которой работает организация. Итак, рассматривать необходимо:

- динамику развития экономической сферы (упадок, рост, стагнацию);
- изменения в курсах валют, цены на капитал;
- изменения в уровне безработицы;
- изменения в уровне инфляции;
- изменения в располагаемом доходе на душу населения;
- ряд тенденций в банковской отрасли [3, с. 132].

Стоит заострить внимание и на факторах культурной и социальной обстановки на рынке. Рассматривая факторы PEST-анализа данной группы, следует сосредоточиться на 5 ключевых параметрах:

- изменениях в демографическом состоянии: уровне роста или убыли населения – движении, половозрастной структуре рынка, изменениях в расовых принадлежностях; уровне образованности общества, квалификации, которую имеют кадры;
- особенностях в менталитете, важных культурных ценностях;
- изменениях в социальных слоях населения;

- изменениях во вкусах и предпочтениях общества, устоявшихся предубеждениях и мифах.

Технологические факторы PEST-анализа позволяют отследить изменения в технологическом прогрессе в той или иной области. Составляющие данной группы нуждаются в детальном анализе, поскольку в период, когда технологический процесс особенно важен, именно технологические изменения могут внести серьезные поправки в устоявшуюся ситуацию на рынке.

Анализируя технологические факторы, следует заострить внимание на 4 параметрах, а именно:

- возможных изменениях в основных технологиях, которыми пользуются в рыночной среде (инновациях в оборудовании, материалах, определенной бизнес-модели, способах организовывать и вести бизнес);
- влиянии интернета на развитие рыночной среды;
- влиянии мобильных технологий на развитие рыночной среды;
- инновациях в информационных технологиях, обеспечивающих эффективную конкуренцию в рыночной сфере [5, с. 194].

PEST-анализ предприятия является инструментом, используя который, можно отследить, как влияют на бизнес внешние факторы. На основе анализа можно провести оценку рисков для бизнес-процесса. Как и другие инструменты, метод PEST-анализа легко меняется, приобретая ряд вариаций. Среди наиболее распространенных вариантов можно выделить PEST+EL анализ. PESTEL анализ включает в себя еще пару показателей – речь идет о факторах правового характера (L – Legal) и факторах экологического плана (E – Environmental or Ecological). Что касается правовых факторов, это юридическая среда осуществления бизнес-процессов, более детальное рассмотрение изменений в правовых актах, способных оказать влияние на уровень дохода при работе в данной сфере.

Экологические факторы PEST-анализа помогают выявить, как компания влияет на экологическую среду и обстановку в регионах. Не следует забывать и об экологических факторах, способных внести изменения в эффективность бизнес-процессов организации. Можно упомянуть и о других вариациях и расширенных вариантах, в которых представлен PEST-анализ: PESTELI – PESTEL + Industry analysis (PESTEL-анализ, в который внесены дополнения в виде отраслевого анализа рынка); STEEP – PEST + Ethical (PEST, дополненный этическими факторами); LONGPEST – PEST + Local + National + Global factors (PEST-анализ плюс оценка факторов местного, национального и глобального уровня).

Проведение PEST-анализа требует заострения внимания не просто на текущем состоянии всех факторов в отдельном порядке. Необходимо составление прогнозов на возможные изменения в этих факторах в течение последующих трех-пяти лет. Верно оценив PEST-анализ, влияние факторов в долгосрочной перспективе на получение организацией дохода, можно применять полученные результаты, чтобы формировать стратегию.

Оценивая политические, экономические, социально-культурные и технологические факторы, следует обращать внимание не только на их положение и состояние в данный момент, но и составлять прогноз на возможное изменение каждого из факторов на ближайшие годы. В связи с этим важно, чтобы PEST-анализ проводился с участием экспертов области или персонала организации, давно взаимодействующего с рыночной средой.

Проведение PEST-анализа можно разделить на ряд этапов. Для начала следует определить факторы, способные повлиять на уровень продаж и дохода организации; далее необходимо собрать информацию по динамическому развитию и изменениям в каждом факторе; нужно проанализировать, насколько значим каждый фактор, и какой степенью влияния он обладает; в заключение необходимо составить сводную таблицу PEST-анализа [1, с. 188].

В качестве примера проведем PEST-анализ ООО «Областное Туристическое Бюро «МИР». Туристический бренд «МИР» в Омске появился в 2001 году и объединил четыре туристические фирмы с различными направлениями отдыха. В рамках такого объединения удалось не только улучшить работу каждой отдельно взятой фирмы внутри своих ведущих направлений, но и совместно организовать новые для Омска маршруты в республику Казахстан на горнолыжный комплекс «Электы» и курорт «Боровое». В марте 2003 года состоялось официальное открытие "Областного Туристического Бюро «МИР». С момента основания «ОТБ «МИР» является представителем греческой компании Golden Eagles в Омске. Результаты анализа отразим в таблице 1.

Таблица 1

PEST-анализ ООО «Областное Туристическое Бюро «МИР»

Фактор	Проявление	Возможные ответные меры
<i>Политические и правовые факторы</i>		
Государственное регулирование конкуренции в отрасли	сохранение здоровой конкуренции в отрасли	Слияние (объединение) компаний
Рост государственного влияния в отрасли	Увеличение роли госсектора в туристической отрасли, снижение проявлений конкурентности	сокращение числа участников туристической отрасли, объединение нескольких компаний.
<i>Экономические факторы</i>		
Инвестиционный климат в отрасли	Увеличение объемов инвестиций в туристическую деятельность	рост конкуренции, развитие разных туристических направлений и маршрутов
Угроза высоких темпов инфляции	Обесценивание накоплений	поддержание покупательской способности населения
<i>Социокультурные факторы</i>		
Рост мобильности населения	Отток работников	Совершенствование системы стимулирования и мотивации сотрудников
<i>Технологические факторы</i>		
НТП в сфере производства	Появление новых материалов, оборудования, технологий	Дополнительные вложения в «ноу-хау» и обновление мощностей
НТП в социальной сфере	Рост уровня потребностей населения	Маркетинг, улучшение условий труда и быта работников предприятия

Рассмотренные факторы внешней среды, оказывающие наибольшее влияние на деятельность компании ООО «Областное Туристическое Бюро «МИР» определяют направления ее развития. В политической сфере возможно усиление роли государства, что негативно отразится на конкурентоспособности в туристической сфере. В экономике возможно улучшение инвестиционной привлекательности отрасли, что спровоцирует рост инвестиций в туризм. В качестве социальных факторов выделена мобильность населения.

В целом можно говорить о том, что использование PEST-анализ позволяет выявить факторы внешней среды, способные оказывать влияние на анализируемую организацию. Чем тщательнее выделены факторы, тем более детальным будет проведенный анализ.

Список литературы:

1. Бородин В.А. Стратегическое планирование. – Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2015. – 105 с.
2. Веснин В.Р., Данченко Л.А., Юрьева Т.В. Кризисное управление: современные стратегии и технологии. – М.: Проспект, 2012. – 208 с.
3. Купцов М.М. Стратегический менеджмент. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2011. – 184 с.
4. Спиридонова Е.В. PEST-анализ, как главный инструмент анализа факторов дальнего окружения [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 3. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2017/03/79940>.
5. Шарапов Ю.В., Юринская Ю.А. Стратегия мероприятий для поддержки и повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятия // Инновации в науке. – 2016. – № 10 (59). – С. 189-196.

ОБЗОР МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА¹

© Смицких К.В.², Пашук Н.Р.³

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», г. Владивосток

Существует множество подходов оценки эффективности предпринимательской деятельности: оценка может производиться с позиции

¹ Исследование подготовлено в рамках заявки в РГНФ, номер: 17-32-01080, название проекта: «Модель динамичного развития предпринимательства».

² Доцент кафедры Управления, кандидат экономических наук.

³ Ассистент кафедры Управления.

внутреннего или внешнего процесса развития предпринимательства, а также с привлечение заинтересованных сторон. Помимо этого одним основных является подход, при котором оценивается эффективность мер поддержки развития малого и среднего предпринимательства. В рамках данной работы авторами определены и классифицированы основные подходы к социально-экономической оценке эффективности развития предпринимательской деятельности, а также выявлены основные недостатки и достоинства данных подходов.

Ключевые слова: эффективность предпринимательства, предпринимательство, предпринимательская деятельность, методический подход, оценка эффективности деятельности.

Эффективность предпринимательской деятельности состоит из большого числа компонентов, характеризующих результативность стратегических и тактических действий. Ряд авторов склонны рассматривать эффективность в контексте текущей деятельности, то есть в краткосрочном периоде. Однако другая группа авторов основывается на проведении анализа эффективности за более длительный временной интервал. Наиболее часто в программных документах оценка эффективности предпринимательства проводится за пять лет. Основными программными документами, в которых содержится оценка эффективности предпринимательства, являются:

1. Государственные программы субъектов Федерации.
2. Программы поддержки малого и среднего предпринимательства.
3. Стратегии социально-экономического развития регионов.
4. Муниципальные программы.

Анализ научных исследований и программных документов, посвященных оценке эффективности деятельности и развития предпринимательства, позволили выделить следующие группы подходов, представленные на рисунке 1.

Рассмотрим подробнее существующие научные подходы и проведем их анализ.

I. Подход к оценке эффективности предпринимательства с позиции внутреннего процесса развития.

По вопросу об оценки эффективности деятельности предпринимательства у исследователей также не сложилось единого мнения. В целом можно выделить четыре подхода с разной степенью детализации:

- универсальный подход, в котором авторы оценивают эффективность деятельности предпринимательства в общем виде;
- отраслевой подход, в котором авторы оценивают эффективность деятельности предпринимательства в отрасли;
- региональный подход, в котором авторы оценивают эффективность деятельности предпринимательства в регионе.



Рис. 1. Подходы к социально-экономической оценке эффективности предпринимательства

Универсальный подход к оценке эффективности деятельности предпринимательства.

Сторонники данного подхода рассматривают оценку эффективности деятельности предпринимательства в общем виде, т. е. независимо от форм и видов предпринимательской деятельности, и не учитывают при этом отраслевые, региональные и другие особенности, способные оказать влияние на развитие предпринимательских структур.

Одни из них опираются при этом на систему сбалансированных показателей С. Каплан и Д.Н. Нортона, другие используют комплексную оценку Н.Н. Киреев, В.А. Коровина [1, 2].

Минаков И.А., Сабетова Л.А., Куликов Н.И. выделяют следующие виды эффективности: производственно-технологическую; производственно-экономическую; социально-экономическую; эколого-экономическую. В свою очередь, Е.В. Орлова выделяет лишь экономическую и социальную эффективность. Экономическая эффективность предпринимательской деятельности заключается в превышении результата над затратами в условиях ограниченности ресурсов, а социальная – в построении новых систем социально-экономических коммуникаций, которые могут быть успешно интегрированы в социум, повышая уровень его потенциальных возможностей отвечать на «вызовы» времени [3, 4].

Достоинства перечисленных подходов в их применимости ко всем формам и видам деятельности малого и среднего предпринимательства, недос-

татки же в том, что они не учитывают региональную и отраслевую специфику предпринимательства.

Отраслевой подход к оценке эффективности деятельности предпринимательства.

Следующая группа авторов использует отраслевой подход и предлагает рассматривать оценку эффективности предпринимательства с учетом видов деятельности, при этом они используют различные методы определения и группировки показателей оценки предпринимательства.

