

SONATE Nr. 5

МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

международный научный журнал

“Я так счастлив, что если б я мог однокруглицу моего счастья соединить с тобою миру, то жизнь показалась бы людям прекрасной”

“Прометей есть символ, в разных формах встречается во всех странах ученых. Это — активная энергия вселенной, творческая сила, это — огонь, свет, жизнь, борьба, мысль, прогресс, цивилизация, свобода”

“Не люблю я камерных ансамблей. Ансамбль сковывает игру исполнителя, затушевывает его индивидуальность”

“Зависть — признание себя побежденным”

“История есть стремление к абсолютной дифференциации и абсолютному единству”

16+

7
2016
Часть X



ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 7 (111) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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

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

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 01.05.2016. Цена свободная.

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

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

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

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

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

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович

На обложке изображен Александр Николаевич Скрябин (1871–1915) — русский композитор, пианист, педагог, один из крупнейших представителей художественной культуры конца XIX — начала XX вв.

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

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА
И УПРАВЛЕНИЕ

- Полькина А. Ю., Сухоручкин Ю. А.**
Факторы конкурентоспособности российских предприятий 927
- Поплаухина Т. Д., Осадчий Э. А.**
Ревизия финансово-хозяйственной деятельности садоводческого некоммерческого товарищества 929
- Попов М. О.**
Эффективное управление привлеченными ресурсами коммерческих банков..... 934
- Поцелуйко Э. А.**
Стратегическое планирование продовольственной политики как фактор поддержания конкуренции рынка продуктов питания 937
- Прожуган М. А.**
Расчетные операции современной организации — современный взгляд учета и анализа 938
- Райимбердиева О. Р., Янгибоев Б. Ф.**
Информационная поддержка бизнеса в условиях инновационной экономики 941
- Рауандина Г. К., Тулупова С. А., Лустов Н. С., Цебер А. А.**
Перспективы развития регионального рынка жилья в Казахстане 943
- Ропотан С. В., Шелудько О. С.**
Расчеты по оплате труда — современные аспекты учета и контроля 946
- Ропотан С. В., Шпурик С. С., Акимова А. К.**
Формирование расчетных операций организации в сфере торговли 948
- Рудская Е. Н., Болехова Г. А.**
Агрегаторные платформы счетов и балансов: преимущества, проблемы, тенденции 950
- Рудская Е. Н., Полтавская Ю. Ю.**
Необанки: мировой опыт и перспективы 959
- Сёмкин В. В.**
Оценка роли маркетинговых механизмов в продвижении услуг общественного питания 969
- Сарычева Е. Н.**
Технологии продвижения в условиях кризиса 970
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.**
Роль и значение иностранных инвестиций в модернизации национальной экономики 973
- Сатторкулов О. Т., Тошбоев Б. Б.**
Инвестиционная политика Республики Узбекистан и её направления 975
- Сатторкулов О. Т., Тошбоев Б. Б.**
Сущность государственной инвестиционной политики и её стратегии..... 977
- Сатторкулов О. Т., Тошбоев Б. Б.**
Развитие инновационной деятельности на современных предприятиях в условиях модернизации экономики 978
- Сатторкулов О. Т., Тошбоев Б. Б.**
Факторы модернизации отраслей реального сектора национальной экономики 980
- Скоробогатова В. В., Школьникова В. Е.**
Проблемы организации и проведения аудиторской проверки операций с основными средствами на примере ООО «Путина» (г. Керчь)..... 983
- Солиева М. А., Абдуллаев Ж. Ж.**
The role of managerial culture in Organizations: Enterprise manager culture and its social and economic impacts 986
- Старых С. А., Шатунова А. Р.**
Анализ концепции развития таможенных органов Российской Федерации 989
- Строкова А. А.**
Анализ доходов и расходов федерального бюджета Российской Федерации за 2012–2016 гг. 991
- Струнина Л. В.**
The essence of enterprise's sales potential of an innovation and it dependence on a market demand 994

Тайманова А. Г. Вопросы управления оборотным капиталом... 997	Теваева С. В., Тюжакаева Н. И. Функционально-стоимостной анализ в ресурсосбережении 1008
Тарасова В. С. Анализ стратегического потенциала ОБУЗ «Офтальмологическая клиническая больница — офтальмологический центр»..... 998	Турлак А. С. Учет и анализ налогов, сборов и отчислений, включаемых в состав затрат организаций.... 1010
Татаринова К. Ю. Стоимостно-ориентированное управление компанией или создание стоимостного мышления 1002	Уралова Д. Ж. Сравнение зарубежного и российского опыта проведения финансового анализа и управления рисками 1012
Тахтарбеков Г. Ш., Кеворкова Ж. А. Классификация признаков искажения финансовой отчётности 1006	

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Факторы конкурентоспособности российских предприятий

Полькина Анастасия Юрьевна, студент;

Сухоручкин Юрий Алексеевич, студент

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

В настоящее время повышение уровня конкурентоспособности предприятий любой формы собственности, оптимизация их функционирования и элементарное выживание в рыночной среде является фундаментальной проблемой современной экономики. От ее решения во многом зависит качество воспроизводственных процессов, доходность предприятий, их адаптация к рыночным условиям и последующий экономический рост.

На российском рынке на данный момент наблюдается значительное усиление конкуренции, в связи с чем на этом этапе развития необходимы разработки по повышению конкурентоспособности российских предприятий.

Известный современный экономист М. Портер отмечает, что конкуренция — это динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты [1].

Р.А. Фатхутдинов дал определение конкуренции, как процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях [2].

Понятие «конкурентоспособность» является достаточно многосторонним, синтетическим, его составляющими является множество факторов, влияющих на состояние и развитие производственной системы, а именно:

- величина и эффективность использования всех ресурсов предприятия;
- динамичный показатель, изменения которого зависят как от внешних, так и от внутренних факторов;
- характер степени удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке;
- способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке;
- уровень развития данной фирмы в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удов-

летворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности;

- отражение величины привлекательности данного предприятия для инвестора.

Конкурентоспособность можно рассматривать на четырех уровнях, каждому из которых соответствуют свои подходы к организации управления на предприятии.

На первом уровне менеджеры предприятий рассматривают фактор управления как «внутренне нейтральным». Роль менеджеров заключается только в том, чтобы выпускать продукцию, не заботясь о конкурентах. Данный подход будет действовать, если компания сумеет найти свою нишу на рынке, свободную от конкуренции.

Выделяют следующие характерные черты российских предприятий первого уровня конкурентоспособности:

- недостаток внимания к квалификации и мотивации работников;
- маркетинг как одна из функций управления, в лучшем случае более важной, чем остальные;
- непонимание в целом роли фактора управления.

Большинство российских предприятий находятся именно на этом уровне конкурентоспособности — это обусловлено слабостью конкуренции на внутреннем рынке из-за его ненасыщенности.

Предприятия второго уровня стремятся сделать свои производственные и управленческие системы «внешне нейтральными». Такие предприятия стремятся полностью соответствовать стандартам, установленными их конкурентами в конкретной отрасли. Они пытаются стремительно максимально заимствовать технические приемы, технологии и методы организации производства у ведущих предприятий отрасли.

Успех в конкурентной борьбе предприятий третьего уровня конкурентоспособности зависит главным образом от управления, его качества и эффективности в широком смысле.

Отличительными чертами предприятий третьего уровня является следующее:

- уделяется большое внимание маркетингу, ориентированному на потребителя;

— любые инновации в области производства продукции осуществляется, когда есть уверенность в одобрении их конечными потребителями;

— в российском бизнесе компаний достигших этого уровня насчитывается совсем не большое количество.

Компании четвертого уровня оказываются впереди конкурентов на многие годы. Такие компании готовы составить конкуренцию любой фирме в любом аспекте производства или управления. Здесь любые изменения в стратегии развития, в организации производства, управлении осуществляются с учетом результатов изучения рынка.

Конкурентоспособность предприятия формируется через определение конкурентных преимуществ, которыми будет обладать фирма. Компании, у которых шире набор конкурентных преимуществ, тем благоприятнее перспективы для успешной деятельности и тем более устойчивыми являются позиции фирмы в определенных сегментах рынка.

Каждая из теорий дополняет предыдущую факторами, от которых зависела способность страны участвовать в процессе международного обмена. Возникновение теории конкурентного преимущества обусловлено научно-техническим прогрессом общества глобализацией и интернационализацией конкурентных отношений [3].

Ориентация стратегий на поддержание конкурентоспособности за счет уже созданных конкурентных преимуществ может быть неэффективной во времени в силу динамичности и оперативности изменений внешней среды. Любые преимущества рано или поздно будут копированы конкурентами. В результате единственным устойчивым конкурентным преимуществом, на котором следует выстраивать базу формирования конкурентоспособности компании, становится планомерное изменение и продвижение определенных элементов путем внедрения инноваций. Именно инновации обеспечивают изменения.

В первую очередь инновации — это применение новшеств, не используемых ранее или используемых не в полной мере. К конкурентным инновациям можно отнести любые преобразования, связанные с выявлением и реализацией возможностей предприятий, направленных на развитие, рост, универсализацию процессов производства и удовлетворение спроса потребителей. Для российских компаний инновациями является довольно значительное количество различных законов, механизмов, способов и разработок, уже существующих и применяемых в странах с развитой рыночной экономикой, которые следует адаптировать под специфику отечественного рынка.

На современном российском рынке существуют так же проблемы, с которыми сталкиваются компании, препятствующие развитию и повышению конкурентоспособности в настоящее время. Проблемы в свою очередь

являются факторами, отрицательно влияющими на деятельность предприятий. Можно выделить две основные группы факторов: внешние и внутренние.

Внешние факторы оказывают затормаживающий эффект на повышение конкурентоспособности российских производителей. В настоящее время к таким факторам можно отнести:

— неиспользование в полной мере потенциала российских ученых и специалистов для проведения необходимых исследований;

— значительное давление на отечественного производителя со стороны зарубежных конкурентов;

— финансирование наукоемких технологий и инноваций в условиях рыночной экономики означающий отсутствие гарантий твердого дохода, что придает ему вероятностный характер;

— отсутствие единого концептуального подхода, состояние научно-методологической базы формирования комплексной инновационной системы РФ;

— слабое развитие системы финансирования инновационной деятельности коммерческими банками и венчурными фондами;

— незащищенность отечественного рынка от дешевой некачественной продукции.

Внутренние факторы — объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности. Выделяют следующие внутренние факторы:

— слабо развитая инновационная политика, маркетинг технологий;

— высокие издержки;

— устаревшее оборудование;

— длительный период окупаемости нововведений;

— не достаточная компетентность кадров;

— недостаток информации о новых технологиях, полное отсутствие информации о рынках сбыта и недостаточное кооперирование, интегрирование с другими предприятиями [4].

Высокая конкурентоспособность фирмы является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях. При этом фирма имеет цель достичь такого уровня конкурентоспособности, который помогал бы ей выживать на достаточно долговременном временном отрезке.

Подводя итог, следует сказать, что лишь конкурентоспособная организация в настоящее время способна выжить, сохранить свой товарооборот на постоянном уровне или постепенно наращивать его. Главным образом, основным смыслом развития экономики в стране и главной идеей вхождения в мировое сообщество должно стать повышение уровня конкурентоспособности отечественной экономики предприятий.

Литература:

1. Портер, М. Конкуренция. М.: ИНФРА-М, 2002. — 325с.
2. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА — 2000. — 312с.

3. Портер, М. Э. Конкурентное преимущество. — М.: 2008. — 25с.
4. Лифиц, И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товара и услуг / И. М. Лифиц. М.: Юрайт-Издат. 2014. 335 с.

Ревизия финансово-хозяйственной деятельности садоводческого некоммерческого товарищества

Поплаухина Татьяна Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент;
Осадчий Эдуард Александрович, кандидат экономических наук, доцент
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова

В настоящее время для огромного числа россиян работа в собственном саду или на огороде — любимая форма досуга. Статус садовода-дачника объединяет множество людей, которых примерно половина всего взрослого населения, особенно в крупных городах, окруженных бесконечным дачным массивом. На современной карте можно насчитать около ста тысяч садоводческих товариществ. К ним относятся дачные, садоводческие и огороднические некоммерческие объединения. Занятые под них земли приносят около половины ягод и плодов, примерно четвертую часть всех овощей и пятую — картофеля, выращиваемых в России.

В целях, определенных Федеральным законом от 15.04.1998 г. № 66-ФЗ «О садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединениях граждан», владельцы земельных участков для ведения садоводства и дачного хозяйства вправе создавать (учреждать) садоводческие некоммерческие товарищества. По закону садоводством можно заниматься и в индивидуальном порядке. Но практика показывает, что владельцам участков выгоднее и удобнее объединить усилия. Именно поэтому создаются некоммерческие организации на добровольных началах, имеющие целью помогать участникам решать общие вопросы — хозяйственные и социальные. Садоводческое некоммерческое товарищество — пример такой организации. Численность его должна составлять не менее трех участников. Садоводческое товарищество обязано пройти государственную регистрацию как юридическое лицо. В то же время уставом товарищества может быть предусмотрена возможность предпринимательской деятельности. При этом полученная прибыль должна направляться на развитие организации и помощь садоводам. Юридические лица в члены садоводческого товарищества не принимаются.

Главным документом для учреждения некоммерческого объединения служит его устав, который принимается и утверждается на общем собрании. Устав садоводческого товарищества разрабатывается на основе типового положения с учетом местных особенностей и потребностей.

Управляет данной некоммерческой организацией председатель правления, полномочия которого установ-

лены законом № 66-ФЗ от 15.04.98 г., а также утвержденным уставом товарищества. Главный орган управления садоводческого товарищества — общее собрание, которое путем прямого голосования избирает правление. Досрочное переизбрание состава правления возможно только по требованию его членов.

Будучи же членом садоводческого товарищества, садовод получает как права, так и обязанности. Право быть избранным в органы садоводческого управления (как и избирать других) предполагает возможность влиять на принятие решений, касающихся общего блага. А обязанности, идущие бок о бок с правами, предписывают садоводам подчиняться решениям общего собрания и его правления, использовать участок только согласно целевому назначению и беречь землю от ущерба. Весь перечень обязанностей подробно расписывает все тот же закон о садоводческих товариществах № 66-ФЗ, где подробно рассматриваются моменты, касающиеся создания и ликвидации садоводческих товариществ, управления ими, прав и обязанностей членов и руководства.

Также закон о садоводческих товариществах разъясняет, какие виды взносов существуют для уплаты в таких товариществах, и чем они различаются. Под вступительными взносами понимаются суммы, внесенные членами некоммерческого объединения на оформление документов и организационные расходы. Членские взносы — средства, регулярно вносимые членами объединения на текущие расходы, например, на оплату труда наемных работников по договорам (сторожей, электриков и т.п.). Целевые взносы — те, которые вносятся на создание или приобретение имущества в общее пользование. Сюда относится все, что предназначено для обеспечения на территории садоводческого товарищества потребностей его членов в водоснабжении, водоотведении, проходе и проезде, электро- и газоснабжении, тепле, охране и пр. Это дороги, ворота и заборы общего пользования, водонапорные башни, котельные, площадки для мусора, противопожарные объекты и т.д.

За землю товарищества уплачивается имущественный налог. Он рассчитывается в зависимости от площади земли садоводческих товариществ за вычетом участков тех членов, у кого они в собственности. Такие владельцы

платят налог самостоятельно как физические лица по налоговым уведомлениям Федеральной налоговой службы. Лица, арендующие землю, платят налог через садоводство.

Постоянно действующим органом внутреннего контроля товарищества является Ревизионная комиссия. Ревизионная комиссия — орган садоводческого товарищества, действующий постоянно, избираемый на общем собрании членов товарищества для финансово-хозяйственного контроля над деятельностью объединения, его правления и других должностных лиц. Свою деятельность комиссия проводит в соответствии с уставом товарищества, а также соответствующими нормативно-правовыми документами.

Выбирают членов комиссии в составе трех человек на один-два года на общем собрании открытым или заочным голосованием из числа лиц с соответствующим образованием — юридическим или экономическим и опытом работы в хозяйственно-правовой сфере. Правомочна и комиссия из двух человек. Если избирают одного, то он называется Ревизором. Любой член товарищества может быть избран в ревизионную комиссию. Собственник-профессионал, постоянно проживающий на территории садоводческого товарищества, но не являющийся ее членом, утверждается отдельно.

В составе ревизионной комиссии не могут быть: председатель правления; члены правления и их родственники; собственники-должники; лица с судимостями и дисквалификацией; кто-либо по доверенности от члена садоводческого товарищества.

Если на общем собрании избираются и другие руководящие органы, то ревизионную комиссию назначают после них. Функции ревизионной комиссии:

1. Контроль исполнения сметы доходов и расходов;
2. Сверка поступления денежных средств за электроэнергию, членских и целевых взносов и оплаты расходов согласно счетам и актам;
3. Анализ выдачи денежных средств под отчет согласно расходным кассовым ордерам и авансовым отчетам;
4. Проверка расчетов по оплате труда физлиц;
5. Проверка задолженности членов садоводческого товарищества;
6. Проверка финансовых документов товарищества, учредительная документация, протоколы собраний и приказы председателя;
7. Проверка законности договоров и других сделок от имени товарищества;
8. Проверка составленного баланса, отчета о целевом использовании денежных средств, налоговых деклараций;
9. Проверка фактического наличия имущества и средств, инвентаризация и сравнение результатов с данными бухучета;
10. Проверка полноты и своевременности уплаты налогов и обязательных платежей.
11. Проверка обоснованности затрат на капитальные расходы и текущую деятельность.

Ревизию финансовой деятельности объединения проводят раз в год. Результаты заключения представляют общему собранию только после ознакомления с ними председателя и членов правления. Комиссия должна своевременно доводить до правления (в письменном виде) результаты всех проверок за семь дней до общего отчетного собрания, а по жалобам членов — в 10-дневный срок.

Обязанности председателя и правления в отношении ревизионной комиссии следующие. В период проверок правление оказывает всяческое содействие в работе ревизоров, предоставляя в их распоряжение кабинет, оргтехнику, канцелярские принадлежности. Председатель включает кандидатуры собственников, подавших заявление в бюллетень для голосования, если в повестке собрания значится вопрос выбора ревизионной комиссии. Председатель правления товарищества обязан представить ревизорам документы, которые указывались в решении о проведении ревизии или дать письменное объяснение об их отсутствии.

После проверки финансовой деятельности комиссия составляет заключение с оценкой правильности составления документации (отчетов, балансов, деклараций). По письменному требованию любого члена правление обязано ознакомить его с выводами комиссии и предоставить копии заключения. При подготовке общего отчетного годового собрания членов объединения правление и председатель обязаны разослать всем своим членам заключения и отчеты ревизионной комиссии.

При отсутствии внешнего аудита заключение делается по годовому отчету товарищества и утвержденному бюджету с начислениями зарплат. Отчет ревизионной комиссии по результатам проверки финансово-хозяйственной деятельности должен содержать перечень нарушений, создающих угрозу интересам садового товарищества и повлиявших на его финансовое состояние и платежеспособность или которые могут привести к ухудшению трудовой и финансовой дисциплины. Типичные нарушения могут быть, например, следующие:

1. Не устранены нарушения, установленные ревизионной комиссией за предыдущие периоды;
2. Отсутствуют должностные инструкции, что не позволяет контролировать объем выполненных работ административным персоналом и правильность оплаты работы;
3. Отсутствуют акты на списание товарно-материальных ценностей или их ввода в эксплуатацию, что не позволяет определить местонахождение приобретенных товаров;
4. Отсутствуют авансовые отчеты и (или) подтверждающие документы, а также не возвращены в кассу выданные в подотчет и неиспользованные суммы денежных средств;
5. При расчетах расходов по смете используются устаревшие или недействующие тарифы;
6. Выдача под отчет денежных средств лицам, не принятыми на работу или не являющимся членами садового товарищества;
7. Списание по актам денежных средств не подтверждаются договорами подряда с физическими лицами или

договорами с юридическими лицами на выполненные работы, что также не может рассматриваться как законное списание денежных средств;

8. Отсутствует или нарушена нумерация кассовых и других документов;

9. Нецелевое использование средств и вуалирование нецелевых расходов другими статьями по смете расходов.

При составлении отчета комиссия разрабатывает точные рекомендации по исправлению недостатков. Всю конфиденциальную финансовую информацию (персональные данные членов организации, ее финансовое состояние) комиссия разглашать не имеет права.

В соответствии с изложенным далее представлен пример акта ревизионной комиссии по результатам проверки финансово-хозяйственной деятельности российского садоводческого некоммерческого товарищества.

Акт ревизии садоводческого некоммерческого товарищества «Радуга» (СНТ «Радуга») от 1 марта 2016 года

Нами, членами ревизионной комиссии садоводческого некоммерческого товарищества «Радуга» (далее по тексту Товарищество) Н. А. Барановой, С. А. Авериной, А. В. Гараевой, избранными на общем собрании 29.03.2015 года, проведена ревизия финансово-хозяйственной деятельности товарищества.

Период проверки с 01 января 2015 по 31 декабря 2015 года.

В проверяемом периоде: председатель правления Товарищества — Я. Л. Фахреева, кассир-бухгалтер — А. П. Демьянова.

В ходе настоящей ревизии проведены следующие контрольные мероприятия:

1. Контроль исполнения сметы доходов и расходов;
2. Сверка поступления денежных средств за электроэнергию, членских и целевых взносов и оплаты расходов согласно счетам и актам;
3. Анализ выдачи денежных средств под отчет согласно расходным кассовым ордерам и авансовым отчетам;
4. Проверка расчетов по оплате труда физлиц;
5. Проверка задолженности членов СНТ;
6. Проверка финансовых документов товарищества, учредительная документация, протоколы собраний и приказы председателя;
7. Проверка законности договоров и других сделок от имени товарищества;
8. Проверка составленного баланса, отчета о целевом использовании денежных средств, налоговых деклараций;
9. Проверка фактического наличия имущества и средств, инвентаризация и сравнение результатов с данными бухучета;
10. Проверка полноты и своевременности уплаты налогов и обязательных платежей.

Настоящей ревизией установлено следующее.

1. Контроль исполнения сметы доходов и расходов. За проверяемый период 2015 года было собрано 2 717 992,00 рубля, в том числе:
 - за электроэнергию 639 552 рубля;
 - членские взносы — 2 078 440 рублей.
 Остаток денежных средств на 01.01.2015 года, в кассе и банке составлял 692 87,30 рублей (см. таблицу 1).

Таблица 1. Доходы СНТ «Радуга» за 2015 год

Показатель	Касса	Банк	Всего доходы, факт	Доходы, смета
Остаток на 01.01.2015	4 509,00	64 778,30	69 287,30	
Поступило, всего	2 717 992,00		2 717 992,00	
в том числе:				
за электроэнергию	639 552,00			
членские взносы 2013	121 793,00			
членские взносы 2014	176 722,00			
членские взносы 2015	1 779 925,00			1 976 600,00

Таким образом, недополучено средств за 2015 год 196 675 руб.

Оплачено в 2015 году всего 2 368 486,84 рубля, в том числе:

- 680 000 рублей за электроэнергию;
- 1 688 486,84 рубля по статьям расходов (см. таблицу 2).

Остаток денежных средств СНТ «Радуга» по состоянию на 01.01.2016 года составляет 418 792,46 рублей (в т.ч. в кассе 10 475,08 руб., в банке 408 317,38 руб.).

2. Сверка поступления денежных средств за электроэнергию, членских взносов и оплаты расходов согласно

счетам и договорам за проверяемый период показала следующее (таблица 3).

3. Анализ выдачи денежных средств под отчет согласно расходным кассовым ордерам и авансовым отчетам.

За проверяемый период из кассы Товарищества выдавались денежные средства под отчет на хозяйственные нужды. Данные представлены в таблице 4.

4. Проверка расчетов по оплате труда физлиц показала правильность начисления, обязательных удержаний и выплаты заработной платы. При этом в расходы на оплату труда включена оплата работ по расчистке улиц от кустарников и поросли деревьев на сумму 2000 руб.

Таблица 2. Расходы СНТ «Радуга» за 2015 год по статьям сметы

Статья расхода	Расходы по кассе и банку	Расходы по смете	Разница (+ экономия; – перерасход)
Заработная плата работников СНТ	901 449,85	974 000,00	72 550,15
Отчисления от заработной платы	272 298,82	294 732,00	20 865,68
Земельный налог	1 167,00	1 167,00	-
Консультационные и бухгалтерские услуги	8 198,00	25 000,00	16 802,00
Вывоз и переработка ТБО	166 395,23	200 000,00	33 604,77
Асфальтирование дороги	100 000,00	300 000,00	200 000,00
Расчетно-кассовое обслуживание банка	27 564,00	15 000,00	-12 564,00
Содержание собак	4 912,80	10 000,00	5 087,20
Приобретение ГСМ и ремонт техники	24 396,51	30 000,00	5 603,49
Проезд работников в зимнее время	5 300,00	10 000,00	4 700,00
Приобретение хозяйственных товаров, электротоваров	68 073,91	60 000,00	-8 073,91
Оплата услуг связи	7 250,00	12 000,00	4 750,00
Проведение собрания	3 600,00	5 000,00	1 400,00
Приобретение канцтоваров и бланочной продукции	5 219,61	5 000,00	-219,61
Монтаж СИП-кабель 600 мет 25кв	38 911,11	50 000,00	11 088,89
Автоуслуги	20 000,00	20 000,00	-
Приобретение дров для сторожки	14 250,00	20 000,00	5 750,00
Непредвиденные расходы	19 500,00	20 000,00	500,00
Итого	1 688 486,84	2 050 732,00	362 245,16

Таблица 3. Источники поступления и направления использования денежных средств СНТ «Радуга» за 2015 год

Касса		Банк		Всего
Остаток на 01.01.2015	4 509,00	Остаток на 01.01.2015	64 778,30	69 287,30
Поступило, всего	2 717 992,00	Поступило, всего	1 783 000,00	2 717 992,00
в том числе:		в том числе:		
за электроэнергию	639 552,00	на расчетный счет из кассы	1 783 000,00	
членские взносы	2 078 440,00			
Выбыло, всего	2 712 025,92	Израсходовано, всего	1 439 460,92	2 368 486,84
в том числе:		в том числе:		
Заработная плата	787 335,59	Электроэнергия	680 000,00	
Проезд работников в зимний период	5 300,00	Расчетно-кассовое обслуживание	27 564,00	
Выдано под отчет	82 640,33	Земельный налог	1 167,00	
Сдано в банк	1 783 000,00	Социальные отчисления	272 298,82	
Автоуслуги	20 000,00	НДФЛ	114 114,26	
Приобретение дров	19 500,00	Вывоз ТБО	166 395,23	
Установка шлагбаума	14 250,00	Светодиодные фонари с фотоэлементами	7 608,00	
		Ноутбук. Сумка для переноски	25 256,00	
		СИП кабель	37 260,11	
		Ремонт дороги	100 000,00	
		Консультационные и бухгалтерские услуги	8 198,00	
Остаток на 01.01.15	10 475,08	Остаток на 01.01.16	408 317,38	418 792,46

Таблица 4. Анализ обоснованности расходования денежных средств по статье «Выдано под отчет» за 2015 г.

Назначение авансовых платежей	Сумма, руб.
Выдано под отчет, всего:	82 640,33
в том числе:	
Корм животным	4 912,80
ГСМ и ремонт техники	24 396,51
Хозтовары: перчатки, плашка, метчик, отрезн. круги, трубы, отводы, манжеты, триммер, картридж, маска сварочная	35 610,41
Услуги связи	7 250,00
Подготовка к собранию	3 600,00
Канцтовары: бланочная продукция, ручки, карандаши, тетради	5219,61
СИП кабель: анкерные зажимы, прокалывающие зажимы, поддерживающие зажимы	1651,00

5. Текущая задолженность членов СНТ на 01.03.2016 г. составляет 452 410 руб.

6. Проверка финансовых документов товарищества, учредительная документация, протоколы собраний и приказы председателя (наличие, подписи, печати) нарушений не выявила.

7. Проверка законности договоров и других сделок от имени товарищества показала, что проводимые гражданско-правовые сделки, совершенные органами управления от имени товарищества совершены с соблюдением законной процедуры. В 2015 году были заключены дого-

воры на вывоз ТБО с ООО «Экологическая Компания», на установку шлагбаума с ИП «Чуева Р. И.», а также продлен договор с энергоподающей кампанией ОАО «Энергосбыт» заключенный в 2008 году.

8. Проверка составленного баланса, отчета о целевом использовании денежных средств, налоговых деклараций нарушений не выявила: расчет показателей, сроки составления и представления соответствуют законодательным нормам.

9. Проверка фактического наличия имущества и средств в результате инвентаризации не выявила расхождений с данными бухучета (таблица 5).

Таблица 5. Фактическое наличие имущества СНТ «Радуга»

ТМЦ	Фактическое наличие имущества
Здание сторожки	1
Здание правления	1
Насосная станция	1
Водонапорная башня	1
Здание АБК	1
Минитрактор	1
Тележка трактора	1
Генератор	1
Стул	6
Шлагбаум	1
Сварочный аппарат	1
Триммер	1
Болгарка большая	1
Компрессор	1
Мотоблок Каскад	1
Сварочная маска	1
Краги (перчатки сварщика)	1
Насос Малыш	1
Прожектора	6
Видеокамера	2
Шланг 20 метров	1
Удлинитель 20 метров	2
Компрессор в водонапорной башне	1
Трубы 72	25
Дрова	17 куб.м

Компьютер в комплекте	1
Ноутбук с сумкой	1
Сейф	1
Стол	3
МФУ (принтер, сканер, копир)	1
Система видеонаблюдения	1

10. Проверка полноты и своевременности уплаты налогов и обязательных платежей выявила отсутствие у Товарищества непогашенной задолженности перед бюджетом и внебюджетными фондами по налогам и другим обязательным платежам.

Заключение

Нами, ревизионной комиссией, были проведены мероприятия и контрольные действия по документальной и фактической проверке финансово-хозяйственной деятельности СНТ «Радуга» за период с 01.01.2015 г. по 31.12.2015 г., при которых установлена законность, достоверность и экономическая целесообразность хозяйственных операций, совершенных исполнительными органами Товарищества и правильность должностных обязанностей работников разных уровней. Действия Правления и Председателя Товарищества признаны своевременными, полными и целесообразными.

Ревизия финансово-хозяйственной деятельности не выявила существенных нарушений, создающих угрозу интересам садового товарищества и значительно повлиявших на его финансовое состояние и платежеспособность. Вместе с тем, выявлены нарушения, которые могут привести к ухудшению трудовой и финансовой дисциплины:

1. Недополучено членских взносов за 2015 год на сумму 196 675 руб.

2. В расходы по заработной плате включена оплата работ по расчистке улиц от кустарников и поросли де-

ревьев на сумму 2000 руб., что привело к завышению расходов, связанных с оплатой труда.

Рекомендации

1. Принять меры к взысканию просроченной задолженности с использованием правовых норм.

2. Разработать Положение по взаимозачету для садоводов, участвующих в работах по благоустройству товарищества собственным трудом.

3. Включить в смету расходов на 2016 год статью расхода «Расчистка дорог и территорий общего пользования».

Ревизор _____ /Н. А. Баранова/

Ревизор _____ /С. А. Аверина/

Ревизор _____ /Т. Д. Гараева/

В заключении необходимо отметить, что ревизионная комиссия может не только выявить нарушения, но и подтвердить законность, достоверность и экономическую целесообразность хозяйственных операций, совершенных исполнительными органами товарищества и правильность должностных обязанностей работников разных уровней. Действия правления и председателя товарищества также могут быть признаны своевременными, полными и целесообразными. В полномочия ревизионной комиссии входит и предложения для общего собрания о премиях по результатам работы ревизии для правления и ревизионной комиссии для улучшения мотивации в работе.

Эффективное управление привлеченными ресурсами коммерческих банков

Попов Максим Олегович, магистрант

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

В статье определяются основные цели и направления формирования ресурсной базы коммерческого банка. Проводится анализ ключевых принципов формирования политики, стратегии и тактики управления привлеченными ресурсами банка. Исследуются основные методы управления ресурсами и определяются основные актуальные проблемы в данной сфере.

Ключевые слова: коммерческий банк, привлеченные ресурсы, ресурсная база, финансовая политика, стратегия формирования ресурсов, методы управления ресурсами, источники финансирования.

Текущая ситуация на банковском рынке, характеризующаяся высоким уровнем конкуренции между коммерческими банками, высокой степенью зависимости их от внешних источников финансирования, а также ужесточением требований к показателю банковской ликвид-

ности требует от кредитных организаций особенно пристального внимания к политике формирования ресурсной базы, постоянного развития, актуализации и совершенствования используемых форм, методов и инструментов привлечения источников финансирования, а также мак-

симально эффективного управления данной сферой деятельности.

Управление привлеченными ресурсами в кредитной организации включает и балансовое отражение пассивных операций, и управление потоками денежных средств, составляющих ресурсную базу.

Процесс управления привлеченными ресурсами включает в себя формирование оптимальной структуры ресурсной базы, включающей денежные средства юридических и физических лиц (включая средства, привлекаемые из сторонних банков), конечной целью которой является поддержание ликвидности конкретного банка и всей банковской системы. В реальности коммерческие банки стремятся к достижению максимального уровня прибыли при сохранении достаточного уровня ликвидности.

Привлеченные средства коммерческих банков формируются из депозитов (вкладов) и займов. Депозиты являются для банка основным источником финансовых ресурсов и подразделяются на вклады до востребования, срочные и сберегательные вклады. Вклады до востребования предполагают возможность их изъятия вкладчиками в любой момент времени. Срочные вклады размещаются на депозитных счетах банка и характеризуются начислением и выплатой процентов по ним. Сберегательные депозиты представляют собой процентные нецелевые вклады с возможностью немедленного изъятия.

Одной из основных проблем, присущих банковской системе Российской Федерации, являются диспропорции по срокам размещения и привлечения, приводящие к отсутствию дешевых долгосрочных финансовых ресурсов. На практике в наибольшей степени используются краткосрочные ресурсы, обладающие сравнительно низкими рисками. Однако в некоторых случаях данные ресурсы используются для осуществления среднесрочных и долгосрочных активных операций, что крайне рискованно, поскольку средства клиентов на расчетных счетах, вклады до востребования и прочие срочные ресурсы должны размещаться только на короткие сроки, под низкие ставки в наиболее надежные активы (депозиты в Банке России, овернайт на межбанковском рынке) [1, с. 48–49].

В первую очередь функцией управления привлеченными ресурсами является формирование механизма быстрой мобилизации денежных средств требуемого качества. Уровень ликвидности банка в свою очередь оказывает значительное влияние на стабильность финансирования банка субъектами финансового рынка.

Политика формирования ресурсной базы в коммерческом банке, как правило, носит многоуровневый характер, и разрабатывается по основным источникам привлечения финансовых ресурсов из внешних источников. При привлечении ресурсов одно из важнейших значений имеет уровень депозитного процента и установление соотношений между уровнями процентных ставок по кредитным и депозитным операциям.

Банк может использовать стратегию депозитного, долгового, кредитного финансирования при привлечении

внешних ресурсов, комбинируя их, и дополняя внутренними источниками. При этом наилучшие результаты приносит диверсификация источников привлечения ресурсов.

Что касается типа финансовой политики, то здесь могут быть использованы агрессивный, умеренный или консервативный подход. В зависимости от стратегии привлечения ресурсов и типа финансовой политики происходит формирование портфеля ресурсов конкретного банка, характеризующегося определенной степенью риска и направлением использования данных ресурсов.

Агрессивный тип политики ориентирован на максимизацию скорости мобилизации ресурсов и величины дохода вне зависимости от их качественных характеристик, что сопровождается обычно высоким уровнем финансовых рисков. При умеренном типе банк нацелен на получение среднеотраслевых результатов при среднем уровне риска по сделкам, источники привлечения при этом диверсифицированы, уровень ликвидности поддерживается на среднем уровне.

При консервативном типе политики управленческие решения нацелены на минимизацию возможных рисков, для него характерна низкая динамика роста объемов привлеченных ресурсов, недостаточно высокий уровень доходности, надежный портфель ресурсов, высокий показатель ликвидности.

На практике редко используется какой-либо из перечисленных типов в чистом виде. Как правило, использование того или иного типа применимо для различных направлений привлечения и зависит от текущих условий рынка. Для отдельных клиентов банком могут применяться также индивидуальные стратегии.

Помимо стратегической политики не менее важное значение имеет также тактика поведения банка в вопросах привлечения, включающая реализацию конкретных целей кредитной организации в разрезе субъектов управления (отделов, филиалов, представительств) на определенном банковском рынке в отдельности по каждому источнику в определенный отрезок времени.

Вне зависимости от выбранного типа стратегии и тактики для банков характерны следующие основные принципы формирования ресурсов [4, с. 62]:

- формирование привлеченных ресурсов осуществляется с соблюдением законодательных и нормативных требований и ограничений;
- источники ресурсов должны максимально быстро трансформироваться в капитал, приносящий прибыль;
- деятельность по привлечению внешних источников финансирования должна быть актуальной и постоянно корректироваться с целью выработки оптимальной тактики и стратегии поведения на рынке;
- ресурсная база должна быть максимально диверсифицированной;
- политика привлечения ресурсов должна быть нацелена на обеспечение и поддержание достаточного уровня ликвидности за счет сбалансированности активных и пассивных операций по срокам;

– тактика и стратегия привлечения ресурсов должна стимулировать юридические лица и население хранить денежные средства в банке;

– значительное внимание должно уделяться разработке и внедрению новых продуктов, максимально соответствующим актуальным требованиям рынка и спросу вкладчиков;

– важнейшее место в депозитных операциях банка должны занимать срочные депозиты, являющиеся основой стабильности и ликвидности баланса;

– при осуществлении депозитных операций резервы свободных (не задействованных в активных операциях) средств на депозитных счетах были минимальными;

– существенное значение должно иметь повышение качества обслуживания, имиджа и репутации банка, способствующие привлечению депозитов.

В процессе формирования источников финансирования кредитная организация может использовать различные методы управления, которые подразделяются на административные и экономические.

Административные методы управления предполагают в первую очередь формирование внутренних регламентирующих документов, отражающих политику и стратегию привлечения ресурсов. Это может быть как отдельный документ, посвященный депозитной политике банка, так и ряд нормативных документов по виду привлекаемых ресурсов. Административные методы управления должны соответствовать действующему законодательству Российской Федерации и отражать исполнение интересов владельцев финансовых ресурсов [5].

Экономические методы управления подразделяются на аналитические, специфические и маркетинговые методы. Аналитические методы включают в себя метод структурного анализа, коэффициентный анализ, метод группировок, метод факторного анализа. Основное их назначение состоит в получении объективной оценки ситуации, выявлении тенденций и проблем, необходимых для регулирования политики формирования ресурсов банка.

Маркетинговые методы используются для изучения спроса и предложения на депозитные продукты, выявления актуальных потребностей клиентов и оценки ситуации на рынке, а также для стимулирования владельцев финансовых ресурсов к размещению средств. К данным методам можно отнести формирование клиентской базы, организация высокого уровня обслуживания, реклама банковских продуктов, мониторинг рынка, формирование имиджа кредитной организации. Использование экономических методов сопряжено с применением различных инструментов управления ресурсами (ограничения, блокировки, комиссии, процентные ставки, дисконты, дополнительная плата за обслуживание и др.). [3, с. 89]

Помимо перечисленных методов на практике используются также такие методы как диверсификация портфеля, фондирование, лимитирование, тарификация и прочие.

Управление привлеченными ресурсами осуществляется не только внутренними структурами кредитной организации, но внешними структурами, призванными способствовать развитию экономики, исполнению интересов граждан и организаций, поддержанию стабильности банковской системы. Данные функции государства в максимальном объеме реализуются через Центральный банк путем установления требований и ограничений в отношении деятельности коммерческих банков.

На основании всего вышеперечисленного необходимо отметить, что коммерческие банки в настоящий момент имеют в своём арсенале значительный набор методов и инструментов управления привлечением источников финансирования, которые в свою очередь постоянно развиваются и совершенствуются под влиянием общей экономической ситуации в стране и роста конкуренции. Однако по-прежнему далеко не всегда политика привлечения ресурсов носит сбалансированный характер и является высокоэффективной, что особенно ясно проявляется в кризисные периоды. Однако требования рынка постепенно стимулируют развитие данной системы в большинстве коммерческих банков и повышение её уровня.

Литература:

1. Ковалев, П. П. Банковский риск-менеджмент. — М.: Финансы и статистика, 2009.
2. Котыхов, М. П., Шевченко И. В. Построение ликвидной позиции коммерческого банка // Финансы и кредит. — 2002. — № 23.
3. Лаптырев, Д. А. Система управления финансовыми ресурсами банка: Процессы — задачи — модели — методы. — М.: Издательская группа «БДЦ-пресс», 2005.
4. Тавасиев, А. М. Банковское дело: управление кредитной организацией: учебное пособие. — М.: Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2007.
5. Хашиева, Л. Х—М. Методы управления привлеченными ресурсами коммерческого банка: классификация, характеристика и основные тенденции развития // Финансы и кредит. — 2005. — № 28.

Стратегическое планирование продовольственной политики как фактор поддержания конкуренции рынка продуктов питания

Поцелуйко Эльмира Александровна, студент

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

Современный рынок продуктов питания выглядит как система саморегулирующаяся, причём внутри этой системы происходит постоянное взаимодействие субъектов на предмет обмена и потребления, различных благ. Конечно же, при множестве субъектов не возможно не говорить о рыночной конкуренции. Ведь неоспорим тот факт, что человек потребляет продукты питания — для того, чтобы жить [1, с.23].

Следовательно, становится ясной базовая потребность, для удовлетворения которой в любом современном государстве существует система: продовольственного обеспечения населения.

Стоит сказать, что продовольствие — не просто продукт первой необходимости, это важнейший стратегический товар, который должен быть доступен для населения и быть в приоритете экономической политики стратегии любого государства. Ведь только решение проблемы продовольственного обеспечения во многом определяет внутреннюю и внешнюю безопасность страны.

Например, в Германии еще в 1955 г. был принят закон «О сельском хозяйстве Германии», в котором указывалось, что одной из основных ролей государства должно стать рассмотрение проблемы снабжения населения продовольствием как стратегической цели, которая не должна попадать под влияние каких-то третьих государств [3, с.19].

Опыт большинства государств показывает, что наличие угроз внешней среды так же влияли на оформление понятия «продовольственная обеспеченность» и «продовольственная безопасность».

Для любого современного государства одной из составляющей экономической безопасности выступает продовольственная безопасность, которая завязана на внутренний рынок продовольствия и существующие социальные аспекты.

Следовательно, если внутренний продовольственный рынок функционирует без перебоев, то работает система продовольственной обеспеченности населения.

Содержание внутренних продовольственных рынков регионов России стало фактором, который определил экономическое и политическое развитие. Большинство исследователей указывают на то, что продовольственная безопасность населения, наполняемость продовольственных рынков выступает фактором устойчивости государства.

Термин «продовольственная безопасность» был введен в международную практику в 70-х годах XX века после глубокого зернового кризиса 1972–1973 гг. На сегодняшний день преобладающее большинство развитых

стран имеют крепкую законодательную базу продовольственной безопасности.

Вопрос продовольственной безопасности России впервые был поставлен в середине 90-х годов, когда произошёл упадок сельскохозяйственного производства и резко возрос импорт продовольственных товаров и уменьшением потребления продуктов питания населением страны. Такая тенденция резко пошатнула и конъюнктуру региональных рынков.

Постоянно усматривалась нехватка продуктов питания. Несмотря на то что, прошло более двух десятков лет на сегодня сложилась новая, не совсем качественная ситуация:

- импорт оказывает очень сильное влияние на продовольственную обеспеченность населения;
- качество продуктов питания на сегодня оставляет желать лучшего [2, с.13].

Вышеназванные факторы не только могут повлечь дефицит продуктов питания, но и сформировать продовольственную напряжённость. На сегодня утеряна способность государства полностью самостоятельно восполнять продовольственные ресурсы и наполнять продовольственные рынки отечественными товарами.

Следовательно, видна угроза текущим и стратегическим интересам страны и ее граждан.

В этом определении можно отметить ряд недостатков:

- продовольственная безопасность это не способность государства «накормить население», а это состояние экономики, которое либо может, либо в той или иной степени не может обеспечить эту безопасность;
- отсутствует удовлетворение населения продуктами питания собственными силами.

Ни для кого не секрет, что существуют государства, доля импорта которых (в сфере продуктов питания) до 40% продуктов питания и эти государства не испытывают угрозы безопасности, поскольку осуществляется импорт либо сырья, либо продовольствия из слаборазвитых стран [4, с.33]. Поэтому важен не только объем импорта, но и его состав, и экономическое положение стран-экспортеров:

Общеобязательным условием для обеспечения населения продуктами питания выступают:

- экономическая доступность в покупке продуктов питания;
- физическая доступность в покупке продуктов питания;
- наличие хорошего ассортимента продуктов питания;
- возможность приобретения качественных продуктов питания.

