ISSN 2541-8572

НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

ПРОФИЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Выпуск № 17

оптимус

оптимус

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

ВЫПУСК № 17
(июль - август 2018)

Москва 2018

УДК 33(082)
ББК 65я5
А43

А43

Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. Научное обозрение. Выпуск №17. – М.: ООО ИПЦ «Маска», 2018. – 69 с.

Редактор: Смирнова Е.Н.
Рецензенты:
Московцев В.В., профессор, доктор экономических наук, кандидат технических наук, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, декан экономического факультета ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет», г. Липецк
Московцева Л.В., профессор, доктор экономических наук, кандидат социологических наук, зав. кафедрой Государственного, муниципального управления и бизнес-технологий ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет», г. Липецк
Загеева Л.А., кандидат экономических наук, зав. кафедрой менеджмента ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет», г. Липецк
Моисеева И.И., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, налогообложения и бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет», г. Липецк
Косьянов В.А., доктор технических наук, профессор, ректор ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва
Куликов В.В., доктор технических наук, профессор, проректор по учебной работе ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва
Назарова З.М., доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики минерально-сырьевого комплекса ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва
Шендеров В.И., кандидат технических наук, профессор, советник ректора по учебной и профориентационной работе, профессор кафедры экономики минерально-сырьевого комплекса ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва
Забайкин Ю.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики минерально-сырьевого комплекса ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», профессор «Российской Академии Естествознания» (Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов), г. Москва
Якунин М.А., кандидат технических наук, ответственный секретарь приемной комиссии ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва
Арсентьев Ю.А., кандидат технических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва
Завьялов Д.В., кандидат экономических наук, заведующий кафедрой предпринимательства и логистики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва

Казанцева С.Ю., доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства и логистики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва
Плеханов А.Ф., профессор, доктор технических наук, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва
Мишаков В.Ю., доктор технических наук, доцент, заведующий кафедрой производственного менеджмента ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва
Квач Н.М., кандидат технических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва
Битус Е.И., доктор технических наук, профессор ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)», г. Москва
Серов В.В., профессор, доктор технических наук, профессор кафедры информационных технологий ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)», г. Москва
Костин М.П., кандидат экономических наук, заведующий лабораторией кафедры информационных технологий ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)», г. Москва
Пирязева Т.В., доцент, кандидат технических наук, действительный член общественной организации «Международная Академия информатизации» (МАИ), вице-президент регионального отделения МАИ, г. Москва
Булгаков П.Е., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации аграрного производства ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет», г. Санкт-Петербург
Воронов В.А., кандидат технических наук, директор Центра довузовских и специальных программ, ответственный секретарь Приёмной комиссии, доцент кафедры транспорта и хранения нефти и газа ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет», г. Санкт-Петербург
Блинов А.М., кандидат экономических наук, доцент, директор Центра дополнительного профессионального образования ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет», г. Санкт-Петербург
Шоев А.Н., кандидат технических наук, доцент, зам. директора института по науке, инновациям и международной деятельности Института Технологий и Инновационного Менеджмента г. Куляб, (ИТиИМ), Республика Таджикистан

В опубликованных трудах отражены результаты научных исследований и теоретических обобщений в области экономики и политики.

Научное обозрение предназначено для экономистов, занимающихся проблемами развития экономики России и зарубежных стран – представителей вузовской и академической науки, молодых ученых, аспирантов, магистрантов, студентов, а также сотрудников научно-исследовательских учреждений и практикующих специалистов

Журнал включен в систему РИНЦ

ISSN 2541-8572

© Коллектив авторов, 2018
© ООО «Оптимус», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Шайбакова Л.Ф., Плотникова О.А.	Стратегическое планирование предприятий общественного питания	5
Тютык О.В.	Теоретико-исторические аспекты становления корпоративного управления как науки	10
Зыбенко С.В.	Анализ зарубежного опыта применения мер нетарифного регулирования в таможенной практике на современном этапе	15
Юсупов Р.М.	Финансовый анализ бухгалтерских отчётных данных	21
Юсупов Р.М., Аюбов А.А., Садыков М.В.	Риск-ориентированная аудиторская проверка финансовой отчётности	23
Оберт Т.Б.	Меры по развитию конкуренции для функционирования предпринимательства в современной России	25
Чунаев С.Ю.	Анализ проблем промышленного сектора российской экономики	31
Габбасова А.А.	История становления и развития индустрии моды на Российском рынке	34
Воронкевич А.Б.	Модель входа в социальный бизнес для российских коммерческих компаний	41
Бондарь А.В.	Совершенствование бизнес-процессов по управлению финансовой устойчивостью энергосбытовой компании	45
Егорова Д.С.	Управление по целям в стратегии развития автотранспортного предприятия	54
Печенова Е.В.	Возникновение, основные положения и перспективы развития теории поведенческих финансов в российской и зарубежной науке	63

КРАТКИЕ РЕЦЕНЗИИ НА ОПУБЛИКОВАННЫЕ В ВЫПУСКЕ СТАТЬИ 66

УДК 338.24

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Шайбакова Л.Ф., д.э.н., профессор
Плотникова О.А., магистрант
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
г. Екатеринбург

В данной статье приведены теоретические и практические аспекты основы стратегического планирования, раскрыты основные понятия стратегического планирования. Рассмотрен процесс, этапы и функции стратегического планирования на примере предприятии общественного питания.

In this article theoretical and practical aspects of the strategic planning framework are presented, basic concepts of strategic planning are disclosed. The process, stages and functions of strategic planning on the example of a public catering enterprise are considered.

Ключевые слова: *стратегическое планирование, этапы и функции стратегического планирования, формирование потребительского рынка, предприятия общественного питания.*

Keywords: *strategic planning, stages and functions of strategic planning, the formation of the consumer market, public catering enterprises.*

В отечественной и зарубежной литературе существует множество точек зрения относительно содержания и роли планирования в деятельности предприятий, которые в основном схожи по своей сути и различаются лишь при детализации.