Седых Ю.А. применяет модель оценки отраслевых приоритетов в промышленности, которая позволяет провести первоначальную укрупненную оценку привлекательности различных сфер приложения предпринимательского капитала. Модель включает четыре основных блока: «анализ барьеров»; «определение основных показателей»; «оценка потенциальной емкости рынка»; «оценка потенциального риска» [5].

К достоинствам отраслевого подхода можно отнести его разработку и использование для конкретной отрасли, на основе чего можно получить комплексную оценку эффективности предпринимательства, а к недостаткам – ограниченность определенным перечнем показателей, неприменимых в других отраслях.

Региональный подход к оценке эффективности деятельности предпринимательства.

Как следует из названия подхода, его сторонники оценивают эффективность деятельности предпринимательства в контексте регионального развития [6].

Давыдянец Д.Е. в ходе оценки социально-экономической эффективности на региональном уровне применяет интегральный показатель, который представляет собой удельную величину эффекта функционирования организации на один оборот капитала и на одного работающего. По его мнению, для социально-экономической системы экономические цели должны быть подчинены социальным. Поэтому полученный организацией эффект должен определенным образом соотноситься, согласовываться с количеством ее работников, акционеров, пайщиков и т. д. На уровне региона содержание критерия социально-экономической эффективности может быть определено как увеличение продолжительности жизни человека на основе повышения уровня благосостояния и свободного, всестороннего развития каждого члена общества [7].

II. Подходы к оценке эффективности предпринимательства с позиции внешнего процесса развития.

На основании изучения и анализа научной литературы, были выделены следующие подходы с точки зрения: универсального подхода; отраслевого подхода; регионального подхода; динамической эффективности; мониторинга эффективности развития предпринимательства.

Универсальный подход к оценке эффективности развития предпринимательства.

Представители данной группы оценивают эффективность развития в общем виде, не учитывая влияние отраслевых или территориальных особенностей, при этом некоторые авторы выделяют различные ее виды. Так Н.В. Оболенский и Н.П. Сидорова рассматривают методику комплексной оценки эффективности развития предпринимательской деятельности, которая включает в себя: расчет частных показателей предпринимательской деятельности по видам эффективности (экономическая, бюджетная, социальная, технологическая) за отчетный и базисный периоды каждого субъекта предпринимательства; определение абсолютного отклонения каждого показателя отчетного года по сравнению с базисным (с выводом о приросте или снижении каждого показателя эффективности предпринимательства.); подтверждение или опровержение гипотезы об эффективности предпринимательской деятельности субъекта предпринимательства [8].

Отраслевой подход к оценке эффективности развития предпринимательства.

Азизова Е.А. для оценки эффективности развития предпринимательских структур в розничной торговле использует методику расчета интегральных индексов по числу тактических задач в рамках стратегической цели по развитию предпринимательства: качества развития предпринимательства; эффективности использования ресурсов; делового климата; социальной эффективности предпринимательства [9].

Региональный подход к оценке эффективности развития предпринимательства.

Сторонники регионального подхода, оценивают эффективность развития предпринимательства, как с учетом его влияния на социально-экономическое положение территории, так и влияния территориальных особенностей на развитие самого предпринимательства. Нешитой А.С. рассматривает вариант комплексной оценки развития малого предпринимательства на городском и муниципальном / районном уровнях с учетом эффектов, получаемых от его деятельности. Автор считает, что для обобщенной характеристики экономической и социальной эффективности региональной предпринимательской деятельности как в целом по региону, так и в аспекте муниципальных образований, можно рассчитывать интегральный уровневый показатель, включающий в себя частные показатели: среднегодовую стоимость основных фондов; среднегодовую стоимость оборотных средств; капитальные вложения; финансовые и интеллектуальные инвестиции и др. [10].

В настоящее время особую значимость приобретают рейтинговые оценки и группировка регионов по эффективности развития предпринимательства, проводимые различными общественными организациями. Так, например, можно выделить исследования, проводимые независимой консалтинго-

вой организации МЦСЭИ «Леонтьевский центр». В выполненном исследовании, был составлен рейтинг регионов по уровню государственной поддержки субъектов предпринимательства по следующим показателям:

- динамика средств, предусмотренных на поддержку малого предпринимательства в региональных целевых программах;
- объем средств, предусмотренных на поддержку малого предпринимательства в региональных целевых программах в расчете на одного занятого в малом бизнесе;
- объем субсидии из федерального бюджета, приходящийся на одного занятого в малом бизнесе [11].

В свою очередь, для расчета сводного рейтинга регионов по эффективности развития малого бизнеса были использованы такие показатели, как: число малых предприятий; численность работников списочного состава малых предприятий; оборот предприятий; инвестиции в основной капитал малых предприятий; количество индивидуальных предпринимателей.

Данное исследование позволило наиболее полно отразить результаты сравнения рейтингов регионов по усилиям властей и эффективности развития малого и среднего бизнеса.

Некоторые авторы помимо оценки эффективности развития предпринимательства, в своих работах рассматривают оценку его влияния на социально-экономическое положение региона с учетом географических, природно-климатических, социальных, экономических и других особенностей, касающихся конкретной местности.

Непосредственное влияние развития предпринимательства на социально-экономическое положение региона раскрывается в работах Н.С. Лобаревой, А.А. Полякова, Е.М. Козакова, А.И. Татаркина, С.В. Дорошенко и других исследователей.

Оценка развития предпринимательства с позиции динамической эффективности.

Рассмотрение существующих подходов к оценке развития предпринимательства с позиции динамической эффективности следует начать с определения сущности экономической динамики, ее отличительных особенностей, характеризующих развитие предпринимательства как экономической системы.

Согласно теории динамической эффективности, предложенной Х.У. де Сото, дифференциация экономических систем на статические и динамические осуществляется на основании критерия определения прироста основных показателей жизнедеятельности системы. Статические системы обладают нулевым либо отрицательным приростом основных показателей. Ключевым принципом эффективности статических экономических систем является минимизация экономических потерь при достижении поставленной цели, в то время как для динамической системы важен прирост показателей,

позволяющий нарастить производственные мощности и обогатить имеющийся потенциал развития. Обобщая уже существующие представления об экономической динамике, автор пришел к следующему определению, согласно которому экономическая динамика – это процесс развития экономической системы, сопровождающийся ростом значений основных показателей её жизнедеятельности [12].

На основе проведенного анализа научных исследований следует выделить следующие подходы к динамической оценке эффективности развития предпринимательства:

- оценка динамического развития с использованием системы показателей;
- оценка динамического развития с использованием интегрального показателя.

По мнению В.А. Садовниченко, основными макроэкономическими показателями, отражающимися в различных моделях экономической динамики, выступают: валовой внутренний продукт страны, выраженный как в целом значении, так и в пересчете на душу населения; численность населения и трудовых ресурсов; инвестиции в основной капитал, в производственную и социальную сферы; экспорт и импорт товаров и услуг, сальдо торгового баланса; производительность труда; индекс человеческого развития [13].

Каримова А.И. связывает динамическую эффективность развития предпринимательства с его устойчивым развитием, предлагая методику оценки уровня устойчивого развития малых предприятий в регионе. Методика позволяет использовать как количественные, так и качественные показатели, и может быть использована для осуществления различных видов мониторинга устойчивого развития малых предприятий, использующих как сравнительный, так и динамический анализ ее параметров [14].

Саранча М.А., Рублева Е.А. в своем исследовании для оценки масштабов и уровня развития предпринимательства в регионе предлагают использовать интегральный коэффициент, определяемый как произведение значений критериальных показателей и весовых коэффициентов. Критериальные показатели приведены к единой системе измерения следующим образом: при оценке масштабов развития определяется доля региона в структуре государства по показателю, при оценке уровня развития МСП – нормирование показателей. Достоинством подхода является оценка корреляции между размером региона и масштабов и уровня развития МСП [15].

К недостаткам подхода относится, в первую очередь, отсутствие социальной составляющей в оценке динамической эффективности, а также ориентация на преимущественно экономические показатели деятельности предприятий и недостаточное внимание бюджетным показателям эффективности развития предпринимательства. Однако, следует отметить, что закономерности развития предпринимательства в динамике не всегда можно опи-

сать математическим уравнением. Кроме того, разработанная система показателей, согласно данному подходу, не учитывает взаимосвязь развития предпринимательства и экономических показателей региона (страны), например, доли налоговых поступлений от МСП в региональном (федеральном) бюджете и других.

Мониторинг эффективности развития предпринимательства.

Под мониторингом в целом понимается специально организованное систематическое наблюдение за состоянием каких-либо объектов. Экономический мониторинг предприятий – это постоянное комплексное наблюдение за процессом их функционирования и выявление тенденций их экономического поведения, обусловленных системными изменениями, мерами экономической политики [16].

Мониторинг как система сбора и обработки информации имеет целевую направленность информационных процессов и обеспечивает максимальную объективность получаемых выводов на каждой стадии обработки информации.

Шулаевой О.В. предложен методологический подход к мониторингу развития малого предпринимательства в субъектах РФ, который, по мнению автора, должен носить комплексный характер и включать ряд взаимосвязанных этапов, учитывая при этом имеющийся потенциал экономического роста в регионах. Оценка на основе экономического потенциала обоснована, поскольку его категориальный аппарат, которого находящийся в стадии постоянного совершенствования и развития, в настоящее время дополнен такими понятиями как «социально-экономический потенциал» (чаще всего в отношении регионов, территорий) и «предпринимательский потенциал» (предприятий).

Гайнуллина Г.А. указывает, что социально-экономический мониторинг как метод оценки эффективности предпринимательства базируется на фиксации и выяснении причин отклонения фактического состояния от нормативного, на конструировании и анализе самого нормативного состояния как итога работы участников процессов принятия решений. В рамках предложенного подхода предлагается оценивать итоговые показатели развития предприятий, характеризующие умение адаптироваться к новым условиям на рынке, являются следующие: экономическое положение, объем производства, количество занятых работников, отраслевая структура, длительность функционирования, проблемы осуществления предпринимательской деятельности.

Следует отметить, что автором дана наиболее полная характеристика мониторинга как метода оценки эффективности развития предпринимательства. Достаточно полно рассмотрены его составляющие, охвачены аспекты деятельности предприятий на макро- и микроуровне, что является положительными характеристиками рассмотренного подхода.

Мониторинг развития предпринимательства на основе оценки эффективности государственной поддержки.

Демидовым А.В. разработана классификация различных видов мониторинга за сектором и доказана необходимость двух его типов: мониторинга достижения целей программ поддержки с позиций бюджетирования, ориентированного на конечный результат и мониторинга влияния отдельных мер поддержки на эффективность функционирования предпринимательства. Предложен методологический подход для создания системы мониторинга достижения целей программ государственной поддержки предпринимательства с позиций оценки их конечного результата [17].

Масленникова А.Ю., Попова И.Н. в рамках комплексного подхода к оценке эффективности поддержки малого бизнеса на муниципальном уровне предложили проведение мониторинга для получения информации для оценки в разрезе следующих групп:

- традиционные структурообразующие обязательные приемы и методы визуального наблюдения и измерения на рабочих местах, социологические опросы и анкетирование работников, потребителей, деловых партнеров, населения, элементы маркетинговых исследований и т.п.
- аналитические приемы работы с учетно-отчетными документами, бизнес-планами, локальными программами и др.
- финансово-экономические аналитические процедуры, элементы ситуационного моделирования и координации с результатами анализа бухгалтерского баланса, оценки, условий безубыточности производственно-хозяйственной деятельности и запаса финансовой прочности, общего финансового состояния организации, динамики рыночной стоимости активов и т.п.
- выездные проверки на предприятия, получившие поддержку в рамках существующих программ [18].