Прежде всего — это возможность бесперебойно приобрести продовольствие и его бесперебойное поступление для населения в места потребления.

Кроме того, не маловажна ассортиментная политика, которая осуществлялась бы в соответствии с нормами и уровнем платёжеспособности населения, которое в рамках денежных средств способно приобрести продовольственные товары.

Экономическая доступность продовольствия определяется уровнем экономического и социального развития общества, от которого зависит возможность различных слоев населения приобретать в определенном размере и ассортименте продукты питания путем покупки их по сложившимся ценам, производства в личном хозяйстве, а также выделение государством средств для оплаты поставок продовольствия спецпотребителям [5, с.70].

Следует отметить, что в результате рыночных преобразований в нашей стране обеспечена достаточно вы-

сокая степень физической доступности продовольствия, в то время, как проблема экономической доступности для большей части населения ждет своего решения.

Около 30 млн. человек или 20% населения находятся за чертой бедности и не могут приобретать продукты питания, соответствующие по качеству и ассортименту нормам потребительской корзины.

Надежность продовольственной безопасности государства достигается как достаточным самообеспечением продуктами питания, так и наличием средств для ввоза продуктов в нужных количествах, при малой степени потенциальной уязвимости продовольственного снабжения в случае осложнений (рост цен, нехватка валюты) и нарушений (например, эмбарго на поставки) в поступлении продовольствия по импорту.

Следовательно, выходом из всех перечисленных ситуаций может стать развитие качественной конкурентной среды на рынке продаж продуктов питания при участии отечественных производителей.

Литература:

1. Воронов, А. А. Перспективы развития пищевой промышленности России в XXI веке / А. А. Воронов // Пищевая промышленность. — 2012. — № 5. — С.22–25.
2. Гаппаров, А. М. Проблема продовольственного обеспечения населения России / А. М. Гаппаров // Пищевая промышленность. — 2013. — № 3. — с. 13–14.
3. Региональная экономика и управление. Учебное пособие / Под ред. Е. Г. Коваленко. — СПб.: Питер, 2012. — 288 с.
4. Ушачев, И. Г. Роль и место сельского хозяйства в экономике России / И. Г. Ушачев // Агроинформ. — 2013. — № 4. — С.32–34.
5. Шутьков, А. Рыночные отношения и продовольственная безопасность / А. Шутьков // Экономика сельского хозяйства России. — М.: Право, 2014. — с.270.

Расчетные операции современной организации — современный взгляд учета и анализа

Прожуган Михаил Андреевич, студент

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

Расчетная операция — представляет собой операцию, которая предполагает взаиморасчет между двумя взаимосвязанными сторонами. Расчетные операции могут быть как внутри организации. Так и за ее пределами. Так, например расчеты с персоналом по оплате труда можно отнести к внутренним расчетам, а расчеты с поставщиками и покупателями к внешним [1].

Данная трактовка является основной и ведущей трактовкой в современной экономике. Все расчеты можно подразделить на две группы:

- расчеты внешнего характера;
- расчеты внутреннего характера.

Внешние расчеты связаны с поставщиками и покупателями, так как именно данная категория обеспечивает

организацию бесперебойной работой, поставщики представляют собой источник материалов, а покупатели являются потребителем изготовленной продукции, работы или услуги.

Таким образом, можно утверждать, что расчеты с данными категориями — одни из самых важных расчетов на предприятии или в организации.

Расчеты с поставщиками и подрядчиками — данный блок информации предназначен для обобщения информации о расчетах с поставщиками и подрядчиками за:

- полученные товарно-материальные ценности, принятые выполненные работы и потребленные услуги, включая предоставление электроэнергии, газа, пара, воды, а также по доставке или переработке материальных

ценностей, расчетные документы на которые акцептованы и подлежат оплате через банк;

- товарно-материальные ценности, работы и услуги, на которые расчетные документы от поставщиков или подрядчиков не поступили (так называемые неотфактурованные поставки);

- излишки товарно-материальных ценностей, выявленные при их приемке;

- полученные услуги по перевозкам, в том числе расчеты по недоборам и переборам тарифа (фрахта), а также за все виды услуг связи и др.

Поставщики и подрядчики — это организации, которые поставляют предприятию необходимые ему товарно-материальные ценности или оказывают различные услуги. Первым документом, с которого начинается сотрудничество с поставщиком или подрядчиком является договор.

С точки зрения бухгалтерского учета, операции по расчетам с поставщиками отражаются на счете 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». Счет является активно-пассивным, так как может проявлять себя в зависимости от формируемой задолженности (дебиторской или кредиторской) и как активный и как пассивный.

При получении материальных ценностей счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» отражается о кредиту в корреспонденции с материальными счетами: 10 «Материалы», 41 «Товары», 08 «Вложения во внеоборотные активы» и т.д.

Но безналичные формы расчетов на предприятии также осуществляются и с покупателями. Покупатели и заказчики — та категория контрагентов, которые являются потребителями продукции организации и плательщиками, в отличие от продавца, который является получателем средств.

С покупателями отражаются на счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками», по аналогии со счетом 60, счет 62 является активно-пассивным. Отражение дебиторской задолженности покупателя отражается на счете 62 по дебету, а оплата, то есть зачисление средств от покупателя на расчетный счет отражается по кредиту данного счета. Зачисление средств на расчетный счет отражается в корреспонденции с денежными счетами, которые стоят по дебету.

Относительно безналичных форм расчетов, можно сказать, что данная форма регулируется рядом нормативных актов РФ.

Расчеты осуществляются либо непосредственно между сторонами возмездного имущественного отношения, либо с участием дополнительного субъекта — кредитной организации. Значимым нормативным актом, регулирующим эту сферу общественных отношений, становится Гражданский кодекс РФ (ст. 861–885), федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», закон «О банках и банковской деятельности».

Безналичная форма денежного обращения представляет собой сумму платежей, которая осуществляется

путем перечисления денежных средств на банковский счет или с банковского счета в безналичной форме [2].

Приоритет безналичного расчета заключается в следующем:

- оценка и наблюдения денежного оборота;
- широкая сфера кредитной возможности банковской системы;

- безналичный оборот ускоряет оборот денежных средств и оборот материальных ресурсов.

Значение безналичного расчета весомо, так как:

- безналичная форма помогает концентрировать денежные ресурсы;

- безналичная форма вызывает нормально функционировать средствам в народном хозяйстве.

Система правил проведения безналичных расчетов устанавливаются Центральным банком РФ. В настоящее время действует Положение о безналичных расчетах в РФ, утвержденное ЦБ РФ 12 апреля 2001 г. № 2-П. Это положение содержит правила осуществления безналичных расчетов для юридических лиц.

С целью проведения межбанковского безналичного расчета банк открывает в ином банке корреспондентский счет. Кроме того, для проведения межбанковского расчета и иных операций любой банк имеет в ЦБ РФ корреспондентский счет.

Клиент банка имеет право открыть в другом банке без ограничения следующие разновидности банковских счетов:

- расчетный счет, который открывается коммерческой организацией и предприятиями, которые осуществляют свою деятельность по принципу самоокупаемости. В случае открытия нескольких расчетных счетов выделяется один из них, который будет называться «расчетный счет по основной деятельности»;

- текущий счет, который может быть открыт юридическим лицом, предприятием, организациями, учреждением, финансирование деятельности которого идет из бюджета. Это некоммерческие организации (школы, институты и т.д.);

- для организации и юридического лица, которое систематически является должником по уплате налогов, открывается счет неплательщика по налогам дополнительно к имеющимся счетам. В этом случае операции по расчетному счету и текущим счетам прекращаются, и все поступления отражаются на счете неплательщика налога. С этого счета погашаются долги по налогам.

Списание денежных средств по счетам осуществляется:

- по распоряжению владельца;
- без распоряжения владельца счета, но только в тех случаях, которые предусмотрены законодательством, т.е. в бесспорном порядке;

- между плательщиком и получателем;

- между банком и плательщиком.

Процедура списания средств со счета предполагает применение расчетных договоров. Формы расчетных договоров устанавливаются положением, утвержденным ЦБ РФ.

Оплата со счета производится в пределах остатка на нем денежных средств. Но если банк и клиент заключают договор о кредите, то банк берет на себя обязательство в некоторых пределах оплачивать платежные документы клиента при отсутствии остатка денежных средств на счете, т.е. кредит.

Банки осуществляют операции по счетам на основании расчетных документов.

Расчетный документ представляет собой оформленное в виде документа на бумажном носителе или, в установленных случаях, электронного платежного документа:

- распоряжение плательщика (клиента или банка) о списании денежных средств со своего счета и их перечислении на счет получателя средств;

- распоряжение получателя средств (взыскателя) на списание денежных средств со счета плательщика и перечисление на счет, указанный получателем средств (взыскателем).

Контроль и ревизия расчетных операций нацелены не только раскрывать допущенные недостатки в их организации, но и предупреждать неправильное использование платежных средств.

По этой причине за состоянием расчетно-платежной дисциплины на каждом предприятии должен функционировать систематический контроль на всех стадиях формирования и реализации расчетных взаимоотношений, начиная от их планирования и заканчивая погашением задолженности.

Все проблемы связанные с безналичными расчетами можно разделить на три группы.

Первая группа вопросов в системе безналичной форме расчетов на сегодняшний день связана с очень низкой эффективностью подобных платежей.

Вторая группа проблемных вопросов посвящена изучению возможностей адаптации иностранной системы банковских технологий, которые проводят расчетные операции в отечественной системе.

Третья группа проблем связана с вопросом снижения платежного риска, что достаточно актуально и весомо на сегодняшний день.

Более того, можно отметить, что отдельный сегмент платежной системы отличен от иных сегментов в большей

степени по уровню технологического развития. Основная часть платежа чаще всего осуществляется через систему МФО расчетной сети Банка России, которая сегодня не может соответствовать предъявляемому требованию не только по скорости расчета, но и по качеству проведения данных расчетов.

Интеграция в мировую платежную систему на сегодняшний день реализуется достаточно медленно и ее применение с целью улучшения как международных, так и внутрироссийских расчетов. Решение упомянутых проблем, которые связаны с организацией расчетов, и иных, сопутствующих развитию каждой из подсистем межбанковских операций идет по следующим основным направлениям:

- совершенствование форм организации расчетов через расчетную сеть Банка России;

- широкое использование электронных платежей и современных технологий с использованием вычислительной техники и компьютерных сетей;

- развитие новых форм организации расчетов.

- остановимся подробнее на каждом из этих направлений.

Банк России уже не первый год ведет работу по совершенствованию платежной системы нашей страны, которая способствует постепенному улучшению качества расчетов и подготавливает платформу для введения более современных форм организации расчетов. Помимо чисто технической модернизации системы расчетов через РКЦ разработаны и постепенно внедряются меры по совершенствованию методологических основ проведения расчетов. Без солидной правовой базы платежная система России будет 12 подвержена нестабильности и будет включать в себе постоянный правовой риск для банков и всей экономики в целом. Электронные платежи — динамичная область права не только в нашей стране, но и за рубежом.

Обобщая все вышесказанное, можно заключить, что безналичные формы расчетов, в том числе и с поставщиками занимают значимое место в современной организации, но так как расчетные операции сложно и важны — организации должны регулярно их контролировать, анализировать и наблюдать за ними

Литература:

1. Гражданский кодекс РФ: часть I от 30.11.1994 № 51-ФЗ
2. Соловьёва, Е. В. Внутренний контроль налоговых обязательств на производственных предприятиях. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2014/728/6092>
3. Понятие и цели финансового контроля. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/finansy/ponyatie-finansovogo-kontrolya.html>

Информационная поддержка бизнеса в условиях инновационной экономики

Райимбердиева Ойниса Рахманкуловна, кандидат экономических наук, доцент;

Янгибоев Бобур Фахриддин угли, студент

Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Развитие современного бизнеса невозможно без организации его информационно-аналитической поддержки, являющейся основным элементом в системе принятия решения. С одной стороны, информация становится легко доступной благодаря современным средствам автоматизации и доступу в интернет, с другой стороны, ее обилие и возможная противоречивость представляют большую проблему для адекватной оценки сложившейся ситуации. Поэтому определение минимального числа параметров, позволяющих выстроить информационное пространство, и разработка способов его обновления и актуализации являются одними из основных элементов информационно-аналитической поддержки бизнеса.

До XX века основным предметом труда были материальные объекты, экономическое значение государства определялось его материальными ресурсами. Деятельность за пределами материального производства и обслуживания, как правило, относилось к категории «непроизводственные затраты». В настоящее время одним из основных предметов труда является информация.

Информация — это сведения, которые снижают неопределённость наших знаний о тех или иных объектах или процессах (например, бизнесе). Постоянная тенденция перемещения трудовых ресурсов из сферы материального производства в информационную сферу, одно из доказательств информатизации экономики. [4]

Поэтому в научную литературу был введён термин «информационная экономика». За последнее десятилетие произошла существенная трансформация информационной среды общества, в результате которой наметились как положительные, так и отрицательные последствия. К положительным можно отнести разрушение монополии государства на общественно значимые информационные потоки. Существовавшая ранее закрытая информационная система отрицательно сказывалась на развитии общества.

Но создавалась инфраструктура хаотично, возникали лишь отдельные элементы информационной поддержки новых рыночных секторов. Создание инфраструктуры не было системным, и плохо увязывалось с реальной хозяйственной деятельностью. Поэтому информационная отрасль часто и заслуженно подвергалась критике за недовершенство информации и неполноту сведений о рынках и их участниках. Действительно, отсутствие значимых инвестиций в информационную инфраструктуру и атмосфера недоверия практически во всех сферах жизни общества привели к существенному сужению необходимых для развития общества информационных потоков. [2]

Следует подчеркнуть, что в настоящее время наблюдается тенденция перехода от индустриального к информационному обществу, в котором информация является важнейшим фактором производства, создающим общественное богатство. Информационная инфраструктура состоит как бы из трех контуров: сохранившиеся информационные потоки от организаций старого типа; новые информационные потоки рыночных структур; теневые информационные потоки. При решении многих рыночных задач предприятиям приходится использовать сведения из разных потоков, и доступ к ним не всегда прост. Но ни один из потоков не представляет собой полноценный ресурс для информационной поддержки развития общества. Существуют лишь отдельные продукты, локальные информационные системы, многочисленные интернет-сайты, часто с непроверенной информацией. Это существенно затрудняет формирование единой информационной системы предприятия, способной оказать действенную помощь в управлении бизнесом. [1]

Любая национальная экономика в значительной степени основывается на малом и среднем бизнесе. Информационный бизнес представляет собой сравнительно новую сферу предпринимательской деятельности в виде крупнейшего многоотраслевого комплекса со своей сложившейся инфраструктурой.

Информационный бизнес, с одной стороны, входит в инфраструктуру всей системы предпринимательской деятельности совместно с банками, биржами, аудиторскими компаниями и т.д., а с другой стороны, является самостоятельной сферой бизнеса.

Информационный бизнес (информационное производство, информационный сектор экономики и т.д.) является весьма перспективной сферой приложения капиталов.

Новая концепция «Информационной экономики» предполагает, что основой стоимости товара является «стоимость информационного ресурса», которая в основном проявляется через бизнес — коммуникации.

Таким образом, предприниматель имеет право на получение в полном объёме прибыли за умение пользоваться информационными ресурсами (бизнес-коммуникациями, информацией, компьютерными технологиями, различными «ноу-хау», патентами и т.п.).

Концепция «Информационной экономики» предполагает действие всех составных элементов экономики: информационного маркетинга, менеджмента и далее применение основных аспектов компьютеризации бизнеса: текстовых, графических, табличных процессов, систем управления базами данных, экспертных систем и компьютерных систем бизнес-коммуникаций. Данная концепция

синтезирует в себе и развивает теории предельной полезности и трудовой стоимости.

Информационная экономика — это экономика, направленная на минимизацию количества вещества и энергии в производстве, распределении и потреблении товаров и услуг за счёт эффективного использования информационных ресурсов. Данное определение конкретизирует и дополняет более общее определение экономики — хозяйственная система, обеспечивающая удовлетворение потребностей людей и общества путём создания необходимых жизненных благ в условиях ограниченных ресурсов.

В настоящее время получает распространение новая форма предпринимательской деятельности — электронная коммерция. Электронной коммерцией является предпринимательская деятельность по продаже товаров, выполнению работ и оказанию услуг, осуществляемая с использованием информационных систем. [2]

29 апреля 2004 года был издан Закон республики Узбекистан «Об электронной коммерции». Цель Закона — регулирование отношений в области электронной коммерции. Закон содержит 14 статей. В нём даётся определение понятия электронной коммерции, определяются её участники и их правовое положение, порядок и условия заключения договоров, требования к оферте, ответственность сторон.

Информатизация и предпринимательство взаимосвязаны и оказывают большое влияние на развитие современной цивилизации. Осуществляется это через **бизнес-коммуникации** (биржи, банки, компьютерные сети, рекламу и т.д.), которые объединяют отдельные локальные предпринимательские структуры между собой и мировым бизнесом.

Бизнес-коммуникации, или связи в бизнесе играют важнейшую роль в развитии предпринимательства. [4]

Бизнес-коммуникации — это взаимодействие субъектов системы информатизации в процессе решения задач предпринимательства. Под взаимодействием понимается общение на основе информации. [1]

Данное определение, более точно отражает процесс, происходящий в условиях перехода к рыночным отношениям предпринимательских структур, по сравнению с другими определениями, которые определяют сущность коммуникаций как процесс передачи информации.

Коммуникация рассматривается как процесс обмена информацией, и её смысловым значением между двумя и более людьми.

Так, например, под коммуникациями (как на промышленных, так и на потребительских рынках) понимается вся совокупность возникающих связей и отношений между субъектами рынка, возникающими в процессе их деятельности. Они могут включать производственные и технологические связи между кооперирующимися компаниями, деловые связи между покупателями и продающими фирмами, личные контакты между персоналом и компаниями, информационные связи и т.д.

Для успешного ведения дела необходима информация о конкурентах, рынках, банках, ценах, поставщиках и покупателях. В условиях жёсткой конкуренции современного бизнеса оперативное получение необходимой для принятия решения информации — основа эффективной деятельности предпринимательской фирмы. Информацию можно получить через различные бизнес-коммуникации. [3]

Наиболее перспективные бизнес-коммуникации — это товарные, фондовые и валютные биржи, биржи труда, страховые компании, рекламные агентства, сбытовые отделы организаций, а также различные аукционы, ярмарки, выставки. Все эти элементы создают синергетику бизнеса, его многообразие и динамичность, позволяют эффективно проводить бизнес-операции.

Необходимо отметить, что бизнес-коммуникации с развитием новых информационных технологий (национальных и международных компьютерных сетей данных, экспертных систем, интегрированных систем обработки информации, электронных офисов и автоматизированных рабочих мест) становятся более оперативными и позволяют организовать интеграцию бизнеса в международном масштабе.

Рынок информации. Рынок электронной информации. Мировой рынок информации принято подразделять на ряд основных секторов, включая сектор экономической, специальной и массовой информации. Предпринимателю нужна информация из всех 3 секторов, но успех его деятельности определяется, прежде всего, своевременным использованием экономической информации.

Сегодня в мире огромное количество коммерческих информационных служб предоставляют доступ к различным базам данных в режиме on-line. Около 40% из них содержат информацию в области экономики, финансов, коммерческой деятельности.

В некоторых случаях подробную экономическую информацию можно получить из государственных источников: в регистрационной палате, налоговых и лицензирующих службах, торгово-промышленной палате. Большинство этих структур образуют единое информационное пространство, позволяющее предпринимателю собрать информацию, необходимую для принятия любого экономического решения. [2]

Мировая практика свидетельствует, что наиболее критичными для ведения предпринимательской деятельности являются: оперативная информация об общей экономической конъюнктуре; экономические новости о событиях, происходящих на рынке; информация о правовых условиях хозяйственной деятельности и о результатах развития науки и техники.

Значительная часть упомянутой информации в современных условиях должна предоставляться только с использованием электронных коммуникаций, а эффективность её использования зависит, прежде всего, от возможности совершения сделок в электронной форме.

К сожалению, большая часть экономической информации распространяется только в печатной форме. [1]

В настоящее время появились возможности получения экономической информации в режиме теледоступа. Это объясняется спецификой экономики при переходе к рынку, которая обусловила значительный интерес к информации о спросе-предложении, что привело к значительному расширению баз данных коммерческих предложений, большинство из которых представлено в режиме теледоступа.

Международный рынок электронной информации можно разделить на три части:

1. Деловая информация (биржевая и коммерческая).
2. Профессиональная информация (научно-техническая, юридическая и т.д.).

3. Массовая потребительская информация (новости, энциклопедии, справочники, искусство, погода, путешествия, расписания и т.д.).

Коммерческая информация составляет на мировом рынке порядка 20% от рынка биржевой и финансовой информации. (Речь идёт о справочной информации о предприятиях, их продукции, финансовом положении, связях, сделках, адресах, телефонах менеджеров и т.д.)

Общая тенденция мировой информационной системы к интеграции всех видов информации и созданию на этой основе электронной среды торгово-платёжных операций: от просмотра каталогов торговых предложений до контроля над поставкой товара и получения по электронной почте сопроводительных документов.

Литература:

1. Гулямов, С. С., Шермухамедов А. Т., Бегалов Б. А. «Экономика информации» — Т.: «Узбекистан», 2009.
2. Алимов, Р., Ходиев Б., К. Алимов. «Информационные системы технологии в национальной экономике» — Т.: «Узбекистан», 2009.
3. Абдувохидов, А., Позиллов Б. И. «Современные информационные технологии» — Т.: Ташкентский государственный экономический университет. ТГЭУ «Узбекистан», 2009.
4. Алимов, Р., Новосардова С. А., Отажанов Ю. А. «Информационные технологии в экономике». — Т.: Ташкент, ТГЭУ. «Узбекистан», 2005.

Перспективы развития регионального рынка жилья в Казахстане

Рауандина Гулдарай Калкеновна, старший преподаватель;
 Тулупова Светлана Александровна, старший преподаватель;
 Лустов Николай Сергеевич, преподаватель;
 Цебер Анастасия Анатольевна, магистрант
 Карагандинский государственный технический университет

Одной из приоритетных задач современного государства является необходимость обеспечения населения доступным жильем. Особая актуальность этой темы связана с изменением самой структуры жилищного сектора, который в течение последних 20 лет претерпел серьезные изменения на всем постсоветском пространстве. Сущность этих преобразований заключалась в том, что рыночные механизмы приобретения жилья пришли на смену централизованному распределению бюджетных средств, на которые осуществлялось строительство государственного жилья и бесплатное его предоставление гражданам.

К началу реформирования экономики отсутствовал четкий механизм приобретения жилья населением. Таким образом, население должно было самостоятельно решать вопросы по обеспечению необходимым жильем. Собственных средств у граждан не хватало, а кредитование осуществлялось в незначительных объемах. Доступ к кредитным ресурсам в большей степени имели застройщики и девелоперы [1].

В этой связи требовалось создание соответствующего механизма по кредитованию приобретения населением жилья. И в целях внедрения системы жилищных строительных сбережений в 2000 г. был принят Закон Республики Казахстан «О жилищных строительных сбережениях». Правительством Республики Казахстан в 2003 г. создано АО «Жилищный строительный сберегательный банк Казахстана» со 100%-ным участием государства в уставном капитале (ЖССБ) [2].

Реализован ряд государственных программ развития жилищного строительства на 2005–2007 и 2008–2010 гг. В 2011 г. была запущена программа «Доступное жилье — 2020» (с 1 января 2015 года — «Программа развития регионов до 2020 года»), которая содержит целый ряд направлений, призванных всесторонне улучшить ситуацию на рынке жилья и повысить качество жилищных условий граждан Казахстана.

Первое направление Программы — жилье для очередников МИО. Второе направление — жилье по линии жилищных строительных сбережений. Третье направ-

ление — жилье АО «ИО «Казахстанская ипотечная компания». Четвертое направление — жилье АО «Фонд недвижимости «Самрук-Казына».

Если платежеспособность позволяет обслуживать займы, то участник программы выкупает жилье сразу за счет полученных займов, если нет, то программой предложена возможность арендовать жилье для накопления сбережений на последующий выкуп арендного жилья. При этом программой установлено ограничение на максимальный чистый семейный доход, при котором участник программы вправе претендовать на арендное жилье — 15-кратный размер прожиточного минимума. Это предусмотрено для того, чтобы арендное жилье досталось категориям населения с более низким уровнем дохода.

В сложившейся экономической ситуации в работе «ЖССБ» есть один огромный плюс — полная независимость от доллара. И после корректировки курса тенге в феврале 2014 года, и после валютных штормов летом-осенью 2015 года ЖССБ отчитывался перед своими вкладчиками о том, что единственная валюта, которой оперирует банк, — тенге, следовательно, стоимость жилья не будет подвергаться переоценке в зависимости от курса доллара.

В то же время в текущей деятельности банка наблюдаются несколько проблем, которые мешают или потенциально способны помешать его работе.

Первая проблема — сверхдемократичная цена за «квадрат». Конечно, с точки зрения участников Программы это не проблема, а настоящее чудо. 142 500 тенге за квадратный метр нового жилья в Астане или Алматы, 115 000 тенге — в Актау, Атырау и Усть-Каменогорске и 100 000 тенге — в других городах — это дешево даже по меркам докризисных лет. Но с точки зрения застройщика все не так радужно. Зависимость казахстанской строительной отрасли от импорта постепенно снижается, но искоренить ее полностью нельзя, по крайней мере, на данном этапе. В результате в некоторых регионах страны возникают проблемы с подрядчиками.

Вторая проблема — затягивание сроков сдачи некоторых объектов. Строительство не всех домов «Жилстройсбербанка» заканчивалось с опозданием. Но если задержка в несколько месяцев, в целом, простительна, то затягивание сроков сдачи на два года вызывает вопросы.

Третья проблема — это недоверие. Как можно не доверять схеме, которая обеспечила жильем тысячи простых казахстанцев? К сожалению, можно. Казахстанцы за годы независимости неоднократно становились жертвами мошенников в строительной сфере, яркий пример тому — упомянутые выше проблемы «дольщиков». Активность аферистов привела не только к протестам «дольщиков», но и к росту недоверия населения к абсолютно всем игрокам на рынке строительства жилья. Не стал исключением и «Жилстройсбербанк».

На сегодня «Жилстройсбербанк» представляет собой устойчивую, самостоятельную систему кредитования населения, направленную на улучшение жилищных условий

граждан. Вклады накапливаются в одной системе, из которой затем жилищные займы могут получить все вкладчики по самым низким в стране процентным ставкам. Чтобы убедиться в этом, проанализируем ситуацию на рынке жилья в трех регионах Казахстана и сравним условия погашения кредитных займов для жителей этих областей.

На сегодняшний день на каждого жителя Восточно-Казахстанской области (ВКО) приходится всего по 19,5 кв. м жилья; это один из самых низких показателей по Казахстану. Слабый рост средних заработных плат в ВКО в сравнении с высокими ставками банковских кредитов на покупку жилья негативно влияет на развитие ипотечного рынка в регионе.

Жители ВКО, имея скромный уровень доходов, не могут угнаться за ростом цен на жилье. По последним данным стоимость 1 кв.м нового жилья в этом регионе за год выросла на 33% до 164,7 тыс. тенге. В то же время уровень средней заработной платы в ВКО составляет всего 100,8 тыс. тенге, что на 19% меньше среднего показателя по республике.

Стоимость однокомнатной квартиры общей площадью 31 кв. м, реализуемой по программам льготного жилья, в ВКО составляет 3,5 млн. тенге. Если житель области решит обратиться в банк, чтобы оформить ипотеку, ему дадут кредит на 15 лет. При первоначальном взносе в размере 20% от стоимости жилья и средней эффективной ставке 17,04% годовых ему придется тратить 43 тыс. тенге в месяц (или 43% своего заработка) для погашения такого ипотечного займа. А если заемщик воспользуется системой жилстройсбережений, на обслуживание кредита на покупку такого жилья у него будет уходить почти в два раза меньше средств — порядка 23,8 тыс. тенге в месяц (или 24% ежемесячной заработной платы).

Уровень обеспечения жильем жителей Павлодарской области выше среднего значения по РК на 8,6% и составляет 22,8 кв.м на человека. По этому показателю регион занимает 3 место, уступая только мегаполисам. Местный ипотечный рынок развит довольно слабо, что вкуче с другими факторами влияет на уровень активности на рынке жилья Павлодарской области, который здесь довольно низкий.

Доля региона в республиканском объеме ипотечного рынка составляет менее 4% или 36 млрд. тенге. За год размер ипотечного портфеля сократился на 2,8%. Слабое развитие ипотечного рынка в регионе обусловлено относительно невысоким размером доходов работающих жителей с одной стороны, и высокой стоимостью кредитов с другой.

Стоимость однокомнатной квартиры общей площадью 34,6 кв. м на вторичном рынке в Павлодарской области составляет 5,5 млн. тенге. Получив в банке ипотечный кредит на 15 лет при первоначальном взносе в размере 20% от стоимости жилья и средней эффективной ставке 17,04% годовых, собственник квартиры вынужден будет тратить на обслуживание такой ипотеки 64% своего за-

работка (67,5 тыс. тенге в месяц). В то время как расходы по кредиту на покупку такого жилья через систему жилстройсбережений для работающего жителя региона составят 37,4 тыс. тенге в месяц, или 35% дохода.

По уровню обеспечения населения жильем Западно-Казахстанская область (ЗКО) занимает 13 место по РК, на каждого жителя здесь приходится всего 19,5 кв. м. Это один из самых низких показателей по стране, ниже уровень только в Кызылординской, Алматинской и Жамбылской областях. Ситуация с ценами на рынке недвижимости в регионе стабильная. Текущая стоимость нового жилья в ЗКО составляет 152,3 тыс. тенге за 1 кв. м, и это один из самых низких показателей в РК. По уровню показателя регион находится на 12 месте в республике.

В пересчете на доходы жителей ЗКО стоимость 1 кв. метра нового жилья составляет 131,2% среднемесячной заработной платы. Годом ранее этот показатель был выше, на уровне 145,4%. Низкая активность на рынке жилья ЗКО обусловлена в том числе и слабым развитием ипотеки в регионе. Брать ипотечные кредиты для жителей ЗКО слишком дорого. Однокомнатная квартира общей площадью 34,6 кв. м в новостройках региона стоит около 5,3 млн. тенге. Если житель региона возьмет на покупку данного жилья в долг у банка (кредит на 15 лет, первоначальный взнос 20% от стоимости жилья, средняя эффективная ставка 17,04% годовых), то 56% или около 65 тыс. тенге его месячного заработка будет уходить на погашение ипотеки. Для сравнения, расходы по кредиту на покупку этого же жилья через систему жилстройсбережений для работающего жителя ЗКО составят 36,0 тыс. тенге в месяц, или 31% дохода.

Система жилищных строительных сбережений в большей части предназначена для категории граждан, имеющих хоть и не высокий, но достаточно стабильный доход. Приобретать жилье с помощью АО «Жилстройсбербанк Казахстана» выгодно, поскольку суммы ежемесячных выплат будут почти в два раза меньше в сравнении с выплатами в других банках. Благодаря тому, что система не использует зарубежные валютные займы, она (а вместе с ней и вкладчики) застрахована от мировых кризисов, что уже было не раз доказано.

Литература:

1. Проблемы инвестирования в жилищное строительство: монография / Г.М. Загидуллина, И.Э. Файзуллин, Р.М. Сиразетдинов и др. Казань: КГАСУ, 2010.
2. Тугельбаева, А.А. Тенденции развития регионального рынка жилья в Республике Казахстан, Управленец, 2015, № 5, 72–77 с.
3. Байманов, Д. В Министерстве национальной экономики назвали причины высоких цен на жилье в Казахстане // Международное информационное агентство «Казинформ», 2014.

Также необходимо отметить, что основными причинами роста стоимости строительства в последние годы являлись: повышение энергоэффективности — от 7 до 10% стоимости; рост заработной платы — на 25%; рост стоимости строительных материалов — на 8%; эксплуатация машин и механизмов — на 3% [3].

Жилищное строительство не теряет своей актуальности и затрагивает всех. Согласно нормам ООН, обеспеченность населения жильем должна составлять не менее 30 м²/чел., что значительно превышает текущие показатели в самых крупных и развитых городах Казахстана.

Несмотря на значительную динамику ввода, жилья строится меньше, чем в среднем в мире. Жилищный фонд Астаны в пересчете на человека существенно ниже общепринятых норм, что говорит о наличии долгосрочного фундаментального спроса на недвижимость в Астане и Алматы. Уровень обеспеченности населения жильем в Астане более чем в 2 раза ниже общепринятой нормы ООН.

При дальнейшем росте населения города такая тенденция обусловит острую потребность в жилье и высокий спрос на качественную недвижимость. В этом аспекте необходимо изучить международный опыт, особенно стран со схожими климатическими условиями, например Китая, где обеспеченность жильем соответствует принятым нормам (30 м²/чел.) за счет активного строительства арендного жилья для нуждающихся, а также Канады и США — в этих странах высока доля индивидуального жилищного строительства, что перспективно развивать и в регионах Казахстана.

Анализ показывает, что ипотека, вследствие высоких процентных ставок, девальвации и роста проблемных заемщиков, работает слабо. Для решения имеющихся проблем, связанных с обеспечением жильем всех нуждающихся, помимо мероприятий, включенных в программные документы развития этого комплекса, необходимо создать механизм, обеспечивающий дешевую ипотеку потенциальным покупателям; увеличению объемов жилищного строительства будет способствовать и возможное субсидирование процентной ставки застройщикам со стороны государства.

Расчеты по оплате труда — современные аспекты учета и контроля

Ропотан Светлана Викторовна, старший преподаватель;

Шелудько Ольга Сергеевна, студент

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

Статья позволяет оценить сущность и актуальность системы оплаты труда персонала организации, также позволяет оценить виды и этапы формирования системы оплаты труда.

Ключевые слова: оплата труда, фонд заработной платы, социальное страхование, НДФЛ, расходы, документ.

Изучая проблему контроля расчетов по оплате труда, необходимо изначально рассмотреть вопрос: что же есть заработная плата и в чем ее отличительная особенность от оплаты труда.

На наш взгляд оплата труда — это то, что гарантирует предприятие, то есть фактически это суммы, указанные в трудовом договоре, суммы которые сотрудник может потенциально и теоретически получить в результате своей деятельности.

В отличие от оплаты труда, заработная плата на наш взгляд показывает фактические суммы, которые выплачиваются сотруднику за отработанное или не отработанное время.

Возникает вопрос: как можно ожидать суммы за не отработанное время? В соответствии с законодательством РФ, вся заработная плата подразделяется на две составляющие: основная и дополнительная [2].

Основная — это та сумма, которую сотрудник заработал своим трудом за определённое время. А дополнительная — это сумма, тоже заработанная, но не за фактически отработанное время — например больничный — сотрудник работал длительное время, организация отчисляла социальное страхование во внебюджетные фонды, в результате заболел и предоставив лист нетрудоспособности, сотрудник получит свою оплату. По тому же принципу строится и выплата за время очередного отпуска — сотрудник работал год, чтобы уйдя в отпуск получить свои выплаты.

Таким образом, можно говорить о том, что с экономической точки зрения понятие заработная плата и оплата труда имеют схожие черты, но все представляют собой различные категории.

Затрагивая вопрос учета расходов на оплату труда, бухгалтер организации должен строго подчиняться законодательству РФ в сфере методики расчетов сумм, касающихся оплаты труда.

Оценивая значимость заработной платы, необходимо рассмотреть возможные принципы и функции оплаты труда [1]:

- обеспечить равной оплатой за равный труд;
- дифференцировать уровни оплаты труда;
- повышать реальную заработную плату;
- опережать рост уровня производительности над ростом оплаты труда;

- осуществлять оплату в зависимости от уровня и качества работ;

- материально заинтересовать сотрудников в результате труда и деятельности организации;

- гарантировать воспроизводство уровня рабочей силы.

Регулирование трудовых правоотношений в области оплаты труда регулируется Трудовым Кодексом РФ.

Статья 133 Трудового Кодекса четко устанавливает минимальный размер оплаты труда, ниже которого предприятие не может установить оплату сотрудникам.

Минимальный размер оплаты труда, который устанавливается одновременно на всей территории Российской Федерации.

Минимальный размер оплаты труда обеспечивается [3]:

- всеми организациями, которые финансируются за счет федерального бюджета и за счет внебюджетных средств, а также формируется за счет средств, которые получены от предпринимательской деятельности;

- всеми организациями, которые финансируются из бюджета субъектов Российской Федерации, то есть за счет средств бюджетов субъектов, за счет средств внебюджетных, а также средств, полученных от предпринимательской деятельности;

- всеми организациями, которые финансируются за счет местного бюджета;

- другими работодателями — за счет собственных средств.

Ежемесячная заработная плата сотрудника, в полном объеме отработавшего весь период и норму рабочего времени, не может быть ниже уровня минимального размера оплаты труда, установленного законодательно.

Статья 134 обеспечивает повышение уровня реального содержания заработной платы

Процесс обеспечения роста уровня заработной платы может включать уровень индексации оплаты труда, связанный с изменением потребительской цены на различные товары и услуги. Большинство государственных органов и органов местного самоуправления, муниципальных учреждений производят переиндексацию оплаты труда в порядке, который установлен трудовым законодательством РФ и иными нормативными актами, содержащими

нормы права в части трудовых отношений и оплаты этих отношений.

Оплата труда достаточно спорный и актуальный раздел учета на любом предприятии, и как экономический элемент, характеризующий уровень оценки труда персонала с одной стороны и уровень затрат предприятия с другой стороны, требует контроля и надзора.

На сегодняшний день не все организации подвергаются обязательному аудиту, но в то же время многие прибегают к инициативному аудиту, чтобы в дальнейшем быть уверенными в верности расчетов и соблюдения законодательства. Так как именно вопрос верности расчетов и своевременности выплат является значимым и важным, с другой же стороны при грубых ошибках в процессе учета расчетов с персоналом по оплате труда, организация может быть подвержена штрафным санкциям.

С точки зрения верности расчетов и соблюдения законодательных основ самым приемлемым способом контроля расчетов становится аудит расчетов по оплате труда, который может быть как инициативным, так и обязательным. Говоря о инициативном — аудит может быть внешним и внутренним.

Аудит расчетов с персоналом по оплате труда ставится на сегодняшний день одним из наиболее трудоемких объектов в ходе проверки деятельности все организаций.

Любая сфера аудита представляет собой непредвзятую, независимую проверку и оценку всей деятельности организации. Особенность аудиторской проверки, которая проводится в последнее время, ставится следующий факт: заказчик, оплачивая услугу аудиторской проверки, хотел бы получить дополнительные или сопутствующие аудиту услуги [4].

Обычно, в таких случаях к сопутствующим услугам относят: рекомендации профессионалов-аудиторов по минимизации риска предпринимательской деятельности организации.

Все рекомендации, которые аудиторы обычно говорят заказчику в ходе выявления нарушений и ошибок, способны помочь избежать ряда ошибок в будущем, значительную актуальность данное положения приобретает в неоднозначных ситуациях.

Неоднозначные ситуации по своей природе способны быть связаны не столько с методом организации учета расчетов по оплате труда и заработной платы, сколько

с оценкой внутренних кадровых документов и локальных нормативных актов предприятия. Точные и профессиональные решения вопросов в сфере оплаты и стимулирования труда персонала позволяют на современном этапе управления предприятием снизить риск всевозможных конфликтных ситуаций, а также оказывают положительное влияние на экономическое и финансовое процветание предприятия любой сферы деятельности и любой организационно-правовой формы.

На сегодняшний день предприятия имеют право выбора вида выплаты заработной платы: то может быть выплата наличными средствами из кассы предприятия, а может быть перечислена на лицевые счета сотрудников с помощью безналичных переводов в обслуживающем предприятии банке.

Работодатели вправе установить правила внутреннего трудового распорядка и обозначить дни выплаты заработной платы, часто считают своей обязанностью выплатить заработную плату в срок выполненной работы, если бухгалтерия работодателя направляет в банк расчетные документы в указанные для выдачи зарплаты дни. При этом образующаяся несвоевременная выплата причитающихся работнику сумм по оплате труда грозит не только компенсацией в полном объеме, но и привлечением работодателя к административной ответственности (ст. 5.27 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).

Аудиторы обращают внимание сотрудников финансовых служб на то, что при проверках организации государственными инспекторами труда важно, чтобы сумма оплаты труда, которая установлена в трудовом договоре, совпала и соответствовала сумме, которая включена в ведомость на выплату заработной платы.

С целью проверки данного факта в организации должен быть разработан локальный документ, который будет регламентировать общий порядок и расчета и начисления оплаты труда по существующим в организации системам оплаты труда.

Необходимо отметить, что заработная плата как направление стимулирования сотрудников и способ воспроизводства на предприятии — является многоуровневой системой, которая регулируется и контролируется государством, а также имеющая свои особенности и проблемные аспекты.

Литература:

1. Сущность заработной платы. Электронный ресурс, режим доступа: http://www.profiz.ru/peo/8_2013/audit_oplaty_truda/
2. Понятие заработной платы. Электронный ресурс, режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/oplata-truda.html>
3. Экономический словарь. Электронный ресурс, режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/9854
4. Трудовой Кодекс РФ. Электронный ресурс, режим доступа: <http://www.zakonrf.info/tk/gl21/>

Формирование расчетных операций организации в сфере торговли

Ропотан Светлана Викторовна, старший преподаватель;

Шпурик Сергей Сергеевич, студент;

Акимова Анастасия Константиновна, студент

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

Статья позволяет оценить вопрос актуальности и правомерности расчётов с поставщиками, покупателями, особенно актуален данный вопрос в организации сферы торговли.

Ключевые слова: товар, стоимость, себестоимость, затраты, расходы, расчеты, поставщик, покупатель

Актуальность темы можно обусловить тем фактом, что каждая современная организация стремится к максимизации прибыли, то есть — желает получать максимально возможную выгоду от результата своей деятельности.

С точки зрения самой организации прибыль может быть максимизирована только при условии покрытия доходами расходов, а для покрытия расходов необходимо получить желаемую выручку [1].

Каждая организация реализует работы, услуги, товары или готовую продукцию ставит цель повышать ежегодно выручку.

С точки зрения анализа суммы выручки, важно на первом этапе провести анализ товарооборота организации.

Анализ необходимо начать с факта определения экономической значимости товарооборота для деятельности организации.

Товарооборот представляет собой экономическую составляющую, которая характеризует движение товаров. То есть по своей природе товарооборот состоит из товаров и лежит в основе выручки. Товарные запасы — это часть товарного обеспечения, представляющая собой совокупность товарной массы в процессе движения ее из сферы производства к потребителю.

Организация образует товарный запас на всех этапах деятельности движения товаров: на складе производственного предприятия, в пути, на складе оптовой и розничной организаций и предприятия.

Соотношение спроса и предложения может быть достигнуто за счет товарного запаса. Товарный запас в оптовой и розничной торговле должен служить реальному предложению товару, который бы обеспечивал их непрерывную реализацию.

Важность факта создания товарного запаса может быть подтверждена рядом факторов, таки как:

- сезонное колебание в процессе производства и потребления товаров;
- отсутствие соотношений производственных и торговых перечней товаров;
- особенность в территориальном расположении производственных предприятий;
- условие транспортировки товара;
- возможность хранения товаров и т.п.

Что касается анализа, как основы принятия управленческого решения, можно говорить о том, что именно про-

цесс анализа товарооборота позволяет провести оценку соответствия всех товаров, которые имеются на предприятии уровню потребительского спроса. Соответствие спросу важно с точки зрения оптимизации структуру товарооборота, а значит и с точки зрения увеличения объема продаж.

Проведя анализ товарооборота, важно затронуть несколько общепринятых экономических коэффициентов [1].

Коэффициент ритмичности товарооборота можно определить по формуле:

$$K_{\text{ритм}} = \frac{\text{Квартальный план продаж}}{\text{Годовой план продаж}}, \quad (1)$$

При анализе коэффициента ритмичности объем реализации можно учесть как в абсолютной сумме в денежном выражении, так и в виде удельного веса уровня реализации в отдельные периоды в общем объеме продаж.

Равномерными продажи считаются в том случае, если коэффициент равен единице.

Прогнозы экономической обоснованности товарооборота за каждый квартал способен представить основу для дальнейшего ритмичного удовлетворения спроса потребителя, также для обращения денежной наличности и для того, чтобы обеспечить рост товарооборота, как основы торговой деятельности предприятия.

После того, как годовой товарооборот будет проанализирован поквартально, необходимо приступать к прогнозу товарооборота о отдельным группа товара, учитывая при необходимости сезонность и уровень спроса различных категорий потребителей.