По мнению Ч.Е. Хорнгена и Дж. Фостера, «планирование – процесс установления целей компании, а также решение о том, как достичь этих целей».

Дж. Долан и Б.И. Домиенко дают следующее определение планированию – «постановка цели(ей) и способы ее(их) достижения» [5, с.69].

По определению, которое дает международная консалтинговая компания Horvath&Partners, планирование – это «определение целей, систематически подготавливаемое и ориентированное на будущее, а также мероприятия, средства и способы их достижения» [4].

Планирование – это формирование образа будущего в сознании

субъекта, обязательная предпосылка реализации поставленных целей [5, с.71].

Стратегическое планирование – это система всех видов плановой деятельности на предприятиях (в организациях). При этом планирование бывает долгосрочное, среднесрочное, оперативное и функциональное [4]. Суть стратегического планирования заключается в процессе моделирования будущего, относительно которого обычно формулируют цели и концепцию долговременного развития предприятия или организации.

Целью процесса стратегического планирования считается увеличение прибыли и всего бизнеса в целом за счет привлечения дополнительной аудитории потребителей, покупателей, клиентов [3].

Алгоритм стратегического планирования включает восемь взаимосвязанных между собой этапов и является непрерывным [4]:

1. Миссия организации;
2. Цели организации;
3. Оценка и анализ внешней среды;
4. Управленческое исследование сильных и слабых сторон предприятия;
5. Анализ стратегических альтернатив;
6. Выбор стратегии и ее реализация;
7. Оценка стратегии.

Цель стратегического планирования – это выявление наиболее перспективных направлений деятельности предприятия, обеспечивающих его рост [3].

В зарубежной литературе этот термин был введен, чтобы выявить различия данного понятия и долгосрочного планирования, а также отобразить отличие планирования, которое осуществляется на высшей ступени управления предприятием или его подразделений (филиалов, отделов и т.д.), от планирования на более низких ступенях.

Также стратегическое планирование, как процесс, включает в себя выполнение следующих взаимосвязанных функций [3].

– формулировка долгосрочной стратегии, основных целей, задач развития организации;

– образование стратегических хозяйственных подразделений организации;

– обоснование основных целей проведения маркетинговых исследований рынка;

– осуществление ситуационного анализа и выбор направления экономического развития организации;

– разработка ведущей стратегии маркетинга и укрупненное планирование производства продукции;

– выбор тактики и уточненное планирование способов и средств достижения поставленных задач;

– контроль и оценка результатов, корректировка выбранной стратегии и способов ее реализации.

Стратегическое планирование выявляет наиболее выгодные пути для развития предприятия общественного питания, выявляет основные направления его перспективной деятельности. Это позволяет скоординировать в одну систему финансовую, производственную, маркетинговую и проектную деятельность рассматриваемого предприятия – кафе «Забей» (ООО «Вкусный менеджмент»), которое находиться в г. Екатеринбург по улице Прониной 25, цокольный этаж Отеля «Уктус» [8].

Предназначение стратегического планирования заключается в том, чтобы обнаружить и оценить перспективы развития бизнеса, сформулировать стратегические цели и мероприятия для их достижения. Данный аспект формулируется в выявлении направлений и способа вложений ресурсов для развития предприятия, для которого производиться планирование.

Стратегическое планирование предусматривает три основных этапа [4]:

1. Определение долгосрочных перспектив развития организации;
2. Разработка комплекса мероприятий по реализации стратегии организации;
3. Контроль и выявление основных проблем при реализации стратегии развития организации.

В некоторой части этапы стратегического планирования могут совпадать, как по времени, так и оказывать друг на друга определенное влияние.

Как было отмечено, стратегическим планированием принято считать механизм выявления конкретных целей предприятия и направления мероприятий по их осуществлению согласно с выбранной этим предприятием стратегией. В случае построения долгосрочного плана его необходимо подкрепить детальными исследованиями и фактическими показателями [4].

Предприятию любой стратегический план должен обеспечивать определенность и индивидуальность, что позволяет предприятия привлекать к его внедрению наиболее квалифицированных специалистов в этой области [9].

Мы рекомендуем предприятию разрабатывать стратегический план таким образом, чтобы оно в течение длительного периода времени не только оставалось целостным, но и было достаточно гибким для возможной его модификации при необходимости.

В рамках стратегического планирования в разрезе потребительского предпочтения изучают также и феномен лояльности потребителя.

Прежде всего, выбор потребителей зависит, от их потребностей и вкуса, а также привычек, традиций и т.п. Другими словами выбор зависит от предпочтений потребителей, основанных на обременении преимущества одних благ над другими. Однако такой выбор основан не только на предпочтениях потребителя, но зависит и от цены выбираемых продуктов, работ (услуг), а также от степени ограниченности доходов и возможностей потребителя [9].

Основными функциями управления потребительской лояльностью являются следующие [1]:

– обеспечение устойчивого конкурентного преимущества;

– обеспечение роста клиентской базы;

– улучшение репутации бренда;

– улучшение финансовых показателей;

– получение нематериальных выгод (клиентская база для интегрированных маркетинговых коммуникаций).

Суть любой программы лояльности заключается в формировании отношения между продавцом (предприятием) и покупателем, которое должно максимально соответствовать ожиданиям покупателя и при этом быть экономически выгодным для самого предприятия.

Чтобы разработать эффективную систему лояльности для ресторана, в первую очередь нам необходимо понять ожидания гостей, определить уровень их удовлетворенности и степень заинтересованности в повторных посещениях.

Для этого мы рекомендуем провести опрос клиентов и анализ посещаемости заведения. Задачей системы лояльности является удержание предложения ресторана на актуальном востребованном уровне в соответствии с общими тенденциями и мотивами центральной аудитории, что обеспечит регулярный поток постоянных гостей [2].

Устойчивая, конкурентоспособная мотивация повторного посещения, стабильная положительная динамика среднего чека (может быть соответствующей общему индексу инфляции) и увеличение количества гостей за счет рекомендаций – вот показатели эффективности программ лояльности в ресторане (в данном случае – кафе).