К недостаткам подхода к мониторингу развития предпринимательства, основанного на оценке эффективности государственной поддержки, относится тот факт, что с его помощью не представляется возможным провести мониторинг развития предпринимательства с учетом коммерческих, социальных, бюджетных показателей их деятельности. Это дополнительно подчеркивает узкую специализацию рассмотренного научного подхода.

III. Оценка мер государственного регулирования и поддержки развития малого и среднего предпринимательства.

Для повышения социально-экономической эффективности развития предпринимательства необходимо использование всех имеющихся инструментов, в том числе и программ поддержки предпринимательства.

Экономисты-исследователи по-разному подходят к оценке программ поддержки предпринимательства, и сегодня можно выявить три основных подхода.

1. Подход, включающий в себя систему показателей, характеризующих различные виды эффективности.
2. Подход, учитывающий факторы, затраты, эффекты.
3. Подход, основанный на расчете комплексного или интегрального показателя эффективности.

Сторонники первого подхода предлагают проведение оценки эффективности государственной поддержки предпринимательства, основанной на расчете экономической, социальной, бюджетной и других видов эффективности.

Попов С.А. считает необходимым проводить оценку эффективности управления программами поддержки предпринимательства с учетом большего количества индикаторов социально-экономического развития региона на основе динамики показателей, отражающих: полезность программ поддержки, которая характеризуется количеством субъектов предпринимательства, среднесписочной численностью занятых, фондом заработной платы, оборотом малых предприятий, инвестициями в основной капитал; их необходимостью, которая характеризуется доступностью господдержки и долей, нуждающихся в государственной поддержке; их достаточностью, которая характеризуется долей налоговых поступлений от субъектов предпринимательства в общем объеме налоговых поступлений, долей малого предпринимательства в валовом региональном продукте, уровнем удовлетворения потребителей государственной поддержкой, коэффициентом активности малых предприятий [19].

Був В.В., Мигин С.В. и др. предлагают оценивать государственную политику в сфере малого бизнеса через оценку вклада государственной политики поддержки в развитие МСП. В соответствии с принятым авторами методическим подходом, интегральные индексы, оценивающие различные виды эффективности развития предпринимательства. Недостатком предложенного варианта является отсутствие оценки инструментов государственной поддержки предпринимательства [20].

Сторонники второго подхода к оценке системы поддержки и развития МСП, основываются на показателях, учитывающих факторы, затраты, эффекты. Так, В.А. Гражданкин считает, что эффективность расходования средств бюджета любого уровня может выражаться в достижении бюджетного, экономического и социального эффектов. Оценка эффектов от реализации программы поддержки малого и среднего бизнеса проводится с помощью небольшого перечня критериев, отражающих их вклад в развитие региона: прирост оплаты труда; прирост численности занятых в малом предпринимательстве; налоговые вычеты; норматив отчислений исследуемого налога в соответствующий бюджет пропорционально объему выданных субсидий.

Сторонники третьего подхода оценивают эффективность (результативность) государственной поддержки предпринимательства на основе интегрального показателя.

Романенко Е.В. оценивает эффективность реализации региональных программ поддержки посредством коэффициента активности предпринимательства, состоящего из показателей, отражающих его вклад в развитие региона. Недостаток этого подхода заключается в ограниченном наборе показателей. Немец А.В. предложен методический подход, унифицирующий оценку поддержки МСП и основанный на расчете интегрального показателя эффективности. Помимо традиционных коэффициентов, данный интегральный показатель позволяет оценить: прирост налоговых доходов бюджета, полученного от реципиентов; издержки на содержание государственной инфраструктуры поддержки; сумму денежных средств, направляемую на поддержку малых предприятий через органы поддержки малого предпринимательства.

Васильева М.В. рекомендует проводить оценку эффективности использования государственных средств, направленных на поддержку МСП, основанную на проведении аудита, которая включает в себя три этапа: проверка экономности использования государственных средств на разных стадиях реализации программы; проверка продуктивности ресурсов; проверка результативности деятельности. Данной позиции придерживаются В.Б. Тореев и О.Е. Вороновская и рекомендуют проводить оценку эффективности программ предпринимательства с помощью бюджетной эффективности.

IV. Оценка эффективности деятельности предпринимательства с точки зрения заинтересованных сторон.

В настоящее время среди ученых-экономистов популярен подход к оценке эффективности предпринимательства, основанный на теории заинтересованных сторон, помимо этого, разновидностью оценки с привлечением заинтересованных сторон, выступает партнерская оценка.

В рамках подхода, основывающегося на оценке эффективности предпринимательства с точки зрения заинтересованных сторон, О.Ю. Хазов предлагает интегральный показатель общей эффективности предприятия для заинтересованных групп, отражающий, по его мнению, отношение полезного результата (эффекта), полученного заинтересованными группами, к затратам этих групп на взаимодействие с предприятием.

Тарский М.О. и Першина Е.Г. предлагают оценивать мультипликативный эффект, возникающий при взаимодействии между предприятием и заинтересованными сторонами. Зарубежные авторы, такие как Т. Роули, при оценке предпринимательской деятельности на основе стейкхолдерского подхода предлагает модель идентификации значимости заинтересованных сторон; Р. Митчелл использует балансовую модель ресурсных отношений заинтересованных сторон на основе сетевой модели [21].

Как было ранее отмечено, среди существующих оценок, с участием заинтересованных сторон, популярной, является партнерская, суть которой состоит в том, что представителей заинтересованных сторон систематиче-

ски привлекают к работе по планированию и проведению оценки. От других подходов, также предполагающих участие заинтересованных сторон, партнерская оценка отличается тем, что допускает различную степень вовлеченности. То есть, степень участия представителей заинтересованных сторон при проведении партнерской оценки различных программ может быть разной. Специалист по оценке определяет адекватный уровень вовлечения представителей заинтересованных сторон в зависимости от степени их готовности, характера решаемых задач и имеющихся ресурсов.

Ключевым аспектом партнёрской оценки, является коммуникация. Когда представители заинтересованных сторон систематически участвуют в проведении оценки, они понимают, что и зачем делается. Кроме того, при использовании партнерского подхода больше шансов, что заинтересованные стороны будут использовать результаты оценки, что, в свою очередь, приведет к повышению эффективности оцениваемого объекта.

Исходя из проведенного анализа, следует, что в настоящее время большинство рассмотренных подходов к оценке эффективности деятельности и эффективности развития предпринимательства не в полной мере охватывают важнейшие общественные и бюджетные составляющие исследуемых вопросов. Ряд научных подходов имеют достаточно узкую направленность, что не позволяет задействовать их при разработке комплексных мер поддержки развития предпринимательства в регионе. Следовательно, разработка мер по поддержке и стимулированию развития предпринимательства не сможет охватить все проблемные аспекты предприятий и будет недостаточно эффективной.

Несмотря на то, что предпринимательство по своей сути является динамической экономической категорией, на сегодняшний день подход, позволяющий оценить эффективность развития предпринимательства в динамике, остаётся недостаточно проработанным. Существующие научные и методические разработки позволяют оценить динамическую эффективность развития предпринимательства по выборочным критериям, которые зачастую не отображают всех необходимых составляющих развития предпринимательства.

Список литературы:

1. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 304 с.: ил. – ISBN 5-901028-55-4.
2. Киреев Н.Н. Показатели эффективности предпринимательской деятельности в регионе [Электронный ресурс] // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2011. – № 2 (26). – № рег. статьи 0088. – Режим доступа к журн.: <http://region.mcnip.ru>.
3. Экономика сельского хозяйства / И.А. Минаков, Л.А. Сабетова, Н.И. Куликов и др.; под ред. И.А. Минакова. – М.: КолоС, 2002. – 328 с.

4. Орлова Е.В. Социальная эффективность предпринимательской деятельности в трансформирующемся российском обществе: дис. ... докт. соц. наук.

5. Седых Ю.А. Теоретико-методические подходы к оценке отраслевых приоритетов в развитии предпринимательства: на примере малых промышленных предприятий Ростовской области. Диссертация. – 04.06.2004.

6. Региональные особенности уровня и качества жизни: Монография / Учреждение Российской академии наук Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН. – М.: ООО «М-Студио», 2012. – 392 с.

7. Давыдянц Д.Е. Критерии, показатели и оценка социально-экономической эффективности // Вопросы статистики. – 2002. – № 8. – С. 73-78.

8. Оболенский Н.В., Сидорова Н.П. Методика оценки предпринимательской деятельности малых форм хозяйствования // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2012. – № 6 (92). – С. 129-134.

9. Азизова Е.А. Оценка состояния и развития малого предпринимательства // Отраслевая экономика: проблемы управления и пути решения. Вестник АГТУ. – 2010. – № 1. – С. 55-61.

10. Нешиной А.С. Концептуально-методические основы комплексной оценки эффективности региональной системы поддержки и развития малого предпринимательства в г. Москве // Финансовый менеджмент. – 2002. – № 5.

11. Региональная антикризисная политика в годах: опыт Северо-Запада России / Под научной редакцией д.э.н., проф. Б.С. Жихаревича. – СПб.: Леонтьевский центр. – 20 с.

12. Сото У.Х. де. Социально-экономическая теория динамической эффективности / Х.У. де Сото; пер. с англ. В. Кошкина, под ред. А. Куряева. – Челябинск: Социум, 2011. – 409 с.

13. Садовничий В.А. Моделирование и прогнозирование мировой динамики / В.А. Садовничий. – М.: ИСПИ РАН, 2012. – 359 с.

14. Каримова А.И. Оценка уровня устойчивого развития малого предпринимательства в регионе // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2012. – № 30. – С. 138-143.

15. Саранча М.А., Рублева Е.А. Оценка масштабов и уровня развития малого предпринимательства в Приволжском федеральном округе // Вестник Удмуртского университета. – 2014. – № 6-1. – С. 155-160.

16. Гайнуллина Г.А. Мониторинг деятельности малых предприятий в изменяющихся условиях рыночной среды [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики. – 2009. – N 1 (29). – Режим доступа: www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2419.

17. Демидов А.В. Развитие системы государственной поддержки малого предпринимательства в России в современных условиях: дис. к.э.н. – 2007.

18. Масленникова А.Ю., Попова И.Н. Комплексный подход к оценке эффективности поддержки малого бизнеса на муниципальном уровне [Элек-

тронный ресурс] // «Муниципалитет: экономика и управление». – Режим доступа: <http://municipal.uara.ru/ru/issue/2014/04/14/>.

19. Попов С.А. Комплексный анализ оценки эффективности управления программами поддержки малого предпринимательства // *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 10 (часть 10). – С. 2249-2252.

20. Буев В.В., Мигин С.В. Интегральные показатели развития малого предпринимательства. – М., 2007. – 42 с.

21. Тарский М.О., Першина Е.Г, Подзорова Г.А. Стейкхолдер-менеджмент как инструмент повышения качества управления организацией.

ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ И МИНИМИЗАЦИЯ ЕГО СРЕДНЕВЗВЕШЕННОЙ СТОИМОСТИ

© **Спеваков Р.В.¹, Кожеманова Т.Н.**

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИУЭП),
г. Казань

В настоящей работе даётся оценка структуры капитала предприятия, рассчитывается его средневзвешенная стоимость и указываются пути оптимизации структуры капитала и минимизации его средневзвешенной стоимости.