Например летний период показывает спад потребления мяса, но в то же время растет потребление молочных продуктов, фруктов и овощей. Анализируя товарооборот розничной торговой организации, можно говорить и об уровне спроса во время отпусков, которые также приходят в большей степени на лето — именно в период отпусков наблюдается спад потребления многих категорий товаров, как продовольственных, так и непродовольственных.

Анализируя товарооборот нельзя обойти стороной коэффициент ритмичности, методика расчета которого приведена выше, в формуле.

Коэффициент ритмичности способен соотнести фактическое и прогнозное значения ряда показателей торговой деятельности.

Для начала анализируется товарооборот на момент превышения прогнозного значения, если же превышение не наблюдается, или очевидно изменение по отдельным категориям товаров, то возникает необходимость расчета данного коэффициента.

После анализа коэффициента ритмичности, необходимо осознание того, что если показатель стремится к единице или же принимает значение 1, то можно говорить о том, что уровень товарооборот ритмичен, если же значение принимает значение ниже единицы, то ни о какой ритмичности нет речи.

Анализ прогноза продажи товаров поквартально необходимо дополнять анализом продажи товаров помесечно.

Такой анализ позволит провести оценку равномерности уровня реализации прогноза товарооборота внутри квартала, важно своевременно выявлять причину наметившегося расхождения фактического уровня данных прогнозируемым и принять соответствующие меры [2].

Также важно отметить, что процесс анализа товарооборота заключен в несколько этапов, одни из которых является факторный анализ.

Проводя аналогию анализа различных экономических показателей, важно отметить, что в первую очередь проводят анализ динамику, затем оценивается структура или определение удельного веса. На третьем же этапе проводится анализ влияния факторов на результат.

Так на заключительном этапе анализа ритмичности продаж необходимо определять уровень снижения товарооборота в результате нарушения ритмичности продаж.

Далее для продолжения и детализации анализа общего объема товарооборота важно изучить ассортимент и структуру товарооборота. Положительный результат деятельности торговой организации находится в прямой зависимости от значения обоснованности формирования ассортимента товара, которые в полном объеме соответствует требованиям покупателей. Ассортимент товара — это перечень наименований товаров. Выделяют ассортимент полный, групповой, внутригрупповой, основной и дополнительный. Основной ассортимент включает в себя товары, которые формируют основную часть товарооборота торговой деятельности организации.

Дополнительный ассортимент формируется для того, чтобы оказать покупателю дополнительные или сопутствующие услуги и источники прибыли.

Оценивая ассортимент также важно проводить анализ коэффициента обновления ассортимента, который покажет уровень отношения новых товаров к общему числу разновидностей товаров. Говоря об ассортименте, также производится расчет выполнения плана по ассортименту.

Для расчета уровня среднего значения по ассортименту важно подразделить товарооборот, засчитанный в счет плана, на сумму планового товарооборота. Уровень выполнения планового значения по ассортименту не всегда показывает уровень выполнения плана по его структуре.

Анализируя товарооборот торговой организации по товарной структуре необходимо обратить внимание на ко-

личественную и стоимостную оценку уровня реализации отдельной группы товаров и товарных групп в общей совокупно всего товарооборота, а также важно определить уровень динамики структурных сдвигов.

Результат анализа применяется при оценке влияния структуры товарооборота на основные показатели деятельности: валовую прибыль, уровень издержек, уровень прибыли и определение соответствия структуры товарного предложения спросу покупателей, то есть в целом оказывает прямое воздействие на составление заказа поставщику и выбор самого поставщика. Анализ товарооборота по отдельным товарным группам и отдельным товарам способен быть проведен на основе экономической информации квартальных и годовых отчетов об уровне продажи товаров. Определение результата способствует развитию положительной стороны детальности, закреплению и развитию предприятия в планируемом периоде, а также помогает определять и устранять недостатки.

Установив изменения в структуре товарооборота, важно определять причину, которая становится основой изменения товарооборота. Это стало важным моментом анализа товарооборота. Влияние на объем товарооборота показателей товарного баланса можно рассчитать балансовым методом путем исчисления разницы между фактическими и плановыми (базисными) величинами. Анализ товарооборота завершается выводами по итогам и определением перспектив роста общего объема и изменений структуры реализации товаров. Выводы, обобщения и предложения используются при разработке прогноза продаж и как действенное средство хозяйственного руководства, посредством которого осуществляется контроль и разрабатываются меры, обеспечивающие неуклонный рост товарооборота.

Управление товарными запасами означает установление и поддержание такой их величины и структуры, которая отвечала бы поставленным перед торговым предприятием задачам. Управление запасами предполагает:

- их нормирование — т.е. разработку и установление их необходимых размеров для каждого вида товарных запасов;
- их оперативный учет и контроль — ведется на основании действующих форм учета и отчетности (карточки учета, статистические отчеты), в которых отражаются остатки товаров на начало месяца, а также данные о поступлении и продаже;
- их регулирование — поддержание их на определенном уровне, маневрирование ими.

Следовательно, вопрос количественного измерения величины товарных запасов и определение соответствия этой величины потребностям товарооборота весьма актуален.

Расчетные операции — это операции, предполагающие взаиморасчет между двумя взаимосвязанными сторонами. Расчетные операции могут быть как внутри организации. Так и за ее пределами. Так, например расчеты с персоналом по оплате труда можно отнести к вну-

тренним расчетам, а расчеты с поставщиками и покупателями к внешним [1].

Среди внешних расчетов значимую роль играют поставщики и покупатели, так как именно данные категории обеспечивают организации бесперебойную работу, поставщики являются источниками исходного материала, а покупатели являются потребителем изготовленной продукции, работы или услуги.

Таким образом, можно утверждать, что расчеты с данными категориями — одни из самых важных расчетов на предприятии или в организации. Обобщая приведенный материал, можно заключить тот факт, что товарооборот представляет собой движение товарных запасов в организации, значимость товарооборота и его анализа обуславливается тем, что товарооборот представляет собой

основной фактором, влияющим на уровень получаемой прибыли. Поэтому так важно оценивать оптимальность товарооборота, выполнение и прогнозных значений, оценку влияния структурных сдвигов.

Расчеты осуществляются либо непосредственно между сторонами возмездного имущественного отношения, либо с участием дополнительного субъекта — кредитной организации. Важнейшими нормативными актами, регулирующими данную сферу общественных отношений, являются Гражданский кодекс РФ (ст. 861 — 885), федеральные законы «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», «О банках и банковской деятельности», различные нормативные акты Президента и Правительства РФ и нормативные акты Банка России.

Литература:

1. <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/tovarnye-zapasy.html> Анализ товарных запасов и оборачиваемости товаров
2. Система показателей товарооборота и их анализ http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/sistema_pokazatelej_tovarooborota_i_ikh_analiz/5-1-0-15

Агрегаторные платформы счетов и балансов: преимущества, проблемы, тенденции

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Болохова Галина Александровна, магистрант
Донской государственный технический университет

Активное развитие альтернативных способов оплаты в РФ привело к формированию мнения о том, что для успешного ведения бизнеса интернет-ресурс должен принимать все возможные способы оплаты. Вследствие этого появился термин «платежный агрегатор», представляющий собой платформу, обеспечивающую прием денежных средств от клиентов интернет-магазинов по единому договору. С юридической точки зрения, в таком случае «платежный агрегатор» должен быть кредитной организацией. [1]

Агрегаторы и провайдеры платежей работают в соответствии с Федеральным законом от 27.06.2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе», имеют лицензии небанковских кредитных организаций (НКО) Центробанка России. Такая лицензия дает возможность осуществлять банковские операции со средствами в рублях и иностранной валюте, в том числе, денежные переводы без открытия банковских счетов, а также переводы электронных денег. Российское законодательство ужесточает требования в области электронной коммерции, с каждым годом всем участникам рынка приходится соответствовать новым стандартам. [2]

Рассмотрим две схемы подключения платежных систем и проведем сравнение преимуществ и недостатков,

которые они имеют. Платежи можно принимать двумя способами: [3]

— через посредника — платежного агрегатора; (Рис. 1)

— напрямую, подключившись к нужным платёжным системам. (Рис. 2)

В качестве положительных моментов использования платежных агрегаторов можно отметить обеспечение быстрого подключения, использование одного договора, единый интерфейс, понятная шкала комиссии для пользователя. Однако в использовании платежных агрегаторов есть и свои недостатки, такие как комиссия при осуществлении операции, задержка с поступлением средств (сначала деньги поступают на счет платежного агрегатора, а только потом выводятся на расчетный счет интернет-магазина). [2]

При подключении напрямую к платежным сервисам интернет-магазин заключает отдельный договор с каждой платежной системой или с банком-эквайером. Преимуществами использования такой процедуры являются отсутствие комиссии при проведении операции, деньги поступают сразу на расчетный счет интернет-магазина, существует индивидуальный подход к крупным клиентам, сохраняется привычный для пользователя интер-



Рис. 1. Схема осуществления платежа интернет-магазину через платежный агрегатор [2]



Рис. 2. Схема осуществления онлайн платежа напрямую интернет-магазину [2]

фейс на стороне платежной системы. Существуют и минусы — сложный документооборот, жесткие требования к обороту интернет-магазина (так как банки работают напрямую только с крупными интернет-магазинами), настройка плагинов, скриптов, API под каждую платежную систему. [2]

Выбранный вариант подключения никак не повлияет на покупателей, так как комиссию платит магазин. По данным статистики рынка платежных систем, самым популярным безналичным способом оплаты у клиентов является оплата банковскими картами. Далее следуют оплата с помощью электронных кошельков, терминалов моментальной оплаты, денежных переводов. На последнем месте находится оплата с мобильных кошельков. Небольшим интернет-магазинам будет выгоднее подключиться к платежным агрегаторам, так как скорость подключения и выбор способов оплаты оправдают затраты на комиссию с платежей. [1]

Как можно заметить, у обоих подходов есть свои плюсы и минусы. Обычно на сайтах платежных агрегаторов расписано большое количество преимуществ. Но, в целом, можно выделить 4 основных пункта, которые являются основой предложения любого из них:

1. «Минимизация финансовых и временных затрат при подключении»

Для того чтобы начать принимать все платежные системы, необходимо заключить всего один договор и реализовать всего один программный интерфейс на своем сайте. Это несомненное преимущество любого платежного агрегатора. Однако следует заметить, что во многих случаях для приема карт все же придется заключать договор интернет-эквайринга с банком. [3]

2. «Надежность»

Здесь имеется в виду непрерывное время работы серверов агрегатора и защита пользовательских данных от попадания к третьим лицам. Обычно агрегаторы обеспечивают хорошую непрерывную работу своих серверов и высокую надежность при работе с ними. Но в любом случае, серверы платежных агрегаторов являются дополнительным узлом при приеме платежей, а значит, надежность в сравнении с прямым подключением проигрывает. [3]

3. «Защита от мошеннических операций»

Одна из функций платежных агрегаторов заключается в обеспечении безопасности пользователей от разного рода мошенничества в интернете. В основном это касается операций с банковскими картами.

Существует мнение, что оплачивать покупки кредитной картой в сети опасно, что есть множество различных видов мошенничества с картами, и что риски в данном случае лежат на магазине. Но понимания того, действительно ли существует такая опасность — нет.

У карточных платежей есть две особенности. Во-первых, совершённый платёж можно отозвать. Во-вторых, для проведения транзакции не требуется сама карта, нужны только её реквизиты. В основном, мошенники используют способ кражи карт или её реквизитов для дальнейшего совершения покупки с нее.

Технически, обработка платежей с пластиковых карт происходит в специальных программно-аппаратных комплексах — процессинговых центрах. Visa и Mastercard предъявляют к этим центрам очень жёсткие требования безопасности (стандарт PCI DSS). Не все банки имеют возможность принимать платежи по пластиковым картам в Интернете.

Есть много методов борьбы с мошенническими операциями («фродом») — это и превентивные методы, по типу подтверждения владения картой, white- и black-листы карт, ip-адресов, и проверки постфактум. Оперативная проверка постфактум позволяет аннулировать платёж ещё до того, как злоумышленник попытается получить товар. Банки-эквайеры реализуют у себя подобный функционал, так как им выгодно, чтобы их клиенты чувствовали себя защищёнными. Таким образом, банк-эквайер уже будет бороться с фродом и снижать возможный ущерб от него. Агрегаторы делают свои дополнительные проверки помимо банковских.

Чтобы понять, насколько реальна угроза, и какие финансовые потери она может повлечь, нужно оценить масштабы мошенничества. По данным статистики, в 2010

мошеннические операции нанесли ущерб на 0,9% от оборота, однако демонстрируется тенденция к снижению этого показателя. (Рис. 3)

Банки и агрегаторы имеют отделы по отслеживанию фродовых операций. Но агрегаторы берут за это дополнительных 1–2% от оборота Интернет-магазина. Visa и MasterCard так же довольно интенсивно работают в направлении уменьшения фродовых транзакций. Плодом их работы является технология 3D Secure. Её смысл заключается в использовании трехдоменной авторизации. При платеже клиент должен ввести дополнительный пароль на сайте банка, выпустившего карточку (банк-эмитент). Главным её достоинством является то, что при использовании этих протоколов ответственность за возможные финансовые потери ложится на банк-эмитент карты. Для магазина это означает, что даже если платёж будет признан мошенническим, магазин ничего не потеряет. [3]

4. «Различные способы оплаты»

После перехода на страничку посредника у покупателя есть возможность выбрать платежную систему из большого списка. Вполне возможно, среди них клиент найдёт привычный ему способ оплаты.

Количество способов оплаты, которые предлагают платежные агрегаторы, впечатляет. Однако стоит уделить внимание вопросу о комфорте пользователей. Удобной должна быть не только возможность выбрать из десятков валют необходимую, но и сам процесс оплаты. (Рис.4)

Небольшие или начинающие интернет-магазины вполне могут решить для себя, что унификация и небольшие затраты при подключении перевешивают все недостатки агрегаторов. В то же время интернет-магазин с хорошими оборотами гарантированно будет терять на

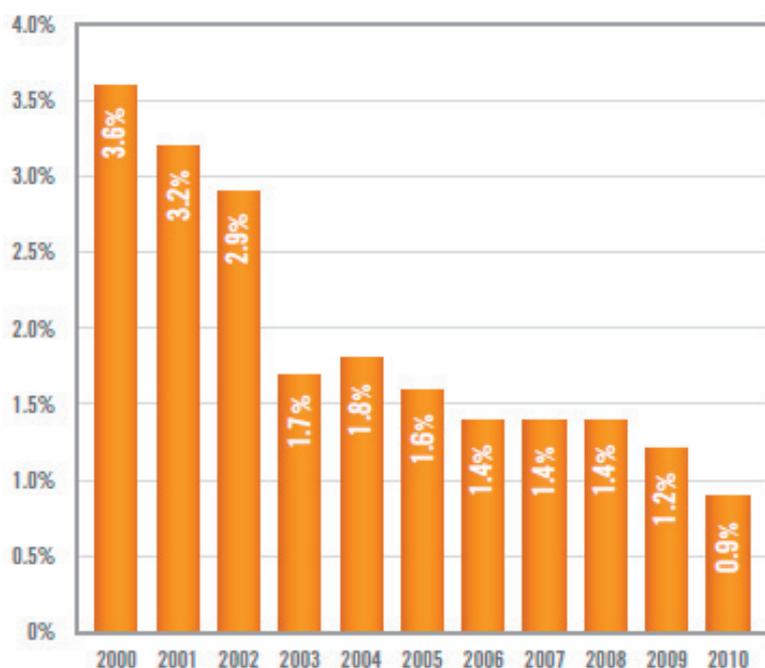


Рис. 3. Потери прибыли от онлайн мошенничества с банковскими картами [3]



Рис. 4. Зависимость количества пользователей от количества и сложности действий при оплате (прямо пропорциональная) [3]

дополнительной комиссии агрегатора десятки, если не сотни, тысяч рублей в месяц. [4]

Для оказания «агрегаторских» услуг кредитная организация заключает соответствующие договоры с банками, мобильными операторами и другими участниками рынка, предоставляющими возможность оплаты альтернативными способами. В случае с классическими банками необходимости заключения договоров не возникает, так как услуга интернет-эквайринга предлагается на сайте кредитной организации, и договор будет заключаться непосредственно с ней.

По смыслу операции интернет-эквайринга — это безналичный перевод денежных средств с банковской карты в пользу поставщика товаров или услуг. На банковской карте денежные средства не хранятся и не учитываются, реквизиты банковской карты являются инструментом управления денежными средствами, которые находятся на банковском счете (классические дебетовые или кредитные карты) или денежными средствами, предварительно предоставленными физическим лицом кредитной организации, без открытия банковского счета (предоплаченные карты).

Однако рынок интернет-эквайринга еще не достиг совершенства. Прежде всего, это проявляется в отсутствии публичных тарифов и окончательных условий, которые публикуются в открытом доступе большинством кредитных организаций. Такие банки как «Альфа-Банк», «Русский стандарт», «ВТБ-24», «Сбербанк РФ», «Петербургский Социальный Коммерческий Банк», «КИТ-финанс» и другие указывают лишь обобщенную информацию о возможности предоставления услуги интернет-эквайринга, предлагая пользователю оставить на сайте контактную информацию для последующего общения и определения условий работы. Многие банки для обеспечения информационного взаимодействия привлекают сторонние процессинговые компании, в этом случае договор на ус-

луги интернет-эквайринга будет либо трехсторонним, либо придется заключать несколько договоров. [1]

Отдельную нишу занимают кредитные организации, которые предоставляют сервис не только интернет-эквайринга, но и возможность получения оплаты другими способами. К тому же, они предлагают платежные услуги на отдельных сайтах под брендинговым наименованием. Для таких кредитных организаций данный вид бизнеса является одним из основных, и они активно рассказывают на своих интернет-ресурсах об основных деталях будущего взаимодействия.

Перечень кредитных организаций, профессионально оказывающих агрегаторские услуги, и названия их сервисов (некоторые называют его платежным решением) приведен в таблице 1.

Требования к документам, требующимся для заключения договора с кредитной организацией на интернет-эквайринг, у всех банков различны. Стандартный перечень определен инструкцией Банка России от 14.09.2006 N 28-И (ред. от 28.08.2012) «Об открытии и закрытии банковских счетов, счетов по вкладам (депозитам)».

Кредитная организация при составлении перечня документов для подключения услуги интернет-эквайринга будет руководствоваться внутренними документами и представлениями, основанными на действующем законодательстве. Информация о требуемом пакете документов, о способах их заверения и о порядке обмена документами должны быть доступны на сайте кредитной организации. [1]

Мнение о том, что для получения наиболее выгодного предложения по тарифам интернет-ресурс должен заключать прямые договоры по всем способам оплаты, является не совсем верным. Для некоторых платежных методов получение более выгодных ставок, чем может предложить «платежный агрегатор», возможно только при условии достижения определенного объема совершаемых операций.

Таблица 1. Кредитные организации — платежные агрегаторы, оказывающие услуги по одному договору и единому программному решению без привлечения технологических посредников [1]

Наименование платежного решения	Первоначальный размер комиссии по банковским картам при минимальном ежемесячном обороте, %	Альтернативные способы оплаты	Кредитная организация	Вид договора
PayAnyWay	2,9	Яндекс.Деньги**, Деньги.Мэйл**, Web-Money, интернет-банкинг, салоны связи (Евросеть, Связной), QIWI кошелек**, счета мобильных операторов, почта**, терминалы	НКО «Монета.ру» (ООО)	оферта
PayMaster*	-		ОАО «ККБ»	договор
PayU*	-		ООО НКО «ПэйЮ»	оферта
Robokassa	3,9		ОКЕАН БАНК (ЗАО)	оферта
RbkMoney	3,9		НКО «ЭПС» (ООО)	оферта
Money.Yandex	3,5		ООО НКО «Яндекс.Деньги»	оферта
W1	-		ООО НКО «Единая касса»	оферта

*данные о размере комиссии или договор предоставляются кредитной организацией по запросу

** доступно не у всех

Рынок интернет-эквайринга довольно конкурентный с точки зрения «легкости» выбора контрагента. Причина в том, что для подключения услуги не требуется физическое присутствие банковского офиса в регионе, где располагается персонал интернет-ресурса, не нужно никуда приходить, подключение и сама услуга предоставляются через интернет.

Привлечение клиента осуществляется кредитной организацией либо через прямые продажи (выставки, телефонные переговоры), либо через рекламу услуги в интернете; подписанные документы могут быть присланы по почте.

Тарифы не являются единственным определяющим фактором при выборе партнера, однако размер комиссий очень важен. Сделав правильный выбор, интернет-магазин будет нести меньше расходов, главное — на начальном этапе правильно выбрать с кем работать, если необходимо — договориться на индивидуальные условия оказания услуги. Размер комиссии чаще всего будет зависеть от конкретного способа оплаты, самые высокие ставки при оплате со счетов мобильных операторов, самые низкие — банковский и почтовый перевод.

Напомним, что для большинства интернет-проектов основным способом оплаты за продаваемые товары или услуги является банковская карта. Доля оплат картами составляет 75–85% от общего оборота при онлайн оплате. Поэтому виртуальным продавцам, выбирая с кем работать, прежде всего, надо обращать внимание на размер комиссии по банковским картам.

Еще одним примером «заманивания» клиента является низкая комиссия на входе, одновременно с дополнительной комиссией за перевод принятых платежей (вывод) на банковский счет. Итоговая комиссия за операцию в этом случае будет, скорее всего, выше, поэтому, принимая решение с кем работать, необходимо внимательно смотреть на совокупность тарифов.

Банки и провайдеры платежей предпочитают работать напрямую с крупными интернет-магазинами. Интернет-магазины с небольшими оборотами не окупят расходы банка на подключение, поэтому банк либо поднимет цену на подключение, либо откажет такому клиенту. Небольшому магазину проще подключиться к агрегаторам, которые не предъявляют требований к доходам своих клиентов. Суммарный оборот агрегаторов выше, чем у отдельных клиентов, поэтому они предлагают небольшим интернет-магазинам низкие ставки. [2]

Однако владельцы интернет-магазинов нередко предъявляют претензии к платежным системам. Наиболее распространенные претензии к платежным системам и способы их решения представлены в таблице 2.

Несмотря на рассмотренные выше проблемы, участники платежного рынка выступают гарантами сделки, защищают покупателей от недобросовестных продавцов в следующих ситуациях:

- товар оказался бракованным;
- оплаченный товар не был доставлен;
- интернет-магазин закрылся или не выходит на связь.

Провайдеры платежей возвращают покупателю полную стоимость покупки при выявленном нарушении со стороны интернет-магазина.

Агрегаторы платежей поддерживают своих клиентов следующими способами:

- организуют вебинары для новых клиентов (PayOnlineUniteller);
- проводят партнерские семинары и вебинары (МОБИ.Деньги, Я. Деньги);
- оказывают маркетинговую поддержку: Uniteller, PayOnline информируют о подключении новых клиентов и партнёрских программах, МОБИ.Деньги размещает интернет-магазины на собственных интернет-витринах и у сотовых операторов;

Таблица 2. Распространенные претензии к платежным системам со стороны владельцев интернет-магазинов и способы их решения [2]

Суть претензии	Способ решения
Долгое подключение и согласование дополнительных способов оплаты, требуется большой пакет документов.	Агрегаторы и провайдеры постоянно оптимизируется процесс подключения, сводя его до минимума (некоторые — до 2–3 дней), разрабатывают плагины, модули для популярных CMS, предоставляют демо-доступ к своей системе, чтобы испытать ее и принять окончательное решение
Отсутствие поддержки конечного клиента	Ответственность за оперативное реагирование на жалобы покупателей лежит на плечах интернет-магазина. Специалисты интернет-магазина должны обладать компетентными знаниями о системах, которые обслуживают их покупателей
Клиенты интернет-магазинов часто жалуются на непрошедшие платежи.	Агрегаторы считают, что на эти вопросы должен отвечать интернет-магазин, проблемы с платежами чаще возникают на его стороне. Но техническая поддержка провайдеров не игнорирует покупателей и старается оказать помощь
Проблемы с картами Сбербанка	В компании IntellectMoney пояснили, что эти проблемы происходят на стороне Сбербанка и повлиять на ситуацию провайдер платежей не может. Приходится объяснять клиентам, что проблемы временные, предлагать использовать карты других банков
Невозможно оперативно проверить наличие товара на складе при онлайн-платежах	Комментарий «Яндекс.Деньги»: «Небольшие Интернет-магазины жаловались, что им нужно сначала вручную проверить наличие товара на складе, а уже потом принимать оплату. При этом интегрироваться по протоколу с нами у них возможности нет. Для таких магазинов у нас появилось специальное решение. Теперь они могут выставлять счет своему клиенту в письме, после проверки наличия товара. Интегрироваться для этого не нужно, отправлять счет сможет любой пользователь».

— организуют совместные маркетинговые акции (Uniteller) и консультируют по возможностям использования (PayOnline);

— выступают с обучающими докладами на конференциях (Деньги Online) и сами их организуют (IntellectMoney — конференция “Платежи сегодня и завтра”). [2]

Одними из самых распространенных агрегаторов в России и странах СНГ являются Интеркасса и Робокасса, так как к ним подключено множество персональных сервисов. Это очень удобно для покупателя, ведь он может оплачивать товар в любом подходящем ему сервисе. Для наглядности ниже представлена сравнительная таблица данных платформ. (Табл. 3)

Таблица 3. Сравнительная таблица платформ Интеркассы и Робокассы [5]

Основные показатели сравнения	Interkassa.com	Robokassa.ru
Количество систем оплаты	Всего более 20, но их доступность зависит от персональных характеристик вашего аккаунта и сайта. Все основные способы включены.	Всего более 25. WebMoney будет подключен при наличии сертификата и сайта в Мегасток.
Комиссия	от 3% + процент от выбранной ПС	от 1,5% — 7% (зависит от месячного оборота)
Договор	Физические лица и юридические лица работают примерно на одинаковых условиях.	Обязательный договор для юридических лиц. Физические лица могут работать без его заключения.
Принимает PayPal	Нет	Нет
Тех поддержка	Только для зарегистрированных.	Открытая техподдержка в виде формы обратной связи.
Вывод средств	Деньги выводятся вручную по запросу. Поддерживаются основные электронные кошельки, банковские карты, расчетные счета.	Для юридических лиц можно настроить периодический вывод средств на расчетный счет. Есть ограничения на минимальную сумму вывода. Физические лица могут выводить деньги прямо на WebMoney моментальным переводом без дополнительных запросов.
Режим отладки	Отсутствует.	Режим отладки есть только у неактивированных аккаунтов. После активации магазина, он будет безвозвратно отключен.

Нотификация	Сообщения об оплате приходят на почту и в виде SMS-сообщений.	Сообщения об оплате приходят на почту.
Панель управления	Можно просматривать детальную техническую информацию о любом платеже. Есть возможность экспорта в CSV формат	Доступна информация обо всех платежах, но без лишних технических подробностей. О них можно узнать только по запросу в техподдержку.
Общее впечатление (субъективное мнение)	Интеркасса определенно выигрывает за счет низкого процента и простоты подключения магазина + некоторые технические тонкости (например, просмотра информации о платеже). Интерфейс всего сайта, панели управления и, самое главное, процесса оплаты — оставляет желать лучшего. Весь дизайн — это некий отклик 2000-х. Интеркасса хорошо подойдет для маленького бизнеса в интернете и физических лиц.	Робокасса выигрывает за счет своего высококачественного сервиса и современного дизайна. Юридических лиц порадует возможность заключения четкого договора на бумаге (через старую добрую почту) и периодичность вывода средств. Для физических лиц есть некоторые ограничения в работе сервиса. В основном это сказывается на способах оплаты и вывода. Другая сторона медали — за все приходится платить. Отдавать по 5–7% с каждой покупки решится не каждый магазин. На этот случай тарифная сетка предусматривает более низкий процент большим клиентам. Агрегатор подойдет для серьезного среднего и большого бизнеса в интернете.

Большинство сайтов имеют личный кабинет, в котором есть история заказов пользователя. Там показываются список всех заказов с их текущим статусом и другой полезной информацией. Если при оформлении заказа посетитель прошел персональную систему, но не рассчитался за товар сразу, то покупка сохранится в истории заказов как неоплаченная. При этом есть возможность внести его позже. Такой платеж называется «Отложенным». [5]

Сегодня большая часть покупателей совершает банковские транзакции преимущественно через Интернет. Причем с удовольствием использует не только приложения самих кредитных организаций, но и целый ряд популярных агрегаторов счетов. Логическим продолжением этой тенденции и новым трендом становится предложение услуг в области управления личными сбережениями. (Табл. 4)

Таблица 4. Характеристика и особенности наиболее популярных приложений в сфере управления личными сбережениями [5]

Наименование	Характеристика	Особенности
Стартап PersonalCapital [6]	Услуга рассчитана на тех, чьи сбережения составляют от десятков тысяч до нескольких миллионов долларов.	Сайт представляет клиентам следующие услуги: отслеживание результатов инвестиционной деятельности; контроль над размещением активов, их диверсификацией; анализатор налогов, которые предстоит заплатить; фондовый калькулятор; почтовый сервис, отслеживающий получаемую от банков корреспонденцию; сервис «универсальной чековой книжки». Еще одна особенность — встроенный инструмент для контроля рисков. Система позволяет оценивать возможные потери по территориальным, отраслевым факторам, а также по отдельным видам активов и другим показателям.
Стартап-проект Wallaby [7]	Wallaby предлагает простой способ собрать различные программы стимулирования, которые предлагаются кредитными и дебетовыми картами клиента. В основе решения этой задачи — облачный сервис, представляющий собой единый электронный кошелек, в котором регистрируются все имеющиеся карты клиента. При этом для пользователя услуги Wallaby выпускается одна, единая карта, с которой он получает возможность совершать платежи и снимать наличные — на базе платежной системы Visa.	Для того, чтобы заинтересовать первых клиентов, Wallaby предприняла такой маркетинговый ход: компания предложила первой тысяче своих клиентов полностью бесплатное пожизненное обслуживание в системе, последующие 5 тыс. пользователей получили доступ к услуге также бесплатно, но в течение 12 месяцев. Все остальные бесплатно обслуживаются в течение 6 месяцев, а далее цена составит 50 долларов США в год.

E-invoicing [8]	E-invoicing — оплата товаров и услуг в интернете с помощью выставления электронных счетов в интернет-банке «Альфа-Клик» и мобильном банке «Альфа-Мобайл».	В интернет-магазинах или сервисах клиенты Альфа-Банка — пользователи интернет-банка или мобильного банка могут выбрать способ оплаты «Альфа-Клик» либо «Альфа-Мобайл», ввести свой логин на сайте магазина или специальных страницах партнерских систем, выставить себе электронный счет и подтвердить его в своем личном кабинете «Альфа-Клика» или «Альфа-Мобайла». Платеж совершается моментально. Комиссия не взимается.
Приложение для смартфонов Numbrs [9]	Numbrs — это приложение для iOS и Android, которое агрегирует всевозможные счета пользователя — банковские, страховые, медицинские и т.д. Вся информация в нем представлена в виде ленты новостей, чем-то напоминающей ленту новостей в Facebook. Клиент может видеть все свои расходы в хронологическом порядке. При этом Numbrs автоматически анализирует структуру трат и выдает диаграммы, на которых видно, какая часть расходов идет на домашнее хозяйство, какая на здоровье или на развлечения.	Приложение Numbrs позволяет пользователю получить доступ ко всем своим финансовым аккаунтам из любой точки мира. Сервис не только анализирует структуру расходов, но и предсказывает, сколько и на что его клиент будет тратить в ближайшие несколько месяцев. У приложения есть приятная опция — перевод денег. Самое интересное в Numbrs — это технологи FutureTimeline. Она позволяет увидеть свои будущие траты на два месяца вперед.
Приложение AnyBalance [10]	Это агрегатор балансов, собирающий в одном месте информацию по счетам клиентов в разных банках, электронных кошельках и провайдеров услуг. Сервис создан командой, которая раньше работала над похожим проектом PayStore, принадлежащим платежной системе «Лидер».	Стартапом заинтересовался венчурный фонд QiwiVenture, в стратегию которого входит поиск проектов, которые могли бы обеспечить синергию с сервисами Qiwi. С мая запущен совместный пилот — в приложение AnyBalance встроена оплата через Qiwi-кошелек, который позволит предоставить пользователям Qiwi удобный сервис и в конечном счете увеличить транзакционный оборот бизнеса.
Агрегатор платежей InspirePay [11]	InspirePay предоставляет пользователям легкий, интуитивно понятный интерфейс для получения платежей через разные системы — от AmericanExpress и PayPal до Dwolla.	Как владельцы малых бизнесов, так и частные лица могут легко и бесплатно создать собственную страницу для приема платежей в агрегаторе. Страницу можно кастомизировать — разместить свой логотип, изменить цветовую схему. Также можно, при желании, заранее указать сумму платежа, которую продавец собирается выставлять в инвойсах.
Мобильное приложение «ВКармане» [12]	Сервис «ВКармане» позволяет агрегировать в одном месте множество важных документов: паспорт, загранпаспорт, ИНН, СНИЛС, банковские карты и другие документы пользователя и его семьи. Приложение содержит шаблоны документов, внешний вид которых максимально приближен к физическим носителям.	В рамках «АльфаКэмп» разработчики «ВКармане» работают над тем, чтобы превратить свой агрегатор персональных данных в нечто большее и создать на его базе целую экосистему. Во-первых, они предлагают использовать приложение для автозаполнения форм в интернете. Во-вторых, приложение планируется доработать для платежей и переводов между пользователями. Для этих целей используется API Альфа-Банка. В-третьих, рассматриваются варианты использования «ВКармане» для упрощенной идентификации. В планах — переход на новую модель монетизации.
Агрегатор балансов Krawlly [13]	Объединяет данные всех банков клиента в одно приложение, при этом продавая собранные данные банкам-партнерам. Многие банки опасаются, что такая модель, да и модель агрегаторов вообще, деструктивна для их бизнеса.	Технология позволяет клиенту импортировать шаблоны из одного банка в другой, если банк, в который переходит клиент, внедрил ваш сервис. Суть данной технологии в том, что банк может предложить клиенту сделать свой интернет-банкинг основным, перенеся туда все свои продукты (информацию о них) из других интернет-банков.

Как уже отмечалось выше, на российском рынке действует достаточно большое количество сайтов, которые позволяют оплачивать услуги онлайн банковской картой. Наиболее популярными из них являются Ruuson.ru, Nkpay.ru, Myplatfon.ru, A-3.ru и не так давно созданный Альфа-банком и Билайном сервис RURU. На таких сайтах принимаются к оплате банковские карты, электронные деньги (на электронных кошельках типа Webmoney), а также можно произвести оплату со счета мобильного телефона.

Однако, к большому сожалению клиентов, услуги таких сайтов не бесплатны. Размер комиссии за услуги устанавливается каждой системой индивидуально, и может варьироваться от 0% до 5–6% от суммы платежа. Размеры комиссий пяти наиболее популярных сайтов-агрегаторов, при оплате наиболее востребованных услуг — Интернета, мобильной связи, ЖКХ и штрафов ГИБДД, для удобства сведены в таблицу 5.

Интересной является возможность, предоставляемая агрегаторами пользователю, практически в режиме реального времени держать под контролем движение денежных средств на всех своих банковских счетах и кредитных картах.

Например, персональным финансовым сервисом, который называется Mint и принадлежит компании Intuit, ежедневно пользуются 2,5 млн. человек. У похожего сервиса BillGuard, способного своевременно обнаружить посторонние незаконные манипуляции со счетами или кредитными картами, насчитывается 1,3 млн. пользователей. Проблема в том, что бесперебойное функционирование таких сайтов полностью зависит от баз данных тех финансовых учреждений, в которых пользователи держат свои текущие счета. [4]

Между тем JPMorganChase и BankofAmerica неоднократно объявляли, что вынуждены временно преры-

вать или замедлить передачу данных. Банк CapitalOne пока разрешает своим клиентам доступ к базам данных через сайты-агрегаторы, но вместе с тем в самой жесткой форме предупреждает, что не будет нести ответственность за возможный причиненный ущерб.

Банки объясняют происходящие сбои в первую очередь техническими причинами. Персональные финансовые сервисы создают повышенную нагрузку на банковские компьютерные сети. Миллионы пользователей Mint to и дело связываются с JPMorganChase и Bank of America, чтобы проверить последние транзакции или балансы на карточных счетах. В результате кредитные учреждения оказываются перед непростым выбором: либо продолжать передачу данных сторонним сервисам, либо поддерживать безопасную работу собственных сайтов.

Есть и другая причина, по которой банки чувствуют себя неуютно, когда разговор заходит о сервисах по оказанию персональных финансовых услуг. Несколько кредитных организаций признали, что неспособность банков предоставить клиентам полноценный набор инструментов для контроля над движением денежных средств повлекла за собой расцвет сайтов-агрегаторов. И сейчас они выражают беспокойство, что эти сайты могут стать каналом утечки паролей и других персональных данных. [4]

На рынке есть масса подобных продуктов, которые могут удовлетворить потребность в управлении личными счетами и картами. Продукт должен обязательно включать в себя внутренние счета банка и любые внешние счета, автоматически категоризировать транзакции и привлекать пользователей простым и визуально богатым интерфейсом.

Сервисы, построенные на агрегации и категоризации, сейчас намного мощнее, чем раньше, и пользовательские интерфейсы стали гораздо удобнее прежних. Как след-

Таблица 5.. Размер комиссий, взимаемых на сайтах-агрегаторах [14]

№	Адрес сайта	Размер комиссии, % от суммы платежа			
		Мобильная связь	Интернет	ЖКХ	Штрафы ГИБДД
1.	ruuson.ru	5%	5%	5% для некоторых поставщиков услуг может отличаться	бесплатно
2.	www.a-3.ru	4%	0–4% в зависимости от поставщика	0–2% в зависимости от поставщика	3%
3.	www.nkpay.ru	3,5% минимум 10 рублей	3,5%-5% минимум 10 рублей (зависит от поставщика услуг)	2%, минимум 10 рублей	5% минимум 50 рублей
4.	www.myplatfon.ru	2,95% + 5 рублей	2,95% + 5 рублей	2,95% + 5 рублей, может быть и выше по отдельным поставщикам	3% + 25 рублей
5.	www.ruru.ru	4,45%, для абонентов Билайн — бесплатно	2%, Билайн — бесплатно	Зависит от поставщика, в среднем 2%-2,5%	3,95%

стве, растет уровень принятия пользователями этих систем. Примером могут послужить данные о росте уровня проникновения среди клиентов от 43 до более 50%, что подтверждает значительную продвинутость современных цифровых систем управления финансами.

У каждого банка наверняка есть держатели счетов, которые ищут способы более удобного управления своими финансами. Если банк сможет предложить им легкое для

понимания и всеобъемлющее решение, не велика вероятность, что они обратят свой взор к агрегаторам. [15]

Таким образом, наблюдается тенденция формирования агрегаторного бизнеса и его миграция на банковские платформы. Банки и технологические компании вступают в конкурентную борьбу за платежные сервисы. Основным вектором выступает упрощение интерфейса для конечных пользователей, совершающих виртуальные покупки.

Литература:

1. Горбова, Е. Интернет-эквайринг и платежные агрегаторы: [Электронный ресурс] URL: <http://www.cossa.ru/articles/155/69695/> (дата обращения 12.01.2016)
2. Александрова, Д. Ау, денежки! Или стоит ли платить банковской картой через онлайн-сервисы: [Электронный ресурс] URL: <http://bankcreditcard.ru/platiznie-agregatory> (дата обращения 26.12.2015)
3. Денисова, Ю. Подключаем онлайн-платежи: плюсы и минусы: [Электронный ресурс] URL: http://prograbli.ru/business_experience/plug_online_payments_pros_and_cons/ (дата обращения 14.01.2016)
4. JPMorganChase и BankofAmerica приостанавливают работу с агрегаторами: [Электронный ресурс] URL: <http://bankir.ru/publikacii/20151112/jpmorgan-chase-i-bank-of-america-priostanavlivayut-rabotu-s-agregatorami-> (дата обращения 20.01.2016)
5. Платежные системы и агрегаторы в Joomla. Сравнение Интеркассы и Робокассы: [Электронный ресурс] URL: <http://jbzoo.ru/docs/payment-systems> (дата обращения 15.12.2015)
6. Суховерхов, А. PersonalCapital.com: молодая компания создает новый Mint — для богатых: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/1963> (дата обращения 27.01.2016)
7. Суховерхов, А. Собрать бонусы со всех банков, выпускающие карты. Агрегатор бонусных программ Wal-laby: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/1488> (дата обращения 23.12.2015)
8. E-invoicing — одна из самых популярных услуг среди клиентов Альфа-Банка: [Электронный ресурс] URL: <https://alfabank.ru/retail/2013/4/3/30587.html> (дата обращения 17.01.2016)
9. Краснова, А. Numbs: агрегатор счетов, который предсказывает будущие расходы: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2300> (дата обращения 21.01.2016)
10. Маркова, О. QiwiVenture вложил в агрегатор балансов: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2841> (дата обращения 19.12.2015)
11. Платежи — народу! Бесплатный агрегатор он-лайн платежей от InspirePay: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/723> (дата обращения 12.01.2016)
12. Маркова, О. «ВКармане» — агрегатор персональных данных и банковских карт: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2615> (дата обращения 17.01.2016)
13. Костылев, И. Агрегатор как угроза банковскому бизнесу: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2892> (дата обращения 18.01.2016)
14. Шувалов, П. Почему я не использую платежный агрегатор...: [Электронный ресурс] URL: <http://habrahabr.ru/post/124668/> (дата обращения 18.01.2016)
15. Шерман, А. Как агрегаторы банковских счетов уводят клиентов у банка: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/2895> (дата обращения 19.12.2015)

Необанки: мировой опыт и перспективы

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Полтавская Юлия Юрьевна, магистрант
Донской государственный технический университет

Финансовые технологии на сегодняшний день представляют один из быстрорастущих секторов венчурной отрасли, обгоняя самые смелые прогнозы. С развитием финансовых технологий открылось множество

новых возможностей для бизнеса. Теперь предприниматели могут предложить больший спектр услуг за меньшую стоимость. И даже при отсутствии большого интереса к новым технологиям, в наше время бизнесу стоит вни-

мательно следить за тем, какие новинки в области финтех появляются на рынке. Ведь именно они представляют важный компонент современного бизнеса, и только используя передовые разработки финансовых технологий можно оставаться первым среди конкурентов.

Финтех сфера на фоне растущего спроса и значительных инвестиций развивается так быстро, что практически каждый день появляются новые термины. Один из них — «необанк» (neobank).

Финансовые технологии: сущность и механизм функционирования. Термин «финтех» (fintech), обозначающий развитие инновационных технологий в банках, стал одним из десяти самых популярных новых слов, добавленных в этом году в финансовую энциклопедию «Инвестопедия» и вырос до широкого понятия, которое включает в себя все инновационные финансовые решения вообще: от мобильных платежей и P2P-кредитования до роботов-консультантов и криптовалют [1].

По данным компании Accenture и фонда Partnership Fund for New York City, глобальные инвестиции в финансовые технологии по итогам 2014 года увеличились в три раза и составили 12,2 млрд. долларов США. Данных за 2015 год пока не опубликовано, но еще в 2013-м вложения в финтех составляли всего 4,05 млрд. долларов [1].

IBM в докладе Designing a Sustainable Digital Bank, сформулировала понятие цифрового банка, представляющее не просто внедрение мобильного приложения или отказ от отделений, а банк, у которого большинство своих продуктов и услуг в цифровой форме. При этом его клиенты для повседневной банковской активности используют цифровые каналы. Инфраструктура подобного банка оптимизирована для цифровых взаимодействий в реальном времени, а внутренняя культура подразумевает высокую скорость изменения цифровых технологий [2].

Цифровой банкинг, согласно IBM, можно разделить на четыре модели, представленные на рисунке 1.

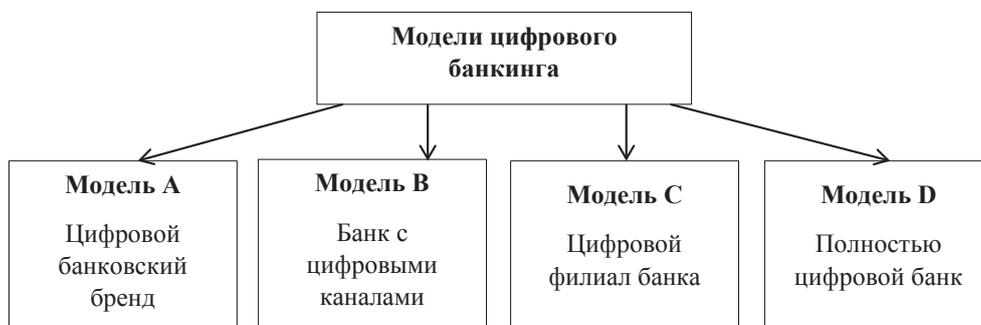


Рис. 1. Модели цифрового банкинга

Далее рассмотрим каждую модель более подробно [2]:

1. Модель А представляет собой классические банки с огромным количеством legacy-систем и бизнес-процессов, которые постоянно пытаются стать ближе к новому цифровому клиенту, желающему, чтобы бренд был более цифровым и соответствовал новым требованиям. Подобные банки открывают новые бренды с уникальными предложениями и продуктами, созданными специально для более молодого поколения — и, как правило, эти бренды используют сложившуюся банковскую инфраструктуру. Примеры таких банков: FRANK банка OCBC в Сингапуре и LKXA от CaixaBank в Испании.