В большинстве случаев программы повышения приверженности в ресторанном бизнесе имеют фактическую реализацию в виде дисконтных карт, которые дают возможность идентифицировать гостя, привязывать информацию о каждом посещении к общей истории каждого клиента [7, с.44].

Такие системы позволяют в дальнейшем проводить очень важную маркетинговую аналитику и без дополнительных затрат получать фактические данные о потребителях, их предпочтениях, выделять наиболее постоянные группы, сегментировать и оптимизировать услуги, сделать работу с гостем индивидуальной и т.д.

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегическое планирование – это процесс формулирования стратегии и целей предприятия для выявления и получения необходимого ресурса и его распределения для обеспечения эффективной деятельности предприятия в будущем, а также для формирования потребительского рынка.

Источники:

1. Агаларова Е.Г. Управление поведением потребителя: от манипуляции к мотивации / Т.Ю. Фролова, Е.Г. Агаларова // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С.317-319 (Agalarova E.G. management of consumer behavior: from manipulation to motivation / T.Yu. Frolova, E.G. Agalarova / / The Young scientist. – 2014. – No.1. – P.317-319)
2. Ахмадеева О.А., Идрисова А.И. Тенденции развития рынка общественного питания в России // Молодой ученый. – 2016. – №8. – С.483-486 (Akhmadeeva O.A., Idrisov A.I. Tendencies of development of market of public catering in Russia // The Young scientist. – 2016. – No.8. – P.483-486)
3. Барабанов А.Н., Белиев Р.Р., Рожков Д.А. Управление стратегическим планированием //Глобализация науки: проблемы и перспективы //Сб-к статей Международ. науч.-практ. конф-ции. – 2014. – С.3-5 (Barabanov A.N., Believ R.R., Rozhkov D.A. Management of strategic planning // Globalization of science: problems and prospects // Collected articles International. science.-practice. conf-tions. – 2014. – P. 3-5)
4. Боловинцев Ю.А. Теоретические и методологические подходы к стратегическому планированию в деятельности организаций // Российское предпринимательство. – 2013. – №23(245). – С.74-80 (Bolovintsev Y.A. Theoretical and methodological approaches to strategic planning in the activities of organizations // Russian entrepreneurship. – 2013. – No. 23(245). – P. 74-80)
5. Ильин А.И. Планирование на предприятии: учеб. пособие для студ. вузов/ А.И.Ильин. – 5-е изд., – Минск: из-во «Новое знание», 2016. – 631 с (Ilyin A.I. Planning at the enterprise: textbook. textbook for students. universities/ A.I. Ilyin. – 5th ed. – Minsk: from «New knowledge». 2016. – P.631)

6. Коврижкина В.О. Стратегический анализ позиции бренда на премиальном сегменте регионального рынка // Вопросы экономики и управления. – 2016. – №3/1. – С.71-74 (Kovrizhkina V.O. Strategic analysis of the brand position in the premium segment of the regional market / / issues of Economics and management. – 2016. – No. 3/1. – P. 71-74.)
7. Кучер Л.С., Шкуратова Л.М., Ефимов С.Л. Ресторанный бизнес в России: технология успеха. – М.: Рестконсульт, 2014. – 109 с. (Coachman, L. S., shkuratova L. M., Efimov S. L. restaurant business in Russia: technology of success. – M.: Testconsult, 2014. – P.109)
8. Официальный сайт кафе «Забей» (ООО «Вкусный менеджмент») – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.zabei-ekb.ru/text_group/show/Kontakty (Official site of the café «Forget it» (LLC «Good management») – [Electronic resource] – URL: http://www.zabei-ekb.ru/text_group/show/Kontakty)
9. Тенденции инновационного развития в глобальных сетях ресторанов общественного питания. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.econom-journal.com (Trends of innovative development in global chains of public catering restaurants. - [Electronic resource]. – URL: https://www.econom-journal.com)

УДК 303

ТЕОРЕТИКО-ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КАК НАУКИ

Тютык О.В., к.э.н.,
ФГБОУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет»
г. Пермь

Современный менеджмент рассматривает корпоративное управление, как самостоятельную область науки, начиная с 80-90-хх гг. XX в., когда в наиболее развитых, с корпоративной точки зрения, экономиках четко сформировалось отделение собственности от управления. Однако не следует недооценивать тот опыт корпоративных решений, который предшествовал данному этапу и предопределил вектор и тенденции развития современных корпоративных отношений. Целью статьи является формирование системного взгляда на «донаучный» этап корпоративного управления на основе обобщения зарубежного опыта корпоративных отношений.

We used to consider in modern management that corporate governance, as a separate field of science, has appeared in 1980-90s. During this period in mostly economically developed countries we could find a strict separation of ownership from management. Nevertheless, we mustn't underestimate that experience of corporate decisions that preceded that time and predefined vector and tendencies in development of actual corporate relations. The aim of the article is the formation of system approach to the "pre-scientific" stage of corporate governance on the base of aggregation of foreign experience of corporate governance.

Ключевые слова: *корпорация, корпоративное управление, собственность, стейкхолдеры, акционеры, совет директоров, менеджмент.*

Keywords: *corporation, corporate governance, ownership, stakeholders, shareholders, board of directors, management.*

Традиционно считается, что корпоративное управление, как наука, берет свое начало с 80-90-х гг. XX в. Однако столетняя предыстория заслуживает не меньшего внимания, нежели собственно «научный» этап. Исходя из исследования исторических источников, в донаучном периоде, начиная с конца XVIII века, следует отметить следующие наиболее знаковые события.

Адам Смит в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) отмечает: «Директора компаний, будучи управляющими капиталов других людей больше, нежели своими собственными, не могут сохранять их с такой же трепетной бдительностью, с которой они относятся к собственным капиталам. Небрежность и расточительность всегда превалирует, в большей или меньшей степени, в менеджменте таких компаний».[1] Уже в XVIII в. экономист и философ, он отмечает проблемы, возникающие в условиях распыленной собственности, с которыми вплотную столкнутся корпорации XXI в.: слабость механизмов контроля менеджеров и необходимость разработки стимулов для управляющих.