Ключевые слова: структура капитала, средневзвешенная стоимость капитала, оптимизация структуры капитала, собственный капитал, заемный капитал.

Оценка структуры капитала и ее влияния на финансовое состояние предприятия является одной из основных задач финансового менеджмента, поскольку структура капитала, используемого предприятием, определяет многие аспекты не только финансовой, но также операционной и инвестиционной деятельности, оказывает активное воздействие на конечный результат этой деятельности.

ООО «Прикамтормапп» осуществляет свою деятельность в городе Набережные Челны с 1999 года. Основной продукцией ООО «Прикамтормапп» является тормозная аппаратура, применяемая на грузовых автомобилях марки КАМАЗ. В 2002 году в ООО «Прикамтормапп» был освоен выпуск тормозных камер с пружинными энергоаккумуляторами типа 24/20 и 20/20 с принципиальными конструктивными доработками, расширяющими

¹ Старший преподаватель кафедры Высшей математики и информационных технологий, кандидат экономических наук.

их применение в различных модификациях автомобилей КАМАЗ. В настоящее время ООО «Прикамтормап» продолжает успешно развивать производство, осваивая новые виды обработки металлов и других материалов, расширяет ассортимент выпускаемой продукции и продолжает работы по постоянному улучшению своих изделий.

Структура капитала любого предприятия включает в себя собственные и заемные средства. Решение о выборе тех или иных форм привлечения заемного капитала влияет на финансовые показатели деятельности предприятия в целом. Основу концепции структуры капитала составляет положение о возможной оптимизации структуры капитала путем учета разной цены отдельных его составных частей. Исходной теоретической посылкой этой концепции является утверждение, что цена собственного капитала всегда выше цены заемного капитала. Более низкая цена заемного капитала, в сравнении с собственным, объясняется различиями в уровне риска их использования. Так, уровень доходности заемного капитала, во всех его формах, носит детерминированный характер, в связи с тем, что ставка процента по нему определена сторонами заранее в фиксированном размере, в то время как уровень доходности собственного капитала формируется в условиях неопределенности [1].

Исходя из предпосылки о более низком уровне цены заемных источников финансирования в сравнении с собственными, при любом сочетании их использования, содержание концепции механизма оптимизации структуры капитала организации сводится к следующему: рост удельного веса использования заемного капитала во всех случаях приводит к снижению показателя средневзвешенной цены капитала организации, а соответственно и к росту её рыночной стоимости [1-4].

Для оптимизации структуры капитала и его влияния на финансовое состояние необходимо также увеличение собственного капитала за счет нераспределенной прибыли, увеличение чистой прибыли за счет роста выручки от продаж, снижения себестоимости, увеличения прочих доходов и снижения прочих расходов.

Одной из важнейших предпосылок эффективного управления капиталом предприятия является оценка его стоимости. При этом под стоимостью (ценой) капитала предприятия понимают ту величину (в виде общей суммы средств), в которую обходятся предприятию привлекаемые на рынке капитала финансовые ресурсы, причем как собственные, так и заемные, или размер финансовой ответственности организации за использование собственных и заемных средств в своей деятельности.

Поскольку любое предприятие обычно финансируется из нескольких принципиально различающихся источников и их стоимость варьирует, то в качестве интегральной (обобщающей) оценки стоимости капитала используется средний показатель, который называется средневзвешенной стоимо-

стью капитала и представляет собой минимальную норму прибыли, которую ожидают инвесторы от своих вложений. Средневзвешенная стоимость капитала (Weight Average Cost of Capital, WACC) – это стоимость совокупного капитала (собственного и заемного) в относительных величинах (в %). [2, 3].

Средневзвешенная стоимость капитала рассчитывается по формуле:

$$WACC = K_s \cdot W_s + K_d \cdot W_d \cdot (1 - ЧНП), \quad (1)$$

где K_s – стоимость собственного капитала (%);

W_s – доля собственного капитала (%) (по балансу);

K_d – стоимость заемного капитала (%);

W_d – доля заемного капитала (%) (по балансу);

$ЧНП$ – ставка налога на прибыль.

Для расчёта средневзвешенной стоимости капитала ООО «Прикамтормап» рассмотрим динамику и структуру капитала этого предприятия.

Таблица 1

Динамика капитала ООО «Прикамтормап» за 2015-2017 гг., тыс. руб.

Показатель	2015 год	2016 год	2017 год (на 30.09.17 г.)	Темп прироста, %	
				2016-2015 г.г.	2017-2016 г.г.
Уставный капитал	10	10	10	0,00	0,00
Нераспределенная прибыль	7519	7054	7790	-6,18	10,43
Капитал и резервы	7529	7064	7800	-6,18	10,42
Займы и кредиты	1119	3411	21079	204,83	517,97
Кредиторская задолженность	22483	25395	19999	12,95	-21,25
Краткосрочные обязательства	23602	28806	41077	22,05	42,60

Сумма собственного капитала предприятия имеет тенденцию увеличения, что является положительным фактором, который повышает финансовую устойчивость предприятия и делает её менее зависимой от внешних кредиторов. Долгосрочных обязательств у предприятия нет.

Отрицательным фактором является то, что заемный капитал, представленный краткосрочными обязательствами также увеличивается. Сумма заемного капитала предприятия превышает сумму собственного капитала, что отрицательно сказывается на финансовом состоянии организации, так как снижается финансовая устойчивость и повышается риск потери платежеспособности.

В составе собственного капитала представлены уставный капитал и нераспределенная прибыль. Уставный капитал не меняется на протяжении 2015-2017 годов и составляет 10 тыс. руб. Нераспределенная прибыль предприятия увеличивается, ее увеличение связано с тем, что предприятие пополняет собственный капитал за счет чистой прибыли, направляя ее в свое развитие.

В составе краткосрочных обязательств присутствуют краткосрочные кредиты и займы и кредиторская задолженность. Сумма краткосрочных займов и кредитов увеличивается за рассматриваемый период 2015-2017 гг. Это означает, что предприятие привлекает дополнительные кредитные ресурсы банков для финансирования своей деятельности. Снижается сумма кредиторской задолженности, то есть предприятие быстрее рассчитывается по долгам перед своими контрагентами.

В 2015-2017 годах капитал предприятия в большей степени был представлен заемным капиталом, доля которого составляла в эти годы соответственно 75,82 %, 80,31 % и 84,04 %. Таким образом, доля заемного капитала увеличилась в 2017 году по сравнению с 2015 годом на 8,22 %, а доля капитала и резервов (24,18 %, 19,69 %, 15,96 %) снизилась на 3,22 %. Это означает, что в 2015-2017 годах ООО «Прикамтормап» было сильно зависимо от внешних источников финансирования, что отрицательно сказалось на его финансовом состоянии. На протяжении 2015-2017 годов наблюдается увеличение доли краткосрочных займов и кредитов. В 2015 году доля займов и кредитов в составе краткосрочных обязательств составляла краткосрочных обязательств составляла 4,74 %, в 2016 году она увеличилась до 11,84 %, а в 2017 году выросла до 51,32 %.

Доля кредиторской задолженности имеет тенденцию снижения, в 2015 году она составляла 95,26 %, в 2016 году она снизилась до 88,16 %, а в 2017 году – до 48,69 %, то есть краткосрочные обязательства в 2017 году в большей степени представлены займами и кредитами.

В среднем по отрасли структура капитала имеет следующие пропорции: 35 % собственного капитала, 10 % долгосрочных обязательств и 55 % краткосрочных обязательств. Исследуемое предприятие в структуре своего капитала в 2017 году имело 15,96 % собственного капитала и 84,04 % краткосрочных обязательств. То есть структура капитала предприятия является неоптимальной, что отрицательно сказывается на его финансовом состоянии.

Таблица 2

**Данные для расчета стоимости собственного и заемного капитала
ООО «Прикамтормап» в 2015-2017 гг., тыс. руб.**

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г. (на 30.09.17 г.)	Темп прироста, %	
				2016/2015 гг.	2017/2016 гг.
Сумма собственного капитала	7529	7064	7800	-6,18	10,42
Сумма накопленной нераспределенной прибыли	7519	7064	7800	-6,05	10,42
Нераспределенная прибыль за период	7519	-455	736	-106,05	-261,76
Чистая прибыль	7519	6535	736	-13,09	-88,74
Распределенная прибыль	0	6535	0	–	-100,00
Сумма заемного капитала, в том числе:	23602	28806	41077	22,05	42,60
– кредиты и займы	1119	3411	21079	204,83	517,97
– кредиторская задолженность	22483	25395	19999	12,95	-21,25
Проценты к уплате	119	308	1634	158,82	430,52

Чистая прибыль ООО «Прикамтормап» снижается, что является отрицательным фактором в деятельности предприятия. В 2015 году вся чистая прибыль была направлена на пополнение собственного капитала предприятия, в 2016 году вся сумма чистой прибыли была направлена на распределение, а 2017 году снова была направлена на пополнение собственного капитала предприятия.

Рассчитаем стоимость собственного капитала K_S на основе данных таблицы 2:

$$2015 \text{ год: } K_S = \frac{0 \cdot 100}{7529} = 0\%;$$

$$2016 \text{ год: } K_S = \frac{6535 \cdot 100}{7064} = 92\%;$$

$$2017 \text{ год: } K_S = \frac{0 \cdot 100}{7800} = 0\%.$$

Сумма заемного капитала увеличилась к концу изучаемого периода, увеличиваются и краткосрочные займы и кредиты, что вызывает рост увеличения процентов к уплате.

На основе данных таблицы 2 рассчитаем стоимость заемного капитала:

$$2015 \text{ год: } K_d = \frac{119 \cdot 100}{1119} = 10,63\%;$$

$$2016 \text{ год: } K_d = \frac{308 \cdot 100}{3411} = 9,03\%;$$

$$2017 \text{ год: } K_d = \frac{1634 \cdot 100}{21079} = 7,75\%.$$

На основе полученных результатов рассчитаем средневзвешенную стоимость капитала по формуле (1).

$$2015 \text{ год: } WACC = 0\% + (1 - 0,2) \cdot 10,63\% \cdot \frac{23602}{23602 + 7529} = 6,45\%;$$

$$2016 \text{ год: } WACC = 92\% \cdot \frac{7064}{28806 + 7064} + (1 - 0,2) \cdot 9,03\% \cdot \frac{28806}{28806 + 7064} = 23,92\%;$$

$$2017 \text{ год: } WACC = 0\% + (1 - 0,2) \cdot 7,75\% \cdot \frac{41077}{41077 + 7800} = 5,21\%.$$

Средневзвешенная стоимость капитала в 2017 году снижается, это связано с тем, что руководство предприятия всю получаемую прибыль направляет на пополнение собственного капитала.

Таким образом, основными проблемами предприятия являются превышение доли заемных средств над долей собственных средств, высокий размер дебиторской задолженности и снижение чистой прибыли организации.

Для увеличения доли собственного капитала предлагается привлечение в 2018 году новых учредителей. На данный момент уставный капитал предприятия составляет 10 тыс. руб. и оно имеет одного учредителя. В качестве учредителей предлагается привлечь партнеров-поставщиков, таких как ООО «АвтоТранс» и ООО «Транзит НЧ». Взносы каждого нового учредителя составят 10 тыс. руб., то есть уставный капитал предприятия сможет увеличиться до 30 тыс. руб.