2. Модель В. Банки модели В строят организацию, нацеленную на улучшение пользовательского опыта, используют бэк-офис и банковскую лицензию существующих банков и перепродают их продукты через более удобный пользовательский интерфейс. Примеры таких банков: Moven в США и Rocketbank в России.

3. Модель С объединяет два подхода: цифровой пользовательский опыт и новые бизнес-процессы. Крупные банки могут обнаружить, что их системы обладают слишком большой инерцией и слишком замкнуты для того, чтобы запустить цифровой банк. Банки модели С

организуют отдельное подразделение — практически отдельную организацию с более гибким и модульным бэк-эндом, позволяющим обеспечить лучший клиентский опыт. Примеры подобных банков: Hello Bank от BNP Paribas и «Точка», являющаяся филиалом «Открытия».

4. Модель D. Банки данной модели строят все свое продуктовое предложение на цифровых технологиях. Это не обязательно банки без отделений, однако клиенты таких банков ожидают взаимодействия преимущественно через цифровые каналы. Примеры: Fidor Bank в Германии и ТКС.

Можно выделить несколько преимуществ цифрового банка:

- возможность эффективного масштабирования;
- возможность создать нужный пользовательский опыт для целевого потребителя;
- возможность расширяться за пределы базовых депозитных продуктов к более широкому предложением, в том числе с абонентской платой, даже с учетом того, что некоторые из этих продуктов могут быть достаточно сложными для их продаж исключительно через цифровые каналы.

У традиционных банковских организаций есть также свои преимущества, такие как: масштаб, бренд, репу-

тация и существующие сети отделений. Однако масштаб, устаревшие системы и склад ума персонала могут помешать классическому банку развивать инновации и гибко реагировать на вызовы рынка.

По мнению экспертов IBM, стабильные цифровые банки оптимизируют взаимодействие с клиентами, продукты, процесс и данные с использованием цифровых технологий. Данная оптимизация обусловлена следующими преимуществами цифровых банков:

- привлекательный фронт-энд и цифровой эффективный бэк-энд;
- используют мобильные и цифровые технологии для уменьшения времени обслуживания клиентов и увеличения эффективности важных сервисов.

Проектирование цифрового банка требует оптимизации взаимодействия, продуктов, процессов и организационной культуры. Банкам необходимо предоставлять базовые транзакционные сервисы по цифровым каналам. Цифровые технологии должны помогать во взаимодействии там, где сервисы более сложны или требуют персонализации. Ключевое требование — возможность обеспечить баланс удобства цифрового общения с клиентом и цифровой персонализации, продукты цифрового банка должно быть легко покупать и обслуживать по цифровым каналам. [2].

Тенденция отказа от филиальных сетей уже хорошо прослеживается в мире. В Великобритании, США, Испании и многих других странах происходит сокращение количества филиалов до самого низкого уровня за последние десятилетия. Например, в Великобритании количество банковских офисов достигло минимума за последние 60 лет, а сокращение числа отделений только за 2014 год составило 6% — максимальный показатель за всю историю. В США крупнейшие банки, такие как Bank

of America, JP Morgan Chase и Wells Fargo, закрыли 15% отделений, доведя их количество до уровня начала 1980-х годов. В целом по США ежегодно ликвидируется 1–2% офисов банков, что вроде бы немного, но свидетельствует об устойчивой тенденции. Если смотреть на конкретные примеры, то цифры впечатляющие: Wells Fargo избавился от 22% отделений за последние шесть лет, Bank of America — от 20% за последние пять лет [3].

Основной причиной масштабного сокращения числа банковских филиалов является нежелание клиентов посещать отделения так же часто, как было раньше, это связано с изменением поведения клиента.

На рисунке 2 представлена тенденция массового внедрения технологий в годах.

Цифровизация банковской сферы обусловила интеграцию финансовых технологий в Интернет вещей. В ближайшем будущем банковские услуги, кредиты, платежи будут сами работать в реальном времени без участия клиента, решая проблемы и управляя финансами клиентов каждый день.

Ярким примером внедрения цифровых банковских технологий является Uber — международная компания из Сан-Франциско, создавшая одноимённое мобильное приложение для поиска, вызова и оплаты такси или частных водителей. Uber стала крупнейшим эквайером для счетов малого бизнеса, обогнав Wells Fergo, JP Morgan и Bank of America вместе взятые.

По данным статьи на портале qz.com, почти 30% водителей Uber ранее не имели банковских счетов, получая оплату за свои услуги наличными. Для работы в Uber водителям потребовалась, как минимум, обычная дебетовая карта для принятия платежей. В процессе подключения водителя к системе Uber у водителей появилась возможность открытия банковского счета в реальном времени



Рис. 2. Массовое принятие технологий [3]

без совершения каких-либо дополнительных действий. Вполне возможно, что следующим шагом Uber станет интеграция банкинга в приложение, а не создание обычного банковского мобильного приложения [3].

Современное поколение все активнее начинает пользоваться NFC и закрытыми платежными системами, такими как Apple Pay, Samsung Pay, Android Pay, что влечет исчезновение потребности в пластиковой карте. Клиент просто загрузит на свой телефон платежное приложение, подключенное к банку, что позволит перестать использовать номера карт, так как это небезопасно. Механизм оплаты станет более простым, клиент просто нажмет пальцем на телефон, пройдет аутентификацию по отпечатку пальца и получит уведомление о совершении платежа. В мире реального времени, в котором потребители вовлечены в финансовые процессы, банки уже не будут продавать клиентам кусочек пластика, они по-прежнему будут продавать кредит, но не карточки [3].

Рассмотрим сценарий, при котором в 2025 году клиент покупает сервис, в рамках которого ему гарантирован доступ к личному автомобилю с автопилотом на несколько часов каждый день, или же он в складчину покупает такой автомобиль вместе с друзьями или коллегами. Электронный кошелек и автопилот будут связаны с коллективным банковским счетом собственников, который станет инструментом распределения затрат на владение транспортным средством, таких как плата за электричество, услуги парковки, регистрационные сборы и так далее. Владельцы просто будут регулярно пополнять свой общий счет, остальное машина сделает сама через собственный электронный кошелек [3].

Электронный кошелек автомобиля будет подобен дебетовой карте, которую клиенты сегодня носят в своем бумажнике, но с одним существенным отличием: владелец машины не будет являться владельцем ее электронного кошелька, теоретически кошелек будет собственностью машины. Люди, которые к нему подключены, могут меняться, как меняются владельцы автомобилей, а кошелек будет оставаться прежним, просто будут меняться собственники, с которыми он связан. В принципе, уже в наши дни современный банк с определенными допущениями может обработать такой процесс, но существующая процедура будет довольно непростой: все совладельцы должны будут явиться в банк, подписать документы, пройти процедуру идентификации личности, предоставить автомобиль [3].

В ближайшем будущем любым умным устройствам, как и автомобилю с автопилотом, потребуется независимый доступ к банковской системе через собственный электронный кошелек. Любой искусственный интеллект, который взаимодействует с внешним миром, через свой кошелек будет самостоятельно обслуживать некоторые процессы. Рассмотрим несколько примеров умных устройств: умный холодильник будет заказывать продукты, умный дом будет и производить, и потреблять электричество и данные, солнечные батареи будут направлять излишки энергии в общую сеть.

Будущее банковских продуктов напрямую связано с клиентами и заключается в том, что они должны быть интегрированы в жизнь клиента таким образом, чтобы не возникало никаких препятствий при взаимодействии с банком. В настоящее время есть немаловажная проблема взаимодействия, которая заключается в том, что каждый раз, когда сотрудник банка кладет перед клиентом какой-то документ, банк создает дополнительную преграду, что не позволяет банку сразу заработать или выстроить взаимоотношения с потребителем. В связи с этой проблемой банки пока не могут взаимодействовать с клиентом через iPad или умный автомобиль [3].

Необанки — важнейший этап эволюции финансовых технологий. Решением данной проблемы может стать массовое появление и развитие необанков. Термины «необанк» широко используются для описания банковских организаций, начинающих деятельность с нуля и не полагающихся на поддержку бэк-офиса других банков. Хотя начали свою деятельность необанки в Великобритании, в 2016 году они станут появляться по всему миру.

Корень «нео» в переводе с греческого означает «молодой» и «новый», следовательно, необанки можно определить как те же банки, но только обновленные и модернизированные. Так как любая модернизация в настоящее время означает оцифровку и уход в интернет, то необанки представляют собой обычные банки, но без физических отделений, а для оказания услуг используют мобильные приложения и сайты [1].

Необанки иногда называют онлайн-банками или директ-банками, а в Великобритании их относят к challenger banks, что означает «банк-претендент» или «возражающий против чего-либо, оспаривающий что-либо банк», так как изначально такие банки выступали с планами отхватить тот сегмент клиентов, которые были недовольны уровнем обслуживания в привычных кредитных учреждениях [1].

Список услуг в необанках выглядит как и у традиционного банка:

- счета и операции по ним;
- кредиты;
- управление капиталом;
- инвестиции;
- депозиты и так далее.

В настоящий момент необанки начинают использовать и новые форматы, такие как:

- P2P-кредитование;
- краудфандинговые платформы;
- финансовые роботы-консультанты;
- криптовалюты.

К необанкам относятся финансовые организации, работающие, как правило, только через интернет, без офисов, а также специализирующиеся на электронной коммерции. Такие виды услуг зависят от экономического и технологического развития страны, принятой законодательной базы и наличия зрелой банковской сферы.

Преимущество небанков для самих банков заключается в минимизации затрат (отсутствие офисов, бумажного документооборота и т.д.), благодаря чему повышается скорость обслуживания, появляются супердешевые тарифы, «персональный» подход, а преимущества для клиента — это экономия и удобство, так как стоимость услуг снижается. При этом банк снабжает свое решение какой-то полезной функцией, например, для юридических лиц — возможностью сдавать отчетность в налоговую службу, для физических лиц это может быть PFM (управление личными финансами), или «Домашняя бухгалтерия», управление пенсионными накоплениями [1].

Развитие небанков в России и Европе. Небанки появились достаточно давно. Крупные глобальные банки экспериментируют с данным форматом уже более 10 лет и создают, например, Bank Direct от ASB Bank и Hello bank от BNP Paribas. В России также имеются подобные опыты — Интерактивный банк, Рокетбанк, Touch Bank, банк «Точка», Тинькофф банк и так далее.

Рассмотрим более подробно примеры небанков в России:

1. Интерактивный банк или iBANK — это система дистанционного банковского обслуживания через Интернет, в которой объединены все традиционные услуги интернет-банкинга и передовые разработки в данной области. Сервис неоднократно признавался лучшим в нише виртуального банкинга в России, вошел в число лидеров рейтинга Business Internet Banking Rank 2015 от агентства Marksw Webb Rank & Report [4].

Для получения доступа к личному кабинету Интерактивного банка нужно открыть счет (карточный, текущий, виртуальный, депозитный, расчетный) и подписать универсальный договор. Это можно сделать на сайте iBANK, следует ознакомиться с условиями предоставления дистанционных банковских услуг, заполнить и отправить анкету. Документы для подписания и банковскую карту привезет по указанному в заявке адресу сотрудник Интерактивного банка. После получения карты и подписания договора можно зайти на сайт банка и осуществить вход в систему Интерактивного банка, используя логин, выданный сотрудником iBANK [4].

2. Рокетбанк — это дебетовая банковская карта в комплекте с приложением для iPhone (версии для Android нет и пока не предвидится). Карта выпускается банком Интеркоммерц, в нем же хранятся деньги клиентов, зачисленные на карту — на этом участие банка заканчивается и начинается компетенция отдельной IT команды [5].

Рокетбанк не имеет офиса как такового. Чтобы стать их клиентом, нужно скачать официальное одноименное приложение в App Store. Получение карты проходит в три этапа. Вначале нужно оформить короткую заявку — оставить электронную почту, на которую будет отправлено «приглашение». Затем клиент заполняет личные данные в анкете, которая придет в ответном письме. Банк анкету одобряет, и через неделю клиент получает свою пластиковую карту. Не кредитную, а дебетовую [6].

Качественное приложения для смартфона изначально было главным и единственным преимуществом карты Рокетбанка, но теперь у карты есть еще несколько плюсов:

- приложение группирует все расходы по категориям, и клиент может легко посмотреть, куда тратится бюджет. По операциям организован текстовый поиск на русском языке. Еще одна удобная вещь — совместный бюджет;

- есть уникальна система денежных переводов. Как она работает: в записной книжке клиент выбираете имя, вбиваете сумму и отправляете деньги. Получателю приходит смс и он сам решает, куда зачислить полученную сумму — на телефон или на карту;

- служба поддержки отвечает в чате в реальном времени.

Все услуги и возможности по карте Рокетбанка объединены одним тарифом — 290 рублей в месяц. Других сборов не будет [6].

3. Touch Bank — онлайн-банк европейской финансовой группы OTP Group, одной из лидеров банковского рынка Центральной и Восточной Европы. Touch Bank работает по лицензии российского АО «ОТП Банк» в соответствии с требованиями российского законодательства о банковской деятельности.

Touch Bank предоставляет комплекс услуг на базе multifunctionальной банковской карты, который включает в себя депозитный вклад, счета в валюте, кредит, функцию cash back, удобное пополнение и переводы, платежи и расчеты, а также сервисы дистанционного онлайн-обслуживания — интернет-банк и мобильный банк [7].

В настоящее время сервис Touch Bank представлен в Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Самаре, Волгограде, Казани, Уфе, Перми, Екатеринбурге, Челябинске и Новосибирске.

Для подключения сервиса необходимо оставить заявку на сайте Touch Bank. После принятия банком решения карта бесплатно доставляется клиенту в течение суток. Активировать карту можно через интернет-банк или позвонив по бесплатному номеру справочного центра. Банковская карта может быть предоставлена с кредитным лимитом. По карте действует программа лояльности, в рамках которой клиенту возвращается 1% от стоимости любых покупок и до 3% от стоимости покупок по любимым категориям. Условиями тарифа предусмотрено бесплатное снятие наличных по всему миру за счет собственных средств. Карта выпускается с чипом и технологией Pay Pass [7].

Клиенты Touch Bank получают возможность открытия накопительного счета с начислением на остаток в рублях 9% годовых. Держателям карты предоставляются полноценные интернет-банк и мобильный банк, которые позволяют открывать и закрывать счета и вклады, настраивать лимиты использования средств, переводить средства по номеру карты. В рамках действующего тарифа межбанковские переводы осуществляются бесплатно [7].

4. Банк «Точка». Появление проекта «Точка» связано с отзывом лицензии у Банка24.ру в сентябре 2014 года.

После отзыва лицензии команда банка в полном составе вошла в Ханты-Мансийский Банк «Открытие», создав новый проект, получившим название «Точка». Это банк для малого и среднего бизнеса, представляющий отдельный, более продвинутый, но и более дорогой сервис. В новой жизни бизнес-модель «Точки» подразумевает полностью удаленное обслуживание [8].

«Точка» может очень многое. В ней можно управлять счетами юридического и физического лица, что крайне удобно для «физюриков». Так, индивидуальный предприниматель может свободно, из одного интернет-банка, оплачивать счета и выставлять счета контрагентам и в то же время перечислять деньги на свой собственный счет и платить с него уже как физическое лицо. Все возможности собраны в простом вертикальном двухуровневом меню [8].

«Точка» представляет собой уже не просто систему интернет-банкинга для юридических лиц. По своему функционалу она заходит на территорию некоторых веб-сервисов для предпринимателей, позволяя обойтись меньшим арсеналом инструментов. При этом ее широкие возможности стоят несколько дороже, чем «голый» интернет-банк, это уже сервис более высокого уровня. «Точка» определенно нужна не каждому бизнесмену. Но для тех, кто попадает в ее целевую аудиторию, она очень удобна [8].

5. Тинькофф банк — российский коммерческий банк, сфокусированный полностью на дистанционном обслуживании, не имеющий розничных отделений и банкоматов, единственный в России полностью онлайн-банк.

Тинькофф признан лучшим интернет-банком в 2012 году и до сих пор сохраняет свои позиции. Финансовые аналитики всемирно известного издания Global Finance считают самым удобным, многофункциональным и, главное, простым в использовании именно этот сетевой банк. Одним из наиболее значительных преимуществ использования данного интернет-банка является непрерывное действие акций и программы обеспечения скидок.

По состоянию на первое января 2016 года Тинькофф банк занимает 49-е место по объёму активов и 44-е — по собственному капиталу среди российских банков. Банк имеет долгосрочные рейтинги В+ от агентства Fitch Ratings и В2 от Moody's. Банк широко использует системы автоматизации для совершенствования бизнес-процессов: голосовую идентификацию для защиты от мошенников и ускорения работы колл-центра, а также технологии обработки «больших данных», в том числе данных из социальных сетей, для прогнозирования рисков с возвратом задолженности.

Однако в России особенного распространения необанков в ближайшее время не предвидится. Немного позднее, при стабилизации обстановки в банковской сфере, возможен рост популярности необанков. Возможно, этому будет способствовать очередной технологический прорыв, который упростит и удешевит использование электронной подписи на мобильных устройствах

для физических лиц. На текущий момент модель необанка можно использовать как удобную систему для платежей и переводов, позволяющую гибко и в режиме онлайн управлять личными средствами, например, если у клиента есть счета и карты и от Qiwi, и от Яндекс.Денег, а также в Тинькофф Банке, Альфа-Банке и Сбербанке [1].

Необанк — это относительно новый тренд в финансах. Пока на рынке не так много финансовых учреждений, которые успешно отказались от традиционного банкинга и физических отделений в пользу мобильных приложений, видеочатов и робо-консультирования. Банки, которые уже перешли на новые стандарты финансовых услуг, все равно в какой-то мере зависят от банков с многовековыми традициями. Например, один из самых инновационных банков Европы — Number26 позволяет открывать счета с помощью мобильного, но фактически деньги будут храниться в банке-партнере — Wirecard Bank [1].

Несмотря на небольшой интерес к необанкам, инвесторы вкладывают в них крупные суммы, регуляторы разрешают им работать на рынке, а мегаполисы обещают ослабить налоговую нагрузку, ради того, чтобы получить звание FinTech-столиц.

В таблице 1 представлены самые известные необанки Европы.

Далее дадим краткую характеристику известных европейских необанков, представленного в таблице 1.

1. Atom Bank — один из самых известных британских банков, который, еще даже не открылся. Руководство обещает запуститься чуть позже в 2016-м. Его популярность обусловлена тем, что Atom Bank первым в стране получил банковскую лицензию от Банка Англии на оказание услуг исключительно через мобильное приложение. То есть клиенту банка необходимо скачать мобильное приложение, зарегистрироваться в нем, выбрать тип счета, сфотографировать в приложении свое удостоверение личности и указать несколько деталей в личном профиле — и все, можно пользоваться. В ближайших планах — консалтинг, выдача кредитов, ипотек и оформление депозитов [1].

2. Number26 — этот необанк называют одним из прорывов этого года. Изначально он создавался для жителей Германии и Австрии, а сейчас доступен также во Франции, Греции, Ирландии, Италии, Словакии и Испании.

По словам представителей банка, открыть счет в Number26 можно за 8 минут, просто скачав соответствующее приложение для смартфона на платформе iOS или Android. Для подтверждения личности используется видео-звонок, в ходе которого клиент показывает свое удостоверение. После этого пользователь может совершать денежные переводы и получить карту MasterCard [1].

Партнером банка является еще один немецкий банк — Wirecard Bank, у которого есть банковская лицензия в Германии. Также в Number26 утверждают, что его клиенты не платят никаких сборов за использование карты, в том числе за пределами Европы, а также за ведение счета.

Таблица 1. Популярные небанки Европы

Название банка, страна	Валюта	Наличие банковской лицензии	Что нужно для открытия счета	Выпуск банковской карты к счету	Обслуживание счета	Предоставляемые услуги
Atom Bank, Великобритания	GBP	есть	скачать приложение, отсканировать удостоверение личности	нет, но обещают, что скоро будет	бесплатное	денежные переводы, операции по счету, платежи
Number26, Германия	EUR	нет, но она есть у банка-партнера — немецкого Wirecard Bank	указать e-mail и страну проживания, сделать видео-звонок, показать удостоверение личности	есть, MasterCard	бесплатное, плюс бесплатное снятие наличных	денежные переводы, операции по счету, платежи, овердрафт
Nemea, Мальта	EUR, USD, GBP, CAD, AUD, CHF	да, плюс есть лицензия на инвестиционные услуги	заполнить анкету на сайте, перевести с другого активного счета минимум 50 евро, через два дня счетом можно пользоваться	пока нет, но обещают, что скоро будет дебетовая Mastercard	бесплатное, получение платежей в евро без комиссии, отправка — за 0,9 евро	денежные переводы (есть собственная платежная система Nemea Instant Payment), операции по счету, платежи, сберегательные и бизнес-счета, депозиты, в ближайших планах — запустить услуги по кредитованию
Fidor Bank, Германия	EUR	есть	указать e-mail и телефон, затем пройти по ссылке из присланного банком письма, подтвердить личность можно в любом почтовом отделении, куда нужно прийти с удостоверением личности	есть, MasterCard	бесплатное	денежные переводы, операции по счету, платежи, сберегательные и бизнес-счета, кредитование, взаимное кредитование, страхование, биржевые операции
Saxo Bank, Дания	EUR, AUD, CAD, DKK, USD, HKD, JPY, NZD, NOK, SGD, SEK, CHF, GBP	есть, но специализируется банк на инвестициях, традиционные банковские услуги не оказывает	в банке можно открыть торговый счет — минимальная сумма баланса не менее 10 тыс. долларов США, но есть и пробный бесплатный вариант. Далее процедура стандартная — онлайн-заявка, подтверждение личности (паспорт) и перевод на счет необходимой суммы.	нет	бесплатное, но есть комиссия по остатку на счете	Forex, биржевые опционы, фьючерсы, акции, индексы, сделки с валютами и драгоценными металлами, страхование
Sberbank Direct и VTB Direct, Германия	EUR	есть (это немецкие «дочки» австрийских банков Sberbank Europe и VTB Austria)	текущий банковский счет и мобильный номер в Германии, а также ПМЖ этой страны. Заявка оформляется онлайн, можно подтвердить личность по видео-чату.	нет	бесплатное	сберегательные счета и вклады

В качестве банкоматов клиенты Number26 могут использовать магазины и аптеки, где есть возможность пополнить счет или снять наличные, а уведомление о транзакциях приходит в приложение, а не в качестве смс, что удобно, например, для путешественников.

3. Nemea — этот банк предлагает чуть ли не самую простую процедуру по открытию счета в евро в Европе — нужно быть старше 16 лет, иметь какой-нибудь электронный счет для подтверждения места проживания, фотографию паспорта или удостоверения личности, а также скаченное приложение Nemea. Банк работает с клиентами из 31 страны мира, а сервис клиентской поддержки доступен на шести языках.

Банк предлагает весьма низкие по европейским меркам ставки по срочным вкладам — до 3,5% годовых за пятилетний депозит, минимальный вклад — 1 тыс. евро [1].

4. Fidor Bank — легендарный немецкий банк, основанный еще в 2009 году, с осени 2015 года работает и в Великобритании, хотя пока британские операции ограничиваются сделками с ценными бумагами и денежными переводами.

Fidor Bank предлагает клиентам смарт-аккаунт с 25 функциями, среди них: традиционные платежи, переводы на смартфон, электронную почту, Twitter-аккаунт, сберегательные сертификаты, микро-кредиты в один клик, обмен валюты, покупка драгметаллов, взаимное кредитование (peer-to-peer), социальное брокерство (копирование поведения других брокеров) и многое другое.

Кредитное учреждение основало собственное интернет-сообщество, в рамках которого участники могут делиться опытом работы с деньгами, будь то кредиты, онлайн-переводы или вложения в биткоины. Все продукты Fidor Bank и участники сообщества имеют свой пользовательский рейтинг. Банк также поощряет предложения по новым продуктам и услугам [1].

5. Saxo Bank специализируется на онлайн-инвестициях на международных рынках капитала и предоставляет клиентам возможность торговать широким спектром финансовых инструментов: валютой, акциями, контрактами на разницу, фьючерсами, опционами и другими деривативами, а также оказывает услуги по доверительному управлению. Торговля осуществляется в режиме онлайн через торговую платформу SaxoTrader, которая является собственной разработкой банка. Основан в 1992 году, банковскую лицензию получил в 2001-м.

Недавно банк заявил о планах кардинально изменить систему международных платежей с помощью своей платформы Saxo Payments, которая, по утверждению Saxo Bank, работает гораздо быстрее традиционной, так как платежи совершаются мгновенно, а комиссии за их перевод «незначительные».

Сейчас с создателями платформы Saxo Payments судятся несколько организаций. В Saxo Bank считают, что это происходит из-за того, что начинающие финансовые компании более мобильны и легче приспосабливаются

к новинкам (таким, как Saxo Payments), что невыгодно крупным банкам, теряющим из-за этого прибыль [1].

6. Sberbank Direct и VTB Direct — это европейские дочерние представительства российских банков ВТБ и Сбербанка. Работают с физлицами, занимаются платежами и депозитами. У Сбербанка даже есть своя платежная система Direct Pay — для прямых переводов в Россию. Заполнить заявку на открытие счета можно онлайн, подтвердить свою личность — через видео-звонок. Плюсы этих банков — наличие русскоговорящего персонала, а у Сбербанка — сайта на русском языке. Минусы — услуги доступны только тем, кто живет в Германии и имеет местный телефон.

Sberbank Direct был запущен Сбербанком в июле 2014 года, а по состоянию на 2 июня 2015 года количество клиентов достигло 46 тыс., объем депозитов — 1,6 млрд. евро. Успешные результаты даже позволили Sberbank Europe вернуть кредит в 1 млрд. евро своей материнской структуре [1].

Также есть несколько перспективных финансовых сервисов, которые вполне можно назвать небанками, пусть и частично. Рассмотрим некоторые из них:

1. MoneyFarm, Италия. Занимается предоставлением цифровых услуг в рамках управления капиталом (wealth management), готовится к выходу на рынок Великобритании. Запущен в 2012 году в Италии, имеет уже 50 тыс. зарегистрированных пользователей и успел открыть офис в Хорватии и в Лондоне (в рамках подготовки к полноценному запуску своих услуг в следующем году).

Зарегистрироваться в качестве клиента можно на сайте или через мобильное приложение, затем необходимо заполнить анкету, указав в числе прочего цели своих вложений, после чего система автоматически выберет для инвестора подходящие проекты, предоставив инвестиционное портфолио [1].

2. TransferWise, Великобритания-Эстония. Предоставляет услуги по денежным переводам в обход банков (peer-to-peer). Сервис поддерживает переводы в 30 мировых валютах, включая доллар США, работает в 52 странах и имеет офисы в Великобритании, Эстонии, Украине и США. Заполучил в инвесторы легенду неформального бизнеса Ричарда Бэнсона и бывшего исполнительного директора Citigroup Викрама Пандита. Обычная комиссия за переводы TransferWise составляет 0,5%. Чтобы начать работу, нужно сделать карточный или банковский перевод [1].

3. Kreditech, Германия. Активно работает на рынках России (под брендом «Займо»), Польши, Чехии, Испании и Мексики и специализируется на выдаче микрокредитов онлайн клиентам с небольшой кредитной историей (таким клиентам в банках обычно отказывают).

Kreditech известен тем, что разработал уникальную технологию оценки кредитоспособности заемщика, не зависящую от кредитной истории. Компания использует различные источники данных: поисковую историю, социальные сети, историю платежей и т.д. Такая методология

позволила Kreditech добиться самого низкого процента по задолженности клиентов по кредитам на европейском рынке [1].

4. Monese, Великобритания. Ориентирован на иммигрантов, которым затруднительно открыть счет в британских банках, и предлагает банковские продукты через мобильное приложение. Стартап позволяет иммигрантам мгновенно открыть расчетный счет онлайн, получив при этом традиционный пакет услуг, включая бесконтактные карты, а также обещает клиентам недорогие международные платежи. Для открытия счета достаточно отсканировать паспорт и сделать сэлфи — процесс занимает всего несколько минут. Monese основан выходцем из Эстонии Норрисом Коппелем [1].

5. Jifly, Италия. Представляет собой мобильное приложение, которое позволяет совершать денежные переводы между пользователями (P2P-платежи) быстро при помощи одних только номеров в телефонной книге смартфона — потому что синхронизируется с основным банком пользователя.

На итальянском финансовом рынке с Jifly сотрудничает около 50 банков. В рамках продвижения своего бизнеса в Германии компания намерена сделать упор на наличие SEPA-платежей, что делает сервис доступным не только физлицам, но и организациям, работающим в Единой зоне платежей в евро [1].

6. Mintos, Латвия. Предоставляет услуги посредника в сделках по взаимному кредитованию. Сейчас имеет более 2,2 тыс. пользователей, с его помощью оформлено кредитов на 4 млн. евро. Есть русскоязычная версия сайта. Принцип работы: заемщик подает заявку на кредит в кредитной организации, с которой сотрудничает Mintos, затем кредитная организация рассматривает заявку и определяет процентную ставку для каждого клиента индивидуально и из своих средств выдает нужную сумму денег заемщику. Далее эти займы публикуются на платформе взаимного кредитования Mintos, где как частные, так и институциональные инвесторы выбирают, в какие займы производить вклады, ежемесячно получая возврат основной суммы и процентов [1].

Отношение к электронным финансовым стартапам остается неоднозначным, одни считают их недостойными внимания, другие же склонны видеть в них разрушителей существующего банковского мира. В последнее время видно, что у электронных сервисов далеко не все гладко, есть множество проблем. GoBank, начинавший как сервис, в котором можно было зарегистрироваться с помощью смартфона, заявил, что теперь клиенту нужно купить «начальный пакет» в магазине, что явно усложняет процесс. Simple терпит очень долгосрочные проблемы с проведением платежей и переводов. Конечно, интеграция с социальными сетями и неформальное общение интересны, но технические проблемы намного хуже проблем с сервисом [9].

Нельзя не остановиться и на вопросе лицензирования небанков. Небанки в России, такие как Рокетбанк,

Touch Bank, банк «Точка», по факту не являются самостоятельными банками, это сервисы финансовых услуг настоящих банков.

Из зарубежных небанков лицензию на самостоятельную банковскую деятельность пока имеют считанные единицы. Например, немецкий Fidor Bank и британский Atombank.

Летом 2015 года Банк Англии впервые выдал лицензию полностью мобильному банку — Atom Bank. К настоящему моменту он первый и пока единственный банк в стране, который получил лицензию на оказание услуг исключительно через мобильные приложения и интернет-портал. В ноябре 2015 года испанский банк BBVA вложил в Atom Bank 45 млн. фунтов стерлингов и стал его крупнейшим инвестором с долей в 29,5%. С учетом инвестиций от BBVA общий объем средств, привлеченных небанком всего за 18 месяцев работы, достиг 135 млн. фунтов, особенно с учетом того, что для клиентов банк пока не открылся [10].

Наряду с руководством BBVA финансовую поддержку Atom Bank оказали и другие крупные компании финансовой индустрии, включая Нейла Вудфорда, главу инвестиционного фонда Woodford Investment Management, и Джима О’Нила, бывшего руководителя подразделения глобальных исследований в Goldman Sachs. О’Нил известен, в частности, тем, что именно ему принадлежит авторство термина BRICS [10].

Atom Bank получил лицензию на осуществление банковской деятельности в первой половине 2015 года. В настоящее время в очереди за лицензией от регулятора стоят еще два британских небанка: Starling и Mondo [10].

Рассмотрим несколько вариантов развития небанков в ближайшем будущем:

1. Небанки могут быть поглощены традиционными игроками для развития электронных каналов. Новые игроки могут быть интересны банкам как приносящие технологически подкованную клиентскую базу, позволяющие сделать технологический скачок в сфере электронных каналов. Небанков не так много, но количество стартапов, которые хотят ими быть, довольно велико. И это может стать для банков путем к обновлению электронных финансовых сервисов [9].

2. Традиционные банки могут создавать свои электронные небанки под новым брендом. В небанках нет каких-то секретных алгоритмов, интеллектуальной собственности и других ноу-хау, поэтому многие банки более чем способны создать нечто подобное. На самом деле есть уже немало примеров, когда такие сервисы создавались, например UBank (NAB), BankDirect (ASB), Blink (Banamex) или HelloBank (BNP Paribas). Запуская новые бренды, традиционные банки проверяют модель электронного бизнеса [9].

3. Небанки возможно и исчезнут, но вначале они могут подтолкнуть банки на развитие электронных сервисов. Сейчас банки новой волны полагаются на депозиты в традиционных банках, что делает их просто сер-

висами предоплаченных карт с некоторыми добавочными функциями. Это накладывает на них ограничения, они не могут быть во много лучше банков, на которые полагаются, и это может стать фактором, мешающим им привлекать клиентов, и, в конечном итоге, ставит под сомнение их выживание [9].

4. Небанки продолжать своё развитие и в ближайшие несколько лет появятся десятки, если не сотни небанков.

Причины, по которым произойдет рост популярности небанков могут быть следующие [9]:

– Simple с BBVA. Международная банковская группа BBVA приобрела проект Simple за \$117 млн., выкупив его у инвесторов, среди которых был российский венчурный фонд «Лайф.Среда»;

– P2P-кредиты дают возможность повысить прибыльность. В то время как интерчейндже много не зарабатываешь, небанки могут размещать депозиты в кредитах;

– сторонние сервисы по контролю финансовой жизни становятся нормой. Mint и Yodlee помогают отслеживать траты по всем счетам; BillGuard ищет, где пользователь переплатил или был обманут; CreditCarma отслеживает кредитный балл, а BrightScore анализирует пенсионные инвестиции. Пока пользователи не слишком доверяют сторонним небанковским сервисам, но со временем отношение явно меняется;

– настоящий банк создать гораздо сложнее. Если 10 лет назад каждый месяц в США открывалось около десятка новых банков, то за последние три года был создан всего один. Так что если кто-то хочет запустить банковский бизнес, он, скорее всего, выберет небанковскую модель.

Выводы. Прибыльность кредитного бизнеса в настоящее время сокращается, поэтому банки переходят к транзакционному бизнесу, который, в свою очередь не слишком прибылен сам по себе. Зарабатывать на транзакционном бизнесе можно лишь привнося в него какую-то дополнительную ценность, а именно в этом соревнуются небанковские сервисы. Кроме того, поколение Y не только привязано к технологиями, но и гораздо более вовлечено в управление своими финансами, а это, опять же, то, что хорошо умеют реализовывать небанки [9].

Переход к одной из моделей цифрового банкинга — это нечто большее, чем просто ребрендинг или замена отделений на мобильный банкинг и онлайн-платформу, он требует максимальной персонализации цифровых взаимодействий с клиентом и добавления цифрового удобства в базовые транзакции. Самосовершенствование банковских организаций, конечно, необязательно, ведь выживание на изменяющемся рынке — дело добровольное, но новые технологии, финтехконкуренты и изменения в клиентских ожиданиях представляют собой не только вызовы, но и возможности для банковских организаций [2].

Сейчас невозможно утверждать, что выживут текущие игроки, но это не значит, что вся индустрия небанков ничего не стоит. Так как небанки относятся к финтех-компаниям, то их будущее в Европе и США пока представляется экспертам весьма перспективным. Отрасль стала настолько популярной, что мировые финансовые столицы, такие как Лондон и Нью-Йорк, готовы бороться за звание глобального финтех-центра и заманивают стартапы и небанки выгодными условиями по регистрации и налогообложению.

Литература:

1. Что такое небанки и почему за ними будущее: [Электронный ресурс] URL: <http://www.banks.eu/> (дата обращения 20.03.2016)
2. IBM сформулировала четыре модели цифрового банкинга: [Электронный ресурс] URL: <http://www.bank.uz/> (дата обращения 18.03.2016)
3. А. Ларионов. Почему не стоит недооценивать влияние финтеха на традиционные банковские продукты. /А. Ларионов.//BANKIR.RU. — 29.12.2015.: [Электронный ресурс] URL: <http://www.bankir.ru/> (дата обращения 21.03.2016)
4. Интернет-банк iBANK Онлайн: [Электронный ресурс] URL: <http://www.banking-kong.ru/> (дата обращения 15.03.2016)
5. Банковская ракета: обзор Rocketbank: [Электронный ресурс] URL: <http://www.bankcreditcard.ru/> (дата обращения 17.03.2016)
6. Н. Горяинов. Рокетбанк. Интереснее, чем банк. /Н. Горяинов.//. — iPhones.ru. — 08.10.2013.: [Электронный ресурс] URL: <http://www.iphones.ru/> (дата обращения 23.03.2016)
7. Touch Bank: [Электронный ресурс] URL: <http://www.banki.ru/> (дата обращения 20.03.2016)
8. «Точка». Не конец предложения: [Электронный ресурс] URL: <http://www.banki.ru/> (дата обращения 19.03.2016)
9. Есть ли у «нео-банков» будущее. Инновационные и традиционные банки: [Электронный ресурс] URL: <http://www.gebanking.ru/> (дата обращения 19.03.2016)
10. С. Николаев. Небанки — абсолютно новое явление на британском финансовом рынке. /С. Николаев. // . — BANKIR.RU. — 01.12.2015.: [Электронный ресурс] URL: <http://www.bankir.ru/> (дата обращения 21.03.2016)

Оценка роли маркетинговых механизмов в продвижении услуг общественного питания

Сёмкин Владимир Владимирович, студент

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

Бизнес в сфере общественного питания отличается от всех остальных видов бизнеса. Это предприятие, которое объединяет в себе искусство и традиции, механизмы деятельности и опыт маркетологов, философию обслуживания и концепцию формирования потенциальной аудитории. Из года в год ресторанный бизнес стремительно развивается. Идет серьезная конкурентная борьба за посетителей.

Именно этот фактор заставляет топ-менеджеров продумывать не только основную стратегию и стиль деятельности ресторана, но и детали, придающие заведению уникальность и неповторимость. Только при формировании грамотно разработанной концепции и последовательного комплексного внедрения всех составляющих ресторанного бизнеса, гарантирован успех в развитии деятельности ресторана [2, с.45].

Заведения общественного питания играют важную роль в жизни человека. Помимо удовлетворения физиологических нужд в питании, «выход» в ресторан несет важную социальную функцию. Человеку нужно не только есть, но и общаться. Предприятия общественного питания — это одни из немногих мест, где работают все органы чувств, которые генерируют общее чувство удовлетворения.

Эффективная работа предприятия общественного питания зависит от нескольких факторов, среди которых главное место занимает маркетинг.

Маркетинг — это вид деятельности либо производственная в ее результате продукция, целью которых является реализация сбытовых или других задач промышленных, сервисных предприятий и общественных организаций путем распространения оплаченной ими информации, сформированной таким образом, чтобы оказывать усиленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание, вызывая заданную реакцию выбранной потребительской аудитории [1, с.90].

Маркетинг получил широкое распространение, так как он служит для осуществления практической цели. В условиях примитивной экономики или в странах, где численность населения невелика, продавец и покупатель могут общаться напрямую, лично, при этом не возникает потребности в чем-то большем, чем совершение простой сделки между двумя индивидами.

В противовес, в индустриализированном обществе персональная сделка нуждается в дополнении и подкреплении — с помощью системы непрямого обмена информацией и, среди всего прочего, с помощью рекламы. Реклама служит конкретной цели, которая обусловлена масштабом, размером, расстоянием, соображениями удобства и стоимостью.

Маркетинг — это не просто движущая сила для коммерческих организаций и крупной промышленности, а обоюдовыгодный инструмент. Определение эффективности маркетинговых механизмов, как важного контролирующего элемента деятельности, является актуальной проблемой и нуждается в более детальной практической разработке [4, с.67].

Сфера услуг общественного питания является одной из наиболее перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики. Сегодня уже практически не осталось предприятий, которые в той или иной степени не оказывали бы услуги, или, по крайней мере, не соприкасались бы с ними.

Любое предприятие общественного питания должно уделять внимание не только разработке хороших услуг, установлению на них привлекательной цены и приближению к ним потребителей целевого рынка; оно также должно иметь непрерывную коммуникационную связь с существующими и потенциальными клиентами, а значит, играть роль «источника коммуникации и генератора различных средств продвижения информации об услугах на рынки».

В процессе маркетинговых коммуникаций участвуют: коммуникатор, посылающий информацию; адресат, принимающий информацию; сама информация; коммуникационная система, несущая информацию, о которой хочет поведать коммуникатор.

Являясь одним из важнейших элементов комплекса маркетинга, система маркетинговых коммуникаций, в конечном итоге, способствует достижению общих маркетинговых целей любой фирмы отрасли туризма, в том числе и предприятия общественного питания.

Маркетинг предприятий общественного питания представляет собой систему взаимосвязанных мероприятий, охватывающих, определенный период времени и предусматривающих комплекс применения рекламных средств для достижения рекламодателем конкретной маркетинговой цели.

Маркетинговая деятельность отличается разнообразием по многим признакам, главные из которых перечислены ниже:

- по основному объекту маркетингового продвижения можно выделить кампании по рекламе: товаров и услуг; предприятий, фирм, формирующие имидж;
- по преследуемым целям маркетинговые механизмы могут быть: вводящие, обеспечивающие внедрение на рынок новых товаров и услуг; утверждающие, способствующие росту сбыта товаров, услуг; напоминающие, обеспечивающие поддержание спроса на товары, услуги;

- по территориальному охвату маркетинговые механизмы делят на: локальные; региональные; национальные; международные;
- по интенсивности воздействия маркетинговые механизмы бывают:
 - ровные, предусматривающие равномерное распределение маркетинговых механизмов одинаковых размеров и объемов во времени;
 - нарастающие кампании строятся по принципу усиления воздействия на аудиторию;
 - нисходящие маркетинговые механизмы являются наиболее приемлемым видом при рекламировании ограниченной по объему партии товара [3, с.70]. Основные черты коммерческой пропаганды как вида маркетинговых коммуникаций предприятий общественного питания:
 - широкий охват потребительской аудитории;
 - достоверность;
 - многообразие применяемых форм;
 - ориентированность на долговременную перспективу;

Литература:

1. Разумовская, А. Л.: PRO ДВИЖЕНИЕ / А. Л. Разумовская. — СПб.: Кафетория, 2012. — 321 с.
2. Реклама и продвижение товаров = Advertising communications and promotion management / Джон Р. Росситер, Ларри Перси; пер. с англ. под общ. ред. Л. А. Волковой. — СПб.: Кафетория, 2011. — 651 с.
3. Самарина, С. Реклама в коммерческой деятельности / С. Самарина, С. Калугина // Маркетинг. — 2013. — № 4. — С.66–71.
4. Суименко, Е. Реклама: экономические функции и психологический террор / Е. Суименко // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2014. — № 1. — С. 135–151.

Технологии продвижения в условиях кризиса

Сарычева Елена Николаевна, старший преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации

Эффективность продвижения обусловлена разработкой индивидуальной программы по продвижению для конкретного предприятия или продукта.

Программа по продвижению — это комплекс маркетинговых коммуникаций, который определяет сообщения или последовательность сообщений, которые должны быть доставлены конкретной целевой аудитории при помощи оптимального коммуникационного набора (комплекса коммуникаций) [5].

Комплекс маркетинговых коммуникаций, называемый также комплексом продвижения (четвертый элемент комплекса маркетинга), состоит из четырех основных средств воздействия: рекламы, стимулирования сбыта, пропаганды и личной продажи, а задача маркетолога проанализировать рынок и сделать выбор из всего комплекса в отношении определенного элемента.

Ключевые слова: программа по продвижения, комплекс маркетинга, анализ потребителей, исследования, покупки, продажи.

Анализ эффективности продвижения — определение уровня влияния средств по продвижению на потребителя до и впоследствии реализации предприятием программы маркетинговых коммуникаций по продвижению.

– относительно невысокая средняя стоимость одного контакта с целевой аудиторией;

– повествовательная форма изложения информации, претендующая на объективность.

Участие в специализированных выставках и ярмарках представляет предприятию общественного питания очень широкие возможности одновременного распространения и получения широкого спектра экономической, организационной, технической и коммерческой информации при относительно доступной ее стоимости. Подобное участие в выставках и ярмарках представляет собой единый комплекс таких приемов и средств продвижения маркетингового продвижения товаров и услуг, как реклама, пропаганда, личная продажа.