Первый закон об акционерных обществах издается Британским парламентом в 1855 г.: в гражданский оборот вводится новая форма имущественной ответственности – ограниченная ответственность собственников по обязательствам компании. Исследователи в области менеджмента, предполагают, что данный вид ответственности был введен для защиты «спящих» партнеров, тех, кто не был вовлечен в управление, а выступал исключительно инвестором. Такая инициатива была введена ранее во Франции (1807) – société en

commandité par actions – ограниченная ответственность распространялась на «не исполнительных инвесторов», в то время как исполнительные директора несли полную ответственность. Современная корпоративная практика подчеркивает дальновидность такого решения в части введения ограниченной ответственности для всех акционеров – как участвующих, так и не участвующих в деятельности корпораций. [2]

Корпорации с ограниченной ответственностью также были приняты на законодательном уровне в Германии (1884), и также отражали опыт Франции. Напротив, развитие законодательной базы США отражало опыт Великобритании: отдельные штаты создают свои корпоративные юрисдикции в конце XIX в.

Классическая концепция ограниченной ответственности компаний считается одним из весьма важных «изобретений» человечества: создание юридического лица, отделенного от собственников, которое, тем не менее, имеет большое количество прав собственности, аналогично физическому лицу. Ответственность собственников по долгам компании ограничена их инвестиционным вкладом. Значение данного решения сложно переоценить, поскольку оно дало толчок к промышленному росту, активному найму работников и созданию огромного благосостояния развитыми экономиками повсеместно в мире. Несмотря на то, что бизнес-модель середины XIX в. имеет мало общего с современными подходами, первоначальная корпоративная концепция остается базисом современного корпоративного законодательства.

Одним из первых научно обоснованных исследований в области корпоративного управления принято считать работу А. Берли и Г. Минза «Современная корпорация и частная собственность» (1931), в которой детально рассмотрена проблема отделения контроля от собственности в публичных корпорациях. Авторы попытались объяснить, почему в эпоху Великой депрессии 1929-1933 гг. американский фондовый рынок обрушился до минимальных значений, и американские корпорации потеряли большую часть своей стоимости. Отмечая растущее перемещение власти к исполнительным директорам от все более диверсифицированных и отделенных от управления акционеров, авторы выражали озабоченность тем, что отдельные корпорации приобретают все большее могущество в обществе:

Рост могущества отдельной корпорации приводит к концентрации такого экономического потенциала, который сопоставим с отдельным государством. Государство, в силу возложенных на него

функций, пытается регулировать отдельные аспекты деятельности корпорации, в то время как, будучи экономически более сильной, последняя предпринимает все усилия, чтобы избежать данного регулирования. Предполагается такое будущее экономических систем, когда корпорация будет не просто сосуществовать с государством, но и вытеснять его, как доминирующая форма социальной организации.

Результаты данного исследования были настолько признаны в США на федеральном уровне, что привели к созданию в 1934 г. Американской комиссии по ценным бумагам и биржам (SEC, US Securities and Exchange Commission).

Акт США «О ценных бумагах и биржах» (1934) впервые ввел регулирование фондового рынка и положение о раскрытии информации. Органом, обеспечивающим соблюдение законодательства, стала SEC, которая в дальнейшем (1972) потребовала от компаний, входящих в листинг, создания Комитетов по аудиту в Совете директоров, в которые бы входили независимые члены. Независимость определялась как отсутствие связей с компанией, которые могли бы повлиять на управленческие решения. Комитет по аудиту замысливался как мост между внешними аудиторами и Советом директоров компании.

Параллельно, в 1970-е гг. Европейская экономическая комиссия (EEC, European Economic Commission) выпускает серию директив, которые синхронизируют корпоративное законодательство в странах-членах. В частности, предложено заменить унитарный совет директоров, в который входили исполнительные и независимые члены, двухуровневой системой – исполнительным и наблюдательным советом, которая была реализована в Германии и Голландии. При такой форме управления наблюдательный совет осуществляет надзор за исполнительным советом, который осуществляет управление корпорацией. Совмещение ролей в этих двух советах недопустимо. Более того, одним из требований директивы было равное членство в наблюдательном совете акционеров и представителей трудового коллектива. В этом прослеживалась немецкая бизнес-философия, когда компания рассматривается как неформальное партнерство капитала и труда.

Британское видение данной проблемы было отражено в Отчете под руководством Комиссии по вопросам производственной демократии под председательством Алана Баллока (1977 г.) как ответ на растущий в Великобритании интерес к производственной демокра-

тии. Профсоюзные деятели начали понимать, что довольно трудно влиять на управленческие решения, затрагивающие производственные отношения, только посредством заключения коллективного трудового договора. Европейское сообщество также настаивало на расширении производственной демократии.

Другой интересной инициативой стало осмысление роли и места корпораций в обществе: корпорация ответственна перед всеми стейкхолдерами – работниками, клиентами, поставщиками, муниципалитетами и государством. В частности, Американская ассоциация юристов (American Bar Association, ABA) призвала позиционировать корпоративную ответственность выше интересов акционеров, неизбежно ослабляя влияние менеджеров. Идея возродилась спустя 30 лет, в начале 2000-х, как концепция «корпоративной социальной ответственности». [3]

Таким образом, потребность в систематизации подходов и принципов к корпоративному управлению, сложившаяся к началу 1990-х гг., была обусловлена накопленным опытом по наилучшему использованию возможностей существующих акционеров и предоставленных ими ресурсов, привлечению новых инвесторов, гарантируя защиту их прав и интересов. Изучение правовых традиций и понимание исторических решений в развитии и интеграции современных корпоративных моделей позволят наиболее эффективно развивать данный сегмент – корпорации – в глобальной экономике.