Для уменьшения стоимости заемного капитала предлагается использование более дешевых кредитных продуктов, предлагаемых банками. В настоящее время наименьшая процентная ставка предлагается ПАО «Сбербанк» по кредитному продукту «Стандартный». Предлагается перекредитовать предприятие в данном банке.

В 2018 году ООО «Прикамтормапп» планирует привлечь займы и кредиты на сумму 16756 тыс. руб. Сумма процентов по старой процентной ставке составила бы 1298 тыс. руб., сумма процентов по новой ставке составит 1082 тыс. руб.

В таблице 3 представим данные для расчета средневзвешенной стоимости капитала в 2018 году.

Таблица 3

**Данные для расчета средневзвешенной стоимости капитала
ООО «Прикамтормапп» в 2018 году, тыс. руб.**

Показатель	2018 год
Собственный капитал	8720
Заемный капитал	40157
Общая сумма капитала	48877
Доля собственного капитала, %	17,84
Доля заемного капитала, %	82,16
Распределенная прибыль	394
Проценты к уплате	1597

На основе данных таблицы 3 рассчитаем стоимость собственного и заемного капитала:

$$K_s = \frac{394}{8720} \cdot 100\% = 4,52\%;$$

$$K_d = \frac{1597}{40157} \cdot 100\% = 3,98\%.$$

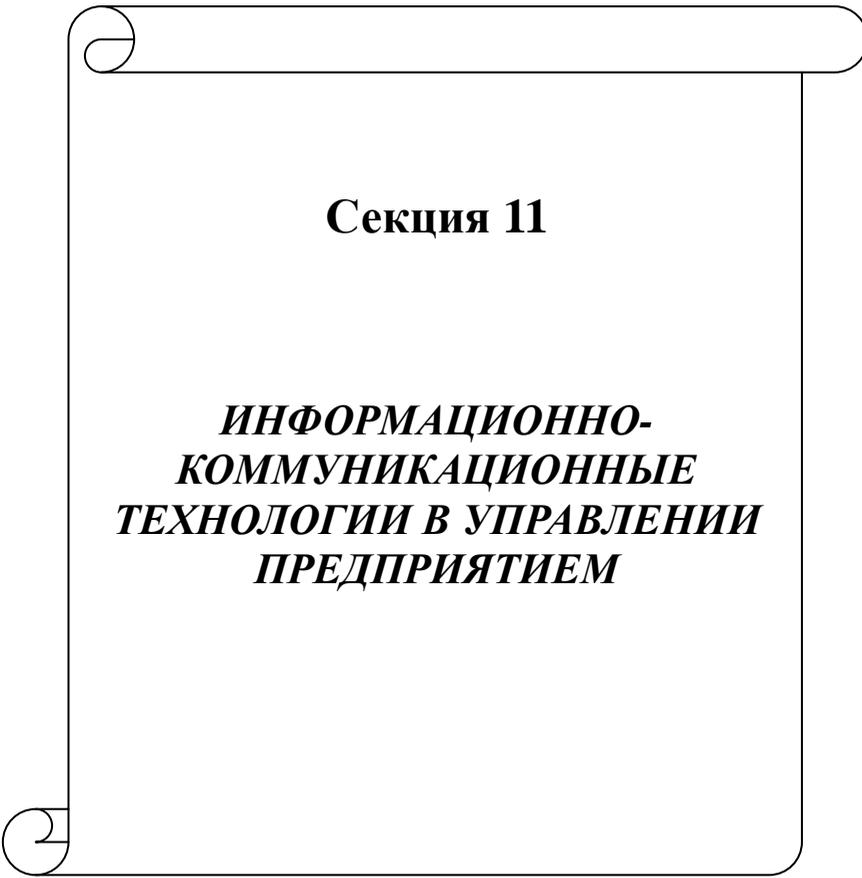
Рассчитаем средневзвешенную стоимость капитала ООО «Прикамтормапп» по формуле (1):

$$\frac{4,52 \cdot 17,84}{100} + (1 - 0,2) \cdot 3,98 \cdot \frac{82,16}{100} = 3,45\%.$$

Таким образом, в 2018 году за счет предлагаемых мероприятий планируется снижение средневзвешенной стоимости капитала, которое, как известно [3-4], ведет к росту рыночной стоимости предприятия.

Список литературы:

1. Финансовый менеджмент: учебное пособие / А.Н. Гаврилова. – 6 изд. – М.: Кнорус, 2010. – 432 с.
2. Ковалев А.И. Анализ финансового состояния предприятия. – 4 изд., испр., доп. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2006. – 408 с.
3. Барткова Н.Н. Оптимизация структуры капитала // Эффективное антикризисное управление. – 2015. – № 5. – С. 11-19.
4. Гулюгина Т.И. Критический анализ методов оптимизации структуры капитала предприятия // Финансы, денежное обращение и кредит. – 2016. – № 2. – С. 284-287.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a slight shadow effect, framing the central text.

Секция 11

***ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ
ПРЕДПРИЯТИЕМ***

ОПТИМИЗАЦИЯ ФАКТОРОВ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

© Спесваков Р.В.¹, Полторыхина С.В., Фадеева Е.П.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИУЭП),
г. Казань

В настоящей работе рассматриваются пути оптимизации факторов инвестиционного проекта с использованием инструментов анализа программы Microsoft Excel.

Ключевые слова: инвестиционный проект, чистый дисконтированный доход, индекс рентабельности, конкурентоспособность, финансовая устойчивость, методы оптимизации в инвестиционном анализе, математическое программирование, средство «Поиск решения» программы Microsoft Excel, инвестиционная политика предприятия.

В данной работе указан путь повышения финансовой устойчивости предприятия ООО «КамаФильтр» города Набережные Челны посредством реализации в 2017-2019 годах инвестиционного проекта по выпуску четырех видов новой продукции: топливной арматуры (товар I), воздухораспределителей (товар II), влагоотделителей (товар III) и влагомаслоотделителей (товар IV).

ООО «КамаФильтр» основано в 1998 году, производит фильтры и тормозную аппаратуру, применяемые на грузовых автомобилях марки КАМАЗ, автомобильных прицепах и полуприцепах, а также в современных моделях марок МАЗ, ЗиЛ, КаАЗ.

С 1999 года ООО «КамаФильтр» является одним из основных поставщиков тормозной аппаратуры на главный сборочный конвейер ПАО КАМАЗ. В 2000 году ООО «КамаФильтр» освоил выпуск модифицированной тормозной камеры с улучшенными техническими характеристиками и стал эксклюзивным поставщиком данной продукции на конвейер КАМАЗа.

В настоящее время ООО «КамаФильтр» продолжает успешно развивать производство, осваивая новые виды обработки металлов и материалов, расширяет ассортимент выпускаемой продукции и продолжает работы по постоянному улучшению своих изделий.

Для укрепления финансового положения и повышения финансовой устойчивости ООО «КамаФильтр» требуется 450 тыс. рублей, которое предприятие намерено получить в результате реализации инвестиционного проекта по выпуску вышеназванных четырех видов товаров.

¹ Старший преподаватель кафедры Высшей математики и информационных технологий, кандидат экономических наук.

Была собрана следующая информация о ценах на эти товары в конкурирующих фирмах.

Таблица 1

Цены на товары, намеченные производству ООО «Кама Фильтр» в конкурирующих фирмах, руб.

	ООО «КамаЕвроГрупп»	ООО «Автотехник»	ООО «Заритал»	ООО «Спецстрой»
Топливная аппаратура	2856	3075	2972	2876
Воздухораспределитель	2089	2856	2257	2145
Влагоотделитель	1887	2274	1975	2000
Влагомаслоотделитель	3161	3748	3276	3200

С целью оптимизации сроков реализации выпускаемой продукции и соблюдения её конкурентоспособности руководством ООО «КамаФильтр» было принято решение об установлении следующих параметров инвестиционного проекта по каждому из четырёх видов товаров.

Таблица 2

Матрица ключевых и экзогенных факторов инвестиционного проекта ООО «Камафильтр», руб.

Показатель	Виды товаров			
	Товар I	Товар II	Товар III	Товар IV
Интервал изменения цен, руб.	$2856 \leq P \leq 3075$	$2089 \leq P \leq 2856$	$1887 \leq P \leq 2274$	$3161 \leq P \leq 3748$
Объем выпуска, Q , шт.	150	150	150	200
Условно-переменные расходы, V , руб.	2400	1600	1450	2650
Амортизация, A , руб.	2040	1580	2000	2230
Условно-постоянные расходы, F , руб.	1850	1670	1350	2020
Первоначальные инвестиции, руб.	20000	17000	13000	30000
Минимальная цена, P_{min} , руб.	2856	2089	1887	3161
Чистый дисконтированный доход при P_{min} , руб.	96645,39	108368,58	99540,37	145224,66
Индекс рентабельности	5,83	7,37	8,67	5,84

Расчет чистого дисконтированного дохода NPV для всех четырех видов товаров производился в программе *Microsoft Excel* с применением финансовой функции ПС при 18 %-ной ставке дисконтирования и сроке инвестиционного проекта, равном трем годам. Чистые платежи вычислялись по формуле:

$$CF_t = [Q(P - V) - F - A] \cdot (1 - T) + A, t = 1, 2, 3,$$

где $T = 0,2$ (или 20 %) – ставка налога на прибыль.

Как известно [1], чистый дисконтированный доход NPV определяется как разница между текущей оценкой отдачи от инвестиционного проекта и текущей оценкой инвестиционных затрат. Кроме того NPV можно определить как нереализованный в данный момент времени прирост капитала; массу прибыли на инвестированный капитал или как цену, по которой можно продать идею инвестиционного проекта в начале его реализации.

Суммарная стоимость чистых дисконтированных доходов для четырех видов продукции составила 449779 руб., то есть до необходимых предпри-

ятию 450 тыс. руб. недостает всего 221 рубля. Эту недостающую сумму было решено получить за счет незначительного повышения цены за единицу третьего вида продукции (влагоотделителя), цена на который (1887 руб.) минимальна среди цен на остальные три вида продукции, а спрос на автомобильном рынке – наибольший. Поэтому небольшое увеличение цены этого товара на 1-2 рубля незначительно скажется на его конкурентоспособности по цене, но зато обеспечит получение предприятием ООО «Кама Фильтр» необходимой суммы в 450 тыс. руб. С помощью специального инструмента анализа «Поиск решения» пункта меню «Сервис» в программе Microsoft Excel [2] была решена задача линейного программирования по получению необходимой суммы в размере 99761,37 руб., которую должен обеспечить новый чистый дисконтированный доход третьего вида продукции за счет повышения его цены.

Инструмент анализа «Поиск решения» программы Microsoft Excel позволяет найти оптимальное (максимальное или минимальное) или заданное значение для отдельной ячейки путем подбора значений других ячеек с учетом требуемых ограничений. Процедура решения такой задачи предусматривает последовательное выполнение ряда итераций. После каждой итерации происходит перерасчет значений изменяемых ячеек и проверка заданных ограничений и критериев оптимальности. Выполнение процедуры завершается, если найдено решение с приемлемой точностью.