Таким образом, роль маркетинговых механизмов в продвижении услуг общественного питания трудно недооценить по той простой причине, что именно благодаря этим механизмам, их специфике и оперативности у потребителя есть возможность своевременно и в полном объеме узнать о том или ином предприятии общественного питания.

Понятие эффективности продвижения обладает двумя значениями: экономическая эффективность и психологическое влияние мер продвижения на потребителя (психологическая эффективность).

Экономическая результативность продвижения — это экономический эффект, полученный от применения одного вида продвижения или нескольких в купе.

Психологическая эффективность продвижения — уровень воздействия одного или нескольких видов продвижения на потребителей (привлечение внимания покупателей, запоминаемость, распознаваемость, лояльность, приверженность, удовлетворенность покупкой, воздействие на мотив покупки и др.).

Многие компании не в силах дать оценку итогам своих собственных акций по продвижению или делают это более чем поверхностно.

Существует немало способов и методов оценки этих результатов, наиболее привычные из которых — сопоставление уровней продаж «до», в процессе, и впоследствии кампании по продвижению.

Предположим, что фирма обладает 8%-ой рыночной долей до проведения кампании по продвижению, которая поднимается вплоть до 10% во время проведения мероприятий, опускается до 5% мгновенно после завершения и увеличивается до 6% некоторое время спустя проведения акции.

Мероприятия по продвижению привлекают значительное количество новых потребителей и повышают количество покупок от уже существующих потребителей. После проведения кампании количество продаж падает, так как потребители исчерпали свои материальные ресурсы или отдалили свои покупки на более поздний период времени.

Например, индивид, планирующий поездку на отдых по путевке в июле, может перенести поездку на апрель,

чтобы воспользоваться промоакцией, предлагаемой РЖД, срок которой истекает вначале мая. Дальнейшее увеличение рыночной доли до 6% означает, что РЖД приобрела некоторых новых пассажиров. Тем не менее, в случае, если рыночная доля вернулась к уровню до ее проведения, то фирма изменила лишь выбор времени для увеличения спроса, а не сам спрос.

Результаты исследования потребителей, откликнувшихся на акции, определяют их поведение после проведения кампании. Анализ дает информацию о том, какое число потребителей припоминают кампанию по продвижению, что они думают о ней, как они воспользовались ее достоинствами и как это повлияло на характер их покупок.

Оценка итогов акции по продвижению также может быть с помощью экспериментов, которые включают такие переменные, как ценность стимула, длительность акции и способы распространения.

Понятно, что продвижение играет важную роль в полном комплексе маркетинга (4P). Чтобы использовать выгоды от акции по продвижению, специалист по маркетингу должен определить цели, выбрать лучшие его инструменты, спроектировать программу по продвижению, провести ее предварительное тестирование, затем реализовать и далее проанализировав, дать оценку и на основе проведенной работы сделать выводы.

Рост продаж, привлечение новых потребителей — это стратегические цели каждого бизнеса. Кто-то готов израсходовать на маркетинг существенные суммы из прибыли, организуя лотереи и подарки для посетителей, кто-то ограничивается низкокзатратными мероприятиями

Таблица 1. Анализ различных акций по продвижению

Вовлечение покупателя в игру	Характеристика	Достоинства
Вырежи, склей, собери и получи приз	Не очень сложные манипуляции с использованным товаром	Моментальное (после первой покупки) включение в игру
Заглянуть внутрь магазина или отдела	Построена на психологии человека — если всем нужно, то и мне тоже	Видимость ажиотажа. Проходившие мимо люди — заинтересовывались
Поработать смотрителем острова.	Один из австралийских штатов, чтобы привлечь туристов, объявил о новой вакансии.	<i>Любой желающий мог за хорошее вознаграждение стать смотрителем острова.</i>
Построить дом.	<i>Разработать новый дизайн интерьеров, а условие — использование материалов, выпускаемых компанией.</i>	Участник конкурса (потенциальный потребитель) был вынужден тщательно изучить всю информацию о продукции. В результате находил продукцию достойной внимания и продвижения.
Добыть три миллиона с помощью молотка	<i>Компания 3M решила «обыграть» мужские качества — силу, выносливость и стремление к добыче. На площади одного из канадских городов был установлен стеклянный короб, доверху набитый деньгами (около трех миллионов канадских долларов). Изнутри он был открыт скотчем.</i>	<i>Акция получила резонанс в мировых СМИ, а кроме того, компания продемонстрировала, насколько прочен один из ее главных товаров — скотч. Каждый желающий мог попробовать разбить короб и забрать все деньги</i>

(к примеру, раздачей листовок). Но, практически все предприятия так или иначе проводят маркетинговые компании по продвижению.

Однако они не всегда дают ощутимые результаты. Достаточно будет вспомнить о крахе в марте этого года маркетингового мероприятия компании Coca-Cola. Компания запустила в Австралии акцию по продвижению, предложив рассказать счастливую историю, сопряженную с кока-колой, на страницах своей социальной сети. Всего лишь через день от этой идеи, на первый взгляд безобидной, пришлось отказаться, так как акция не вызвала ожидавшегося восхищения и энтузиазма у потребителей

и увеличения их заинтересованности к продукту, а в комментариях к объявлению появилось огромное количество неприличных и лишенных смысла фраз.

Для того, чтобы наш анализ не был односторонним, где рассматриваются только лишь отрицательные примеры, постараемся проанализировать и наиболее универсальные и удачные примеры привлечения потребителей из опыта российских и иностранных компаний (табл. 1).

Проведенный анализ исследований (первичной и вторичной информации) показал, что и в кризисные времена многие потребители все же склонны к игре и интригам (рис 1).

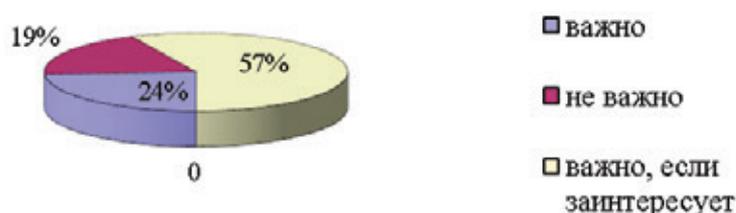


Рис. 1. Отношение потребителей к проводимым акциям

Так 57% считают, что если акция им интересна, то они вступают в игру, 24% ответили, что в любом случае для них это важно (авантюрный склад характера), и лишь 19% считают, что не вступают в игру, по различным причинам (некогда, нет возможности, не верят и т.д.).

Если анализировать различные акции по продвижению, то наибольшее предпочтение покупатели отдали бонусам на которые можно что то купить 27%, и раз-

личным подаркам (соответственно 25% и 23%). Свои шансы на выигрыш оценили всего лишь 7% опрошенных потребителей. Отсюда можно сделать вывод, что потребители стали более рационально относиться к тратам своего бюджета (рис. 2).

Если говорить о половом факторе, то здесь, скорее всего вступают в игру женщины 74%, это можно объяснить психологией женского склада характера, а вот муж-

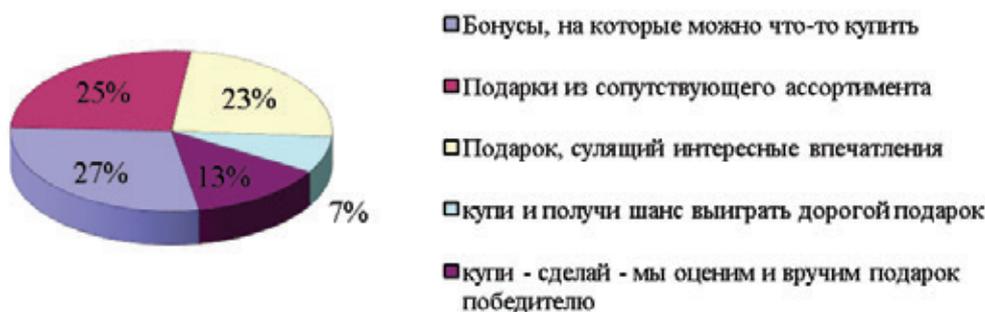


Рис. 2. Акции, наиболее важные и интересные потребителю

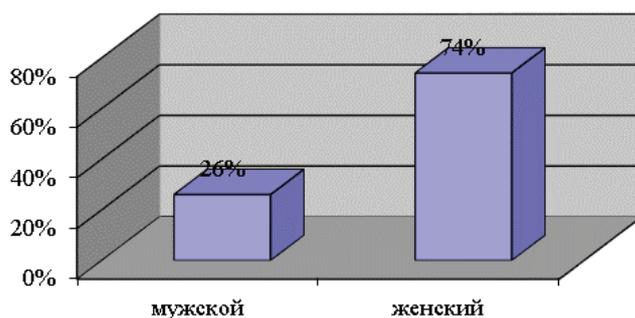


Рис. 3. Доля мужчин и женщин, положительно относящихся к проводимым акциям

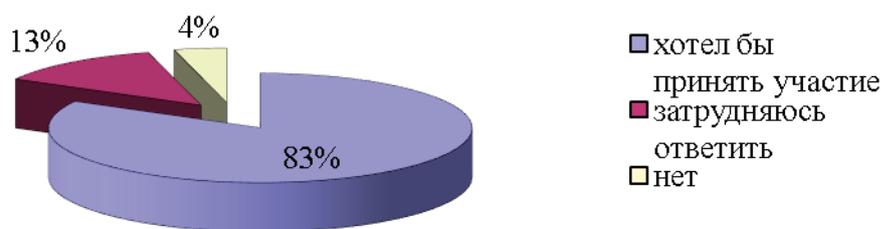


Рис. 4. Доля потребителей, участвовавших в дегустациях

чины гораздо реже хотят показать себя развлекающимися 26% (рис. 3).

Большинство потребителей, не участвовавших, например в дегустациях, хотели бы в них поучаствовать 83%, и лишь 4% отказались участвовать при любых условиях (рис. 4).

Таким образом, несмотря на перенасыщенность торговых сетей и отдельных ритейлеров и проводимых ими

в них промо-акций, несмотря на то, что этот метод продвижения продукта и стимулирования сбыта далеко не новый, он в большинстве случаев продолжает успешно работать, даже, невзирая на кризис. А потребители все также положительно реагируют на, казалось бы, давно «заезженные» способы стимулирования сбыта и с удовольствием участвуют в промо-акциях.

Литература:

1. Бердышев, с. PROMO без проблем: технические вопросы проведения промоутерских акций — М.: Гросс-Медиа, 2010 г., 336 с.
2. Бернет, Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход — СПб.: Питер, 2009 г., 864 с.
3. Джефкинс, Ф., Ядит Д. Паблик рилейшенз. — М.: ЮНИТИ, 2011 г., 250 с.
4. Олейник, К. Создание эффективной промо-акции как инструмента стимулирования продаж. Управление продажами 2010 г. № 4, 10 с.
5. Смит, П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

Роль и значение иностранных инвестиций в модернизации национальной экономики

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Безусловно, большой экономический интерес для развития инновационного процесса представляют зарубежные инвестиции, привлечению которых может способствовать предоставление относительно дешевой, но квалифицированной рабочей силы и стабильного рынка сбыта в Узбекистане. Но для этого необходимо усилить реальные гарантии сохранности и возврата иностранных кредитов и инвестиций, которые будут обеспечиваться отечественными страховыми организациями на внутреннем рынке республики. В качестве материального обеспечения зарубежных кредитов и инвестиций, видимо, целесообразно использовать республиканские авуары в зарубежных банках, а также вкладывать валюту в совместное производство за рубежом. Следовательно, осуществление рыночных реформ в Узбекистане, включая углубление процессов приватизации, достижение макроэкономической стабилизации и обеспечение устойчивого экономического роста, коренные структурные преобразо-

вания в национальном народнохозяйственном комплексе неразрывно связаны с проведением активной инвестиционной политики.

Весьма важную роль в этих процессах могут сыграть иностранные инвестиции. Именно это обстоятельство представляет собой для нас особый интерес. Иностранные инвестиции — один из основных факторов, способствующих ускоренному экономическому развитию страны.

В 2014 году объем инвестирования в экономику возрос на 10,9 процента и составил в эквиваленте 14,6 миллиарда долларов США. При этом свыше 21,2 процента всех капитальных вложений, или более 3 миллиардов долларов, составили иностранные инвестиции и кредиты, из которых три четверти — это прямые иностранные инвестиции. Особое удовлетворение вызывает тот факт, что из года в год в реализации инвестиционной программы все более активное участие принимают прямые частные инвестиции за счет собственных средств предприятий, ко-

торые только за истекший год возросли на 10,3 процента и составили в эквиваленте 4,3 миллиарда долларов, или почти 30 процентов всех объемов инвестиций [1, с. 2].

Даже такие высокоразвитые государства как США, Германия, Франция, Япония, Великобритания и т.д. рассматривают постоянное привлечение иностранного капитала как необходимое средство роста их экономического потенциала, улучшения благосостояния граждан. Активирующее влияние иностранных инвестиций наглядно доказывает и опыт стран, которые находятся в состоянии бурного экономического развития — Китай, Южная Корея, Сингапур, Малайзия и другие восточно-азиатские страны. Их правительства создали благоприятный климат, и результаты не замедлили сказаться.

Остановимся на том, какие наиболее важные задачи, стоящие перед экономикой нашей республики, можно разрешить при помощи иностранных инвестиций.

— привлечение дополнительного инвестиционного капитала. Рынок капитала в республике только начинает развиваться, поэтому он не может обеспечить требуемых объемов капитала для крупных проектов. Кроме того, затруднен доступ к твердой валюте, необходимой для закупки товаров отсутствующих на местном рынке. Иностранные инвестиции позволяют решить сразу обе эти проблемы, т.к. они являются источником внешнего капитала. Иностранный инвестор неограничен относительной, неразвитостью местных рынков, капитала или способностью страны генерировать иностранный поток наличности путем экспорта товаров.

— доступ к передовой технике. Многие предприятия республики используют устаревшее оборудование и технологии, что значительно снижает производительность труда и приводят к производству товаров более низкого качества. Это влияет на их конкурентоспособность и уменьшает возможности зарабатывать твердую валюту. Иностранные инвестиции позволяют решить эту проблему, т.к. инвестиционные товары воплощают передовую технику, а предприятия могут использовать новые технологии. Альтернатива покупки прав на использование технологии требует затрат дорогостоящей иностранной валюты. Инновационные процессы позволяют резко увеличить производительность труда на предприятиях республики и будет стимулировать инвестиции в них.

— доступ к передовым методам управления. Иностранные инвесторы несут с собой передовые апробированные методы управления и предоставляют возможность их изучения и использованию. Такая передача опыта особенно важна в условиях создания СП, приватизации местных предприятий иностранными инвесторами. Выигрывают обе стороны — иностранная фирма — инвестор исполняет местные знания и контакты, а местные предприятия воспользуются предложенными методами, чтобы повысить производительность труда и улучшить качество продукции.

— улучшение доступа к мировому рынку. Иностранные инвесторы помогут осуществить доступ к рас-

пределенным каналам и обрести опыт продажи товаров на мировом рынке, что позволит развить экспортные возможности республики и создает надежный источник получения иностранной валюты.

— ускорение приватизации. Одно из необходимых условий перехода к рынку, успешного проведения приватизации объединения капиталов. Благодаря способности анализировать экономические возможности предприятия иностранные инвесторы окажут помощь, которая ускорит доступ к внешним источникам фондов и будет служить основой для образования капитала, если активы первоначально продаются и если требуются инвестиции для реорганизации производства, изменение его структуры. Участие иностранных инвесторов может увеличить эффективность процесса путем реализации возможностей новых приватизированных предприятий.

Связь инвестиций и инноваций как факторов социально-экономического развития страны. Инвестиции и инновации являются довольно тесно смыкающимися структурными элементами рынка, следовательно, любая инвестиционная тактика, которую осуществляет то или иное предприятие, будет определенным образом связана с инновационной деятельностью [2, с. 91].

Следует обратить внимание на тот факт, что в условиях экономического кризиса товары падают в цене, и это падение может быть в диапазоне от снижения прибыли до возникновения убытков. Единственный выход — это выпуск более дешевой продукции, а это возможно только при внедрении новых, передовых технологий. Чем раньше они будут внедрены, тем скорее будут остановлены потери. Кроме того, та страна, предприятия которой делают это первыми, имеет больше шансов захватить рынки сбыта. Опоздавшим производителям придется продавать свою продукцию дешевле, чтобы создать конкуренцию, а это новые потери.

Положительное влияние на активизацию инвестиционных процессов в стране оказало снижение ставки рефинансирования Центрального банка с 16% в 2005 г. до 12% в 2012 году. С 1 января 2014 г. ставка рефинансирования была установлена на уровне 10%. Это позволило банкам удешевить кредиты, в том числе инвестиционные, сделать их более доступными для предприятий и населения и тем самым повысить объемы вложенных средств в проекты по развитию отраслей экономики, социальной сферы, жилищного строительства, особенно на селе [3, с. 88].

В последние годы в Узбекистане продолжается активная инвестиционная политика. Многие положительные тенденции развития Узбекистана тесно связаны с проводимой модернизацией экономики и диверсификацией промышленности. Основной задачей этой политики является создание новых современных производств конкурентоспособной продукции с высокой добавленной стоимостью, а также техническая и технологическая модернизация действующих предприятий в соответствии с самыми высокими международными требованиями.

Свыше 73 процентов всех инвестиций было направлено на производственное строительство и около 40 процентов — на приобретение машин и оборудования. Отличительная особенность проводимой в Узбекистане инвестиционной политики состоит в том, что приоритет отдается инвестиционным проектам, направленным на создание новых высокотехнологичных производств, обеспечивающих глубокую переработку местных сырьевых ресурсов. В 2014 году в ведущих отраслях экономики вве-

дены в эксплуатацию 154 крупных объекта общей стоимостью 4,2 миллиарда долларов, оснащенные современным высокотехнологичным оборудованием [1, с.3].

Сегодня в экономике страны приоритетными направлениями инвестиционных проектов являются создание новых высокотехнологичных производств, оснащенных передовой технологией и обеспечивающих глубокую переработку наших сырьевых ресурсов, увеличение экспортного потенциала страны, создающих новые рабочие места.

Литература:

1. Каримов, И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача. // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Вахабов, А. В., Разыкова Г. Х. Модернизация экономики. Т., 2014. — 157 с.
3. Каримов, М. Инвестиционная активность коммерческих банков: факторы и моделирование. // Факторы эффективности и повышения конкурентоспособности национальной экономики: материалы IV Форума молодых ученых-экономистов. Ташкент: ИПМИ, 2015.

Инвестиционная политика Республики Узбекистан и её направления

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Тошбоев Бекзод Бахтиёрович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Узбекистан имеет самую стабильную инвестиционную политику среди государств СНГ, устойчиво высокими темпами наращивая инвестиционные ресурсы в основной капитал.

Отличительная особенность проводимой в Узбекистане инвестиционной политики состоит в том, что приоритет отдается инвестиционным проектам, направленным на создание новых высокотехнологичных производств, обеспечивающих глубокую переработку местных сырьевых ресурсов. В 2014 году в ведущих отраслях экономики введены в эксплуатацию 154 крупных объекта общей стоимостью 4,2 миллиарда долларов, оснащенные современным высокотехнологичным оборудованием [1, с. 2].

Инвестиционная стратегия направлена, прежде всего, на осуществление целенаправленной диверсификации экономики. При этом диверсификация должна касаться как экономики в целом, так и каждой отрасли, каждого предприятия и каждого региона в частности. Другими словами, ставится задача по снижению зависимости страны от импорта, наиболее полного насыщения рынка за счет внутренних производителей и создание широкого ассортимента продукции для экспорта.

Необходимо отметить, что диверсификация касается как базовых отраслей, так и отраслей, производящих средства производства. Развитие последних, легло в основу инвестиционной стратегии на данном этапе экономи-

ческих реформ. Кроме того, предусмотрено дальнейшее кардинальное развитие химической, нефтяной промышленности и энергетики, а это основные отрасли, обеспечивающие ускорение научно-технического прогресса, от состояния которых зависит экономическое развитие страны [2, с. 88].

Таким образом, в республике создается мощная база для будущего экономического развития на основе рыночных отношений, а финансово-экономический кризис является одним из катализаторов этого процесса. Модернизация, техническое обновление и диверсификация производства, широкое внедрение инновационных технологий это конкретная и всесторонне обоснованная программа действий по экономическим преобразованиям, направленных на внедрение в хозяйственный механизм рыночных отношений и вхождение республики в международное сообщество на конкурентоспособной основе. Реализация поставленной задачи предполагает коренную перестройку всех отраслей экономики, что, в свою очередь требует существенных инвестиционных вложений.

Основной проблемой при решении данной задачи является определение приоритетных направлений вложения средств и использование эффективных источников финансирования предполагаемых затрат. А это представляет собой не что иное, как инвестиционную политику, от эффективности которой зависит успех всех социаль-

но-экономических преобразований в республике. Поэтому разработка такой инвестиционной политики является объективной необходимостью, весьма актуальной в условиях мирового финансово-экономического кризиса. Основные параметры инвестиционной политики четко представлены в комплексной Антикризисной программе. Это дальнейшее ускоренное проведение модернизации, технического и технологического перевооружения предприятий, широкое внедрение современных гибких технологий. Это, прежде всего, касается базовых отраслей экономики, экспортоориентированных и локализуемых производств.

В период 2005–2013 гг. объем кредитных вложений вырос почти в 8,4 раза. По состоянию на 1 января 2015 г. кредиты на развитие экономики и социальной сферы составили 34,8 трлн. сум. За 2005–2014 гг. активы банковской системы выросли в 11,3 раза до 56,2 трлн. сум. Доля активов банковского сектора в ВВП республики в 2014 г. составила 38,9%, а кредитных вложений — 30,3%. Доля долгосрочных кредитов в общем объеме кредитования выросла с 2005 г. по 2013 г. на 32,8 п.п. и составила 79,1%. Увеличение доли долгосрочных инвестиционных кредитов в 2013 г. к предыдущему году составило 2,3 п.п. На осуществление модернизации, технического и технологического перевооружения производств в 2014 г. выделены кредиты на сумму около 8,5 трлн. сум. или в 1,2 раза больше по сравнению с 2013 г. Усилия Правительства по реформированию и повышению устойчивости банковской системы, активизации ее инвестиционной деятельности в период мирового кризиса способствовали росту доли инвестиционных кредитов банков и других заемных средств в структуре источников инвестиций. В 2014 г. доля инвестиционных кредитов выросла на 7,6 п.п. по сравнению с 2005 г. и составила 11,4%. Этот показатель сохраняется на уровне 10–11% уже на протяжении последних 5-ти лет. При этом объем инвестиций за счет кредитов банков и других заемных средств вырос в 10,5 раза по сравнению с 2005 г. и на 13,8% к уровню 2013 г. [3, с. 88].

Если проанализировать структуры инвестиций по отраслям реального сектора экономики за последние годы, то доля производственных отраслей составляет 70,6%, а непроизводственных — 29,4%.

Под модернизацией следует понимать внедрение новой техники и технологии. При этом под новой понимается не та техника и технологии, внедренная на новых производствах, она считается уже старой, т.к. от момента их разработки до внедрения прошел достаточный промежуток времени для их морального устаревания. Современная техника и технологии считаются таковыми, если они нахо-

дятся в стадии разработки или только из нее вышли. Упор на техническое и технологическое перевооружение предприятий делается с одной основной целью — снизить затраты и повысить эффективность инвестиций. Затраты на строительство новых или расширение действующих предприятий на 50% состоят из строительно-монтажных работ, т.е. расходов по строительству зданий и сооружений — пассивной части основных фондов, непосредственно не участвующих в процессе создания продукции, а только создающие для этого условия. Поэтому значительно выгоднее вкладывать средства в реконструкцию и техническое обновление оборудования, машин и механизмов на действующих предприятиях. Новое строительство уместно для формирования новых отраслей и, в первую очередь, базовых, играющих роль локомотивов отраслей, особенно если в республике нет их аналогов.

Надо иметь в виду еще одно весьма важное обстоятельство: выход на передовые позиции экономического развития в начале XXI века неизбежно вызовет новую научно-техническую революцию, а та, в свою очередь, — инновационно-инвестиционный бум, который будет направлен на обновление основного капитала на принципиально новой конкурентной основе. Следовательно, капиталовложения без инноваций невозможны, поскольку не имеет смысла воспроизводить устаревшие в техническом и технологическом отношении производства. Однако инноваций без капиталовложений не существует. Уже сегодня стало реальностью формирование тесно взаимосвязанных инвестиционного и инновационного рынков, что помогает ресурсному обеспечению насущных видов инновационной деятельности. В связи с трудностями переходного периода государственный и местные бюджеты пока не в состоянии выделить средства на долгосрочное инновационно-техническое перевооружение действующих производств. Поэтому основная тяжесть финансирования этой деятельности ложится на самих собственников капитала и товаропроизводителей. Однако многие из них сегодня, прежде всего, озабочены «выживанием» и уделяют мало внимания производственным инвестициям и нововведениям, поскольку это выходит за пределы их ближайших интересов. Чтобы кардинально изменить ситуацию, товаропроизводители и собственники капиталов должны наряду с детальным изучением рыночной конъюнктуры, изысканием внутренних резервов для снижения себестоимости продукции разрабатывать собственную инновационно-инвестиционную программу с конкретными предложениями, адресованными как потенциальным иностранным инвесторам, так и отечественным кредитно-инвестиционным институтам.

Литература:

1. Каримов, И.А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача.// Народное слово, № 11. 17.01.2015.

2. Вахабов, А. В., Разыкова Г. Х. Модернизация экономики. Т., 2014. — 157 с.
3. Каримов, М. Инвестиционная активность коммерческих банков: факторы и моделирование. // Факторы эффективности и повышения конкурентоспособности национальной экономики: материалы IV Форума молодых ученых-экономистов. Ташкент: ИПМИ, 2015.

Сущность государственной инвестиционной политики и её стратегии

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;

Тошбоев Бекзод Бахтиёрович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

В настоящее время мировая экономика столкнулась с существенным замедлением темпов роста, что таит в себе рецидив новой глобальной рецессии. В этих условиях Узбекистан стремится проводить глубокие структурные преобразования, поддерживая высокие объемы инвестирования в национальную экономику, что высоко оценивается авторитетными международными финансовыми институтами, такими как Международный валютный фонд, Всемирный банк, Азиатский банк развития.

Важнейшим инструментом динамичного и сбалансированного экономического роста, осуществления глубоких структурных преобразований и диверсификации экономики является проведение активной, адресной инвестиционной политики. В 2014 году объем инвестирования в экономику возрос на 10,9 процента и составил в эквиваленте 14,6 миллиарда долларов США. При этом свыше 21,2 процента всех капитальных вложений, или более 3 миллиардов долларов, составили иностранные инвестиции и кредиты, из которых три четверти — это прямые иностранные инвестиции [1, с. 2].

Процессы экономического обновления и роста определяются размерами и структурой инвестиций, качеством и скоростью их осуществления.

Особое удовлетворение вызывает тот факт, что из года в год в реализации инвестиционной программы все более активное участие принимают прямые частные инвестиции за счет собственных средств предприятий, которые только за истекший год возросли на 10,3 процента и составили в эквиваленте 4,3 миллиарда долларов, или почти 30 процентов всех объемов инвестиций. Активизировалась инвестиционная деятельность коммерческих банков, которыми в течение года на инвестиционные цели было направлено 1,7 миллиарда долларов, или на 20 процентов больше, чем в предыдущем году. Свыше 73 процентов всех инвестиций было направлено на производственное строительство и около 40 процентов — на приобретение машин и оборудования [1, с. 3]. Более того, исследователи фиксируют, что без инвестиционных накоплений и соответствующих материальных ресурсов в инвестировании вообще никаких положительных сдвигов не происходит. Без инвестиций невозможны современное создание капитала, обеспечение конкурентоспособности товаропр-

изводителей на внешних и внутренних рынках. Процессы структурного и качественного обновления мирового товаропроизводства и рыночной инфраструктуры происходят исключительно путем и за счет инвестирования. Чем интенсивней оно осуществляется, тем быстрее происходит воспроизводственный процесс, тем активнее происходят эффективные рыночные преобразования.

Отличительная особенность проводимой в Узбекистане инвестиционной политики состоит в том, что приоритет отдается инвестиционным проектам, направленным на создание новых высокотехнологичных производств, обеспечивающих глубокую переработку местных сырьевых ресурсов. В 2014 году в ведущих отраслях экономики введены в эксплуатацию 154 крупных объекта общей стоимостью 4,2 миллиарда долларов, оснащенные современным высокотехнологичным оборудованием [1, с. 2].

Необходимо отметить, что инвестиционная политика понимается в широком и узком смысле. В широком смысле инвестиционная политика представляет собой комплекс последовательно осуществляемых мероприятий, которые включают в себя: формирование инвестиционной концепции на основе какой-либо идеи или системы идей, разработку стратегии реализации концепции, инвестиционную политику (в узком смысле), а также инвестиционную программу. Инвестиционная концепция определяет ключевую идею и основные направления (отрасли, сектора, сферы) преобразования экономики и должна разрабатываться на срок 20–25 лет. [2, с.85]. Концепция определяет приоритетность распределения инвестиционных ресурсов и определяет будущую структуру экономики страны, как в отраслевом разрезе, так и в территориальном. Причем идея должна заключаться в перенаправлении деятельности всех сфер экономики на развитие ключевых отраслей, которые, после своего становления, будут способствовать расширению остальных отраслей.

Инвестиционная стратегия — это система долгосрочных целей инвестиционной деятельности государства, определяемых главными задачами и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее оптимальных путей их достижения. Инвестиционная стратегия является инструментом перспективного управления инвестиционной деятельностью государства и представляет

собой генеральный план, определяющий приоритеты направления инвестиционной деятельности на длительных промежутках времени, формирование инвестиционных ресурсов, последовательность этапов реализации долгосрочных целей государства, критерии оценки инвестиционной деятельности.

Процесс разработки инвестиционной стратегии является важнейшей частью реализации инвестиционной концепции и включает в себя постановку целей инвестиционной стратегии, формирование достаточных инвестиционных ресурсов и их распределение, выработку инвестиционной политики по наиболее важным аспектам инвестиционной деятельности. Необходимость разработки инвестиционной стратегии государства определяется изменениями условий внешней среды, так как эффективно управлять инвестициями возможно только при наличии гибкой стратегии, адаптированной к возможным изменениям факторов внешней среды.

Период формирования инвестиционной стратегии зависит: от возможностей прогнозирования состояния экономики (в среднем 10–15 лет); от отрасли — в сфере розничной торговли, услуг, производства потребительских товаров формирование стратегии короче (в среднем 3–5 лет), в добывающих отраслях (5–10 лет) [2, с. 86]. Все эти вышесказанные основы и принципы являются общетеоретическими предпосылками инвестиционной концепции

и стратегии любого государства, а сама же стратегия зависит от индивидуального государства, а именно его ресурсного потенциала, демографических факторов, географического расположения и т.д.

Инвестиционная стратегия, обычно, претворяется в жизнь в несколько этапов, которые реализуются через инвестиционную политику. Другими словами, инвестиционная политика — это тактика воплощения стратегической политики. Она разрабатывается на период 3–5 лет в масштабах страны и от 1 до 3 лет в отраслях экономики. В отличие от стратегии, инвестиционная политика разрабатывается на основе детальных прогнозов и расчетов. Разработанная инвестиционная политика особенно государства, прежде своего воплощения, требует тщательной оценки, а именно обоснованности, которая проводится по следующим критериям: согласованность по целям, направлениям и этапам всей стратегии; внутренняя сбалансированность; согласованность с внешней средой; реализуемость политики с учетом имеющегося ресурсного потенциала (рассматривается возможность формировать и генерировать финансовые ресурсы за счет собственных источников, а также привлечение требуемых финансовых, технологических, сырьевых, энергетических ресурсов); приемлемость уровня риска связанного с реализацией политики; результативность инвестиционной политики, базирующаяся на определении экономической эффективности ее реализации.

Литература:

1. Каримов, И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача. // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Вахабов, А. В., Разыкова Г. Х. Модернизация экономики. Т., 2014. — 157 с.

Развитие инновационной деятельности на современных предприятиях в условиях модернизации экономики

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Тошбоев Бекзод Бахтиёрович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

В стратегии долгосрочного развития Узбекистана главным двигателем устойчивого экономического роста рассматривается ускорение инновационной деятельности. При этом дальнейшее развитие инновационной деятельности и высокотехнологичных отраслей выдвигается в число важнейших государственных приоритетов.

Главным ориентиром для нас должно быть непрерывное технологическое и техническое обновление производства, а также постоянный поиск внутренних резервов, осуществление глубоких структурных преобразований в экономике, модернизации и диверсификации промышленности [1, с. 3].

В связи с этим в стране проводится целенаправленная работа по сохранению и развитию научного, научно-технического и инновационного потенциалов и предпринимаются меры по развитию инновационной деятельности предприятий и организаций, направленные на генерирование и коммерциализацию инноваций.

Инновационная деятельность — это все научные, технологические, организационные, финансовые и коммерческие действия, приводящие к осуществлению инноваций, включающие в себя исследование рынка с целью выявления потребностей в инновациях, их рас-

пространение, а также инновационный процесс [2, с. 578].

Как показывает мировой опыт, эффективный инновационный процесс и коммерциализация технологий возможны при развитой инновационной системе, где ключевым элементом является государственное участие и поддержка активизации инновационной деятельности реальным сектором экономики и ведущими компаниями. Именно поэтому государство играет главную роль в регулировании инновационной деятельности. При этом основой интеграционного механизма, обеспечивающего технический прогресс государства и социально-экономическое развитие общества, является наука.

В условиях современных преобразований именно инновационная экономика обеспечивает мировое экономическое превосходство для большинства развитых стран в современном мире. В настоящее время, согласно исследованию Глобальный инновационный индекс, наиболее инновационными являются экономики таких стран как, Швейцария, Великобритания, Швеция, Финляндия, Нидерланды и Соединённые Штаты Америки, в то время как Китай, Малайзия, Вьетнам, Индия, Иордания, Кения и Уганда входят в группу стран, которые вышли в лидеры среди стран с аналогичными экономическими показателями [2, с. 581].

Каждая страна проходит собственный путь формирования и развития инновационной системы. Однако основополагающими факторами инновационного развития являются человеческий капитал, конкурентный бизнес, инфраструктурная база и эффективная институциональная среда, которые помогают достичь практических результатов в области технологий и инноваций.

На современном этапе государственная инновационная политика Узбекистана направлена на проведение целенаправленной работы по развитию научного, научно-технического и инновационного потенциала. При этом совершенствуется система управления наукой, расширяется и укрепляется на современной основе законодательная и нормативно-правовая база научно-инновационной деятельности, продолжается реорганизация системы академической и вузовской науки, принимаются меры по повышению наукоёмкости производства, развитию информационной и инновационной инфраструктуры, малых инновационных предприятий, комплекса высоких технологий и т.д.

Реализация мер по развитию инновационного потенциала способствовала обеспечению роста основных показателей инновационной деятельности в республике. Так, за период с 2003–2014 гг. в Республике Узбекистан наблюдается положительная динамика выполненного силами научных организаций объёма научно-технических работ (продукции, услуг). За указанный период объём научно-технических работ (продукции, услуг) вырос более чем в 11 раз, при этом среднее значение прироста составляет 25%. Однако в последние годы наблюдается снижение темпов роста данного показателя. В республике наблюдается положительная динамика общего объёма затрат на научно-технические работы за 2003–2014 гг.

Валовые затраты на исследования и разработки возросли за указанный период в 10,8 раза. Удельный вес затрат на исследования и разработки в ВВП республики составил 0,2% в 2014 г. В общей сумме затрат на инновации в 2014 г. удельный вес технологических инноваций составил 97,9%, маркетинговых инноваций — 0,2%, а организационных инноваций — 1,9%. При этом растёт доля инновационной и высокотехнологичной промышленной продукции в общем объёме промышленного производства.

Анализ статистических данных показывает, что практически весь объём произведенных в республике инновационных товаров, работ, услуг находит свою реализацию, как на внутреннем рынке, так и за пределами страны. За 2010–2014 гг. наблюдается положительная динамика общего объёма произведенных и реализованных инновационных товаров, работ, услуг: за указанный период объём производства инновационных товаров, работ, услуг возрос в 3,8 раза, а объём реализации — в 3,3 раза.

Большой вклад в общий объём производства инновационных товаров, работ, услуг вносят предприятия малого бизнеса республики. В частности, в 2014 г. удельный вес микрофирм и малых предприятий в общем объёме произведенных в республике инновационных товаров, работ, услуг составил 16,5%. Показатели объёма произведенных и реализованных микрофирмами и малыми предприятиями инновационных товаров, работ, услуг за 2010–2014 гг. также имеют положительную динамику.

Благодаря принимаемым мерам доля малого бизнеса и частного предпринимательства в валовом внутреннем продукте возросла с 31 процента в 2000 году до 56,7 процента в настоящее время, или в 1,8 раза. В этой сфере сегодня производится треть всей промышленной и 98 процентов сельскохозяйственной продукции. В ней трудится более 77 процентов всего занятого населения [1, с. 2].

Инновационная активность предприятий и организаций непосредственно связана с уровнем защиты созданных изобретений и научно-технических разработок. В 2014 г. в республике наблюдается рост количества заявок на получение патента.

Анализ инновационной деятельности предприятий и организаций в республике за 2003–2014 гг. в целом показывает положительную динамику основных показателей инновационной активности, таких как объём выполненных силами научных организаций научно-технических работ (продукции, услуг); объём произведенных и реализованных инновационных товаров, работ, услуг; численность специалистов-исследователей, выполнявших научные исследования и разработки; валовые затраты на исследования и разработки; объём финансирования исследований и разработок за счет всех источников; количество внедренных предприятиями и организациями технологических, маркетинговых и организационных инноваций.

В современных условиях, в эпоху интернета и электроники приоритетное значение имеет широкое внедрение современных информационно-коммуникационных технологий в отраслях экономики, кардинальное ускорение

создания системы «Электронное правительство». Весь мировой опыт показывает, что в настоящее время в глобальной экономике все более возрастающую роль и значение приобретает сектор информационно-коммуникационных технологий, включающий в себя производство компьютерных и телекоммуникационных технологий, разработку программного обеспечения и предоставление на их основе широкого спектра интерактивных услуг. Не следует забывать, что развитие ИКТ напрямую влияет на уровень конкурентоспособности страны, позволяет собирать и обобщать огромные массивы информации, открывает широкие возможности для управления на стратегическом уровне. Надо сказать, что уже сегодня на ИКТ приходится примерно 5,5 процента мирового ВВП, а по оценкам авторитетных международных экспертов к 2020 году этот показатель превысит 9 процентов. К примеру, в Республике Корея доля сектора ИКТ в ВВП страны составляет свыше 11,8 процента, в Швеции — 7, США — 6,8 процента. Несмотря на то, что в последние годы этот сектор нашей экономики развивается опережающими темпами, надо признать, что мы находимся только на начальной стадии — на долю ИКТ приходится лишь около 2 процентов ВВП. В то же время у нас есть все необходимые ресурсы и возможности для более ускоренного развития этого сектора, имея в виду подрастающий в стране профессиональный кадровый потенциал, который готовят сегодня такие действующие в Ташкенте зарубежные университеты, как южнокорейский Инха, и вузы нашей страны [1, с. 3].

Активизация инновационной деятельности в Республике Узбекистан предполагает разработку и реализацию мер по следующим направлениям:

1. Разработка национальной инновационной стратегии, ориентированной на технологическую модерни-

зацию отраслей экономики и развитие новых наукоёмких отраслей, предусматривающая мероприятия по заимствованию передовых технологий и разработке и внедрению собственных инноваций.

2. Совершенствование нормативно-правовой базы в области инновационного развития посредством принятия законов и нормативных актов, стимулирующих инновационную деятельность предпринимательства и гарантирующих защиту прав интеллектуальной собственности.

3. Развитие инновационной инфраструктуры посредством создания сети технопарков, инновационно-технологических центров и увеличение количества технологических инкубаторов.

4. Разработка эффективной системы финансирования инновационной деятельности, включающей прямые и косвенные инструменты финансирования, развитие венчурного инвестирования.

5. Развитие механизмов охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности.

6. Улучшение деловой среды и условий для инновационных предприятий малого бизнеса, внедрение механизмов поддержки быстрорастущих стартовых компаний (start-up companies).

7. Координация деятельности всех заинтересованных сторон: бизнеса, государства и потребителей через организацию государственно-частного партнёрства и вовлечение потребителей и заказчиков в процесс создания инноваций.

Разработка и реализация конкретных мер в указанных направлениях будет способствовать развитию инновационной деятельности, повышению конкурентоспособности экономики, обеспечению стабильно высоких темпов роста и улучшению качества жизни населения.

Литература:

1. Каримов, И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Султанова, Г. Факторы инновационной активности предприятий в Узбекистане // Основные направления дальнейшей модернизации и повышения конкурентоспособности национальной экономики: материалы VII Форума экономистов. Ташкент: ИПМИ, 2015.

Факторы модернизации отраслей реального сектора национальной экономики

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;

Тошбоев Бекзод Бахтиёрович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Исучая пути расширения масштабов финансового обеспечения потребностей предприятий реального сектора экономики Узбекистана, мы пришли к следующим

теоретическим соображениям: расширение процессов модернизации экономики в целях обеспечения её конкурентоспособности в немалой степени зависит от инве-

стиционной активности финансовых институтов, а также способности производственных структур, готовых предложить привлекательные инвестиционные проекты, которые могли бы значительно активизировать поток зарубежных инвестиций в нашу республику.

Самого серьезного внимания заслуживает работа по привлечению инвестиций, направляемых на реализацию проектов по модернизации, техническому и технологическому обновлению отраслей, структурным преобразованиям в экономике страны. В этих целях в 2015 году было привлечено и освоено инвестиций за счет всех источников финансирования в эквиваленте 15,8 миллиарда долларов США, или с ростом против 2014 года на 9,5 процента. При этом более 3,3 миллиарда долларов, или свыше 21 процента всех инвестиций — это иностранные инвестиции, из которых 73 процента составляют прямые иностранные инвестиции [1, с. 2].

Учитывая заинтересованность инвесторов в получении наибольшего экономического эффекта от вложенных средств, можно заключить, что привлечение инвестиций следует рассматривать как непрерывный процесс наиболее выгодных проектных решений. При этом процесс финансирования инвестиций необходимо представить, как логическое продолжение реализации наиболее приемлемого инвестиционного проекта при условии создания определенного инвестиционного климата и условий кредитования.

В целях дальнейшего изучения вопросов совершенствования инвестиционной политики в условиях модернизации национальной экономики были изучены и проанализированы принятые меры по повышению инвестиционной привлекательности экономики страны и их результативности.

Как показывает проведенный анализ, в течение последних пяти лет последовательная и целенаправленная реализация важнейших приоритетов экономической политики страны, направленных на обеспечение и сохранение высоких и устойчивых темпов роста экономики и дальнейшее повышение её конкурентоспособности, была связана с процессами углубления модернизации, технического и технологического перевооружения отраслей экономики. При этом одним из важных направлений в осуществлении поставленных задач рассматривалась реализация мер по повышению инвестиционной привлекательности экономики страны.

Совершенствование денежно-кредитных и банковских инструментов осуществлялось в рамках обеспечения устойчивости коммерческих банков, укрепления доверия населения к банковской системе.

В целях поддержания темпов экономического роста, и исходя из уровня инфляции, ставка рефинансирования Центрального банка была снижена с 14% годовых в 2006 году до 12% в 2012 году, а в 2015 году этот показатель уже составил 9%.

Для финансовой поддержки банками процессов модернизации, технического и технологического перевоо-

ружения ведущих отраслей экономики республики реализовалась Программа приоритетных направлений дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы республики в 2011—2015 гг., предусмотренная увеличение объемов кредитования коммерческими банками инвестиционных проектов предприятий и отраслей реального сектора экономики почти в 3 раза, а также упрощение процедур банковского кредитования.

Для привлечения стратегических иностранных инвесторов, в Узбекистане в течение рассматриваемого периода создана уникальная система гарантий, льгот и преференций, как для самих инвесторов, так и для предприятий с иностранными инвестициями, иностранным инвесторам гарантированы защита их вложений, вывоз прибыли в иностранной валюте в рамках законодательства республики, неприкосновенность созданной ими собственности на территории Республики Узбекистан и др.

Законом Республики Узбекистан «О гарантиях и мерах защиты прав иностранных инвесторов» установлено, что в случае изменения норм законодательства, ухудшающих условия инвестирования, к иностранным инвесторам в течение десяти лет применяется законодательство, действовавшее на дату инвестирования. Тем самым, инвестор имеет право, по своему усмотрению, применять те положения нового законодательства, которые улучшают условия его инвестирования. Более того, в случае принятия органами государственного управления или органами государственной власти на местах нормативных актов, ущемляющих права инвесторов, а также в случае незаконного вмешательства в их деятельность, причиненные убытки возмещаются этими органами в судебном порядке.