Источники:

1. Clarke Th., Branson D. (2012) The SAGE Handbook of Corporate Governance. SAGE Publications Ltd. – 2012. (Кларки Т., Брэнсон Д. Руководство по корпоративному управлению. – Издательство SAGE Publications Ltd. – 2012)
2. Clarke Thomas International corporate governance: a comparative approach. Routledge. –2017. – 687 p. (Кларки Т. Международное корпоративное управление: сравнительный подход. Издательство Routledge –2017. – 687с.)
3. N. Craig Smith. Corporate Social Responsibility: Whether or How? // California Management Review. – Volume: 45 issue: 4. – P. 52-76. (Н. Крейг Смит. Корпоративная социальная ответственность: что это такое? // Журнал California Management Review. – Выпуск 45, том 4. – С. 52-76)

УДК 339.544

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ПРИМЕНЕНИЯ МЕР НЕТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ \ В ТАМОЖЕННОЙ ПРАКТИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Зыбенко С.В., к.э.н., доцент
АНОО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»
г. Мытищи

В условиях глобализации мировой экономики, в том числе торгово-экономических отношений, практика применения мер нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности, несмотря на декларативную часть приверженности принципу свободы торговли, свидетельствует об очень жестком, зачастую скрытом использовании различных механизмов защиты национальных экономических интересов. Особенно проявляется это в периоды экономических кризисов.

In the context of world economy globalization , including the establishment of trade and economic relations, the practice of promoting non-tariff regulation measures in foreign economic activity shows the impact of very tough, and often hidden establishment of various mechanisms of national economic interests protection. This system is especially evident in periods of economic crises.

Ключевые слова: *кризис; регулирование; нетарифные; барьеры; пошлины; антидемпинговые; компенсационные; демпинг; экспорт; импорт; товарооборот; субсидии.*

Keywords: *crisis; regulation; non-tariff; barriers; duties; anti-dumping; compensation; dumping; export; import; trade turnover; subsidies.*

В условиях экономических и политических кризисов, неравномерности в развитии стран мира, взаимное влияние и переплетение множественных тенденций развития внешнеэкономической деятельности (ВЭД) приводит к усложнению системы мирохозяйственных связей и повышению влияния нетарифных ограничений, которые с большим трудом поддаются количественной оценке, так как в отличие от ввозных таможенных пошлин, напрямую определить влияние нетарифных ограничений нельзя, учитывая, что в большинстве случаев они применяются в форме различных требований к продукции [1, С.412].

Специалистами международного уровня признано, что нетарифные ограничения значительно влияют на объем и структуру товарных потоков между странами, ограничивают взаимную торговлю в большей степени, чем ввозные таможенные пошлины. По современным оценкам, участники внешнеэкономической деятельности, используют меры нетарифного регулирования в отношении 18 - 30 % объема совокупности мирового импорта [2, С.91-95]. При этом развивающиеся страны используют нетарифные барьеры для защиты внутреннего производства активнее развитых, в некоторых государствах до 40% всего объема импорта.

Как показывает практика Всемирной торговой организации (ВТО), наиболее часто используемыми мерами являются технические барьеры в торговле (47,5% в общей сумме применяемых мер), санитарные и фитосанитарные меры (34% в общей сумме применяемых мер) и антидемпинговые меры (10% в общей сумме применяемых мер).

Наиболее агрессивными в части установления нетарифных мер являются страны Азии (за период с 1995 г. по 31 декабря 2017 г. применено 12637 мер). При этом самой агрессивной страной является Китай, который ввел 2 637 мер, из них больше всего технических барьеров (44%), санитарных и фитосанитарных мер (45%) и антидемпинговых пошлин (9%). Большинство антидемпинговых пошлин за период с 1995 г. по 2018 г. применялось Индией.

Рассмотрим опыт применения нетарифных ограничительных мер на примере Европейского Союза (далее – ЕС).

К нетарифным мерам ЕС относятся: антидемпинговые меры; экспортные субсидии; компенсационные меры; иностранные торговые барьеры [3, С.75-96].

Важнейшим фактором обеспечения стабильности торговли, развития конкуренции и бизнеса является защита рынка от демпинга.

Демпинг – это ценовая дискриминация между национальными рынками [4, С.44-57]. Антидемпинговые процедуры ЕС осуществляются в рамках общей торговой политики ЕС, так как являются важнейшим средством обеспечения соблюдения правил мировой торговли и применяются в отношении импорта на внутренний рынок.

Факт демпинга может быть установлен путем сравнения цены продукта, экспортируемого в ЕС, и «нормальной стоимости» идентичного или аналогичного продукта [5, С.61-73].

Нормальная стоимость представляет собой сумму расходов на

производство продукта, включая разумный объем торговых, общих и административных расходов, и разумной прибыли производителя.

Экспортной ценой считается цена, фактически уплаченная или подлежащая уплате при продаже продукта из экспортирующей страны в ЕС. Для доказательства факта демпинга необходимо, чтобы экспортная цена товара была ниже его нормальной стоимости. Институты ЕС обладают значительной свободой действия при определении экспортной цены, однако обязаны указывать метод ее расчета.

Следующим после определения нормальной стоимости товара и его экспортной цены этапом является их сравнение.

Антидемпинговый регламент ЕС призывает к справедливому сравнению на основе одинаковых объемов торговли, временных рамок и с учетом особенностей сравниваемых цен.

По общему правилу такое сравнение происходит путем сопоставления средневзвешенной экспортной цены и средневзвешенной нормальной стоимости либо путем сопоставления этих показателей для каждой отдельно взятой сделки.

Регламент позволяет сравнить средневзвешенную нормальную стоимость с экспортными ценами отдельно взятых сделок в случаях, когда существует широкий диапазон экспортных цен, полученных от различных регионов или в различные периоды времени, а также когда применение общего правила не отражает реальный размер демпинга.

Антидемпинговые жалобы, как правило, подаются европейскими торговыми организациями, на основании которых проводится расследование по вопросу возможного применения антидемпинговой защиты [4, С.44-57].