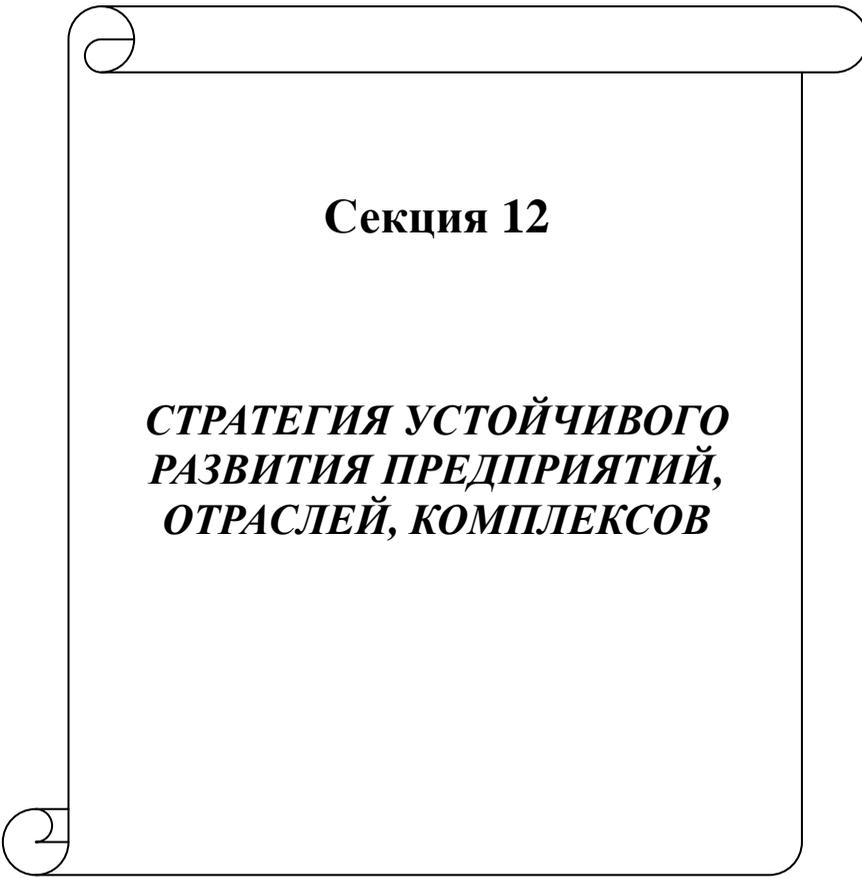
В качестве значений целевой функции (целевой ячейки программы) была выбрана финансовая функция ПС, вычисляющая чистый дисконтированный доход третьего вида продукции. Поэтому в целевую ячейку было помещено число 99761,37. Варьируя цену единицы третьего товара в пределах от 1887 руб. до 2300 руб., на компьютере с помощью инструмента анализа «Поиск решения» было получено значение цены единицы третьего вида продукции в размере 1887,8470386 рублей, обеспечивающее требуемое значение чистого дисконтированного дохода в размере 99761,37 руб.

Очевидно, что назначение цены в размере 1887,8470386 рублей невозможно, а в размере 1887 руб. 85 коп. – нерационально, поэтому было принято решение об установлении цены в размере 1888 рублей. Эта цена обеспечит чистый дисконтированный доход третьего вида товара в размере 99801,28 руб. и в итоге сумма чистых дисконтированных доходов всех четырех товаров составит 450039 руб. 91 коп. Итак, если повысить цену за единицу третьего товара (влагоотделителя) на 1 рубль, требуемая сумма 450 тыс. руб. будет достигнута.

Таким образом для повышения финансовой устойчивости ООО «Кама Фильтр» руководство предприятия приняло к реализации инвестиционный проект по производству четырех видов новой продукции, становив на конкурентоспособные цены, которые обеспечат чистый дисконтированный доход в размере 450039 рублей.

Список литературы:

1. Теплова Т.В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями: учебник для вузов. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 504 с.
2. Лукасевич И.Я. Анализ финансовых операций. Методы, модели, техника вычислений. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 400 с.



Секция 12

***СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ,
ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ***

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩИХ ЦЕННОСТЕЙ НА ОСНОВЕ МАТРИЦЫ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН¹

© Иванова Т.Е., Зарецкий А.Д., Шевердинова О.В.
ФГБОУ ВО Кубанский государственный университет, г. Краснодар

В статье отражены вопросы имплементации концепции «создания общих ценностей» (CSV) в деятельность российских компаний, приведены примеры формирования ценностей в различных сферах деятельности. В качестве инструмента формулирования общих ценностей рассмотрен матричный подход, позволяющий наглядно отобразить интересы стейкхолдеров, послужить основой для укрепления имиджа и устойчивости компании, повышению качества предпринимательской среды.

Ключевые слова: общие ценности, концепция CSV, стейкхолдеры, матрица заинтересованных сторон, российская практика CSV.

Объективные законы и реальные условия рынка порождают многообразие экономических интересов, отражающих ценностные установки различных факторов – участников рыночных отношений. В рыночном пространстве пересекаются интересы крупного и малого бизнеса, государственных и муниципальных чиновников, элитного «праздного класса», банковского и производственного сектора, работодателей и наемного персонала компаний, производителей, посредников и потребителей. Многообразие и противоречивость интересов, приверженных различным ценностным установкам соответствующих социальных страт, влечет за собой множество социально-экономических проблем, в значительной мере разрешаемых рыночным механизмом и государственным регулированием. И, тем не менее, на фоне определенной дисгармонии ценностных мотивов рыночных факторов, находит распространение современная практика «создания общих ценностей», отражающая гуманитарный тренд в развитии партнерских отношений.

Общие ценности, общечеловеческие ценности – эти категории, которые отражают, прежде всего, нравственное ядро мировоззрения. Оно заложено в систему европейских ценностей, основанных на уважении к правам человека, свободе, справедливости, демократии и господстве закона – ценностях, развивавшихся на протяжении веков и во многом обязанных христианской традицией и Просвещению [1].

В начале XXI столетия идея существования общих ценностей приобрела высокую степень конкретности – она воплощается в практики социально-ответственного поведения корпораций и отражает определенный характер взаимоотношений между заинтересованными сторонами. Иными словами,

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 17-02 00494.

«общие ценности» нашли свою нишу в системе менеджмента и социального маркетинга, непосредственно касаются предпринимательской деятельности, способствуют позитивному восприятию и рыночному успеху.

Авторами концепции «создания общих ценностей» (Creating Shared Value/CSV), разработанной в 2006 году считаются Майкл Портер и Марк Крамер [2]. Концепция исходит из того, что рынки формируются не только экономическими, но и социальными потребностями, и что общие ценности – это не ценности конкретных людей, а гражданского общества или местного сообщества в целом, то есть речь идет о более широком понимании экономической и социальной выгоды. В авторском определении «общая ценность» рассматривается как управленческая социально-ориентированная практика повышения финансовой эффективности компаний, органичная часть ее бизнес-процессов и стратегии, совмещающая получение прибыли с удовлетворением общественных потребностей посредством:

- переосмысления, с учетом интересов общества, своей продукции и рынков;
- пересмотра определения эффективности цепочки создания стоимости;
- содействия развитию кластеров в местах дислокации предприятий.

В процессе создания общей ценности компании генерируют для себя экономическую ценность / стоимость и одновременно формируют ценность для общества посредством решения различных социальных проблем (в образовании, природоохранной деятельности, здоровом образе жизни и др.). В сложившейся парадигме CSV способствует объединению усилий различных секторов общества в интересах развития человека – повышения качества его жизни и развития человеческого капитала – и территории посредством решения социальных, экологических и иных проблем.

Практика CSV представляет новую форму участия бизнеса в преобразовании общества, открывает широкие возможности для взаимовыгодного сотрудничества разных субъектов, основанного на общности целей. «Общая ценность» (важность, значимость, приоритетность во вложениях в будущем) внешних и внутренних стейкхолдеров формируется под влиянием признанных идеалов и нравственных эталонов и отражается в действующих институтах социально-трудового и благотворительного поведения, в отношении к предпринимательству, частной собственности, мировым культурологическим фактам, способствует повышению лояльности населения. Практическое использование идеи CSV в разных странах привело к интеграции различных подходов и восприятию концепции в качестве основы современной модели социального инвестирования [3]. В российской практике большинство практик CSV отражает новое качество взаимодействия с потребителями производимой продукции, а также с организациями местного сообщества.

Классическим примером реализации концепции «создания общих ценностей» является швейцарская компания «Нестле», которая впервые была представлена в России в 2007 году. Концепция подразумевает, что «Нестле» может успешно развиваться лишь в том случае, если создает общие ценности не только для акционеров, но и для общества в целом. Одной из приоритетных задач компании является развитие культуры правильного питания и приобщение подрастающего поколения к здоровому образу жизни. Основными общими ценностями компания считает здоровье потребителей, качество окружающей среды и водных ресурсов, развитие работников, взаимодействие с поставщиками, активное участие в жизни местных сообществ. Компания активно поддерживает значимые культурные мероприятия, вносит значительный вклад в развитие национальных и региональных социальных программ помощи инвалидам, детям и подросткам, оказавшимся в тяжелой жизненной ситуации, воспитанникам интернатов и коррекционных школ, российским благотворительным организациям. При этом руководство компании отмечает, что прямой связи между ее доходами компании и выделяемыми средствами на социальные программы нет. «Создание общих ценностей» – это понимание, что компания и ее акционеры могут быть успешны только в долгосрочном плане. По словам директора по корпоративным делам «Нестле» в России и Евразии Андрея Бадера, у «Нестле» есть обязательства перед странами и регионами, в которых компания представлена, партнерами, сотрудниками и населением, и эти обязательства должны быть выполнены при любых обстоятельствах [4].

Лидером ценностно-ориентированного подхода к потребителям в России можно назвать группу компаний «Новард», в составе которой: «Сити-XXI век», «Эжоника», «Рутектор», «Новард Эстейт» [5]. Группа строит свою стратегию и бизнес-модель, сочетая передовой мировой опыт и лучшие российские традиции предпринимательства и меценатства, где «прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли». Возвышая семейные ценности, мораль и этику, уважая добрососедские отношения, строительные компании в своей деятельности ориентированы на интересы местного сообщества и создание комфортной среды проживания (концепция «Миниполис» – сообщество жителей «Соседский клуб»). В ответственном ритейле – на идеал семьи, атмосферу гостеприимства и дружелюбия, вовлечении клиентов в оценку коллекции на этапе ее создания (уникальный продукт – тематическая капсула «Мама и дочка», сотрудничество со специализированными для женщин СМИ, благотворительные компании и др.). Идентифицируя себя как социально ответственную компанию «Новард» следует следующим принципам: ответственное отношение к сотрудникам, предоставлением возможностей для раскрытия потенциала; взаимовыгодное, открытое и надежное партнерство с поставщиками, потребителями и сообществом, возрождение морально-этических ценностей российских предпринимателей.

Другим примером российской практики может служить модель «МТС / Медиа», ориентированная на прямые коммуникации. В созданной уникальной информационной среде общие ценности с партнерами и клиентами проявляются:

- для МТС: в расширении и дополнении текущих форматов коммуникации с пользователями; создании возможности для решения наиболее значимых бизнес-задач в части реализации стратегии по росту пользования интернетом, повышению объемов продаж и улучшению клиентского сервиса;
- для клиентов и партнеров: в возможности простым доступным языком освещать сложные потребительские темы в сфере высоких технологий и ИТ с элементами развлечения и обучения, в частности, знакомить с новыми гаджетами и продуктами, объяснять сложные телекоммуникационные темы, доставлять полезные материалы для специальных сообществ (родителей, пенсионеров, дачников, охотников, автолюбителей, сторонников здорового образа жизни), разными способами повышать уровень цифровой грамотности и др., что в целом повышает уровень удовлетворенности клиентов полной информацией.