В соответствии с указанным законом в стране, иностранные инвестиции и иные активы иностранных инвесторов не подлежат национализации, за исключением случаев форс-мажора, общепринятых в международном праве (стихийные бедствия, аварии и др.).

В результате, в республике создано и успешно действует свыше 4,2 тысяч предприятий с иностранными инвестициями в ведущих отраслях и сферах экономики. Почти четверть из общего объема освоенных за 2008—2014 годы инвестиций — это иностранные инвестиции и кредиты, привлекаемые для реализации совместных инвестиционных проектов в различных отраслях экономики страны [2, с. 522].

Следует подчеркнуть, что со стороны международных финансовых организаций даётся высокая оценка проводимым работам по дальнейшему расширению финансовой поддержки субъектов предпринимательства, улучшению условий ведения бизнеса в нашей стране.

В частности, в объявленном Всемирным банком и Международной финансовой корпорацией новом рейтинге стран «Ведение бизнеса-2016» (Doing Business) Узбекистан, по показателю благоприятной предпринимательской среды, из 189 стран мира поднялся на 54 ступеньки вверх и занял

87-е место. Самые высокие темпы роста наблюдались по кредитной системе, и этот показатель в сравнении с прошлым годом улучшился на 63 единицы, со 105-го места поднялся на 42-е. Следует особо отметить, что настоящий показатель за последние 3 года улучшился на 112 позиций.

Вместе с тем последствия мирового финансово-экономического кризиса, ужесточение конкуренции на мировых и региональных инвестиционных рынках требуют принятия дополнительных мер по улучшению инвестиционного климата в стране, дальнейшему стимулированию привлечения иностранных инвестиций для реализации проектов по модернизации, техническому и технологическому обновлению производств, а также недопущению незаконного вмешательства со стороны государственных и контролирующих органов в деятельность предприятий с иностранными инвестициями.

67,1 процента всех инвестиций направлены на производственное строительство. Это позволило в 2015 году завершить строительство и обеспечить ввод 158 крупных производственных объектов общей стоимостью 7,4 миллиарда долларов. В их числе — строительство парогазовой установки мощностью 370 МВт на Ташкентской ТЭС, модернизация гидрогенераторов Чарвакской ГЭС, расширение производства кальцинированной соды на Кунградском содовом заводе, организация производства новых сложных удобрений в АО «Самаркандкимё» мощностью 240 тысяч тонн, тракторных прицепов, в том числе с увеличенной емкостью, компонентов для бытовой техники на базе бездействующих производственных площадей АО «Моторный завод» и другие [1, с. 3].

Считаем, что расширение масштабов финансирования инвестиций целесообразно проводить в следующей последовательности:

1. Определение потребностей отрасли (предприятия) в необходимых инвестициях в целях модернизации.
2. Формирование инвестиционной программы по источникам финансирования.
3. Проведение анализа структуры источников финансирования инвестиционных проектов (программ модернизации).
4. Создание благоприятного инвестиционного климата как необходимого условия процесса трансформации собственных и привлеченных ресурсов в инвестиции.

Важно отметить, что принципиальное значение для формирования благоприятного инвестиционного климата имеют:

— проведение макроэкономической политики, посредством усиления действенности косвенных инструментов денежно-кредитной и фискальной политики, которые могут оказать влияние на спрос и предложение на финансовом рынке;

— совершенствование механизмов регулирования инвестиционных процессов и создание эффективных стимулов для инвестирования собственных средств предприятий и сбережений населения, а также привлечения прямых иностранных инвестиций;

— ликвидация излишних бюрократических барьеров для хозяйствующих субъектов при пользовании материальными и финансовыми ресурсами, совершенствование таможенного регулирования и повышение качества банковских услуг, формирование стабильного рынка строительной индустрии и т.д.;

— проведение анализа состояния ресурсной базы и возможностей финансовой системы, наличия гибких инструментов финансового менеджмента, условий для финансового посредничества;

— изучение действенности и эффективности антимонопольного регулирования, направленного на формирование конкурентной среды для участников рынка;

— повышение эффективности институтов защиты прав собственности и др.

Таким образом, в целях дальнейшего развития экономики Узбекистана необходимо привлечение инвестиций, направляемых на реализацию эффективных проектов, в первую очередь, связанных с вопросами углубления структурных преобразований и повышения конкурентоспособности отечественной экономики, модернизации отраслей её реального сектора. Важно отметить, что создавая условия для повышения инвестиционной активности финансовых институтов в Узбекистане, следует отчетливо представлять себе, что инвесторы — это довольно широкий круг субъектов рынка, имеющих различные цели, приоритеты, принципы принятия инвестиционных решений и свое отношение к рискам. Поэтому весьма актуально формирование целенаправленной и устойчивой системы финансирования инвестиционных процессов, глубокое изучение и понимание инвесторами структуры отечественной экономики, принципов и особенностей её развития, а также широкое информирование зарубежных деловых кругов о реализации в республике инвестиционных проектов и содействии им в реализации будущих проектов.

Литература:

1. Каримов, И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача. // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Шаакрамов, К. К вопросу финансового обеспечения процессов модернизации отраслей реального сектора национальной экономики. // Основные направления дальнейшей модернизации и повышения конкурентоспособности национальной экономики: материалы VII Форума экономистов. Ташкент: ИПМИ, 2015.

Проблемы организации и проведения аудиторской проверки операций с основными средствами на примере ООО «Путина» (г. Керчь)

Скоробогатова Виктория Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;

Школьникова Виктория Евгеньевна, магистрант

Керченский государственный морской технологический университет

Целью настоящей статьи является отражение результатов изучения порядка проведения аудиторской проверки операций с основными средствами в ООО «Путина» (г. Керчь).

Целью аудита операций с основными средствами, проводимого в ООО «Путина», является выражение мнения аудитора относительно классификации и реальности оценки объектов основных средств и достоверности отражения информации о них в учете и отчетности общества.

Задачами проведения такого аудита являются:

- изучение состава и структуры основных средств ООО «Путина»;
- оценка условий их эксплуатации;
- подтверждение права собственности общества на активы;
- проверка правильности оформления первичных документов по поступлению и выбытию основных средств;
- оценка состояния синтетического и аналитического учета;
- проверка своевременного и полного отражения в бухгалтерском учете операций с основными средствами при соблюдении требований законодательства;
- оценка правильности начисления амортизации и корректности ее отражения в учете;
- оценка качества проведенной ранее инвентаризации.

Чтобы аудит был эффективным и экономически оправданным, проверку тщательно планируют, подбирая для каждого этапа наиболее уместные процедуры, проводимые для получения необходимых аудиторских доказательств.

На протяжении всего аудита, начиная с ознакомления с бизнесом клиента и заканчивая составлением итогового отчета, аудитор формирует аудиторские доказательства, документально подтверждающие информацию, собранную во время проверки. Источниками аудиторских доказательств при проведении проверки операций с основными средствами в ООО «Путина» являются:

1) первичные учетные документы: акт о приеме-передаче объекта основных средств, акт о приеме-передаче здания (сооружения), накладная на внутреннее перемещение объектов основных средств, акт о приеме-сдаче отремонтированных, реконструированных, модернизированных объектов основных средств, акт о списании объекта основных средств, акт о списании автотранспортных средств, инвентарная карточка учета объекта основных средств, инвентарный список учета объектов основных средств, акт о приеме (поступлении) оборудования и др.;

2) другие документы: ведомости амортизационных отчислений, договоры купли-продажи основных средств,

приказы о назначении инвентаризационных комиссий, инвентаризационные описи основных средств, протоколы инвентаризационной комиссии и др.;

3) регистры бухгалтерского учета: оборотно-сальдовые ведомости по счетам 01 «Основные средства», 02 «Амортизация основных средств», 07 «Оборудование к установке», 08 «Вложения во внеоборотные активы» и др., своды по начислению амортизации, главная книга;

4) формы отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, приложение к бухгалтерскому балансу;

5) администрация и работники ООО «Путина», контрагенты общества по хозяйственной деятельности и прочие юридические и физические лица.

Конечно же, наиболее доказательными источниками информации являются первичные документы, фиксирующие хозяйственные операции. В процессе аудита бухгалтерские документы проверяют как в хронологической последовательности, так и по группам однотипных хозяйственных операций. Все первичные учетные документы сначала проверяют по существу, устанавливая их подлинность. После этого устанавливают законность и правильность проведенных хозяйственных операций, соответствие их действующему законодательству. Затем проводят арифметическую проверку документов, что подразумевает подсчет, таксировку, составление расчетов, подведение итогов.

Результаты, полученные в ходе аудиторской проверки и подтвержденные аудиторскими доказательствами, фиксируют в рабочих документах аудитора, где отражают используемые процедуры и тесты, проверенную информацию, полученные результаты и сделанные выводы. Содержание рабочих документов аудитора в значительной мере определяется его профессиональным суждением, поэтому количество записей в таких документах определяется аудитором самостоятельно.

Изучение организации процесса аудита операций с основными средствами в ООО «Путина» позволило внести ряд предложений по её совершенствованию.

Во-первых, разработан рабочий документ аудитора по проверке документального оформления списания основных средств в ООО «Путина», который предлагается составлять по результатам проведения документальной проверки актов на списание основных средств. Такую аудиторскую процедуру проводят с целью оценки правильности оформления и достоверности первичных документов, регистрирующих операции по выбытию основных средств. Предлагаемый рабочий документ оформляется в виде аналитической таблицы, структура которой отражена в табл. 1.

Таблица 1. Рабочий документ аудитора по проверке документального оформления списания основных средств в ООО «Путина»

Акт ОС-4		Выявлено при проверке:								Вывод аудитора
номер	дата	полнота заполнения реквизитов	Достоверность реквизитов (сверка)	Корректность расчета остаточной стоимости	заполнение таблицы «Поступило от списания»	наличие подписей, их расшифровки	наличие отметки бухгалтера	утверждение руководителем	прочее (указать)	

В представленном рабочем документе в разрезе каждого проверенного акта на списание отражается наличие / соответствие (отметка «+») либо отсутствие / несоответствие (отметка «-») различных реквизитов / сведений. В последней графе отражается краткий вывод по результатам проверки каждого акта, а в заключительной (текстовой) части документа аудитор подсчитывает количество выявленных нарушений и делает общий вывод о правильности документального оформления операций по списанию основных средств в ООО «Путина».

Во-вторых, предлагается использовать в практике аудита, проводимого в ООО «Путина», на этапе проверки поступления основных средств рабочий документ аудитора, оформленный в виде сводной таблицы процедур и результатов проверки операций по поступлению основных средств (см. табл. 2). В разработанном рабочем документе в отдельных графах таблицы предлагается отражать (по каждой аудиторской процедуре):

- методы / приемы проверки, которыми пользовался аудитор;
- объекты проверки (с указанием их наименования, реквизитов и количества);
- вид рабочего документа аудитора, отражающего промежуточные результаты после выполнения очередной процедуры (например, аналитическая таблица, расчетно-аналитическая таблица, лист опроса, лист осмотра и т.п.);
- факты, установленные в результате действий аудитора;
- вывод аудитора.

Применение предложенного рабочего документа аудитора позволит получить в развернутом виде итоги проверки операций по поступлению основных средств в ООО «Путина», а также снизить трудоемкость работ на этапе группировки и обработки результатов, полученных при проведении аудиторской проверки операций по движению основных средств в ООО «Путина».

Задачи, поставленные на этапе планирования перед аудиторами, должны быть решены в процессе аудиторской проверки, проводимой по определенной методике, которая включает в себя методы аудиторской проверки, методические способы организации проверки и аудиторские процедуры. Ниже приведена примерная методика аудита операций с основными средствами, проводимого в ООО «Путина» в соответствии с программой аудита, которая реализуется последовательно (поэтапно), внутри каждого этапа — пошагово.

1. Проверка первичных документов по поступлению основных средств включает выполнение следующих аудиторских процедур:

- 1) проверка актов о приеме-передаче объектов основных средств с использованием приема документальной проверки.
- 2) сверка актов с инвентарными карточками с использованием приема взаимного контроля;
- 3) сверка актов с оборотно-сальдовыми ведомостями с использованием приема встречной проверки;
- 4) получение подтверждения от материально ответственных лиц с использованием приема опроса;
- 5) непосредственная проверка объектов с использованием приема осмотра.

2. Проверка первичных документов по выбытию основных средств включает выполнение следующих аудиторских процедур:

- 1) проверка актов о списании основных средств с использованием приема документальной проверки.
- 2) сверка подписей в актах с приказами о назначении комиссии с использованием приема нормативно-правовой проверки;
- 3) проверка договоров купли-продажи с использованием приемов документальной проверки и экспертной оценки;
- 4) сверка договоров купли-продажи с документами на оплату с использованием приема взаимной сверки;
- 5) Сверка актов с оборотно-сальдовыми ведомостями с использованием приемов встречной проверки и арифметической проверки;
- 6) сверка актов с инвентарными карточками с использованием приема взаимного контроля;
- 7) получение подтверждения от материально ответственных лиц с использованием приема опроса.

3. Проверка первичных документов по внутреннему перемещению основных средств включает выполнение следующих аудиторских процедур:

- 1) проверка накладных на внутреннее перемещение объектов основных средств с использованием приема документальной проверки;
- 2) проверка отметок в инвентарных карточках с использованием приема документальной проверки;
- 3) сверка накладных с инвентарными списками с использованием приемов логической проверки и встречной проверки.

4. Проверка организации учета основных средств включает выполнение следующих аудиторских процедур:

Таблица 2. Сводная таблица процедур и результатов проверки операций по поступлению основных средств

Аудиторская процедура	Метод / прием проверки	Объект проверки			Рабочий документ аудитора (вид)	Установленный факт (результат применения процедуры)	Вывод аудитора
		наименование	реквизиты	кол-во			
Проверка оформления первичных документов по поступлению ОС	документальная проверка	акт о приеме-передаче объекта ОС; инвентарная карточка учета ОС			Аналитическая таблица		
Сопоставление данных в первичных документах	взаимный контроль содержания документов	акт о приеме-передаче объекта ОС; инвентарная карточка учета ОС			— « —		
Проверка организации аналитического учета ОС	логическая проверка, встречная проверка	инвентарная карточка учета ОС; инвентарный список ОС; оборотно-сальдовая ведомость по счету 01			— « —		
Проверка организации синтетического учета ОС	нормативно-правовая проверка, арифметическая проверка	оборотно-сальдовые ведомости по счетам 01, 08, 60			— « —		
Проверка формирования первоначальной стоимости ОС	нормативно-правовая проверка, встречная проверка, арифметическая проверка	счет-фактура; акт о приеме-передаче объекта ОС; оборотно-сальдовые ведомости по счетам 01, 08, 60			Расчетно-аналитическая таблица		
Сверка данных первичных документов и учетных регистров	встречная проверка	акт о приеме-передаче объекта ОС; оборотно-сальдовая ведомость по счету 01			Аналитическая таблица		
Фактическая проверка наличия поступивших ОС	осмотр	объект основных средств			Лист осмотра		

1) проверка правильности отнесения объектов к основным средствам с использованием приема нормативно-правовой проверки.

2) проверка правильности классификации основных средств с использованием приемов логического контроля и нормативно-правовой проверки;

3) проверка инвентарных карточек с использованием приема документальной проверки;

4) проверка инвентарных списков с использованием приема документальной проверки;

5) проверка ведения инвентарной картотеки с использованием приема обследования;

6) сверка инвентарных карточек с инвентарными списками с использованием приемов логической проверки и встречной проверки;

7) проверка наличия инвентарных номеров с использованием приема обследования;

8) тестирование организации синтетического учета с использованием приема нормативно-правовой проверки и опроса;

9) сверка оборотно-сальдовых ведомостей с использованием приемов встречной проверки и арифметических расчетов.

5. Проверка начисления амортизации основных средств включает выполнение следующих аудиторских процедур:

1) проверка ведомостей амортизационных отчислений проводится с использованием приема документальной проверки;

2) проверка правильности начисления амортизации проводится с использованием приемов нормативно-правовой проверки, арифметических расчетов и встречной проверки;

3) проверка правильности отражения начисленной амортизации в учете проводится с использованием приемов взаимной сверки и арифметических расчетов.

6. Проверка итоговых и отчетных данных по основным средствам.

Заключительным шагом каждого этапа является подведение промежуточных итогов, которое проводится с использованием приемов группировки и анализа.

В заключение проведения аудита операций с основными средствами в ООО «Путина» аудитор выражает мнение о том, что информация об основных средствах, отраженная в бухгалтерском учете и отчетности организации, подтверждается / не подтверждается документально и может / не может считаться достоверной с определяемой аудитором степенью вероятности. По результатам проведенного аудита также составляется отчет, к которому прилагаются все собранные аудиторские доказательства и рабочие документы, составленные аудитором.

Литература:

1. Бычкова, С. М. Практический аудит / С. М. Бычкова, Т. Ю. Фомина; под ред. С. М. Бычковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Эксмо, 2009. — 176 с.
2. Аудит: учебник для вузов / [В. В. Скобара, Г. И. Пашигорева, О. Л. Островская и др.]; под ред. В. В. Скобара. — М.: Просвещение, 2005. — 479 с.

The role of managerial culture in Organizations: Enterprise manager culture and its social and economic impacts

Soliyeva Munavvar Akhmadovna, English teacher
Abdullayev Javokhir Jahongirovich, student
Bukhara Engineering Technological Institute (Uzbekistan)

Солиева Мунаввар Ахмадовна, преподаватель;
Абдуллаев Жавохир Жахонгирович, студент
Бухарский инженерно-технологический институт (Узбекистан)

After being independent, the country has achieved a lot of achievements. Including economic development, political stability and wellbeing of the population. But the most important thing is we are living in that country which our ancestors dreamed and wanted to build and live. As President of Republic of Uzbekistan Islam Karimov said that: It should be noted that the basis of each country is youngs, new generation. Because Growing up they will be our future or future of their country professional specialists and others. It is true that after some years they will build the future of country. However, it should be noticed that to be qualified specialist man must work very very hard above themselves. If you pay attention to the system of managing big enterprises and companies, using of language, managers' culture, managers' psychology and their behavior affect more to the development of their company. Knowing and being master of fundamentals of management give a big advantage to conduct staff and every man-

ager can demonstrate politely their emotions, positive attitude to work, social activity. In addition they can shape the perception of comfortably. Managers form such as national self-consciousness and self-consciousness through the sense of the establishment of hard-working, patriotism. Managers having somewhat grades are able to understand what are the mechanisms of functioning of the market economy, how to achieve the success of the performance, what they want to understand, how to find the right way to manage. Organizational and manager culture are a widely used term but one that seems to give rise to a degree of ambiguity in terms of assessing its effectiveness on change variables in an organization. Accumulating human experience of senior management in the development process shows us that the main thing in conducting is managing ourselves. This experience should serve to increase the effectiveness of management in market conditions. Effectiveness management and its development, pri-

marily associated with the rise of the level of management culture. Because, ways, methods, tools and techniques through critical evaluation, they highlight the best in the world practice guidance. For the past number of decades, most academics and practitioners studying organizations suggest the concept of culture is the climate and practices that organizations develop around their handling of people. For managers with busy schedules, is culture something they should be concerned with? The evidence presented here, from the literature, international studies and the Irish experience, suggests that culture is indeed something that managers should pay attention to. First and foremost, this is because culture affects the performance of organizations. The scientists noted that more than 60% of managers' time are spent to their partners, customers, meetings and other business meetings with the owners of the properties. I mean, of course, manager of the enterprise culture conduct to hold above positive future meetings and other necessary performances. Except of being part of the management — culture of man are connected with a number of unique features. Knowing that culture is important in shaping organizational practice and performance in public sector organizations is one thing. But a subsequent issue is the extent to which managers can actually shape or influence culture. Some informations on culture change explored in somewhat ambivalent on this point. On the one hand, examples can be identified where interventions can influence culture. But on the other hand, some scientists warn of the danger of attempting to influence the more superficial aspects of culture such as symbols and ceremonies, while ignoring the more pervasive and deep seated aspects of culture such as values and beliefs. These more deep seated aspects of culture are much more difficult to influence. Culture of the manager is not only necessary, but inevitable, because every organization in every department staff for the effective performance of its high culture to be able to control the level of culture workers, especially managers, the culture of the management process, management techniques, reflecting the working conditions parameters. Elements of Culture are multilateral and they depend on the management of a variety of standards, including ethical, legal, economic, organizational, technical, and aesthetic principles which need for them. Changes in peoples' ways of thinking and to increase the level of knowledge of their cultural and socio-psychological methods will increase in important side. In such circumstances, the people's interests of the spiritual sphere have changed. Labor satisfaction is an important factor in the production of a good relationship with the manufacturers' leader of favorable socio-psychological situation. Production teams and employees of financial institutions did not handle the social and psychological aspects to the aspects of research methodology of psychology and manager of the organization of activities based on the general laws of the management of the national economy, the arrangement of suring results. Based on the academic literature for study and the findings

from the interviews, those are identified six key issues that managers need to address in order to contribute to creating a more developmental and performance oriented culture in their organization. These issues are as follows:

- Creating a climate for change: In terms of creating a climate for change, culture is only effective if it is applied to the relevant area needing change or is tied to some organizational issue. Several of the organizations studied here used internal or external drivers in order to facilitate the culture shift they wanted to see achieved.

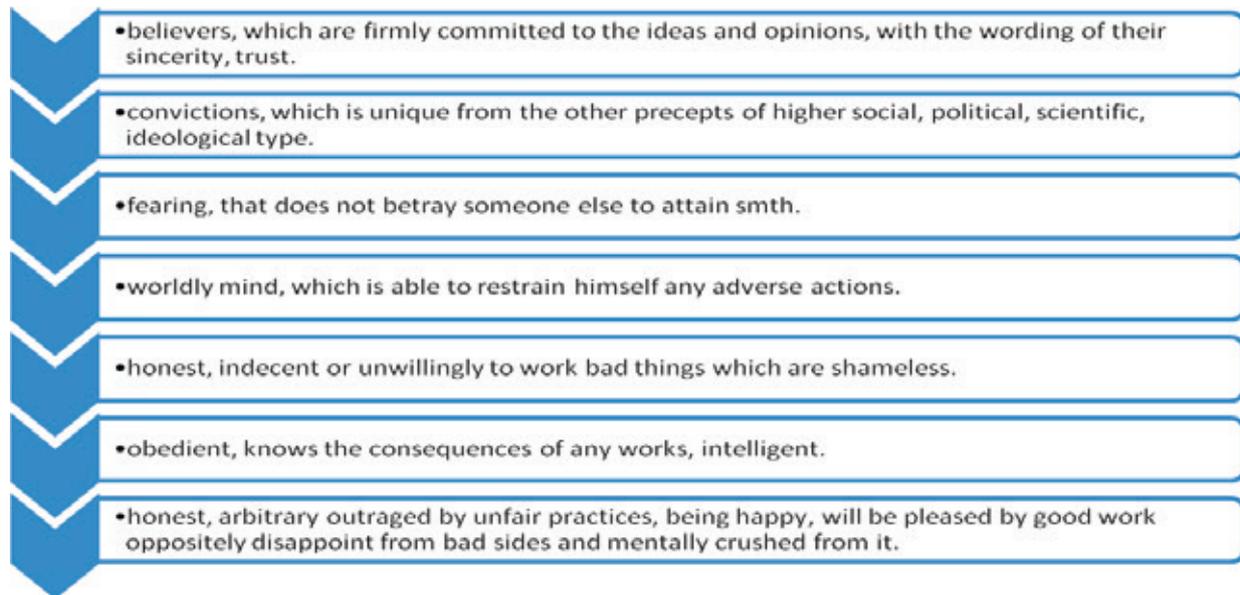
- Leaders as champions: Leadership is clearly important in determining the effectiveness of culture change. The leaders of organizations are 'champions' of understanding and managing culture in the organization and of rewarding or punishing subcultures depending on whether they align or not with the corporate culture espoused by the leaders. The influence of leaders in terms of rewarding the sub-culture groups that espouse the dominant beliefs, values and underlying assumptions of the organization cannot be underestimated.

- Employee engagement and empowerment: Employee engagement and empowerment is crucial to ensure that the culture is effectively managed and aligned with the cultural assumptions of the organization as a whole.

- Team orientation: Team working was a common feature in most organizations studied, in terms of crossing existing barriers and as a useful means of promoting and disseminating new cultural traits. In terms of individual and organizational development, teams are seen as a way of investing in talent development.

- Tracking cultural change: Tracking cultural change is important in terms of assessing whether the culture has become misaligned in terms of sub-group cultures' practices, or whether there are issues or challenges to be addressed which could undermine the cultural ethos and underlying assumptions of the organization.

Unit labor part of the team's goals, combined with a relationship of mutual benefit cooperation friendly the disposal of the community resources to improve the welfare of all members of society, and multilateral development interests together to find ways to undertake their duties in their power to make conscious efforts to redirect staff. Team personnel directly engaged in the production process. Production team is busy with the financial resources to bring people together. Production teams to develop a comprehensive plan make changes in the social structure of the community of progressive improvement of working conditions, education and training of employees, their socio-cultural and housing to improve the living conditions of their high level of service, the manager responsible for the protection of workers' rights. Supervisor of Culture is also a part of human culture, where the level of personnel management culture, the culture of working conditions, document and reflect the culture of doing business. So that the manager of the enterprises and organizations in that area, irrespective of the network must have the following properties:



Every manager of the organization and its function is to complete the process with the other members of the team. And it would be subject to the rules of business ethics among the people. Each team favorably must respect the environment and should not be available disrespect culture, contrary to proceed brazen brutality. Thus the government did not comply with the norms of the system to assess the activities wrong promise and not the other properties. Case studies and science, creative approach to work, entrepreneurship, responsibility, initiative, bureaucracy, law-breakers, intolerance, conscience, humility and simplicity represent the culture of management personnel. The importance of understanding, harnessing, managing and maintaining an appropriate culture in public sector organizations cannot be underestimated in terms of its impact on the modernization agenda. Developing appropriate measures to address culture issues in organizations in terms of increasing organizational capability and performance were addressed in earlier chapters of this study. While the implications of such approaches are wide-ranging, fundamentally, it is implementing effective culture management policies in a manageable way for organizations that falls within the remit of leadership in these organizations. Leadership plays an important role in effectively managing and developing culture in organizations. Leadership must be committed to managing culture in terms of developing and sustaining organizational performance, while managers throughout the organization are responsible for its effective development throughout the organization. It has been shown in the organizations examined for this study that ensuring employee commitment through culture awareness programs and team oriented projects and initiatives (e.g. demonstrations, partnership, team-based projects) creates a climate for change and further endorses the relevant culture advocated by managers. Training in terms of culture awareness is viewed differently in the various organizations examined. Culture is an aspect of general management

training in some organizations. In other organizations, it is deemed appropriate to learn from leaders and managers about the prevalent cultural norms and assumptions. But, it is important to track cultural change (through culture mapping exercises or culture awareness programs) in terms of assessing whether the culture has become misaligned in terms of sub-group cultures' practices, or whether there are issues or challenges to be addressed which could undermine the cultural ethos and underlying assumptions of the organization. There is much that remains to be done to address the evident gap between the impact of cultural issues and the approaches adopted by managers, which are quite rudimentary in many public sector organizations. The organizations cited for this study provide useful examples of how organizations can effectively manage organizational culture as an integral part of both corporate strategies and organizational change measures to enhance performance and innovation. This study contributes to the awareness and understanding of culture management in public sector organizations. But, the challenge is to develop this understanding into practical measures in public sector organizations to further bolster modernization and deliver the 'performance culture where indicators inform policy choices, budgetary allocations and the day to day management of operations'. The management culture of the main ways of ensuring a thorough knowledge of the general cultural level and regular training to understand and analyze the results of its activities, the development of positive personal qualities. In any case, Manager regardless of in which level manager is, its main duty: must not forget to educate his or her staff in its case. This is only because of manager of any enterprises is not only simple job but he or she is also trainer, also a sociologist, also psychologist. To simply say manager is the person who can configure relationship between the people. So our society needs the most professional managers who can build powerful, strong and beneficial organizations.

References:

1. Аллахвердов В.М., Богданова С.И. и др. Психология: Учебник. 2-е изд. Отв. ред. Крылов А.А. Перераб. и доп. — М.: ТК Велби. Проспект, 2004.
2. Zammuto, R.F., G. Gifford and E. A. Goodman 'Managerial ideologies, organization culture and the outcomes of innovation: A competing values perspective', in N. Ashkanasy, C. Wilderom and M. Peterson (Eds.),
3. Zammuto, R.F. and J. Y. Krakower 'Quantitative and qualitative studies of organizational culture,' Research in Organization Change and Development Vol 5: pp. 83–114
4. Thompson, K.R. and F. Luthans, 'Organizational Culture: A behavioural Perspective,' in Schneider, B. (ed.), Organizational Climate and Culture, Ch.9, Oxford: Jossey-Bass.
5. Orla O'Donnell Richard Boyle "Understanding and Managing Organizational Culture". Institute of Public Administration 57–61 Lansdowne Road Dublin 4 Ireland in association with The Committee for Public Management Research. 2008 year (4,9,64 pages)

Анализ концепции развития таможенных органов Российской Федерации

Старых Светлана Алексеевна, аспирант;
Шатунова Анна Романовна, студент
Юго-Западный государственный университет

В статье проводится анализ концепции развития таможенных органов Российской Федерации. Рассмотрены основные положения плана мероприятий «Совершенствование таможенного администрирования».

Ключевые слова: концепция, развитие таможенных органов РФ, дорожная карта, совершенствование таможенного администрирования.

Интеграционные направления последнего десятилетия привели к изменению модели управления не только в коммерческих организациях, но и в государственной службе.

В настоящее время проводится работа по решению организационных, систематических и других вопросов, связанных с созданием информационно-технической инфраструктуры таможенных органов.

Распоряжением Правительства Российской Федерации 28 декабря 2012 г. были утверждены основные стратегические ориентиры развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года [1, 2].

Концепция развития таможенных органов Российской Федерации определяет задачи, направления, а также цели развития таможенных органов.

Основным стратегическим ориентиром таможенной службы России является обеспечение экономической безопасности в сфере внешнеэкономической деятельности Российской Федерации и содействие внешней торговле [3–5].

Первый этап реализации Концепции (2013–2014 гг.) был нацелен на создание необходимых институциональных основ и технологических условий, системно перевел Таможенную службу Российской Федерации на новый уровень развития.

Второй этап реализации Концепции (2015–2020 гг.) предполагает дальнейшее повышение эффективности деятельности таможенной службы России. В рамках этого этапа продолжается развитие и совершенствование ин-

ституциональной и таможенной инфраструктуры при создании новой технологической базы, а также развитие социальной сферы таможенных органов. Наряду с концепцией развития Таможенных органов России реализуется план мероприятий «Совершенствование таможенного администрирования», который призван упростить порядок перемещения товаров при их ввозе и вывозе с территории РФ.

Основной целью плана мероприятий «Совершенствование таможенного администрирования» является сокращение времени, стоимости и количества процедур, необходимых для осуществления внешнеэкономической деятельности (импорт/экспорт), в том числе:

- сокращение количества процедур, необходимых для оформления импорта/экспорта товаров;
- сокращение общего времени, необходимого для оформления импорта/экспорта товаров;
- снижение стоимости процесса оформления импорта/экспорта товаров.

Целевыми индикаторами указанного направления развития таможенной службы Российской Федерации являются следующие:

- предельное время прохождения таможенных операций при помещении товаров под таможенную процедуру экспорта для товаров, которые не идентифицированы как рискованные поставки, требующие дополнительной проверки (с 72 часов в 2012 году до 2 часов к 2018 году);
- предельное время прохождения таможенных операций при помещении товаров под таможенную проце-

дуру выпуска для внутреннего потребления в отношении товаров, которые не подлежат дополнительным видам государственного контроля и не идентифицированы как рискованные поставки, требующие дополнительной проверки (с 96 часов в 2012 году до 2 часов к 2018 году);

— доля деклараций на товары, оформленных в электронном виде без представления документов и сведений на бумажных носителях, в общем количестве оформленных деклараций на товары при условии, что товары (транспортные средства) не идентифицированы как рискованные поставки, требующие дополнительной проверки документов на бумажных носителях (с 40 процентов в 2012 году до 100 процентов к 2014 году);

— доля деклараций на товары, ввезенные на территорию Российской Федерации, таможенные операции и таможенный контроль в отношении которых осуществляется в таможенных органах, расположенных в приграничных субъектах Российской Федерации, в общем объеме деклараций на товары (с 34 процентов в 2012 году до 65 процентов к 2020 году);

— количество документов, требуемых для таможенных целей, при перемещении товара через государственную границу Российской Федерации при импорте (экспорте) (с 10 штук в 2012 году до 4 штук к 2018 году);

— доля случаев несоблюдения ограничений, установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также нарушений валютного законодательства при помещении товаров под таможенные процедуры (с 17 процентов в 2012 году до 11 процентов в 2020 году);

— результативность исполнения государственной функции по осуществлению в пределах своей компетенции контроля за валютными операциями резидентов и нерезидентов, связанными с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза (с 14 процентов в 2012 году до 25 процентов к 2020 году).

Литература:

1. Электронный ресурс: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online>.
2. Федеральная таможенная служба РФ [Электронный ресурс]. — URL: <http://ctu.customs.ru/index>.
3. Коварда, В. В. Взаимосвязь и взаимообусловленность внешнеторговой и внутренней политики России // Молодой ученый. — 2015. — № 7. — с. 431–437.
4. Коварда, В. В. Роль таможенных платежей в обеспечении экономической безопасности России // материалы III Международной научно-практической конференции «Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы». Нижегородский государственный технический университет им. Р. Е. Алексеева. Нижний Новгород, 2015. с. 141–144.
5. Старых, С. А., Малюхова А. Ю. Особенности введения эмбарго на поставки сельхозпродукции из Польши в Россию в августе 2014 года // Молодой ученый. — 2015. — № 9. — с. 729–731.

На сегодняшний день в дорожной карте «Совершенствование таможенного администрирования» был осуществлен ряд мероприятий:

— обеспечена передача в режиме реального времени из коммерческих банков в Федеральную таможенную службу России сведений о паспортах сделок по внешнеторговым договорам, что позволило создать реальные условия для освобождения предпринимателей от обязанности при декларировании товаров предоставлять в таможенные органы такие паспорта.

— обеспечение предупреждения, то есть предварительной информации в пунктах пропуска о товарах, планируемых к перемещению через таможенную границу, и использование этой информации в системе управления рисками для принятия решения о выпуске товаров, что в свою очередь влияет на сокращение сроков совершения таможенных операций в пунктах пропуска через государственную границу.

— время, необходимое для проведения таможенными органами государственного контроля в пункте пропуска на границе Таможенного союза, сократилось в среднем на 40 минут и составляет 40–45 минут, более 90% товаров оформляются в течение 24 часов, а товары, не облагаемые вывозными пошлинами, не более 4 часов.

Таким образом, основное содержание таможенной политики Российской Федерации составляет таможенное администрирование — организационно-управленческая деятельность Федеральной таможенной службы, а также деятельность таможенных органов, осуществляемые в нормативно-правовых рамках в процессе реализации возложенных на них задач в сфере таможенного дела. Повышение эффективности работы таможенной службы Российской Федерации и ее совершенствование, в значительной мере, определяется организованностью системы управления, зависящей от ее структуры и деятельности всех элементов.

Анализ доходов и расходов федерального бюджета Российской Федерации за 2012–2016 гг.

Строкова Анастасия Александровна, студент
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Обеспечение сбалансированности бюджета является важнейшей задачей государства при осуществлении экономической политики. В статье рассматривается и анализируется формирование доходной и расходной части федерального бюджета за период 2012–2016 гг.

Ключевые слова: федеральный бюджет, доходы федерального бюджета, расходы федерального бюджета.

В настоящее время основной макроэкономической проблемой построения федерального бюджета является балансировка доходов и расходов бюджета в условиях резкого падения цен на нефть. От сбалансированности этих показателей зависит экономическая стабильность государства. Таким образом, вопрос соотношения доходов и расходов бюджета является особенно актуальным.

Динамика основных параметров бюджетной системы Российской Федерации на 2016 год характеризуется постепенным снижением доли доходов федерального бюджета по отношению к ВВП (с 20,9% в 2012 году до 17,5% в 2016 году), а также сокращением общего объема расходов федерального бюджета до 20,5% ВВП.

В соответствии с проектом закона о федеральном бюджете на 2016 год, доходы бюджета должны составить 13738,5 млрд. руб. против 13251 млрд. руб. в 2015 году. Чтобы выйти на этот объем, был мобилизован ряд дополнительных доходных источников. Крупнейшим из них является повышение налоговой нагрузки в нефтяном секторе экономики. На 2016 год сохраняется ставка вывозной пошлины на нефть на уровне 42% наряду с ранее запланированным повышением налога на добычу полезных ископаемых на нефть. Ранее предполагалось, что ставка вывозной пошлины на нефть в 2016 году будет снижена до 36%. Дополнительные бюджетные доходы от такого «налогового маневра» в нефтяном секторе составляют около 200 млрд. руб. Дополнительно 112 млрд. руб. Правительство намерено получить за счет увеличения НДС на газ и газовый конденсат. Среди других экстренных мер по повышению доходов федерального бюджета выделим сохра-

нение до конца 2016 года нормы в отношении зачисления в федеральный бюджет доходов от управления средствами Резервного фонда и ФНБ и повышение до 90% доли прибыли Банка России, подлежащей зачислению в федеральный бюджет [4].

Необходимо отметить значительное увеличение расходов федерального бюджета в 2013, которое было обусловлено в первую очередь, ростом расходов на национальную экономику, увеличились социальные расходы и определенную роль сыграли военные расходы и, в частности, траты на перевооружение армии; безусловно, обеспечение боеспособности вооруженных сил относится к базовым функциям института государства, однако закупка техники в условиях отсутствия конкуренции в секторе ВПК неизбежно сопровождается необоснованным ростом издержек. Наблюдается увеличение расходов федерального бюджета на 586 млрд. руб. в 2015 году по отношению к 2014 году, а также увеличение расходов и в 2016 г. Весь рассматриваемый период бюджет исполняется и планируется с дефицитом.

Для того чтобы детально разобрать федеральный бюджет, проанализируем основные параметры федерального бюджета и его структуру.

За анализируемый период можно отметить значительное изменение соотношения нефтегазовых и не нефтегазовых доходов. Так, если в структуре доходов бюджета в 2012 г. преобладающую роль занимали нефтегазовые доходы и составляли 50,2% доходов бюджета или 6453,2 млрд. руб. в абсолютном выражении, а не нефте-

Таблица 1. Основные параметры федерального бюджета в 2012–2016 гг.

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.		2016 г.
				(№ 384-ФЗ с изм.)	оценка — *	
Доходы федерального бюджета	12855,5	13019,9	14496,9	12539,7	13251,3	13738,5
Расходы федерального бюджета	12895,0	25290,9	14831,6	15215,0	15417,3	16098,7
Дефицит федерального бюджета	—135,1	—323,0	—334,7	—2675,3	—2166,0	—2360,2

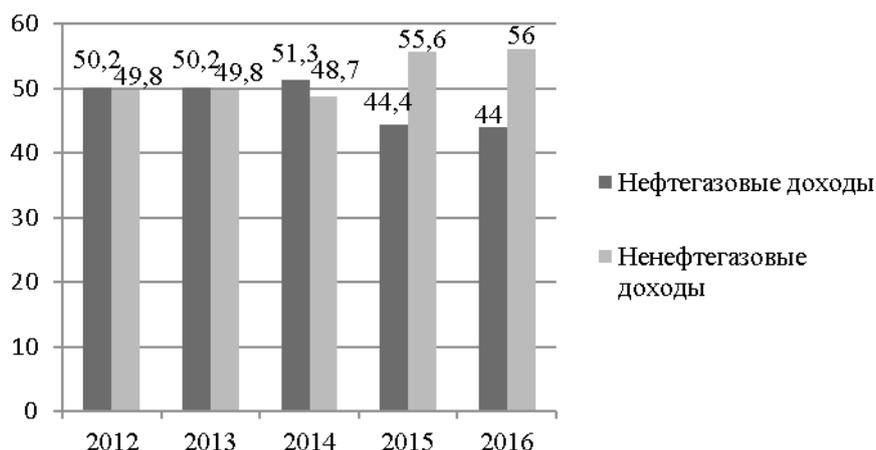


Рис. 1. Соотношение нефтегазовых и ненефтегазовых доходов, в %

газовые доходы составляли 49,8% от общего объема доходов бюджета или 6402,4млрд. руб.

В 2016 г. структура доходов бюджета значительно меняется и мы наблюдаем обратную картину: объем нефтегазовых доходов составил 6044,9млрд. руб. или 44% от объема общих доходов бюджета, а ненефтегазовые доходы, напротив, увеличились до 7693,6 млрд. руб. и составили 56% от общего объема доходов бюджета. Это объясняется сверхнизкими ценами на нефть в связи, с которыми бюджет недосчитывается значительной доли нефтегазовых доходов российского бюджета.

Рассмотрим доходы федерального бюджета с точки зрения налоговых и неналоговых доходов. На протяжении многих лет налоговые доходы составляют большую часть всех доходов федерального бюджета. Так, и за период 2012–2016 гг. их объем составляет более 50%, при этом эта доля значительно увеличилась за рассматриваемый промежуток времени на 10,6 процентных пункта. Этот факт свидетельствует о том, что государство, решая свои социально-экономические задачи, взяло курс на пополнение своей финансовой базы за счет налоговых поступлений, в особенности по НДС, налогу на прибыль организаций.

Неналоговые доходы также играют существенную роль в формировании федерального бюджета, несмотря на то, что за 2012–2016 гг. их доля уменьшилась почти на 11,5%. Данное снижение можно объяснить сокращением доходов от ВЭД. Эта тенденция не случайна, учитывая относительно сдержанную политику России на мировом рынке, так как на сегодняшний момент государство стремится развивать отечественный рынок.

Макроэкономические показатели, используемые при составлении проекта федерального бюджета на 2016–2018 годы, значительно отличаются от показателей, положенных в основу формирования федерального бюджета на 2015 год и плановый период 2016 и 2017 годов (таблица 2), поскольку они не учитывали изменения, произошедшие во втором полугодии 2014 года [3].

Базовый сценарий предполагает продолжение действия санкций со стороны США и Европейского союза в отношении России и контрсанкций со стороны России на протяжении всего прогнозного периода. Следовательно, российская экономика будет развиваться в условиях ограниченного доступа к мировому рынку капитала, сохранения оттока капитала.

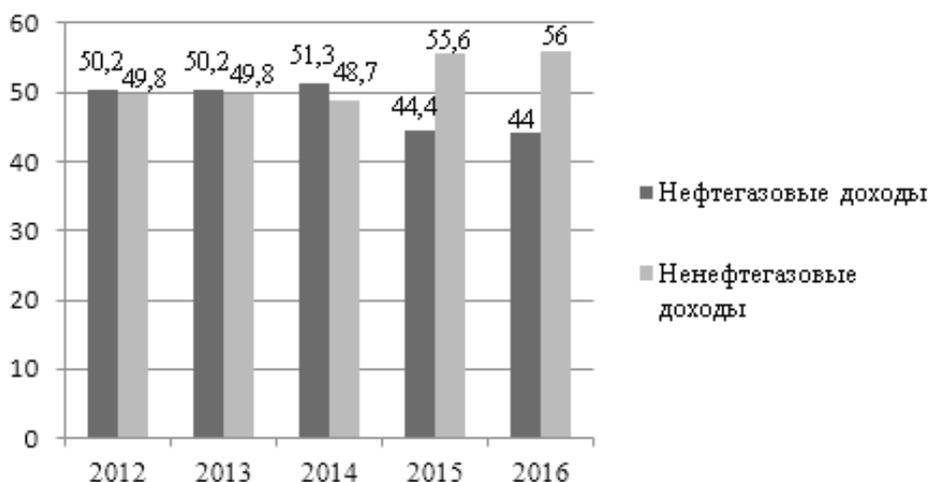


Рис. 2. Долевая структура налоговых, неналоговых доходов и безвозмездных поступлений за 2012–2015 гг.