Если проведенное расследование доказывает, что демпинг имеет место и требуются защитные меры, то вводятся предварительные антидемпинговые пошлины, которые не должны превышать размер демпинговый маржи, но могут быть ниже его.

Окончательные антидемпинговые пошлины вводятся в случае, если факт демпинга и связанного с ним ущерба окончательно доказан и если интересы ЕС

требуют осуществить вмешательство. Решение о введение окончательных пошлин принимается в форме регламента, и публикуются в Официальном вестнике ЕС.

Окончательные пошлины обычного вступают в силу на следующий день после опубликования соответствующего регламента и действуют в течение пяти лет.

Больше всего антидемпинговых мер приходилось на азиатский импорт (71,06%), затем следовал импорт из Европы (23%), Америки (3%), Африки(2,24%) и Австралии (0,70%). Столь значительное преобладание антидемпинговых мер в отношении импорта из стран Азии объясняется в первую очередь стремительным ростом конкурентоспособности товаров из этого региона. Среди азиатского импорта бесспорным «лидером» являются поставки в ЕС товаров, происходящих из КНР.

В Регламенте Европейского парламента и Совета ЕС о защите от субсидированного импорта из стран, не являющихся членами Европейского Союза, вступившем в силу 20 июля 2016 г. закреплена правовая база для использования компенсационных пошлин в качестве меры борьбы с субсидированием – несправедливой с точки зрения мировой торговой практики государственной поддержки производства, экспорта и транспортировки продуктов, выпускаемых в свободное обращение в ЕС и влекущих ущерб для ЕС.

Для противодействия субсидирования Регламент предусматривает применение компенсационных мер, основой из которых является взимание компенсационных пошлин. Решение вопроса о том, пользуется ли импортируемый продукт субсидией в стране-экспортере, включает в себя две операции:

1. Идентификация субсидии: необходимо наличие какой-либо государственной помощи или ценовой поддержки; субсидия должна иметь характер; не должно быть оснований, исключающих применение защитных мер; субсидия должна приносить преимущества ее получателю.

2. Расчет размера субсидии, который исчисляется на основе размера выгода получателя субсидии.

Регламент предусматривает защиту от субсидируемого импорта в форме таможенных пошлин. Компенсационные пошлины взимаются с субсидируемых товаров при их выпуске в свободное обращение.

Понятие «иностранные торговые барьеры» относится к любым мерам регулирования торговли, допустимым в третьих странах, но запрещенным международным торговым правом.

Механизм принятия защитных мер в ответ на торговые барьеры третьих стран принят в Регламенте Европейского парламента и Совета ЕС, устанавливающем процедуры Союза в области общей торговой политики, в целях обеспечения осуществления прав Союза в соответствии с правилами международной торговли, которые установлены под эгидой Всемирной торговой организации, вступившем в силу в ноябре 2015 г.

Регламент содержит такое определение, как препятствие торговли – любая торговая практика, принятая или соблюдаемая третьей страной, в отношении которой международные торговые правила устанавливают право подачи исков.

В случае, если принятие защитных мер необходимо, то в соответствии с Регламентом избирается одно или несколько ответных действий:

1. Приостановление или отзыв любой концессии, предоставленной рассматриваемой стране или ее предприятиям.

2. Повышение существующих таможенных пошлин или введение других сборов в отношении импорта из рассматриваемой страны (репрессивные пошлины).

2. Введение количественных ограничений или любых других равнозначных мер.

Анализируя статистику ограничительных мер, используемых ЕС в отношении российских товаров, видно, что по сравнению с 2014 г. в 2018 г. увеличилось применение защитных мер[6]. Это связано, прежде всего, с введенными санкциями.

Так, например, в отношении российских товаров по состоянию на 1 марта 2018 г. действует 9 антидемпинговых мер (нитрат аммония, бесшовные трубы, феррокремний, сварные нелегированные трубы, фитинги для труб, трансформаторная сталь, алюминиевая фольга, отдельные виды холоднокатаного листового проката, отдельные виды горячекатаного проката), тогда, как в 2014 г. действовало лишь 5.

Тарифные квоты распространяются на мясо птицы и продукты ее переработки (Российские экспортеры могут поставлять продукцию птицеводства в рамках квот, открытых для экспорта продукции из третьих стран), пшеницу мягких сортов со средним и низким содержанием протеина, ячмень.

Также, санкционные меры распространяются на импорт товаров, происхождением из Республики Крым и г. Севастополь на территорию ЕС; на предоставление заемных средств в отношении Республики Крым и г. Севастополь на цели развития инфраструктуры в сфере телекоммуникаций, энергетики; на цели разработки нефти, газа и минеральных ресурсов; на продажу или экспорт отдельного оборудования и технологий для использования в указанных сферах в Республике Крым и г. Севастополь; на осуществление инвестиций в Республику Крым и Севастополь; на покупку недвижимости и предприятий; запрет на осуществление туристической деятельности.

Регламентом Европейского парламента и Совета ЕС от 17 мая 2017

г. вводится с 1 января 2021 г. система сертификации ответственных импортеров при поставках олова, вольфрама, тантала, золота и их руд, происходящих их зон вооруженных конфликтов или зон с высоким риском их возникновения.

Регламент предусматривает обязательную сертификацию всех экономических операторов, импортирующих в ЕС олово, вольфрам, тантал, золото и их руды.

Цель документа – предотвращение финансирования вооруженных группировок в конфликтных зонах, осуществляемого за счет средств, вырученных в связи с добычей, транспортировкой и торговлей указанными товарами.

Документ предусматривает организацию в компании-импортере системы оценки и минимизации указанных рисков. В случае нарушения указанного регламента предусмотрены меры, вплоть до непризнания сертификата ответственного импортера.

Таким образом, мы видим, что Европейская модель нетарифного регулирования, отличаясь оригинальностью и наличием значительного числа уникальных черт и особенностей, в то же время, в силу членства в ВТО и участия в основных многосторонних торговых и экономических соглашениях, соответствуют общепринятым принципам торгового регулирования.