Аналогичные примеры можно привести и по другим компаниям в различных секторах экономики России [6]: ПАО АФК «Система»: проекты по повышению интеллектуального потенциала молодежи в инженерно-технической сфере («Лифт в будущее»), ПАО «ГМК «Норильский никель»»: создание системы наставничества; ООО «ЮНИЛЕВЕР-РУСЬ» – проект «Лаборатория и Центр устойчивого развития бизнеса СКОЛКОВО»; ПАО «Северсталь» – взаимоотношения с партнерами, основанные на принципах бережливого производства; ПАО «Газпромнефть» – по развитию человеческого капитала территории, формирование проектных навыков у горожан по улучшению городской среды; ПАО «СИБУР» – повышение культуры применения и обращения с отходами нефтехимической продукции, акции «Чистый город», «Тепло вашему дому», «Здоровое дыхание дорог» и др.; ПАО «ЕВРАЗ» – по привлечению внимания населения территорий присутствия компании к вопросам обеспечения личной безопасности на производстве и в быту (информационные материалы, тренинги и др.). Более подробно эти и другие примеры рассмотрены в публикации [7].

В дискуссиях по вопросам общих ценностей основное внимание уделяется вопросам имплементации лучших практик в российской и зарубежной бизнес-среде. Однако основные способы их создания практически не освещаются, хотя формализация их содержания является одним из самых ответственных моментов. Важно понимать, кто генерирует ценности, в чем они состоят, каковы формы и механизмы их трансляции заинтересованным сторонам. Изучение международного подхода опыта некоторых российских

компаний с позиции последовательности действий по выявлению общих ценностей позволяет выявить основные шаги и выстроить определенную последовательность в этой работе.

Во-первых, надо исходить из того, что у каждой компании существуют свои корпоративные ценности, которые отражают сформировавшуюся позицию в отношении:

- основных ценностей, которые регулируют текущие процессы, происходящие внутри компании и представляющих своего рода «списки принципов» внутреннего устройства, которые не могут быть нарушены даже ради экономической выгоды;
- желательных ценностей – нового типа ценностей и принципов работы, в основе формирования которых лежит перспектива, то, к чему со временем осознанно придет компания, причем этот тип принципов не пересекается с основными (действующими) ценностями;
- второстепенных ценностей, то есть уникальных ценностей каждой компании, которые принципиально отличают ее от конкурентов и др. [8].

Формулируя корпоративные ценности, компания отвечает на вопросы о том, что является принципиально важным для нее и производимого продукта в настоящий момент, в каком направлении развивается компания, какими принципиальными качествами должны обладать ее сотрудники, что составляет уникальность ее имиджа на рынке и в представлении общества. Таким образом, корпоративные ценности ориентированы как на внутреннюю (прежде всего в отношении персонала), так и внешнюю среду.

Наиболее отработана практика формирования и закрепления в образном и документальном, представлении, миссии корпорации *внутренних ценностей*, строящихся на корпоративной культуре, соблюдении традиций и правил, этических норм поведения, сложившиеся в компании, вовлеченность всех работников в общее дело, формирующих ее имидж, что, как правило, отражаются в Кодексе корпоративного управления. Например, внутренние ценности компании *«Новард»* – это *лидерство*, стремление всегда быть на шаг впереди, задавать тенденции развития рынка и предлагать лучшие качественные решения своим клиентам, это *постоянное развитие и совершенствование «как путь создания будущего»*, позволяющее достигать поставленные цели; *надежность* – ориентация на долгосрочные отношения, в основе которых лежит доверие ответственность; *работа в команде*, сила которой заключается во взаимной поддержке и уважении мнения каждого, готовности к самоотдаче и компромиссам; *российских духовных ценностях*, основанных на человеколюбии, добре, нравственности, патриотизме, семье, любви. Эти ценности переносятся и на взаимоотношения с партнерами [4].

Во-вторых, что значительно сложнее, надо находить способы гармонизации корпоративных ценностей с интересами и ценностями заинтересо-

ванных сторон (стейкхолдеров), которыми являются потребители продукции, поставщики, посредники, государственные органы, банковские структуры, общественные организации и др. Это как раз то, что подразумевается в управленческом аспекте концепции CSV и является одним из аспектов корпоративной социальной ответственности.

Общие ценности с внешними стейкхолдерами возникают из достаточно длительного взаимодействия, когда компания обретает опыт учета мнения и ожиданий партнеров, настроена на действенное восприятие их проблем и готовность их совместного разрешения, отличается социально ответственным поведением и заинтересована в укреплении деловой репутации. Более конкретно в отношении деловых партнеров это проявляется в наличии утвержденной Политики взаимодействия, отсутствии конфликтов, связанных с неэтичным поведением, нарушением договорных обязательств, предоставлении актуальной публичной годовой, в том числе нефинансовой отчетности, проведении внешнего аудита, наличии реализованных проектов и др. Эти компоненты являются свидетельством готовности и фундаментом создания общих ценностей с различными заинтересованными сторонами. К слову сказать, что у значительного числа бизнес-структур до сих пор нет осознания важности формирования корпоративного имиджа и репутации; многим характерна информационная закрытость, непрочность отношений с заинтересованными сторонами, нарушение этики и деловой ответственности.

В взаимоотношениях с государственными структурами общие ценности связаны, прежде всего, с безусловным исполнением налоговых и других обязательств, поддержке природоохранной деятельности и ресурсосбережением; содействием экологическому образованию и просвещению, мероприятиями по облагораживанию прилегающих территорий, развитием инфраструктуры, не связанной с основной коммерческой деятельностью, поддержкой социально-значимых исследований, социально незащищенных слоев населения, детства и юношества, объектов культурно-исторического назначения, государственно-частным партнерством.

Наиболее доступной и наглядной формой отражения многообразия ценностных установок и взаимных интересов стейкхолдеров является, по нашему мнению, «матрица заинтересованных сторон», принцип которой был предложен А. Кероллом для персонификации роли стейкхолдеров, выстраиваемая с учетом типов (уровней) их социальной ответственности, и наглядно иллюстрирующей многоуровневые ожидания каждой заинтересованной стороны. Матричный подход также позволяет ранжировать по важности состав стейкхолдеров, выявлять противоречия в их интересах, детализировать возможные решения проблем (таблица 1) [9]. Приведенный макет матрицы не заполнен конкретной информацией, поскольку ее размещение многократно увеличит объем текста.

Таблица 1

Матрица заинтересованных сторон

Заинтересованные стороны	Типы социальной ответственности (в соответствии с «пирамидой Керолла»)			
	Экономическая	Правовая	Этическая	Филантропическая
Акционеры				
Поставщики				
Потребители				
Государственные органы				
Общественные организации				
Местные сообщества				
Другие				

Практическая работа со стейкхолдерами, изучение их интересов и влияния на компанию поручается специально созданной группе соответствующих специалистов, имеющих доверительные отношения с партнерами. Диалоги, как правило, проходят в различных формах и длятся довольно продолжительное время. С каждой стороной составляются соответствующие протоколы, которые затем рассматриваются высшим руководством компаний, после окончательного согласования включаются в стратегии и перспективные планы развития. Параллельно могут создаваться рабочие группы по ценностям (опыт «Новард»), в компетенцию которых входит уточнение некоторых вопросов и нахождение компромиссов, после чего создается бизнес-модель реализации стратегии [4].

Матрицы заинтересованных сторон могут иметь и другие конфигурации. Например, в АФК «Система» разрабатывается в двухмерном пространстве «Ранговая карта заинтересованных сторон», формируемая на основе экспресс – опросов и отражающая в определенной системе координат влияние деятельности Корпорации на стейкхолдеров и влияние стейкхолдеров на деятельность Корпорации. Для более углубленного анализа ценностных установок, влияющих на устойчивое развитие, строится «Матрица существенности», отражающая экономические, социальные и экологические аспекты деятельности. Как результат, в головной и дочерних компаниях Корпорации активно реализуются проекты, соответствующие концепции создания общих ценностей [10].

Примером проект CSV «Сети все возрасты покорны», инициированный ПАО «МТС» и заключающийся в обучении лиц пожилого возраста пользованию интернетом. Ценность проекта для Корпорации – в росте пользователей и узнаваемости бренда в возрастной категории с наиболее низким уровнем проникновения Интернета. Ценность проекта для общества – в адаптации и социализации старшего поколения в современном цифровом обществе; расширение базы пользователей электронных государственных услуг. Идеи проектов были разработаны совместно с заинтересованной стороной.

В заключение следует отметить, что в июне 2010 года в Москве прошел Первый всероссийский форум «Создавая общие ценности: стратегия корпоративной социальной ответственности», на котором представители органов государственной власти, бизнес – сообщества, некоммерческих организаций и СМИ обсудили, какие шаги необходимо предпринять для того, чтобы реализация социальных программ в России была успешной. С этого времени ежегодно Ассоциация Менеджеров, которая объединяет более трех тысяч руководителей различных компаний из 56 регионов России, проводит национальные Форумы и другие мероприятия, конкурсы, нацеленные на обсуждение возможностей и механизмов создания общих ценностей в современной российской предпринимательской среде.

Научно-практическое и деловое сообщество все больше убеждается в том, что создавая общие ценности, в обществе формируются культура ответственного поведения, строится базис отношений, способных стать инновационным институциональным фактором эффективной предпринимательской среды. Трансформация общих ценностей в целеполагание, корпоративные миссии и стратегии способствует повышению устойчивости бизнеса, лояльности потребителей, укрепления механизмов саморегулирования во взаимодействии заинтересованных сторон, увеличению масштабов социального инвестирования в качество жизни и человеческий капитал.