Таблица 2. Основные макроэкономические показатели на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов

	2015 г.		2016 г.		2017 г.		2018 г.
	Закон 384-ФЗ*	Закон 93-ФЗ**	Закон 384-ФЗ	Прогноз	Закон 384-ФЗ	Прогноз	Прогноз
Цены на нефть «Юралс», долл./барр.	100	50	100	60	100	65	70
Цены на газ (среднеконтрактные включая страны СНГ), долл./тыс. куб. м	289	208	282	179	278	208	225
ВВП, млрд. рублей	77 498	73 119	83 208	82 689	90 063	91 050	99 572
Рост ВВП, %	1,2	-3	2,3	2,3	3	2,3	2,4
Инвестиции, млрд. рублей	14 442	12 650	15 356	14 714	16 526	16 037	17 576
Объем импорта (по кругу товаров, учитываемых ФТС России), млрд. долларов США	299,2	182,3	305,5	221,8	316,6	235,5	248,6
Объем экспорта (по кругу товаров, учитываемых ФТС России), млрд. долларов США	494,2	333,8	498,2	376,5	507,3	402,2	431
Прибыль прибыльных организаций, млрд. рублей	13 955	14 345	14 725	20 245	15 990	22 375	24 675
Инфляция (ИПЦ), % к декабрю предыдущего года	5,5	12,2	4,5	7	4	6,3	5,1
Курс доллара, рублей за доллар США	37,7	61,5	38,7	56,8	39,5	54,5	53,2
Фонд заработной платы, млрд. рублей	19 022	18 559	20 420	20 129	22 259	22 288	24 462
* здесь и далее — Федеральный закон от 1 декабря 2014 г. № 384-ФЗ «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» [1]							
** здесь и далее — Федеральный закон от 20 апреля 2015 г. № 93-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» [2]							

Среднегодовая цена на нефть марки «Юралс», положенная в основу формирования федерального бюджета, в 2015 году составит 50 долларов США за баррель (против 100 долларов США за баррель в прогнозе от 1 декабря 2014 года) и к 2018 году вырастет до 70 долларов США за баррель.

Несмотря на геополитическую напряженность и сравнительно низкий уровень цен на нефть, уже с 2016 года прогнозируется возобновление экономического роста (на уровне 2,3–2,4% в год).

Также возобновится рост промышленности и реальных располагаемых доходов населения, что будет способствовать повышению инвестиционной активности и потребительского спроса. Норма накопления увеличится с 16,8% ВВП в 2015 году до 20,7% ВВП в 2018 году, а внутренний спрос за 2016–2018 годы вырастет на 11,1% против снижения на 9,5% в 2015 году.

Повышение доходов федерального бюджета, в том числе за счет повышения налоговой нагрузки, позволило увеличить расходы федерального бюджета при заданном «сверху» дефиците в 3% ВВП. Структура расходов бюджета и расходные приоритеты за последние пять лет заметно изменились.

В структуре расходов федерального бюджета, прежде всего, выделим расходы на оборону в 2015 году, которые выросли по сравнению с 2012 годом на 5 процентных пунктов и на 72% в номинальном выражении. В проекте бюджета на 2016 год эти расходы стабилизированы на уровне 2015 года. Таким образом усилия, направленные на сокращение расходов на силовой блок, не увенчались успехом.

Несмотря на некоторое повышение суммарной доли расходов на социальный блок, бюджет 2016 года нельзя назвать «социальным» с точки зрения заботы о развитии социальной сферы. Основные изменения в части пенсий свелись к сокращению масштабов запланированной индексации и очередной заморозке накопительной части.

Расходы на образование федерального бюджета сокращаются в 2016 году, по сравнению с 2015 годом в номинальном выражении на 8,5%. Частично это объясняется тем, что федеральный бюджет «сбрасывает» расходы на дошкольное и профессиональное образование, которые, в соответствии с разделением бюджетных полномочий должны финансироваться с регионального бюджетного уровня.

Таким образом, характерными особенностями бюджета на 2016 год являются:

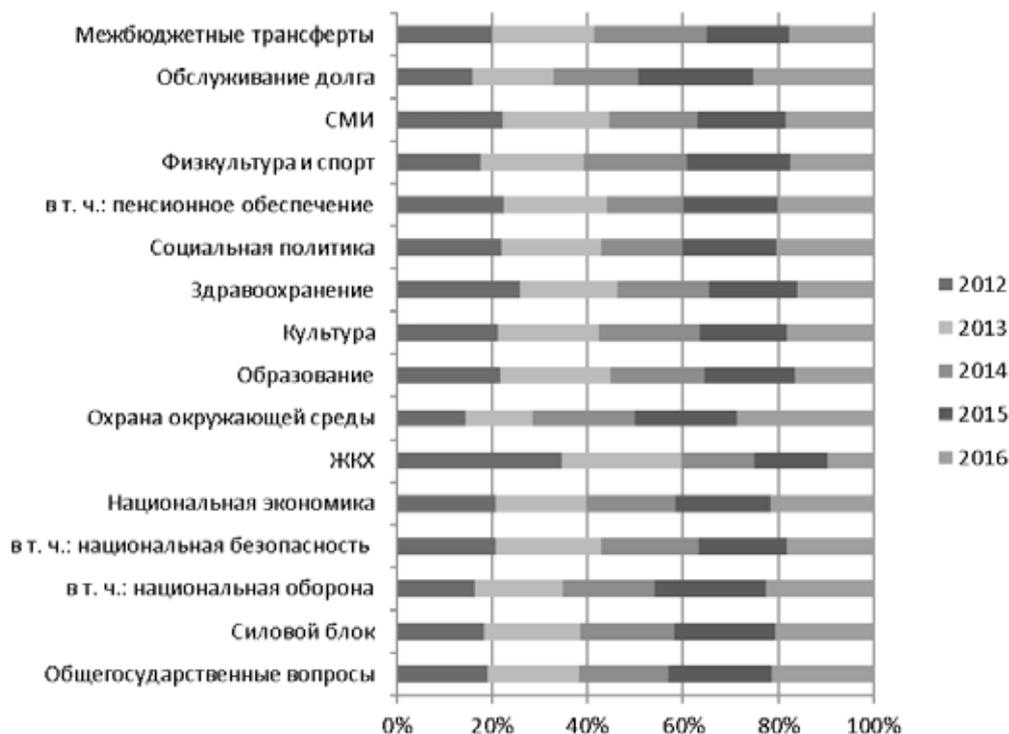


Рис. 3. Структура расходов федерального бюджета за 2012–2016 гг.

- составление федерального бюджета сроком на один год;
- отказ от «бюджетного правила» в части определения общего объема расходов федерального бюджета для очередного финансового года;
- формирование федерального бюджета на 2016 год в условиях снижения большинства макроэкономических

показателей по сравнению с параметрами прогноза социально-экономического развития РФ к Федеральному закону № 384-ФЗ;

- сохранение высокого уровня дефицита федерального бюджета (3% ВВП), покрываемого за счет средств Резервного фонда и государственных заимствований.

Литература:

1. Федеральный закон от 20 апреля 2015 г. № 93-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов»
2. Федеральный закон Российской Федерации от 1 декабря 2014 г. N 384-ФЗ «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» [Текст]. // Российская газета. — 2014. — № 6550.
3. Официальный сайт Министерства финансов РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minfin.ru/> — (дата обращения: 18.03.2016).
4. Официальный сайт Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ores.ru/> — (дата обращения: 30.03.2016).

The essence of enterprise's sales potential of an innovation and its dependence on a market demand

Струнина Леся Валериевна, аспирант
Национальный университет пищевых технологий (Украина)

There are considered main internal and external impact factors on possibility of sales of an innovation in the article. It is determined an interrelation of market consumption potential and volumes of sales of the innovation by the enterprise. It is offered a method of calculation sales potential of the innovation regardless of company's position on the market.

Keywords: innovation, potential, demand, consumption, market.

Problem setting. Selling company’s goods and services is the basis in forming its profit. Realization amount and cost of sales are the key indicators that define efficiency of any project and enterprise’s activity. As innovative projects are very risky in conditions of today’s critical situation of economy and uncertainty of the environment, much attention should be paid to research possible market reaction on the introduction of innovative products.

Recent research and publications analysis. Domestic and foreign scientists are engaged in research of a market demand and factors affecting it: U. Voskobiynyk and E. Havaza [1], T. Bashuk [2], L. Maliarets and D. Velykorodna [3] and others. The issue of innovation implementation efficiency is studied by M. Chorna and S. Glukhova [4], T. Pozhueva [5], R. Hilmanova [6], A. Shustov [7] etc.

O. Svirgun [8], O. Farat and R. Rusyn-Hrynyk [9], N. Meheda and T. Gyhlina [10] and others pay attention to different aspects of enterprise potential, in particular, innovative aspect. However, sales potential of an innovation is researched only formally, without going into theoretical essence of this concept.

The research objective. The article is dedicated to investigation of causal relationships between market demand on innovation, potential of its implementation for individual enterprise and its effectiveness.

Key research findings. Evaluation of innovative project is usually accented on financial indicators of project’s effectiveness. First of all project’s profitability, payback period, expected profit are calculated. Discounted value of future earnings is carried in the case of large payback period. Effect that company receives from using the innovation is the main cri-

terion for determining the expedience of its implementation in economic activity of enterprise.

The efficiency of innovation is measured by correlation of incomes and expenses from its realization. Simultaneously the efficiency of implementation the innovation should reflect the additional benefits from it. Therefore, innovation should be appropriate not only in terms of getting profit, but in terms of increasing the profit. Innovation can be effective when incomes exceed expenses, but its implementation can be not expedient if the profit from it is smaller than basic.

Usually, the main goal of enterprise’s innovative activity is rising of development degree and incomes growth. However, when market is on the decline, the company must decide on the partial or complete reorganization for ensuring further profitability of activity. In that case, the comparison of the size of actually-received and projected profits as a result of innovation is not sufficient for making a decision on the expediency of the project implementation. It should be taken into account the market capacity and saturation, its growth rate and enterprise’s potential to implement innovation. The basic internal and external impact factors on sales potential of innovation are shown on figure 1.

Depending on market challenges and enterprise’s internal opportunities it can be assessed the degree of increasing the product sales after the implementation of innovation. The important role in the analysis of actual market state and perspectives is played by the demand on products. The main condition for selling of innovation is the presence of unmet demand on the target market. The research of possible consumption of goods clarifies the outlook for it sales on the market.

The amount of sales of the innovation depends on its characteristics, such as product quality, substitutes’ availability,

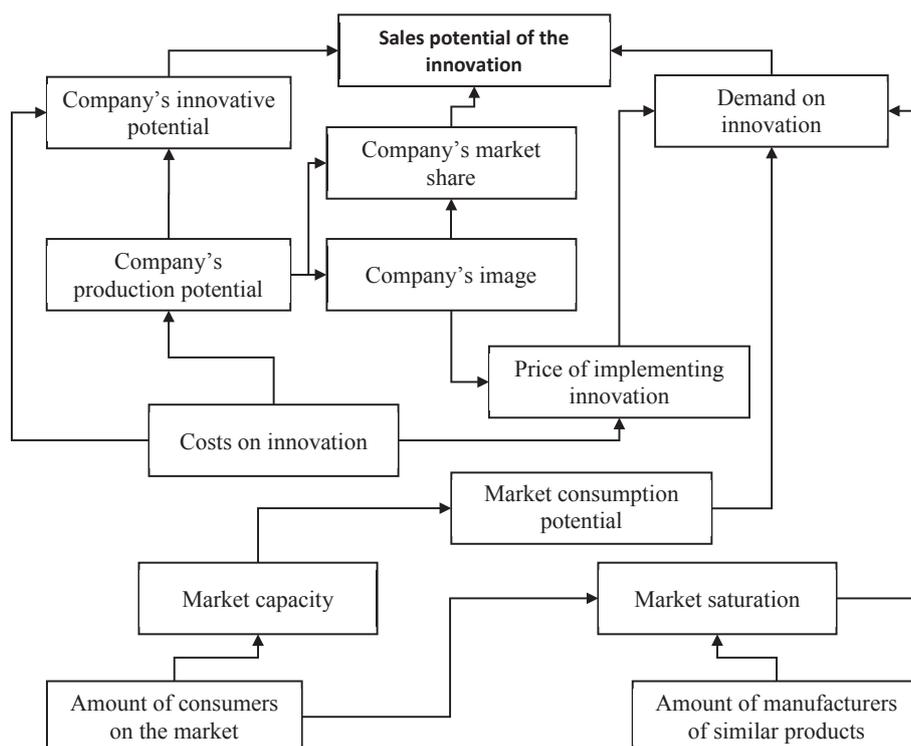


Figure 1. The main impact factors on sales potential of the innovation

degree of change the final product value, etc. A new product can be assessed in terms of originality. It can be absolute innovation without analogues on the market and improving innovation that has better characteristics and provides better meeting the needs compared with existing analogues on the market.

A capability of selling goods is indicated by a consumption potential of market. The term “potential” (lat. — force) means opportunity, ability, force that exists in a latent form and can be detected under certain conditions [8]. The indicator of consumption potential of the market takes into account changing of market demand level after introduction of innovative product. It should be distinguished from the market capacity, which reflects the possible sales of products based on the calculation of responsible demand and supply the goods on the market [1].

The calculation of market consumption potential takes into account the change in demand caused by improving the quality characteristics of the product. We offer to calculate it using the following formula:

$$CPM = Q \times p \times E_{AD} \times MGR, \quad (1)$$

where CPM — consumption potential of the market;

Q — quantity of sales goods in the previous period;

p — price of goods in the previous period;

E_{AD} — elasticity of demand;

MGR — market growth rate.

Sales potential of the innovation on the market correlates with the market consumption potential. The innovation can be sold in such scope like the market can consume it. Sales potential of the innovation for the enterprise depends on the market consumption potential but it varies depending on particular company. The same product presented by different market participants can cause different response of consumers on it. Production capacity of ensuring an appropriate product quality, manufacturer and brand image etc. can change consumers' view on the same innovation.

Applying the concept of potential to the enterprise's economic activity and, in particular, innovative activity it can be determined the favorability of company's internal and external environment factors for achieving its goals. Since the purpose of innovative activity is to create and implement innovations that satisfy needs of a certain range of customers, sales potential of the innovation on the market is the part of its consumption potential, which varies depending on the manufacturer. Therefore, it is necessary to calculate the degree of sales potential of the innovation, which shows the possibility of realization the innovation by specific enterprise

considering of its current state as well as its internal and external opportunities.

In the conditions of market competition when the enterprise doesn't have a monopoly, sales potential of the innovation for it is smaller than the market consumption potential and depends on the market share of particular company:

$$SPI = CPM \times MS \times k_{MS}, \quad (2)$$

where SPI — sales potential of the innovation;

CPM — consumption potential of the market;

MS — market share of the enterprise;

k_{MS} — coefficient of projected change in the market share of enterprise.

It should be held control measures in the result of an innovative process. It should be determined the level of revenues caused by implementation of innovation compared with the calculated sales potential of the innovation. The degree of using sales potential of the innovation can be calculated with the following formula:

$$SPI_{real} = Incomes/SPI * 100\%, \quad (3)$$

where SPI_{real} — degree of using sales potential of the innovation;

$Incomes$ — enterprise's revenues from implementation of the innovation;

SPI — sales potential of the innovation.

An indicator of sales potential of the innovation can be used to assess innovative projects in the prospect. It focuses on volumes of purchases the new products by consumers that influence on magnitude of the innovation implementation resulting effect. A need of making recurring purchases of the product in a short time raises the project payback period and size of innovator's profit.

Conclusion and prospects for further research. The sales potential of the innovation is an important indicator to assess the efficiency of innovative project. It is focused on the determining of cause-effect relationships between the market state and the enterprise capability to implement its innovation on this market.

Competitiveness of the enterprise and innovation offered by it, level of market competition, actual industry's state in which the company operates and other internal and external impact factors determine the scale of change in company's market share after innovative activity. In-depth study of these factors will help more clearly predict the amount of possible sales of innovative product. It can provide more justification for managerial decisions on selection of innovative projects that the company realizes, thus can increase the enterprise's innovative activity efficiency.

References:

1. Воскобийник Ю. П., Гаваза Є. В. Ємність ринку органічної продукції в Україні // Агроінком. — 2013. — № 4–6. — с. 7–10.
2. Башук Т. О. Аналіз ринкових можливостей компанії на основі прогнозування збутового потенціалу // Механізм регулювання економіки. — 2008. — № 4, Т. 1. — с. 216–224.
3. Малярєць Л. М., Великородна Д. В. Визначення місткості ринку інформаційних продуктів та послуг регіону // Проблеми економіки. — 2012. — № 2. — с. 12–15.
4. Чорна М. В., Глухова С. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств: монографія. — Харків: ХДУХТ, 2012. — 210 с.

5. Пожуева Т. О. Економічна оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства // Економіка промисловості. — 2007. — № 4. — с. 109–113.
6. Гильманова Р. И. Методы оценки экономической эффективности инноваций с учетом их жизненного цикла // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. URL: <http://uecs.ru/uecs-28-282011/item/391-2011-04-25-07-58-50> (дата обращения 17.03.2016)
7. Шустов А. А. Оценка эффективности инновационных проектов и их финансирования в общей стратегии фирмы // Молодой ученый. — 2013. — № 10. — с. 417–421.
8. Свіргун О. М., Соколовська В. В. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні аспекти // Актуальные научные достижения. Экономические науки. URL: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/69284.doc.htm (дата обращения 17.03.2016)
9. Фарат О. В. Русин-Гриник Р. Р. Формування структури інноваційного потенціалу підприємства та особливості управління його розвитком // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. — 2010. — № 684. — С. 273–278.
10. Мехеда Н. Г., Жигліна Т. Потенціал підприємства як економічна система // Перспективные научные исследования. Экономические науки. URL: http://www.rusnauka.com/6_PNI_2013/Economics/10_129930.doc.htm (дата обращения 17.03.2016)
11. Анализ потенциала рынка // PowerBranding. URL: <http://powerbranding.ru/gynok/bdi-cdi/> (дата обращения 17.03.2016)

Вопросы управления оборотным капиталом

Тайманова Александра Галимжановна, магистрант
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Подавляющее большинство работ в сфере экономики посвящено долгосрочным финансовым решениям, таким как структура капитала, политика дивидендных выплат, инвестиции и т.д. Однако такой аспект краткосрочной финансовой политики, как управление оборотным капиталом, является очень важным вопросом в области корпоративных финансов.

В первую очередь, необходимо определить, что относится к термину оборотный капитал. Брейли, Майерс и Аллен определяют чистый оборотный капитал как «разницу между краткосрочными активами и обязательствами компании» [1, с. 757]. Краткосрочные активы состоят из счетов к получению, запасов, денежных средств и краткосрочных инвестиций, в то время как основные краткосрочные обязательства компании формируются за счет краткосрочных займов, кредиторской задолженности и прочих текущих обязательств компании.

Управление чистым оборотным капиталом заслуживает пристального внимания по ряду причин.

Для многих фирм инвестиции в оборотный капитал — их основные и наиболее значимые инвестиции. У большинства компаний, принадлежащих сектору малых и средних фирм, совокупные активы представлены по большей части именно текущими активами, а текущие обязательства являются важнейшим источником внешнего финансирования; это связано с финансовыми ограничениями, с которыми часто сталкиваются небольшие компании [2, с. 515]

Компании — представители некоторых отраслей имеют в составе совокупных активов около половины текущих активов. Дело в том, что доля текущих активов компании во многом зависит от отрасли, в рамках которой

фирма осуществляет свою деятельность. Так, средняя доля текущих активов в составе совокупных активов фирм — представителей телекоммуникационной отрасли находится на уровне выше 50%, в то время как для индустрии железных дорог та же цифра составляет ниже 10% (компания S&P Composite index) [5].

Помимо того, что для ряда компаний управление оборотным капиталом является важным компонентом финансового менеджмента за счет его большой доли в совокупных активах, а вычитаемое в значении чистого рабочего капитала зачастую составляет ценный источник внешнего финансирования, значимость чистого оборотного капитала для всех компаний существенна, ввиду зависимости доходности компании от стратегии управления чистым рабочим капиталом.

Компании имеют некоторый оптимальный уровень чистого оборотного капитала, который приводит к максимизации стоимости фирмы. Этот оптимальный уровень обусловлен нахождением баланса в объеме запасов, которыми располагает компания, длительности торгового кредита, предоставляемого покупателям, и в размере срока, в течение которого компания погашает обязательства перед поставщиками. Так, большие объемы запасов и достаточно свободная политика, касающаяся длительности предоставления торгового кредита покупателям, стимулируют рост продаж. Покупатели имеют возможность оценить товар, прежде чем должны будут заплатить за него. Достаточные же объемы запасов позволяют избежать нехватки товара. Однако наряду с перечисленными преимуществами, присутствует и существенный минус — деньги компании «закрываются» в рабочем капитале. Что касается кредиторской за-

долженности, — этот вид краткосрочного кредита является одной из наиболее дешевых форм долга для компании, более того, здесь актуальна та же логика, что и в случае с дебиторской задолженностью. Компания может до уплаты за товар понять, насколько он качественен. Тем не менее, в ряде случаев стоимость приобретаемых средств может оказаться завышенной, так как с предоставлением торгового кредита теряется возможность покупки сырья и материалов со скидкой.

Исследованию влияния размера оборотного капитала на прибыльность компании посвящен ряд работ, в которых доказывается, что размер инвестиций в оборотный капитал отрицательно коррелирует с прибыльностью компании. Это означает, то менеджмент может увеличить стоимость компании за счет сокращения размера оборотного капитала [3, с. 580].

Авторы пришли к данному выводу, анализируя компании разных стран: Саудовской Аравии, Бельгии, США на протяженных временных отрезках. В качестве показателя объема инвестиций в оборотный капитал авторы использовали цикл конверсии наличности, измеряемый в днях. Чем большее количество дней составляет цикл, тем больше были инвестиции в оборотный капитал. Элджелли и Абузар [4, с. 10] проводили анализ, исследуя зависимость прибыльности компании от уровня ее ликвидности. При этом ликвидность выражалась именно показателем уровня инвестиций в оборотный капитал.

Таким образом, формируется вывод, что уровень чистого рабочего капитала определяет соотношение между ликвидностью и прибыльностью фирмы. Следовательно, оптимальный уровень текущих активов соответствует максимизации прибыльности при сохранении достаточного уровня ликвидности. Очень важно понимать, что слишком малый объем текущих активов приводит к сложностям в осуществлении текущей операционной деятель-

ности, к риску банкротства и неспособности компании погасить текущие обязательства.

Цель каждой фирмы, согласно базовому определению, состоит в максимизации прибыли. Это дает возможность понять, почему каждая компания должна быть заинтересована в сокращении уровня чистого оборотного капитала, насколько это возможно, при сохранении приемлемого уровня ликвидности. Разумный баланс между упомянутыми целями обеспечивает рост стоимости компании.

На фоне столь большой значимости роли оборотного капитала в деятельности компании, высокую актуальность приобретает вопрос определения факторов, оказывающих влияние на размер чистого оборотного капитала, а также встает вопрос характеристики их влияния.

В научной литературе тема выявления детерминант уровня инвестиций компаний в текущие активы уже достаточно глубоко разработана и разнообразна методологически, однако большая часть исследований посвящена развитым странам, а в российских реалиях исследованность вопроса вообще крайне низка.

В заключение важно отметить, что выявление факторов, от которых зависит размер чистого оборотного капитала фирм, и характера влияния данных факторов на объем чистого рабочего капитала в компаниях развивающихся стран, включая Россию, где освещенность вопроса близка к нулю, является крайне актуальным вопросом на сегодняшний день. Это связано с большой значимостью чистого оборотного капитала в рамках деятельности компаний и с недостатком эмпирических исследований, посвященных данной теме, которая является важным вопросом не только для ученых-теоретиков, но и для заинтересованных лиц в компаниях — акционеров, менеджеров и инвесторов. Именно поэтому данная область предоставляет большой простор для дальнейших исследований.

Литература:

1. Brealey, R. A; Myers, S. C; Allen, F. Principles of corporate finance. 8nd ed. EUA: McGraw-Hill, 2008.
2. Banos-Caballero, S, García-Teruel, PJ & Martínez-Solano, P 2010, 'Working capital management in SMEs', Accounting and Finance, vol.50, pp511—527
3. Deloof, M., 2003, «Does Working Capital Management Affect Profitability of Belgian Firms?» Journal of Business, Finance & Accounting 30, 573—587.
4. Eljelly, M. A., Liquidity — Profitability Tradeoff: An empirical investigation in an emerging market, International Journal of Commerce and Management, 14 (2) (2004)
5. Wharton Research Data Services, 2008

Анализ стратегического потенциала ОБУЗ «Офтальмологическая клиническая больница — офтальмологический центр»

Тарасова Виктория Сергеевна, студент
Курский государственный медицинский университет

В данной статье представлен анализ стратегического потенциала ОБУЗ «Офтальмологическая клиническая больница — офтальмологический центр» г. Курска. Изложена организационная характеристика,

проведен PEST-анализ внешней среды и рассмотрены особенности финансовой политики объекта исследования. Разработаны основные направления повышения стратегического потенциала учреждения здравоохранения, которые в последствии приведут к возможности повышения числа платных услуг и увеличению доходов ОБУЗ «Офтальмологическая больница».

Ключевые слова: стратегический потенциал, финансовая политика, отрасль здравоохранения, кадровый потенциал.

Tarasova Victoria Sergeevna, Student
Kursk State Medical University

This article demonstrates an analysis of the strategic potential of RBHF (Regional Budget Health Facility) «Ophthalmological Hospital — Ophthalmological Center» of Kursk. It presents organizational characteristics, conducts the PEST-analysis of the external environment and considers the features of the financial policy of the research object. In it, are developed the main directions to improve the strategic capacity of health institutions that later would lead to the possibility of paid services number increase and to the growth of RBHF «Ophthalmologic Hospital» revenues.

Keywords: strategic potential, fiscal policy, health care industry, human resources.

Одной из сложных и востребованных категорий в современной экономической науке является понятие «стратегический потенциал». Данное понятие является комплексным и с точки зрения экономики любой организации рассматривается как обобщающая величина, на основе которой можно говорить о целесообразности и эффективности деятельности данной организации, а также о реализуемости стратегии ее развития в целом. Кроме того, стратегический потенциал служит основой множества управленческих индикаторов и является одним из критериев инвестиционной привлекательности.

Следует отметить, что стратегический потенциал предприятия опирается на экономический потенциал предприятия. Экономический потенциал любого предприятия — это совокупность ресурсов (трудовых, материальных, нематериальных, финансовых и др.), имеющих в распоряжении предприятия, и способности его сотрудников и менеджеров к использованию ресурсов с целью создания товаров (услуг) и получения максимального дохода [1].

В ходе анализа организационной структуры ОБУЗ «Офтальмологическая клиническая больница — офтальмологический центр» было выявлено, что клиника выполняет важную организационно-методическую и координирующую роль в совершенствовании качества офтальмологической помощи населению благодаря четкому распре-

делению обязанностей среди структурных подразделений и функционированию офтальмологического оборудования.

Для оценки стратегического потенциала был проведен анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды (PEST — анализ), на основании которого можно заключить, что деятельность бюджетного учреждения осуществляется при поддержке со стороны федеральных и региональных властей, нацеленных на развитие сферы здравоохранения, что подчеркивает значимость влияния политических факторов на учреждение здравоохранения [2].

Анализ финансовой политики на первом этапе был построен на оценке состава и структуры расходов по плановым и фактическим значениям в отчетном периоде в ОБУЗ «Офтальмологическая больница» в 2013 г (рисунок 1).

В целом фактическая величина расходов составила 91,7% от плана. В структуре расходов преобладают расходы на оплату труда и начисления, которые составляют 64,5% от общей совокупности расходов. Приобретение услуг в структуре расходов занимает наименьшую долю и составляет всего 9,3% от всех расходов.

Незначительную долю в структуре расходов ОБУЗ «Офтальмологическая больница» занимает и поступление нефинансовых активов и составляет 26,2%.



Рис. 1. Состав и структура расходов по плану и факту в отчетном периоде в ОБУЗ «Офтальмологическая больница» в 2013 г.

Таблица 1. Оценка изменения структуры источников финансирования ОБУЗ «Офтальмологическая больница» 2011 и 2013 гг., тыс. руб.

Наименование показателей	Финансирование больничного учреждения			Источники финансирования дневного стационара			Источники финансирования в условиях иных учреждений здравоохранения		
	2011	2013	%	2011	2013	%	2011	2013	%
Итого кассовых расходов	47848,1	51745,6	8,1	5277,1	5948,9	12,7	4369,1	4798,7	9,8
Оплата труда с начислениями	23883,9	26478,3	10,9	2385,7	2758,1	15,6	2568,5	2756,4	7,3
Приобретение услуг	4865,3	5349,1	9,9	1489,5	1647,8	10,6	632,5	712,5	12,6
Поступление нефинансовых активов	19098,9	19918,2	4,3	1351,9	1543	14,1	1168,1	1329,8	13,8

Оценка структуры источников финансирования ОБУЗ «Офтальмологическая больница» представлена в таблице 1.

Из таблицы 1 видно, что финансирование производится по 3 основным направлениям: источники дневной стационар, больничное учреждение, а также прочие виды деятельности.

Анализ данных параметров позволяет говорить о благоприятных условиях функционирования учреждения здравоохранения. Наибольший рост в показателях наблюдается в разделе источников финансирования дневного стационара, а в частности оплата труда персонала больницы (по сравнению с 2011 годом, данный параметр увеличился на 15,6%) и поступления нефинансовых активов (в 2013 году параметр возрос на 14,1%).

Также, стоит отметить, что по сравнению с 2011 годом оплата труда выросла и в разделе финансирования больничного учреждения на 10,9%, что может сказаться положительным образом на увеличении качества оказываемой помощи.

Одним из самых специфических видов финансирования отрасли здравоохранения является финансирование за счет средств целевых программ, так как в насто-

ящее время это основной источник получения денежных средств из бюджета. Посмотрим, каким был объем финансирования из целевых источников финансирования в 2013 году (таблица 2).

Программы были реализованы полностью через бюджет субъекта федерации — бюджет Курской области. Однако сами средства были федеральными. Общий объем бюджетных средств составлял 5262,8 тыс. рублей.

Структура по категориям персонала ОБУЗ «Офтальмологическая больница» в 2013 г. представлена на рисунке 2.

В изучаемом больничном учреждении врачей высшей категории в 2013 году 15 человек, первой — 2, второй 1, что по сравнению с данными 2012 года является положительной тенденцией количество врачей высшей категории было увеличено на 4 человека. Что касается среднего медицинского персонала, то изменения произошли только в специалистах второй категории, которых в 2012 году не было (в 2013 году 1 человек).

Основной источник покрытия затрат на персонал являются средства ОМС за их счет покрывается 47,4%, субсидии из бюджетов всех уровней, на долю которых прихо-

Таблица 2. Реализация целевых программ ОБУЗ «Офтальмологическая больница»

Наименование показателей	утверждено, тыс. руб.	исполнено, тыс. руб.
в том числе		
федеральные	5262,8	5262,8
субъекта РФ	17,0	17,0
муниципальные	0	0
Всего	5279,8	5279,8



Рис. 2. Структура персонала ОБУЗ «Офтальмологическая больница» в 2013 г.

дится 45,7%, за счет собственные источники имеют долю близкую к нулю.

Таким образом, можно сделать вывод, что ОБУЗ «Офтальмологическая больница» обладает достаточно высоким уровнем кадрового потенциала, на что указывает укомплектованность штатами при низком уровне совместительства должностей. Так же наблюдается высокий уровень оплаты труда, что позволяет формировать штат и высококвалифицированных, заинтересованных в своей работе и опытных медицинских кадров, снижая текучесть специалистов [23].

Итак, анализ организационной структуры показал, что в ОБУЗ «Офтальмологическая больница» основным источником финансирования были средства фонда обязательного медицинского страхования, а также бюджетные средства (федеральный и региональный бюджет). По источникам финансирования данного учреждения здравоохранения наблюдаются значительные уменьшения в финансировании за счет средств фонда ОМС.

Таким образом, материально-технический потенциал учреждения здравоохранения можно определить как комплексную экономическую категорию, характеризующую на определенную дату наличие различных активов, размеры обязательств, способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться в изменяющейся внешней среде, а также его инвестиционную привлекательность.

Как правило, в сфере оказания офтальмологических услуг имеются 4 этапа охраны здоровья и лечения органа зрения. На рисунке 3 представлены возможные в данной сфере этапы и технологии.

Итак, ОБУЗ «Офтальмологическая больница» использует методы лазерного лечения и микрохирургии глаза. Эти технологии относятся к растущей и зрелым стадиям заболевания.

Исходя из анализа жизненных циклов организации, а также анализа развития и положения технологий проведем анализ позиций исследуемой больницы. ОБУЗ «Оф-

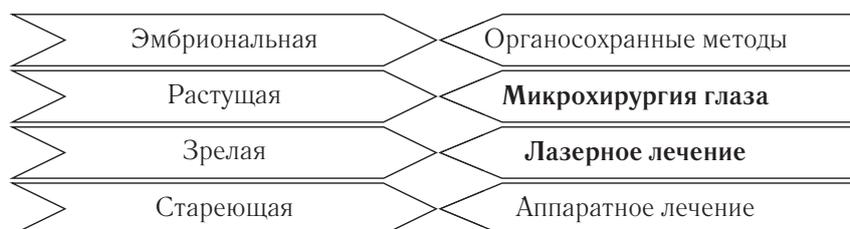


Рис. 3. Динамика технологий восстановления зрения

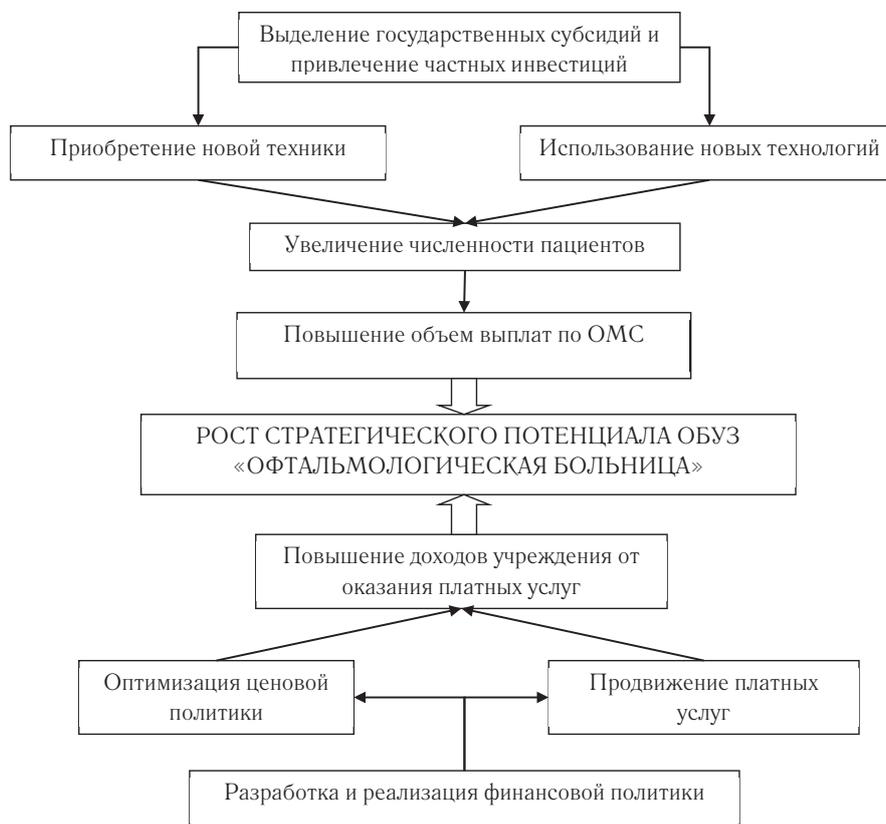


Рис. 4. Направления роста стратегического потенциала ОБУЗ «Офтальмологическая больница»

тальмологическая больница» с точки зрения жизненных циклов находится в стадии развития (использование преимуществ) и конкурентной позиции — ведущая, так как используемые технологии позволяют производить лечение больных с заболеваниями находящимися в стадии зрелости.

Таким образом, у учреждения здравоохранения есть существенные перспективы развития, так как перспективна сама технология. А ведущая позиция учреждения здравоохранения позволяет реализовать данные перспективы. Рост стратегического потенциала должен быть обеспечен за счет следующих направлений деятельности учреждения: улучшение качества услуги в соответствии с возможностями новых технологий; оптимальной цены услуги; продвижение услуг [4].

Существует модель МакКинси, которая позволяет разработать план действий или так называемую «дорожную карту» роста стратегического потенциала учреждения здравоохранения. На рисунке 4 представлена модель роста стратегического потенциала ОБУЗ «Офтальмологическая больница».

Таким образом, основные направления повышения стратегического потенциала учреждения здравоохранения — изменение порядка финансирования, оптимизация цен, что приведет к возможности повышения числа платных услуг, будет способствовать увеличению доходов ОБУЗ «Офтальмологическая больница». Новые условия будут способствовать приобретению новой техники, а также использованию новейших технологий в больнице.

Литература:

1. Васильева, Н. А. Методические подходы к оценке стратегического потенциала промышленного предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. № 1. с. 49–53.
2. Власова, О. В. Ресурсный потенциал здравоохранения региона // Научные труды филиала ВЗФЭИ в г. Курске. Т. 7: По материалам X Международной научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы» (г. Курск, 20 мая 2011 г.). Курск, 2011. с. 124–125.
3. Мескон, М. Основы менеджмента [Текст] / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. — М., 1998.
4. Плотникова, Т. Н. Управление региональной системой здравоохранения / Плотникова Т. Н., Ерохина Т. А. // Экономика и менеджмент: проблемы и тенденции развития: междунар. заоч. науч. — практ. конф. — Новосибирск: НП «Сибак», 2011. — 52 с.

Стоимостно-ориентированное управление компанией или создание стоимостного мышления

Татаринова Ксения Юрьевна, магистр
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Данная статья посвящена рассмотрению стоимостно-ориентированного подхода в управлении компанией (value based management — VBM), как новому вектору развития и ведения бизнеса в условиях неопределенности.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что стоимостно-ориентированный менеджмент — это целостная система управления, где основной целью является создание стоимости для акционеров (инвесторов). Наличие четкой стратегии, определяет дальнейшие оперативные действия, нацеленные на результат. Основной инструментарий данной концепции — это финансовые показатели, позволяющие провести анализ, который заключается в учете альтернативных вариантов вложения капитала с определенным риском и соответствующим риску экономическим эффектом, или в учете утраченного инвестиционного дохода.

Ключевые слова: стоимость (ценность), стоимостно-ориентированное управление, ценностно-ориентированный менеджмент, VBM, value based management, компания, акционеры.

Наступило время, когда максимизация прибыли перестала быть основной составляющей стратегии существования компании. Смещение акцентов является основополагающим фактором для принятия концепции

управления, основанной на создании стоимости для акционеров. «Качество вместо количества!» — вот лозунг менеджмента будущего, которому нужно соответствовать, чтобы быть востребованным на рынке.

Существует множество показателей и индикаторов оценки деятельности компании. Их систематизация и определение целей анализа со временем менялись. Эволюция мышления в области экономической теории и управления в конце прошлого века выявила единый вектор развития, согласно которому создание стоимости компании является приоритетным направлением её деятельности. В основе стоимостного подхода к управлению лежит не только набор инструментария для оценки стратегических и оперативных решений, но и понятие интегрированного взаимодействия на всех уровнях организации, создание особой корпоративной культуры.

Интерес к управлению стоимостью компании возник в финансовом менеджменте более 80 лет назад, когда И. Фишер в 1930 г. доказал, что максимизация стоимости компании является лучшим способом разрешения конфликтов интересов (между собственниками, менеджерами и кредиторами). В 1967 г. Ф. Модильяни и М. Миллер доказали, что стоимость компании зависит от суммы денежных потоков, которые можно получить от владения предприятием. В начале 1990 г. компании McKinsey Co и Stern Stewart разработали методики применения стоимости компаний для целей управления корпорациями. Множественные теоретические исследования в области управления, ориентированного на стоимость, сподвигли к практическому применению данной концепции, актуальность которой, в последнее время, набирает обороты.

Инновация стоимостно-ориентированного управления — это эволюция мышления в области анализа деятельности компании, а именно, переход от бухгалтерской модели к финансовой. В основе концепции лежит понимание эффективности развития бизнеса с позиции того, что бизнес должен приносить больше, чем было затрачено на приобретение ресурсов. Показатель рентабельности, в данном случае оказывается несостоятельным для адекватной оценки результата работы бизнеса. [6]

Стоимостный подход в управлении (*value based management* — *VBM*) реализуется посредством различных методов. Например, EVA (Economic Value Added — добавленная экономическая стоимость), MVA (Market Value Added — добавленная рыночная стоимость), SVA (Shareholders Value Added — добавленная акционерная стоимость), CFROI (Cash Flow Return on Investments — возврат денежного потока на инвестиции) и ряд других. Ориентация на ту или иную модель может достаточно сильно зависеть от специфики бизнеса, капиталоемкости производства, ситуации в отрасли и прочих факторов.

В рамках оперативного анализа следует отметить, что интересы менеджмента смещаются от бухгалтерской к экономической прибыли. К числу показателей, оценивающих эффективность менеджмента и деятельности компании с точки зрения экономической прибыли можно отнести следующие показатели [6]:

1. Экономическая добавленная стоимость (EVA):

Концепция экономической добавленной стоимости (EVA — Economic Value Added) была разработана Стю-

артом и даже зарегистрирована компанией Stern Stewart & Co.

EVA является индикатором качества управленческих решений: постоянная положительная величина этого показателя свидетельствует об увеличении стоимости компании, тогда как отрицательная — о ее снижении.

$$EVA = (ROIC - WACC) * CI,$$

где *EVA* — экономическая добавленная стоимость, созданная всем инвестированным в компанию капиталом; *ROIC* — рентабельность инвестированного в компанию капитала;

WACC — средневзвешенная стоимость привлечения инвестированного в компанию капитала;

CI — инвестированный в компанию капитал (стоимость активов компании), в абсолютном выражении.

2. Рыночная добавленная стоимость (MVA):

MVA — критерий создания стоимости, рассматривающий в качестве последней рыночную капитализацию и рыночную стоимость долгов компании.

MVA = (Рыночная стоимость долга + рыночная капитализация) — инвестированный капитал

3. Акционерная добавленная стоимость (SVA):

В работах Альфреда Раппапорта SVA определяется как приращение между двумя показателями — стоимостью акционерного после некоторой операции и стоимостью того же капитала до этой операции. Для определения SVA необходимо определить рыночную стоимость акционерного капитала. Для этого используются широко известные методы оценки стоимости компании путем дисконтирования денежных потоков.

SVA = стоимость собственного капитала, будущими инвестициями — балансовая стоимость акционерного капитала

4. Ставка возврата инвестиций (CFROI):

Одним из недостатков показателя EVA, является игнорирование денежных потоков. Данный недостаток устраняется при расчете показателя CFROI:

CFROI = Скорректированные денежные притоки (cash in) в текущих ценах / скорректированные денежные оттоки (cash out) в текущих ценах

Другим преимуществом данного показателя по сравнению с EVA является тот факт, что как денежные потоки, генерируемые существующими и будущими активами, так и первоначальные инвестиции выражаются в текущих ценах, следовательно, учитывается фактор инфляции.

Интерес к VBM вызван тем, что этот метод позволяет анализировать и оценивать результаты деятельности компании с учетом всех изменений, которые происходят в деловой среде.

Но не стоит рассматривать VBM — как прерогативу крупных компаний: эффективность инвестиций не зависит от масштабов бизнеса. Даже компаниям среднего размера с узким кругом собственников необходима интегрирующая система управления, которая помогла бы бизнесу обеспечить должную конкурентоспособность. Такую систему можно создать на основе стоимостных подходов.

Привлечение финансирования делает любые компании полноправными участниками по созданию стоимости. Успешное внедрение системы показателей, применяемых в VBM — это прежде всего осознание руководством факторов создания стоимости (финансовые и управленческие перспективы) и их адекватная интерпретация.

В сложившейся эволюции приоритетов в стоимостно-ориентированном управлении существуют свои особенности и проблемы, которые необходимо решить для успешной адаптации данной концепции в России.

Для более четкого представления концепции стоимостью — ориентированного менеджмента, VBM понимается как всеобъемлющая система управления организаций, органично включающая в себя четыре основных модуля: оценивание, стратегию, финансы и корпоративное управление [3]. На данный момент, практическое применение VBM российскими компаниями всё ещё не имеет целостного понятийного аппарата, непосредственно адаптированного к отечественным реалиям, из-за несоответствия нормативной и управленческой базы в области ведения бизнеса.

Отход от бухгалтерского подхода определения результатов деятельности организации затрагивает сначала модуль оценивания и модуль финансов, а затем два других модуля. Управление на основе стоимости предлагает финансовую модель управления капиталом взамен бухгалтерской. В финансовой модели учитывается дополнительный тип затрат — затраты на капитал, которые отражают, с одной стороны, ставку затрат на собственный капитал, требуемую за риск, а с другой — величину инвестированного собственниками капитала [8].