С помощью нетарифных инструментов европейским властям удается эффективно регулировать внешний товарооборот и обеспечивать необходимый уровень протекционизма в отношении национальных товаропроизводителей, который при этом не противоречил бы международным торговым правилам и стандартам.

Источники:

1. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е.Ф. Прокушев, А.А. Костин; под ред. Е.Ф. Прокушева. – 10-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 450 с. (Prokushev E.F. Foreign economic activity: tutorial and workshop for the conclusion of the applied baccalaureate distribution / E.F. Prokushev, A.A. Kostin more; ed. by E.F. Prokushev. – 10-e being ed., pererab. I DOP. – M.: Yurayt publishing House, 2018. – P.450).
2. Наумов А.В. Анализ взаимной торговли и интеграционных барьеров Евразийского экономического союза // Концепт – 2015. – №9. – С. 91-95.(Naumov A.V. Analysis of the mutual link between trade and integration system of barriers of the Eurasian economic Union / Concept of domestic. – 2015. – №9. – P. 91-95.)
3. Ионова А.Ю. Влияние нетарифных мер регулирования на торговлю стран ЕС и ЕАЭС на примере гармонизации мер технического регу-

лирования // Торговая политика. – 2017. – №3 (11). – С. 75-96.(Ionova A.Yu., Influence of non-tariff measures on related trade-active countries of the EU and the EAEU on the example of harmonization of measures of a commercial technical regulation finding / Trading/ setting policy. – 2017. – №3 (11). – P. 75-96.)

4. Сабельников Л.В. Интересы бизнеса во внешней и внешнеэкономической политике зарубежных стран // Российский внешнеэкономический вестник / Л.В. Сабельников. – 2017. – №6. – С. 44-57.(Sabelnikov L.V. Interests of business convenience in foreign economic policies in foreign countries // Russian foreign economic Bulletin finding the elements of / L.V. Sabelnikov. – 2017. – №6. – P. 44-57.)
5. Цацулин А.Н. Демпинговые расследования ЕС и ВТО – тоннель с двухсторонним движением // Управленческое консультирование / А.Н. Цацулин. – 2014. – №7(67). – С. 61-73. (Zozulin A.N. Dumping trade investigations, the EU information and WTO – tunnel with two-way movement // Business Management / A.N. Zazulin. – 2014. – №7(67). – P. 61-73.)
6. Официальный сайт Евразийской Экономической Комиссии. – [Электронный ресурс] – URL: http://www.eaeunion.org/ (дата обращения: 30.04.2018). (Official website of the Eurasian Economic Commission. – [Electronic resource] – URL: http://www.eaeunion.org/).

УДК 657

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКИХ ОТЧЁТНЫХ ДАННЫХ

Юсупов Р.М., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
г. Грозный

Автором исследован финансовый анализ, как часть экономического анализа, доставляет систему поставленных знаний, соединенную с изучением финансового положения организации и ее финансовых результатов, определяющихся под воздействием беспристрастных и субъективных факторов, на основе данных финансовой отчетности.

The Author investigates financial analysis as part of economic analysis, delivers a system of knowledge, coupled with the study of the financial position of the organization and its financial results, determined under the influence of impartial and subjective factors, based on the financial statements.

Ключевые слова: *управленческие решения, финансовая отчетность, финансовый анализ, контроль, достоверность.*

Keywords: *management decisions, financial statements, financial analysis, control, reliability.*

В обстоятельствах финансово-экономического кризиса коммерческие объединения принуждены пересмотреть обстоятельства контрактов с поставщиками и заказчиками. Многие объединения принуждены определять корреспондентские взаимоотношения с иными, неизвестными контрагентами. Весь интерес руководства объединения обращено преимущественно на отыскивание запасов уменьшения расходов. Бухгалтерская (финансовая) отчетность является информационной базой финансового анализа, так как в правильном соображении финансовый анализ – это анализ данных финансовой отчетности.

Бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам [2]. По ходу увеличения воздействия американского бухгалтерского учета на формирование бухгалтерского учета в России во всех нормативных документах встречаются с термин финансовая отчетность Отчетливой дефиниции данного понятия не существует, но, заметно, что понятия бухгалтерская отчетность и финансовая отчетность имеют схожесть полную. В Законе «Об аудиторской деятельности» используется понятие «бухгалтерская (финансовая) отчетность». [1].

Источники:

1. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 23.04.2018) «Об аудиторской деятельности». – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru (Federal law dated 30.12.2008 № 307-FZ (as amended on 23.04.2018) «On audit activities». – [Electronic resource]. – URL: http://www.consultant.ru)
2. Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ (ред. от 31.12.2017) «О бухгалтерском учете». – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru (Federal law of 06.12.2011 № 402-FZ (as amended on 31.12.2017) «On accounting». – [Electronic resource]. – URL: http: / / www.consultant.ru

УДК 657.1

РИСК-ОРИЕНТИРОВАННАЯ АУДИТОРСКАЯ ПРОВЕРКА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ

Юсупов Р.М., к.э.н., доцент
Аюбов А.А., магистрант
Садыков М.В., магистрант
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
г. Грозный

Автором исследованы применяемые течения формирования рынка аудита и завязанные на них вопросы генезиса методов аудита. Из за этого аргументируется надобность выработки улучшенного метода в использовании аудиторских аналитических процедур. Дан метод, его составляющие, как разработка, проведение и оценка итогов аудиторских аналитических процедур в границах аудита отчетности. Предложенный метод назначен для применения при исполнении задачи использования подхода риск-ориентирования.

The Author studies the applied trends of the audit market formation and the issues of the Genesis of audit methods. Because of this, the need to develop an improved method in the use of audit analytical procedures is argued. The method, its components, as the development, implementation and evaluation of the results of the audit analytical procedures within the audit reporting. The proposed method is assigned for application in the performance of the task of using the risk-orientation approach.