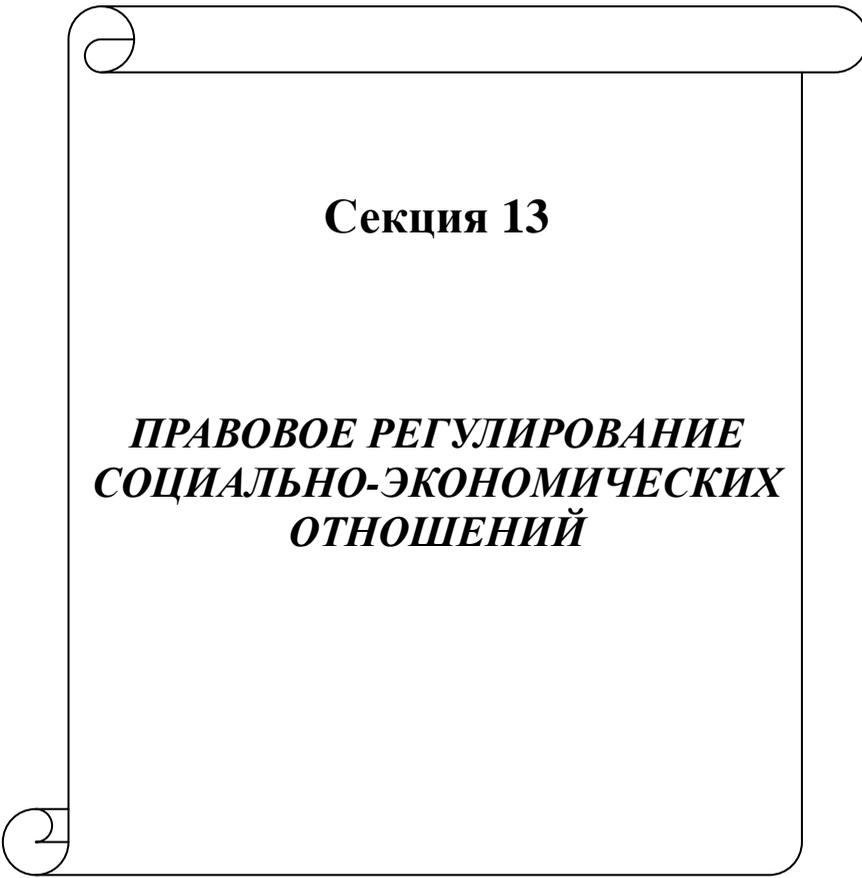
Список литературы:

1. Рубинский Ю. Европейские ценности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/vestnik/2009/26/ru3-pr.html>.
2. Марк Ю. Портрет, Марк Р. Крамер. Создание общих ценностей [Электронный ресурс] // Harvard Business Review. – Режим доступа: http://ep-digest.ru/wp-content/uploads/2015/08/Creating-Shared-Value_HBR-Rus-Final.pdf.
3. Иванова Т.Е. Эволюция концепций корпоративной социальной ответственности – от социальной восприимчивости к общим ценностям // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 6-2. – С. 59-62.
4. Общие ценности «Нестле». Ноябрь 19, 2013. Обзоры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pioportal.ru/obshhie-tsennosti-nestle/>.
5. Захарова М. Ценностные основы бизнеса ГК Новард. В сб. Социальная миссия, стратегия и ответственность – ключевые факторы успеха власти, общества и бизнеса / Под ред. С.Л. Байдакова. – М.: НП «Объединение контроллеров», 2014.
6. PEOPLE INVESTOR. Компании, инвестирующие в людей. Материалы Форума «Устойчивое развитие и глобальные вызовы современной России». – М., 2013.
7. Иванова Т.Е. Общие ценности компаний, инвестирующих в людей // Экономика: теория и практика. – 2017. – № 2 (46). – С. 139-141.

8. 4 типа корпоративных ценностей, которые работают [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.potok.io/corp-values/>.

9. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2016.

10. Отчет об устойчивом развитии. Акционерная финансовая корпорация Система. – М., 2015.



Секция 13

***ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ОТНОШЕНИЙ***

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОНТРАКТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ПРИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА № 44-ФЗ ОТ 05.04.2013)

© Ефанова Е.А.¹, Ябарова А.Я.²
Самарский университет, г. Самара

В данной статье рассматривается правовой аспект регулирования контрактных отношений при проведении государственных закупок в РФ на основе принятого в апреле 2013 года Федерального закона № 44-ФЗ.

Ключевые слова: государственные закупки, контракт, поставщик, электронный аукцион, Единая информационная система (ЕИС).

This article is considered the legal aspect of regulation of contractual relations when carrying out public procurement in Russia on the basis of the adopted in April 2013, Federal law No. 44-FZ.

Keywords: public procurement, contract, vendor, e-auction, a unified information system (UIS).

Сфера закупок для государственных органов всегда была связана с рядом проблем в части государственного регулирования экономики, так как вся система должна быть прозрачной и открытой, что не всегда реализуемо в условиях нашей страны. В ходе проведения государственных закупок осуществляется поддержка различных сфер жизни государства, в том числе обеспечение обороноспособности и безопасности РФ, за счет своевременного пополнения материальных резервов различных государственных органов и учреждений. Однако, промышленная и социальная политика так же нуждаются в функционировании системы государственных закупок в Российской Федерации, так как именно они создают такие условия, при которых на рынке гарантируется здоровая конкуренция, осуществляется достаточная поддержка различным производителям, в том числе, что немаловажно, малому бизнесу.

Актуальность вопроса регулирования в данной сфере подтверждают объемы государственных закупок. Только за период 2016 года в единой информационной системе (далее – ЕИС) были размещены извещения о закупках на общую сумму 6,5 трлн. рублей, что имеет меньший показатель по сравнению с 2015 годом. По данным официального сайта государственных закупок, благодаря функционированию данной системы, было сэкономлено 419,54 млрд. руб., что, напротив, по сравнению с 2015 годом, является более

¹ Студент 3 курса направления «Государственное и муниципальное управление».

² Научный руководитель, ассистент.

высоким показателем. Представленные данные позволяют сделать вывод, что система государственных закупок направлена на осуществление рационального государственного регулирования экономики, и развивать экономику с помощью государственного вмешательства.

Стоит отметить, что в отечественной практике при определении поставщика предпочтение отдается проведению электронных аукционов и по состоянию на 2016 год, количество заключенных контрактов в результате проведения аукционов составляют 58,3 % от всего количества размещенных извещений. Так же, в связи с развитием малого бизнеса и всесторонней помощью государства, увеличивается число государственных контрактов, заключенных напрямую с объектами малого бизнеса. Сумма подобных контрактов за 2016 год составила 610,9 млрд. руб., что превышает показатель 2015 года на 23,5 %.

Также нельзя отрицать факт наличия расторгнутых по ряду причин неэффективных контрактов. Несмотря на то, что объем таких контрактов можно считать незначительным (за 2016 год подобные контракты составили 3,8 % от общего объема закупок), но при расторжении организациями не обеспечивается заказ, что влечет за собой повторение всех процедур, предшествующих заключению контракта.

По определению государственные закупки – это приобретение определенных товаров и услуг для государственных и муниципальных нужд. Вполне логично, что функционирование такой важной для жизнедеятельности государства системы невозможно без четко установленной нормативно-правовой базы, определяющей права и обязанности сторон при заключении государственного контракта.

На сегодняшний день основным правовым документом, регулирующим сферу государственных закупок, является закон № 44-ФЗ от 05.04.2013 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», который пришел на замену устаревшего федерального закона № 94-ФЗ от 21.07.05. Новый закон охватил уже весь процесс государственных закупок, начиная с планирования и заканчивая исполнением обязанностей по контракту, чего не хватало в предшествующем нормативно-правовом акте.

Создание федерального закона о государственных закупках было вызвано необходимостью повышения эффективности расходования бюджетных средств, что вытекает из Бюджетного кодекса РФ, на который опирается федеральный закон. В связи с этим была создана Единая информационная система (ЕИС), которая позволила отслеживать движения средств на всех этапах проведения закупок, а так же учитывать участие в проведении закупок контролирующих органов. Так же удобство системы заключается в том, что весь объем необходимой информации собран вместе и находится в

доступном для пользователя и контролирующих органов формате, что упрощает работу всей системы государственных закупок в целом.

Важно то, что данный (федеральный закон № 44-ФЗ от 05.04.2013) нормативно-правовой акт отвечает требованиям времени и учитывает также антикоррупционную составляющую государственных закупок. Так как в системе при проведении электронного аукциона его участникам присуждаются номера, из-за чего собственные названия поставщиков остаются в тени, и их заказчик узнает уже после проведения аукциона. Вследствие проведения аукциона таким способом минимизируется шанс несовершенной конкуренции.

Также закон «О контрактной системе...», впервые предоставил некоторые гарантии для заказчиков, так как часто именно они становятся жертвами мошенничества в сфере банковских гарантий. Статья 45 федерального закона № 44-ФЗ гласит, что банковские гарантии, т.е. страхование рисков, должны быть зарегистрированы в реестре банковских гарантий, с которым можно ознакомиться на официальном сайте государственных закупок. Такая страховка позволяет сократить количество случаев мошенничества, что, несомненно, является достижением современного законодательства.

Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», несмотря на то, что направлен на контроль за контрактной системой, также, вследствие того, что является элементом государственного регулирования экономики, включает в себя применение антидемпинговых мер, что дисциплинирует всю рыночную систему. Согласно статье 37 данного закона, при занижении цены, поставщик обязан предоставить обеспечение, размер которого должен в полтора раза превышать размер обеспечения исполнения контракта. Так, вероятность того, что поставщик заинтересован в реальном исполнении обязанностей контракта, а не простом его срыве становится намного выше и имеет свои гарантии.

Однако, помимо выделенных достоинств, у федерального закона № 44-ФЗ, регулирующего сферу государственных закупок, есть спорные моменты, которые нуждаются в доработке. Например, создание гибкой системы подходов к определению способа проведения государственных закупок не предусматривает четких правил и установок в данном вопросе, т.е. нет четких принципов, по которым заказчик выбирает поставщика, ввиду чего закупка может быть проведена нечестным путем. Так же, к недостаткам можно отнести ограничение прав поставщика, по сравнению с правами заказчика. Заказчик в праве в одностороннем порядке отменить заказ, что крайне невыгодно поставщику, так как вследствие этого он вносится в реестр недобросовестных поставщиков. Исходя из такого положения, заказчик может оказывать давление на поставщика, в силу своих преобладающих прав.

Что касается государственных закупок и малого бизнеса, несмотря на то, что закон предусматривает обязательные закупки у субъектов малого предпринимательства, однако также указано, что возможно заключение контракта с поставщиком, не являющимся субъектом малого предпринимательства, но в условиях исполнения числится привлечение к исполнению договора с помощью соисполнителей из числа субъектов малого предпринимательства. Это дает возможность избегать контрактов с представителями малого бизнеса, а также заключать их с соисполнителями, связанными с заказчиком.

Государственные закупки затрагивают жизнь всех граждан страны, поэтому Федеральная контрактная система имеет своей целью быть инструментом в определении способов удовлетворения социально-экономических потребностей государства и общества. Важной частью достижения цели является развитие взаимовыгодного сотрудничества государства и частного сектора, в результате которого происходит модернизация экономики и дальнейшее её развитие. В целом, можно сказать, что с помощью Федеральной контрактной системы, в том числе её правовой основы, обеспечивается повышение эффективности расходования бюджетных средств, рост качества оказанных услуг для удовлетворения государственных нужд, а также уменьшение уровня коррупции при заключении государственных контрактов. Создание Единой Информационной Системы (ЕИС) сделало контрактную систему более прозрачной и доступной, а её участники получили дополнительные возможности получения информации. Однако, есть моменты, которые Федеральный закон обходит, не уделяя особого внимания, что угрожает рисками для всех участников контрактной системы. Поэтому на данном этапе необходимо создание достаточно значительного числа подзаконных актов и, возможно, других правовых документов, которые способствовали бы повышению эффективности работы Федеральной контрактной системы.

Список литературы:

1. Федеральный закон № 44-ФЗ от 05.04.2013 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
2. Комментарий к Федеральному закону «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ / Под ред. А.А. Храмкина. – М.: Юриспруденция, 2010.
3. Андреева Л.В. Закупки товаров и энергосервисных работ для федеральных государственных нужд: правовое регулирование. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «ВолтерсКлувер», 2011.
4. Иванова В.О. Государственные закупки как инструмент «принуждения к инновациям» промышленного сектора экономики // Российское предпринимательство. – 2013. – № 15 (237).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

II Международной научно-практической конференции

г. Новосибирск, 20 декабря 2017 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова

Подписано в печать 25.12.2017. Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная.

Тираж 500 экз. Уч.-изд. л. 9,30 Печ. л. 10,00 Заказ

Отпечатано в типографии
ООО Издательство «СИБПРИНТ»
630099, г. Новосибирск, ул. Максима Горького, 39