Основные трудности в применении ценностно-ориентированного подхода возникают в рамках модуля оценивания. Необходимо понимать, что концепция изначально создавалась для публичных компаний, акции которых имеют свободное обращение на фондовом рынке, где соответственно изменение стоимости ценных бумаг отражается в биржевых котировках. На российском рынке одним из основных препятствий является преобладающее количество закрытых компаний. Многие руководители компаний, инвесторы знают о создании и управлении стоимостью в публичных (открытых) компаниях, где цена акций отражает реакцию рынка на результаты бизнеса. Гораздо труднее разработать успешную стратегию и правильно измерить результаты работы, когда рыночного курса акций не существует, т.е. организация является закрытой [5].

Исходя из данной основополагающей черты концепции, доминирующая доля непубличных компаний на российском рынке является серьёзным препятствием, преодоление которого, учитывая российскую специфику, представляется весьма затруднительным.

При определении роста благосостояния акционеров необходимо определить рыночную (справедливую) стоимость принадлежащих им акций (долей) непубличной компании, то есть ту стоимость объекта оценки, по которой объект оценки может быть отчужден на дату оценки

на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства [1].

Для непубличных компаний главная проблема заключается в выборе метода оценки компании, организации процесса оценки и достоверности полученной информации, а также оценка бизнеса именно с точки зрения акционеров.

Учитывая нестабильность рынка и волатильность национальной валюты, только совокупное внедрение всех составляющих ценностно-ориентированной концепции сможет оказать синергетический эффект на управление компанией в условиях неопределенности.

Современный финансово-экономический кризис отчетливо продемонстрировал несостоятельность моделей, ориентированных на максимизацию рыночной стоимости компании, доказав, что «раскрученный фондовым рынком капитал достиг высокого уровня капитализации, а его связи с реальным сектором экономики оказались ничтожными» [2]. Высокая доходность ценных бумаг в оторванности финансового сектора от реальной экономики не может служить адекватным критерием стоимости бизнеса, так как рыночная стоимость акций формируется под воздействием многих факторов, в том числе случайных, конъюнктурных [7].

При этом разработка мероприятий по повышению стоимости предприятия осуществляется в рамках организационной стратегии. Организационная стратегия представляет собой подсистему стратегии предприятия, направленную на развитие его управленческого потенциала, повышение уровня управляемости и контроля, совершенствование организационной структуры и культуры предприятия.

Как показывает реальный опыт внедрения управления стоимостью, наиболее успешные на этом пути компании изменяют подходы к управленческому учету, переходя на системы учета «по функциям и видам деятельности» (activity based costing, ABC), которые позволяют, по сути, выделять факторы стоимости компании на каждом этапе ее цепочки создания ценности и распределять накладные расходы в соответствии со вкладом конкретного фактора в создание стоимости [4].

К сожалению, в Российской практике, интерес к стоимостно-ориентированному управлению сводится к теоретическим рассуждениям, и не находит массового практического применения. Необходимо преодолеть большое количество барьеров, прежде чем перенять опыт зарубежных коллег по внедрению данной концепции. В частности, сложившиеся традиции анализа и управления, факторами которых являются: неразвитость систем финансового планирования и разработки прогнозных данных; слабую взаимосвязь между финансовым и маркетинговым планированием; неадекватность систем внутреннего управленческого учета, не позволяющих или затрудняющих выделение данных по сегментам бизнеса, по

отдельным уровням управления и центрам ответственности, по отдельным функциям бизнеса; нехватку культуры анализа бизнес-процессов [4].

А также, необходимо целостное видение формирования стоимости бизнеса, которое охватывает все стороны деятельности бизнеса: внешние и внутренние риски через призму анализа внешней среды (тенденций в макроэкономике, положения в отрасли) и самого бизнеса (через призму анализа финансового состояния, наличия деловой репутации, оценки качества работы менеджмента, технологических рисков и уровня корпоративного управления) [6].

Безусловно, приверженность менеджмента доверять показателям отчета о финансовых результатах и оценке деятельности на основании бухгалтерской прибыли, является иллюстрацией неготовности к радикальным переменам и показателем определённых опасений, связанных с нестабильностью экономики. Данные сомнения, а также недостаточная компетенция сотрудников, затрудняет переход от оперативного управления к стратегическому, ориентированному на стоимость.

То, немногочисленное использование VBM в России, в большей степени обусловлено предшествующей реструктуризацией в рамках слияний и поглощений зарубежными компаниями. Что свидетельствует, о неготовности самостоятельного внедрения принципов максимизации стоимости. Возможно потому, что для успешного функционирования в данном направлении необходим радикальный сдвиг от внутренней сосредоточенности на количественной характеристике всевозможных показателей, к такой структуре управления финансами, которая соз-

дает предпосылки для достижения конкурентных преимуществ.

Чтобы ступить на тропу стоимостно-ориентированного управления, необходимо внедрение и развитие основополагающих компонентов, охватывающих все стороны деятельности бизнеса. Для внедрения и последующей ориентации на стоимость, вне зависимости от типа компании, необходимо:

- провести более тщательный стратегический анализ для выбора и реализации рыночной стратегии компании;
- применение и анализ финансовых моделей;
- принять эволюцию приоритетов при анализе деятельности компании, а именно, ориентироваться на денежные потоки и экономическую, а не бухгалтерскую прибыль;
- выделить стратегическое управление как основополагающее, а оперативное как инструмент для его достижения. Понимание и применение данного принципа является очень важным аргументом, автоматически побуждающим, уделять должное внимание анализу финансовых показателей;
- создать корпоративную культуру, где главная цель для каждого сотрудника, вне зависимости от иерархии должностей — создание стоимости компании.

Несмотря на всё ещё размытые представления практического применения стоимостного подхода к оценке бизнеса, а также трудности расчета, влияющие на качество индикаторов VBM, интерес в России к данной концепции достаточно велик. Что, несомненно, может послужить дальнейшему внедрению и успешному функционированию стоимостно-ориентированного управления.

Литература:

1. Приказ Минэкономразвития от 20 мая 2015 г. № 298 «Об утверждении Федерального стандарта оценки «Цель оценки и виды стоимости (ФСО № 2)».
2. Архипов, А., Михайлов Б. Мировой экономический кризис и безопасность российской экономики // Вестник ИЭ РАН. — 2009. — Вып. 3.
3. Волков, Д.Л. Управление ценностью: показатели и модели оценки // Российский журнал менеджмента. — 2005 — Том 3. — № 4. — с.67–76.
4. Ивашковская, И.В. Управление стоимостью компании: вызовы российскому менеджменту // Российский журнал менеджмента. — № 4, 2004. — с.113–132.
5. Косорукова, И.В. Влияние управления стоимостью бизнеса на его конкурентоспособность // Современная конкуренция. — 2007. — № 2.
6. Косорукова, И.В. Стоимостно-ориентированный подход к анализу конкурентоспособности бизнеса // Современная конкуренция. — 2 (38). — 2013. — С.74–84.
7. Кудина, М.В. Формирование стоимости компании: теоретические и методологические аспекты: автореф. дис... д-ра экон. наук/М. В. Кудина. — М., 2007. — 59 с.
8. Потапов, А.В., Ткаченко И.Н. Концепция ценностно-ориентированного менеджмента. // Известия УрГЭУ. — 5. — (31) — 2010.

Классификация признаков искажения финансовой отчётности

Тахтарбеков Гаджи Шамильевич, магистрант;
Кеворкова Жанна Аракеловна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Результаты проведенных исследований позволяют констатировать, что выявленные факты искажений финансовой отчетности можно условно классифицировать на две большие группы:

- нарушения, имеющие целью исказить финансовую отчетность и ввести в заблуждение ее пользователей;
- нарушения, призванные «замаскировать» другие факты мошеннических действий.

Первая группа нарушений представляет намеренное искажение статей финансовой отчетности. Эту группу мошеннических действий иллюстрирует следующая ситуация. Так реальные финансовые результаты экономического субъекта не соответствуют ожиданиям инвесторов и аналитиков или ниже предусмотренных в ключевых показателях эффективности менеджмента. Для «улучшения» финансовых результатов менеджмент решает внести дополнительные проводки в учётные регистры бухгалтерского учета, результативность которых позволит завысить активы экономического субъекта и значительно увеличит на сумму прибыли. В качестве возможных инструментов «улучшения» финансовых показателей могут быть использованы:

- искажение величины резерва под сомнительную дебиторскую задолженность путем подделки актов сверки
- искажение сроков возникновения задолженности или проведения сделок, не имеющих экономического смысла.

В качестве примера рассмотрим отношения между контрагентами «А и Б». Так за просроченную дебиторскую задолженность экономического субъекта «А» организация «Б» может расплатиться своими векселями. На задолженность организации «Б» в текущем учете резерв начисляться не будет, поскольку она возникла недавно в отличие от просроченной задолженности экономического субъекта «А». Фактически контрагенты «А» и «Б» могут оказаться связанными сторонами и произвести между собой расчеты, скрытые от глаз аудиторов;

Другой пример — создание активов, не имеющих реальной экономической стоимости. Применение данного «инструмента» чаще всего возникает на стыке учётных периодов. Так, в течение одного учётного периода активы принимаются к учёту, а в начале следующего периода такие активы сторнируют. Например, экономический субъект отражает крупный факт хозяйственной жизни по отгрузке продукции в конце отчетного периода и сторнирует ее в начале следующего периода. При этом физически продукция может вообще не покидать склада организации, т.к. на нее «по документам просто» перейдет право собственности и будет заключен договор о принятии товара на ответственное хранение.

Можно также рассмотреть ситуацию увеличения уставного капитала путем внесения дополнительных денежных средств. В случае применения такого «инструментария» уставный капитал можно «раздуть» даже с помощью относительно небольшой суммы денежных средств. Это возможно путем осуществления схемы, называемой «кружок». Суть ее в следующем. Экономический субъект получает в качестве взноса в уставный капитал денежные средства в размере, например, одной пятой необходимой суммы и тут же покупает на них векселя или осуществляет факт хозяйственной жизни предоставления займа третьему лицу. Через некоторое время эти деньги, пройдя по кругу, который «не виден» экономическому субъекту возвращаются в качестве взноса в уставный капитал и снова уходят в счет оплаты за векселя. И так далее. Таким образом, формально уставный капитал сформирован денежными средствами, но фактически активы, соответствующие этому уставному капиталу, — векселя третьих лиц и выданные займы. Считаем, что пользователям финансовой отчетности целесообразно анализировать не только способ формирования уставного капитала, но и отслеживать дальнейшую судьбу активов, полученных в качестве взносов в уставный капитал.

На наш взгляд вторая группа выявленных нарушений — «Маскировка» других мошеннических действий является наиболее жесткой. Основной причиной искажения финансовой отчетности в этой ситуации является «желание» скрыть различные незаконные схемы посредством недостоверного отражения фактов хозяйственной жизни в учёте и раскрытии их.

В качестве примера можно привести следующую ситуацию.

Менеджмент экономического субъекта реализует готовую продукцию через связанные с ним компании-дистрибьюторы. В ряде случаев оплата от таких контрагентов может поступать регулярно, то есть из компании-жертвы будет выводиться только маржа от таких фактов хозяйственной жизни. В некоторых случаях экономический субъект может вообще не получать оплаты, то есть будет похищена вся сумма оплаты за отгруженную готовую продукцию и сама отгруженная продукция. Это ведет к росту дебиторской задолженности таких компаний-псевдодистрибьюторов. Однако данную схему искажения финансовой отчётности можно легко выявить на основе результатов анализа динамики роста дебиторской задолженности и изменения величины резерва под сомнительную дебиторскую задолженность. Чтобы скрыть «следы» используемой схемы, менеджмент экономического субъекта

может искажать данные о резерве под сомнительную дебиторскую задолженность, используя приемы, описанные выше. В результате искажения отдельных статей финансовой отчетности искажается вся финансовая отчетность, но причиной этого стало желание скрыть следы другой схемы мошеннических действий.

Средства экономического субъекта могут быть похищены и путем оплаты по фиктивным договорам поставки, например, запасных частей. При этом самой поставки не происходит, а в документы на оприходование запчастей вносят подлинную информацию. Поскольку недостачу запасных частей можно выявить только в результате инвентаризации, то фиктивные детали списывают на ремонт, например, основных средств, вскоре после их поступления. В результате в регистрах текущего учёта на основе внутренней отчетности материально ответственных лиц искажена сумма расходов на ремонт. Это повлекло за собой искажение величины себестоимости, а следовательно — изменение показателей финансового результата и налога на прибыль. Исследуя причинно-следственные связи осуществления данного факта хозяйственной жизни, можно сделать вывод о том, что в результате выявленных фактов искажения финансовой отчетности требуется от руководства решения вопроса об ответственности за их появление в деятельности экономического субъекта отчетности искажена (завышена) сумма расходов на ремонт. Однако целью этого нарушения было лишь сокрытие оплаты по договорам фиктивных поставок и их оплаты.

Основная ответственность за обнаружение и предотвращение случаев умышленного искажения финансовой отчетности возложена на руководство. Об этом прямо говорится как в российском, так и в международных стандартах стандарте. Также подчёркивается, что независимым гарантом достоверности финансовой отчетности выступает аудитор компании. Стандарт МСА (ISA) 240 говорит о том, что при планировании и проведении аудиторских процедур аудитор должен получить достаточную уверенность в том, что финансовая отчетность в целом не содержит существенных искажений, вызванных ошибкой или злоупотреблением.

Таким образом, основной груз ответственности за убытки, понесенные организацией вследствие мошеннических действий, лежит на руководстве организации. Следовательно, менеджменту необходимо выстроить эффективную систему противодействия корпоративному мошенничеству.

Считаем возможным привести обоснованные рекомендации по предотвращению и снижению риска мошеннических действий в организации, которые могут быть ис-

пользованы руководством, менеджментом, бухгалтерской службой:

— *Внедрить эффективную систему внутреннего контроля и корпоративного управления, регламентированную ФЗ «О бухгалтерском учёте и утверждённую внутренними документами».* Чем эффективнее система внутреннего контроля, тем меньше возможностей для манипулирования будет у потенциальных злоумышленников. Система внутреннего и корпоративного управления позволят оперативно обмениваться информацией и принимать ключевые решения в случаях, когда мошеннические действия все же произошли и в ходе проверки были выявлены

— *Использовать принципы кодекса этики корпоративного поведения.* Чем более высокие морально-этические принципы исповедуют руководство и сотрудники экономического субъекта, тем сложнее его сотрудникам «оправдать» свои нарушения в отношении организации. Однако реализация данного принципа на практике зачастую связана со значительными трудностями. На наш взгляд требовать от своих сотрудников соблюдения кодекса этики корпоративного поведения десяти, но четко показывать приверженность этическим принципам ведения бизнеса и нулевую терпимость к мошенничеству со стороны руководства необходимо. И самое главное — придерживаться этих принципов на практике;

— *Разработать внутренние регламенты, содержащие четкие процедуры, направленные на выявление, расследование и предотвращение корпоративного мошенничества, последовательность их применения и документирования.* Это позволит повысить эффективность и результативность проводимых расследований и заставит потенциальных злоумышленников задуматься о неотвратимости наказания. Четко прописанные и согласованные процедуры позволят установить иерархию взаимоотношений между различными подразделениями, вовлеченными в процесс противодействия мошенничеству;

— *Использовать современные компьютерные технологии для выявления и предотвращения мошенничества.* Наличие процедур анализа корпоративной почты и электронных данных можно назвать эффективным инструментом борьбы со злоупотреблениями в западных странах. Однако использование данного инструмента в нашей стране связано с рисками нарушения законодательства о защите персональных данных и тайны переписки, что требует внесения изменений как в нормативные акты, так и внутренние регламенты экономических субъектов

Литература:

1. Звягин, С.А. Экономические преступления, совершаемые с использованием данных бухгалтерской отчетности / С.А. Звягин // в сборнике: актуальные проблемы противодействия экономической преступности. Сборник материалов Всероссийского семинара. 2014. С.5—9

2. Шиленко, С. И. Классификация искажений и ошибок в бухгалтерской и финансовой отчётности / С. И. Шиленко // Вестник Белгородского университета кооперации экономики и права. 2010. № 1 с. 122–129
3. Каширская, Л. В. Диагностика расчётных операций бюджетных учреждений / Вопросы новой экономики 2012. № 1. с. 86–92. //

Функционально-стоимостной анализ в ресурсосбережении

Теваева Светлана Васильевна, студент;

Тюжакаева Наталья Ивановна, студент

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева

Для принятия решений в области охраны окружающей среды, энергосбережения, ресурсосбережения, а также снижения затрат на производство необходимо формирование определенной информационной базы. Именно это привело к необходимости совершенствования, интеграции и анализа уже существующих методов получения данных. В данной статье рассмотрено расширение возможной функционально-стоимостного анализа с помощью введение определенных потоковых моделей.

Ключевые слова: ресурсосбережение, энергосбережение, функционально-стоимостной анализ, охрана окружающей среды, экономические затраты.

Если рассматривать ресурс как экономическую категорию, что можно сказать, что он представляет собой любые источники получения необходимых людям духовных и материальных благ. Эти блага можно реализовать при существующих технологиях и социально-экономических отношениях. К производственным ресурсам традиционно принято относить основные средства предприятия, оборотные средства и трудовые ресурсы предприятия.

К необходимости совершенствования, анализа и интеграции существующих методов получения данных по ресурсо- и энергосбережению, привело создание информационной базы принятия решений в области охраны окружающей среды.

Хотелось бы отметить, что на сегодняшний день реализация программ по повышению эффективности ресурсо- и энергосбережения, а также охраны окружающей среды на предприятии требует не только капиталовложений, но и, принятия грамотных решений. Именно детальная, достоверная, обоснованная информационная база, служит основой для принятия подобных решений.

Наличие у предприятия объективной информации по экологической и экономической сферам его деятельности способствует принятию наиболее обоснованных с точки зрения ресурсо- и энергосбережения. Вся подробную информацию в этих сферах предприятие может получить при помощи различных инструментов управления и принятия решений. В экономической литературе давно известен метод функционально-стоимостного анализа, позволяющий решать в комплексе задачи обеспечения экономии ресурсов и энергии, а также повышения качества и конкурентоспособности изделий.

Стоит отметить, что традиционный метод ФСА позволяет выделить и оценить только такие виды ресурсов, как: трудовые, материальные и основные фонды. На одном из

строительных предприятий Республики Мордовия, были выявлены следующие специфические особенности и недостатки:

— в процессе изготовления предприятием некоторых видов изделий образуются выбросы, сбросы загрязняющих веществ, отходы. Ранее данные расходы относились к переменным затратам, однако, на данный момент времени они включаются в общезаводские расходы, и, следовательно, не учитываются в себестоимости надлежащим образом и не рассматриваются в процессе проведения ФСА.

— наряду с комплексным, системным, функциональным подходами ФСА, используется процессный подход;

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что обладающий значительным эффективным потенциалом метод ФСА не в полной мере реализует свои возможности, не полностью рассматривает и учитывает все ресурсы предприятия.

Традиционную методику функционально-стоимостного анализа предлагается усовершенствовать, для учета специфики строительного производства и устранения недостатков. А именно, во-первых, необходимо дополнить существующие подходы, используемые для функционально-стоимостного анализа, процессным подходом. Предприятия машиностроительной отрасли имеют серийный тип производства и такую номенклатуру производимых изделий, при которой конечные изделия состоят из множества отдельных элементов — сборочных единиц, деталей. Отдельная деталь проходит несколько стадий обработки в различных производственных цехах — механических, литейных, гальванических, сборочных и др., каждый из которых характеризуется отличительными процессами, типами физических и химических преобразований вещества и энергии.

Следовательно, можно сказать, что специфика процессного подхода для машиностроительного производства заключается в том, что для принятия решений о совершенствовании и управлении природоохранной деятельностью на таких предприятиях следует анализировать уровень производственных процессов, технологических схем, а далее выходить на уровень деталей и изделий в целом. Это позволит определить источники возникновения чрезмерных затрат ресурсов и негативных воздействий на окружающую природную среду и нейтрализовать их.

Данная трактовка процесса производства также согласовывается с этапами формирования и сбора затрат по деталям, изделиям.

Во-вторых, необходимо расширить традиционный способ проведения функционально-стоимостного анализа. Разработать определенную методику, которая будет базироваться на традиционном функционально — стоимостном анализе, т.е. на этапе выделения модели потоков и сбора затрат на изготовление элементов объекта, функционально — стоимостной анализ необходимо будет скорректировать с учетом введения функционально-экологического анализа операций и методики оценки жизненного цикла.

Процесс корректировки будет заключаться в следующем:

1. В потоковую модель материальных и трудовых ресурсов внедряется модель вещественных потоков (выбросов, сбросов, отходов) и энергетических потоков.

2. Данные вещественные потоки определяются путем проведения функционально-экологического анализа производственных операций

3. Входные и выходные потоки по отдельным операциям устанавливаются на базе метода оценки жизненного цикла.

Метод оценки жизненного цикла предполагает и учитывает возможное и реальное неблагоприятное влияние в период всего жизненного цикла: от изъятия сырья и его покупки предприятием, до изготовления изделий, и последующим их использованием и утилизации. Цена продукта создается уже на фазе добычи и первичной обработки сырья и материалов, и будет включать затраты на транспортировку, переработку, изготовление, распространение, использование и конечную утилизацию. Цена изделия также включает компенсацию ущерба, который нанесен в процессе жизненного цикла окружающей природной среде.

4. На основе объемных показателей по вещественным потокам, то есть объемов выбросов, сбросов, отходов, объемов водопотребления и водоотведения, устанавливаются экологические затраты по определенному процессу и далее — производственной операции, которые станут включаться в суммарные затраты на производство продукта.

В модернизированном методе функционально-стоимостной анализ применяется для извлечения исчерпывающей и полной информации по процессу или продукту в стоимостном выражении и оценки их качественно-функциональных характеристик. В целях выявления и отра-

жения (не только в натуральном, но и в стоимостном выражении) неблагоприятных влияний производства и самого изделия на окружающую природную среду, функционально — стоимостной анализ необходимо совместить с методикой оценки жизненного цикла.

Вследствие этого, функционально-стоимостной анализ предоставит возможность соотнести «классические» затраты (материальные, трудовые, энергетические) и экологические затраты (расход воды, выбросы вредных веществ в атмосферу, сбросы загрязняющих веществ в водные объекты, образование отходов и прочее) по каждой операции с их функциональным назначением, по продукту — с его потребительской полезностью.

Методика оценки жизненного цикла технологического процесса поможет определить, на какой операции и переходе образуются несоразмерные значимости функции защитного покрытия, покраски, шероховатости поверхности, экологические загрязнения, при эксплуатации какого оборудования и материала, а так же какой урон приносит этот технический процесс окружающей среде.

Поэтому, можно сделать вывод, о том что, метод функционально — стоимостного анализа имеет своё назначение в рассмотрении ресурсов энергии в целях сокращения их потребления и, соответственно, снижения затрат на изготовление. А с помощью использования, в рамках функционально — стоимостного анализа, методики оценки жизненного цикла, позволит рассмотреть использование ресурсов и энергии со стороны экосистемного подхода, то есть со стороны наличия и уровня запасов ресурсов (прежде всего материальных и энергетических) в природной среде и вероятности будущих поколений использовать их в количестве, не меньшем чем современное общество использует на данном этапе исторического развития.

Именно эти два метода в общей сложности, смогут позволить одновременно достигать следующие основные цели, которые преследуются при осуществлении концепции ресурсосбережения на предприятии:

1. Сокращение использования ресурсов, энергии.
2. Снижение воздействия на окружающую природную среду.
3. Увеличение ценности изделий и услуг.

Данный подход, имеет внутренний потенциал, который позволяет более эффективно и за небольшой период времени выявить резервы, которые помогут снизить использование разных видов ресурсов (трудовых, материальных, энергетических, природных), энергии и неблагоприятного влияния на окружающую среду, а их одновременное использование даст положительный синергетический эффект.

Таким образом, решаются и экономическая, и экологическая (природоохранная) задачи устойчивого развития: во-первых, производство изделий и создание услуг для удовлетворения потребностей ныне живущих поколений людей с наименьшими затратами, во-вторых, ресурсосбережение и охрана природных ресурсов для будущих поколений.

Литература:

1. Астафьева, О. Е. Управление природопользованием и ресурсосбережением. М.: ГУУ, 2010.
2. Анализ реализации приоритетного направления развития «Энергосбережение и новые технологии» на примере Республики Мордовия / Е. Г. Москалева, А. А. Ганина // Экономика и социум. — 2014. — № 1–1 (10). — с. 363–366.
3. Анализ производственных затрат в реализации ресурсосбережения / Москалева Е. Г., Кузнецов М. Е. // Экономика и социум. 2015. № 1–3 (14). с. 1357–1363.
4. Влияние мероприятий по энергосбережению на финансовые результаты предприятия / Логинова Е. В., Москалева Е. Г. // Экономика и социум. — 2015. — № 1–3 (14). — с. 961–964.
5. Применение ФСА / Москалева Е. Г., Джораева Б. Ф. // Экономика и социум. 2015. № 1–3 (14). с. 1376–1383.
6. Проблемы внедрения энергосберегающих технологий в Республике Мордовия / Москалёва Е. Г., Бутяева А. В., Кожевникова Е. Е. // Молодой ученый. — 2015. — № 8 (88). — с. 582–585.
7. Инвестиции в энергосберегающие мероприятия / Москалева Е. Г., Вельмакина Н. В. // Экономика и социум. 2015. № 1–3 (14). с. 1368–1371.
8. Проблемы внедрения энергосберегающих технологий в Республике Мордовия / Москалёва Е. Г., Бутяева А. В., Кожевникова Е. Е. // Молодой ученый. — 2015. — № 8 (88). — с. 582–585.
9. Стратегия управления эффективным ресурсопотреблением / Москалева Е. Г., Дергунова Е. О. // Экономика и социум. 2015. № 1–3 (14). с. 1255–1260.
10. Энергосбережение как фактор устойчивого развития Республики Мордовия / Е. Г. Москалёва, Н. А. Гришунина // Молодой ученый. — 2015. — № 3 (83). — с. 461–464.

Учет и анализ налогов, сборов и отчислений, включаемых в состав затрат организаций

Турлак Анжелика Станиславовна, студент

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

Статья позволяет оценить значимость и состав затрат, включаемых в себестоимость работ, услуг, товаров, продукции, также статья позволяет оценить перечень налогов и сборов, включаемых в себестоимость.

Ключевые слова: налоги, сборы, бюджет, платежи, затраты, себестоимость, услуги, продукция, организация.

Актуальность и значимость вопроса об налогах и сборах, включаемых в состав затрат организации нельзя недооценить.

На сегодняшний день, учитывая множество режимов налогообложения и множество налогов и сборов, руководство организации зачастую ставит перед собой опрос оптимизации налоговых платежей и платежей во внебюджетные фонды.

Необходимо оценить понятие налога и сбора, а также рассмотреть какие налоги и сборы могут быть включены в себестоимость работ, услуг, продукции той или иной организации.

Все организации, которые сейчас работают на российском рынке, независимо от их организационно-правовой формы тесно связаны с государством. Эта связь осуществляется посредством бюджета и основных внебюджетных фондов.

Налог — это обязательный платеж в бюджет различного уровня исходя из конкретной базы и учитывая ставку по тому или иному налогу.

Чем же отличаются сборы от налога? Сбор собирается за определённое действие, например за заход судна в порт, за использование чего-либо, то есть чаще всего сбор носит единовременный характер. Налоги же носят системный характер.

Помимо налогов и сборов, организация в себестоимость включается еще и суммы страховых взносов.

В чем же принципиальное отличие взносов от налогов?

Налог, как было сказано — платеж в бюджет различного уровня.

Взнос — отчисление на «счет» определённого человека, то есть на «счет» того, сотрудника с суммы заработной платы которого производится расчет социального страхования.

С учетом схожести вышеуказанных платежей, стоит отметить и об их отличии, так например, цель уплаты налога — есть финансовое обеспечение государственного бюджета, а целью уплаты страховых взносов ставится обеспечение права получения различного вида социальной поддержки и помощи.

В России ставки страховых взносов (совокупный тариф) составляют 30%. Они складываются из ставки взносов в ПФР — 22%, в ФСС РФ — 2,9%, и в федеральный фонд медицинского страхования — 5,1%. По этим ставкам и должны перечисляться страховые взносы в бюджет [1].

Производя выплаты персоналу, работодатель обязан уплатить с них страховые взносы. Тем работодателям, кто не хочет неосновательно пополнять казну внебюджетных фондов, придется отслеживать не только суммы начисленных взносов, но и полученных от них средств.

Но хотелось бы отметить, что не все налоги возмещаются. Например, НДС также как и социальное страхование начисляется из заработной платы. Но разница состоит в том, что при начислении НДС происходит удержание из заработной платы сотрудника этого налога, а социальное страхование уплачивается за счет самого работодателя сотруднику организации.

Но, к сожалению, как в области налогообложения, так и в области социального страхования в Российской Федерации существуют определенные проблемы [2].

Налоговая системы России, которая функционирует длительное время, вызывает различные недовольства со стороны предпринимателей, экономистов, чиновников различного уровня и рядовых налогоплательщиков.

Оценив разницу между налогом, взносом и сбором, стоит отметить, что значительная часть платежей включается организацией в себестоимость, через которую покупатель или потребитель покрывает все затраты, понесенные организацией.

Разнообразие и значительное число налоговых платежей не всегда направлено на поддержку государства и предпринимателя. На сегодня примерно 60–65% всех уплачиваемых налогов уплачиваются своевременно, что гораздо ниже зарубежных стран.

Огромные суммы неуплаченных налогов свидетельствуют о том, что ставки платежей достаточно велики и не все предприниматели могут их оплатить, что в свою очередь приводит к закрытию предприятий малого сектора. Так, например, известно, что российские предприниматели пытаются реализовать различные способы уклонения от налогов. Уход от уплаты налоговых платежей свидетельствует о нарушениях со стороны предпринимательства налогового законодательства.

Действия налогоплательщика при уходе от уплаты налогов незаконны и противоправны с самого начала.

Они могут быть направлены как на снижение размера подлежащей внесению в казну суммы налогового платежа, так и на неуплату налога вообще.

Другими словами, при прямом уклонении от уплаты налоговых платежей чаще совершается в виде сокрытия или занижения основного дохода или прибыли, а также в форме сокрытия и недоучета иных объектов налогообложения, часто наблюдается фальсификация бухгалтерского учета, непредставление различного рода документов, которые необходимы для исчисления и уплаты налоговых платежей.

В связи с этим Федеральная Налоговая Служба (ФНС) разослала по всем своим подразделениям методические указания, описывающие типовые схемы по уходу от налогов. Так, самым популярным способом ухода от налогов является фиктивное наращивание цены товара. Еще одним методом ухода от налогов является реорганизация с последующей ликвидацией.

Также, не менее значимым методом ухода от налогов является искусственное начисление штрафных санкций по договорам. То есть, намеренным уклонением от уплаты налога на прибыль будет признаваться создание заведомо невыполнимых условий для исполнения договора в целях понижения налога на сумму финансовых санкций.

В России предусмотрены некоторые санкции за неуплату страховых взносов, хотелось бы рассмотреть некоторые из них.

Например за непредставление расчетов по обязательным страховым взносам в течение более 180 календарных дней, со дня истечения установленного срока представления будет взиматься штраф в размере 30% суммы страховых взносов, которые подлежали уплате на основании данного расчета, и 10% суммы страховых взносов, которые подлежали уплате, за каждый полный или неполный месяц начиная со 181-го календарного дня, но не менее 1000 рублей [4].

Не все руководители предприятий и организаций, имеющих задолженность, приходят на комиссию. Есть руководители, которые постоянно игнорируют приглашение разобраться в причинах неуплаты страховых взносов, в причинах нарушения пенсионного законодательства. Руководители несут социальную ответственность перед работающими у них гражданами. Они заранее лишают работников накопительной части трудовой пенсии.

Подводя итоги работы, необходимо отметить, что процесс ухода от уплаты налоговых платежей имеет негативные последствия как для экономики, так и для государства в целом.

Государственный бюджет получает причитающиеся средства только в сокращенном виде и сумме, исходя из этого приходится ограничить статьи расходов.

По данной причине часто происходит приостановка реализации ряда определенных программ государственного уровня, возникает проблема невыплаты заработной платы персоналу бюджетной сферы.

Кроме того, уклонение от уплаты налогов может иметь серьезные экономические последствия в виде нарушения принципов конкуренции. Так например, два одинаковых предприятия, занимающихся, например, производством определенных товаров, будут находиться в неравных условиях в случае уклонения одного из них от налоговых платежей.

У сотрудников налоговой инспекции есть все основания проводить комплексные и внеплановые проверки деятельности организации, с целью выявления различных нарушений, но проводимые проверки не являются единственным направлением снижения правонарушений в об-

ласти налогового регулирования, прежде всего необходимо пересмотреть налоговые ставки.

Что касается социальной сферы то дальнейший успех развития российской пенсионной системы, по нашему мнению, во многом будет зависеть от того, насколько успешно будет проводится политика повышения финан-

совой грамотности населения России путем проведения информационных кампаний в средствах массовой информации, финансовых семинаров для работодателей и работников, введения предметов по изучению финансового рынка со старших классов школьного образования; создать гарантийный фонд, аналогичный

Литература:

1. Абрютин, М. С. Экспресс — анализ деятельности предприятия при помощи шкалы финансово-экономической устойчивости. // Финансовый менеджмент. — № 3. — 2012. — с. 58–70;
2. Бабаев, Ю. А., Комиссарова И. П., Бородин В. А. Бухгалтерский учет: Учебник для студентов вузов / Под ред. Бабаева Ю. А. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 527 с.
3. Вещунова, Н. Л., Фомина Л. Ф. Бухгалтерский учет. — М.: Проспект, 2015. — 669с.
4. Полежаев, В. А. Совершенствование налогового механизма путем создания разновекторной модели налогообложения // Налоговая политика и практика, № 8. — 2014. — с. 12–14

Сравнение зарубежного и российского опыта проведения финансового анализа и управления рисками

Уралова Дайгур Жаксылыковна, студент
Казахский национальный университет имени аль-Фараби

В статье рассматривается цель финансового анализа и количественной оценки рисков. Исследованы методики проведения финансового анализа отечественной и зарубежной практиками, выявлен присущий им ряд преимуществ и недостатков.

Ключевые слова: финансовый анализ, управление рисками, финансовые риски.

Согласно последним тенденциям, мировой финансовый рынок развивался в условиях интеграции, инноваций и глобализации. Данные условия функционирования значительно увеличили эффективность рынков, однако также и породили ряд новых рисков, нуждающихся в минимизации.

Следовательно, в современных условиях каждое предприятие должно четко ориентироваться в сложном лабиринте рыночных отношений, правильно оценивать финансовый потенциал, тактику и стратегию своего дальнейшего развития, а также финансовое состояние как своего предприятия, так и предприятий-партнеров.

Ключевой целью финансового анализа является получение ряда основополагающих параметров, предоставляющих объективную картину финансового состояния коммерческой организации, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами. Но также цель же анализа состоит и в том, чтобы постоянно проводить работу, направленную на его улучшение финансового состояния коммерческой организации. [1, с.179]. Анализ финансового состояния также позволяет выявить уже существующие, и только намечившиеся проблемы и привлечь к ним внимание руководства предприятия [2, с. 7]

Западная практика демонстрирует активное развитие процессов стандартизации в области количественной оценки и управления рисками, как на национальном, так и международном уровнях. Подтверждением тому стали национальные стандарты Австралии и Новой Зеландии, Японии, Великобритании, Канады, ЮАР и многих других стран.

Крупные российские предприятия все чаще используют указанные стандарты в качестве основы для разработки и внедрения систем управления рисками, но статус риск-менеджера как специалиста в России остается недооцененным. Об этом говорит отсутствие профессии риск-менеджера в квалификационных справочниках должностей специалистов, а также единых требований и подходов к сертификации специалистов в области управления рисками. Вследствие этого актуальной становится проблема необходимости разработки общепринятых профессиональных стандартов по управлению рисками, проведения сертификации специалистов по риск-менеджменту.

Методика проведения зарубежного анализа отличается по ряду направлений с принципами количественной оценки рисков и их управлении в отечественной практике. Ряд различий будет рассмотрен мной ниже.

Анализ финансовой устойчивости предприятий, принятый на Западе, а также известные до сих пор варианты анализа финансового состояния предприятий в России, опираются на статьи и разделы бухгалтерских балансов, которые содержат данные только на начало и на конец отчетного периода (года, квартала) и являются, в силу этого, статистической характеристикой деятельности предприятия. В первую очередь, следует отметить, что анализ финансовой отчетности, как в РФ, так и за рубежом проводится на базе бухгалтерского баланса, однако в странах с развитой рыночной экономикой работников, не имеющих бухгалтерского образования, обучают умению читать бухгалтерские документы, т.к. они написаны на специфическом языке. В отечественной практике делается упор на оценку кредитоспособности предприятия; не учитывается совокупный риск, связанный с предприятием; об оценке платежеспособности речи не идет вообще; в свою очередь в зарубежной практике, хотя эффект совокупного риска и рассматривается, оценка платежеспособности выносится за пределы анализа финансовой устойчивости. Так как платежеспособность предприятия является внешним проявлением финансовой устойчивости, рассматривать их рациональнее совместно, что приведет к более объективным выводам.

В зарубежной практике анализ финансового состояния проводится преимущественно путем коэффициентного анализа по отдельным направлениям. Это позволяет анализировать различные предприятия, несмотря на масштабы их деятельности, определяя эффективность и прибыльность их деятельности. Предпочтение отдается проведению сравнительного анализа, трендового анализа, который включает в себя анализ относительных показателей.

Сравним методики финансового анализа и количественной оценки рисков предприятиями по отдельным направлениям отечественных и зарубежных авторов. В таблицах 1–3, составленных на основе [17], представлена их сравнительная характеристика.

Согласно данным, представленным в таблице 1, оценки активов предприятий по зарубежной и отечественной методике достаточно отличаются. Так, в зарубежном опыте в качестве характеристики имущественного состояния предприятия выступают показатели оборачиваемости, определяющие эффективность использования вложенного капитала в производственный процесс. В отечественном опыте, кроме определенного подхода, существует также оценка имущественного состояния, которая включает в себя расчет показателей годности основных фондов предприятия, загруженность оборотных и определяет общую обеспеченность предприятий активами для осуществления производственной деятельности.

Рентабельность имеет несколько модифицированных форм в зависимости от того, какие именно прибыль и ресурсы (затраты) используют в расчетах (табл. 2).

Система показателей рентабельности, используемая в украинской практике хозяйствования, не всегда отражает реальные тенденции развития предприятий, делая затруднительным анализ результатов их хозяйственной деятельности и процесс принятия управленческих решений. В зарубежной практике используется ряд показателей, позволяющих частично устранить вышеназванные недостатки. Кроме общих показателей, характеризующих зависимость предприятия от внешнего финансирования, используются также показатели покрытия процентов по займам — процесс обслуживания долга. В зару-

Таблица 1. Анализ оборачиваемости активов (assets management)

Название показателя	Формула для расчета		Характеристика
	Отечественный опыт	Зарубежный опыт	
Коэффициент оборачиваемость необоротных активов	Выручка от реализации продукции / сумма необоротных активов	Выручка от реализации продукции / стоимость основного капитала	Характеризует эффективность использования необоротных активов
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	Чистая выручка от реализации продукции / Среднегодовая сумма дебиторской задолженности	Дебиторская задолженность / Годовой объем продаж	Характеризует эффективность кредитной политики предприятия, скорость оплаты предоставленных услуг, товаров
Коэффициент оборота кредиторской задолженности	Чистая выручка от реализации продукции / Среднегодовая сумма кредиторской задолженности	Себестоимость реализованных товаров / Кредиторская задолженность	Характеризует скорость оборота задолженности предприятия
Коэффициент оборачиваемости основных средств	Чистая выручка от реализации продукции / Среднегодовая стоимость основных средств	Выручка от реализации продукции / Среднегодовая стоимость основных средств	Характеризует скорость оборота основных средств
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	Объем реализованной продукции за период / Средняя сумма оборотных средств за тот же период	Выручка от реализации продукции / Текущие активы — Текущие пассивы	Отображает скорость оборота материальных и денежных ресурсов предприятия за отчетный период

Таблица 2. Анализ рентабельности (profitability)

Показатель	Формула для расчета		Характеристика
	Отечественный опыт	Зарубежный опыт	
Рентабельность собственного капитала (Return on equity (ROE))	Чистая прибыль / Собственный капитал * 100%	Чистая прибыль / Средняя собственного капитала	Характеризует прибыльность собственного капитала
Рентабельность активов (Return on assets (ROA))	Чистая прибыль / Активы * 100%	Чистая прибыль / Общая сумма активов	Показывает общую доходность использования имущества предприятия
Рентабельность продаж (Gross profit margin)	Чистая прибыль / Выручка от реализации * 100%	Валовая прибыль / Выручка от реализации	Показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции

бежном опыте одним из основных направлений анализа финансового состояния предприятий является анализ их рыночной стоимости (табл. 3)

Довольно часто реальная стоимость фирмы значительно меньше ее рыночной стоимости. Развитый фондовый рынок зарубежных стран создает возможность повышения стоимости компании за счет гудвила, тогда как у российских предприятий такая возможность отсутствует.

Обобщая российский и зарубежный опыт оценки финансового состояния и рисков, можно заключить, что последние подвержены влиянию многих факторов, и оценить их по одному показателю невозможно. Достоверную информацию предприятия можно получить, проведя анализ денежных потоков, с учетом преимуществ обеих систем финансового анализа и управления рисками — зарубежной и отечественной.

Таким образом, наблюдается определенное отличие в перечне показателей для определения финансового состояния предприятий и методах расчета подобных показателей. Проведенное исследование показало, что, несмотря на значимость финансового состояния и рисков, в отечественной практике до сих пор отсутствуют достоверные методы их оценки. Для успешного управления финансовой устойчивостью необходимо разработать и представить подход к определению данного понятия, включа-

ющий систему показателей, которые позволят с высокой степенью достоверности определить финансовую устойчивость организации, и в соответствии с результатами анализа выработать способы и методы управления финансовыми рисками. Отечественная методика требует унификации, уменьшения количества анализируемых показателей. При этом необходимо отдавать предпочтение расчету тех показателей, которые имеют наибольшую содержательность и необходимость для аналитика.

К преимуществам зарубежных методик можно отнести их конкретность и определенность в количественном составе показателей и интерпретации их результатов, упрощенность таких методик анализа и оценки финансового состояния предприятий. Методики анализа финансового состояния и рисков в России наоборот характеризуются значительным отличием среди различных авторов в наборе показателей для анализа того или иного направления и разнообразной их комбинацией.

В условиях современных тенденций и динамичной бизнес-среде XXI века руководители экономических субъектов не могут игнорировать необходимость финансового анализа и оценки рисков. Последствиями данного игнорирования могут быть фатальными для предприятия. Будущее будет принадлежать тем дальновидным руководителям, которые стремятся рационально и эффективно

Таблица 3. Анализ финансовой устойчивости (debts management ratios, long-term solvence)

Показатель	Формула для расчета		Характеристика
	Отечественный опыт	Зарубежный опыт	
Коэффициент финансовой зависимости (Total debt ratio)	Всего источников средств / собственный капитал	Совокупные пассивы / Совокупные активы	Характеризует уровень финансирования активов за счет обязательств
Коэффициент финансовой активности (финансовый рычаг, коэффициент финансового риска) (Debt-equity ratio)	Привлеченные средства / Собственный капитал	Общая задолженность / собственный капитал	Характеризует уровень зависимости предприятия от внешних агентов
Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств (Long-term debt ratio)	Долгосрочные обязательства / Долгосрочные обязательства + Собственный капитал	Долгосрочные обязательства / Долгосрочные обязательства + Собственный капитал	Показывает долю привлеченного капитала в перманентном капитале предприятия

управлять не отдельными рисками, а внедряют методы управления, охватывающие все предприятие. В результате управление рисками поднимается на более современный, высокий уровень. Имея исчерпывающую информацию о первоочередных рисках своей компании, умея грамотно применять и внедрять зарубежный опыт про-

ведения финансового анализа, а также зная основные аспекты в оценке финансового состояния и осознавая роль финансового анализа в оценке финансовых рисков своих предприятий, такие руководители смогут разрабатывать планы управления рисками с применением комплексных сложных методов.

Литература:

1. Кармин, Т. Р., Макмин А. Р. Анализ финансовых отчетов (на основе СААР): Пер. с англ. — М.: Инфра-М, 2009. — 240 с
2. Вакуленко, Т. Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т. Г. Вакуленко, Л. Ф. Фомина. — СПб.: Издательский дом Герда, 2007. — 214 с.
3. Кутергина, Г. В. Анализ эффективности систем управления финансовыми рисками коммерческой организации // Аудит и финансовый анализ. 2010, № 3

Молодой ученый

Международный научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 7 (111) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Фозилов С. Ф.
Яхина А. С.
Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игиснинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.
Ответственные редакторы: Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

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

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 26.04.2016. Тираж 500 экз.

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