Ключевые слова: *аудиторская проверка; метод аналитических процессов аудита; оценка главных рисков; метод анализа и синтеза.*

Keywords: *audit; method of analytical audit processes; assessment of the main risks; method of analysis and synthesis.*

Формирование ремесла аудитора сегодня связано повышением соперничества на аудиторском рынке услуг с синхронным увеличением качественных требований. В сформировавшихся обстоятельствах предпочтение сертифицированных услуг аудитора потребителями услуг аудитора, совершающийся по связанному двунаправленному принципу (цены и качества), основы российского законодательства по аудиту, во многих случаях выполняется в основном по ценовому направлению. Цена аудиторских услуг предложенная аудитором есть главный фактор, дающий возможность получить приоритет конкурентной борьбе на аудиторском рынке. По качественному направлению конкурентная борьба часто обычно признана потребителями,

так как ход аудита держится под грифом секретно для многих этих потребителей. В качественном росте предоставляемых аудиторских услуг заинтересован сам аудитор. Стимулирующей причиною в этом обстоятельстве выдвигается структура наружного качественного контроля саморегулируемыми организациями и Федеральным казначейством (Казначейство России) [1]. В сегодняшнем положении результат конкурентной дееспособности аудиторской фирмы прямо связано с улучшением методики составной части ее специализированного функционирования в сторону падения затрат на труд в комплексе с ростом рентабельности используемых процедурных методов аудита. Процедуры в риск-ориентированном аудите есть главным инструментом, применяемым для приемлемого решения диктуемых рынком и задачами рынка профессиональных аудиторских услуг[2,3].

Главными основополагающими частями методов процедур анализа в аудите есть применение при их выработке ведущего метода, всем известного методами анализа и синтеза. В корреспонденции с методами анализа и синтеза процесс реализации аналитических процессов представляется как трехступенчатый алгоритм, заключающегося в этапах полного исследования, анализа, синтеза.

И в завершение в моей статье главным элементом метода в проведении аналитических процедур может быть применение во время их проектирования, осуществлении, а так же оценке итогов условий в теории в жизненном цикле.

Положение проблем, появляющихся в период роста фирмы, в корреспонденции с этим положением, возможно, будут распределены на две части, как болезнь роста, а так же проблемы в организации фирмы.

Совокупность использования выявленных элементов нашего метода к проектированию, выполнению, оценке итогов процедур анализа, вероятнее всего, будет содействовать наибольшей действенности осуществления достоинств подхода в риск-ориентировке, гарантиям результата целей всех этапов в аудите в частности и задачи в общем.

Источники:

1. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 23.04.2018) «Об аудиторской деятельности». – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru (Federal law dated 30.12.2008 № 307-FZ (as amended on 23.04.2018) «On audit activities». – [Electronic resource]. – URL: – http://www.consultant.ru)

2. Международный стандарт аудита 220 «Контроль качества при проведении аудита финансовой отчетности». – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru (International auditing standard 220 «Quality Control during the audit of financial statements». – [Electronic resource]. – URL:– http://www.consultant.ru)
3. Международный стандарт аудита 315 (пересмотренный) «Выявление и оценка рисков существенного искажения посредством изучения организации и ее окружения». – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru (International standard on auditing 315 (revised), «Identifying and assessing the risks of material misstatement by examining the organization and its environment». – [Electronic resource]. – URL:– http://www.consultant.ru)

УДК 338.2

МЕРЫ ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ ДЛЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Оберт Т.Б., ст. преподаватель
ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского»
г. Саратов

Данная статья посвящена значению и необходимости на сегодняшний день осуществления государственной поддержки по развитию конкуренции для формирования предпринимательства в стране. В статье даются особенности и элементы антимонопольного регулирования и выделены основные направления такого регулирования – это прямое и косвенное. Также анализируются существующие льготы для малого и среднего предпринимательства на основе данных Рейтингового агентства RAEX (Эксперт РА) за 2017 г. Оценены современные возможности кредитования малого и среднего предпринимательства российской банковской системой.

This article is devoted to the importance and the need to date of state support for the development of competition for the formation of entrepreneurship in the country. The article gives the features and elements of antitrust regulation and highlights the main directions of such regulation – it is direct and indirect. Also, the existing benefits for small

and medium-sized businesses are analyzed on the basis of the data of the Rating Agency RAEX (Expert RA) for 2017. The modern possibilities of lending to small and medium-sized businesses by the Russian banking system are evaluated.

Ключевые слова: *конкуренция, предпринимательство, антимонопольное регулирование, прямые и косвенные методы регулирования, налоговые льготы для малого и среднего предпринимательства, льготное кредитование.*

Keywords: *competition, entrepreneurship, antitrust regulation, direct and indirect methods of regulation, tax benefits for small and medium-sized businesses, concessional lending.*

На сегодняшний день модель конкурентной борьбы, ведущая к обогащению посредников, не приносит пользы своим непосредственным участникам-предпринимателям. Именно поэтому, она является для них бессмысленной и очень часто оканчивается сговором конкурентов. Негласные картельные соглашения являются для предпринимателей наиболее эффективным средством давления на независимых и агрессивно настроенных посредников. Когда купить товар по дешевой цене становится негде, посредники начинают сокращать свои торговые наценки, чтобы розничная цена не поднялась излишне сильно и не обвалила бы спрос. Отметим, однако, что такая ситуация является тяжелой. При этом картель одновременно замораживает исходное соотношение сил между конкурентами. А ведь оно явно кого-то не устраивало, иначе не было бы попыток развязать конкурентную войну. К тому же потребитель и при картелизации рынка ничего не выигрывает (а может, как показывает история, и крупно проиграть). Поэтому добиться общего расширения рынка не удается.

Поэтому начиная с 90-х годов все участники рынка осознали необходимость развития антимонопольного регулирования со стороны государства. Однако, основной особенностью российской антимонопольной политики, которая отличает её от политики зарубежных стран, это то, что она строится на основе экономики постсоветской хозяйственной системы. Также трудностью для антимонопольного регулирования является определение влияния естественных монополий на конкуренцию и на экономическое развитие, т.к. некоторые естественные монополии также являются помощниками в выведении страны из экономического кризиса [1, С.47]. Меры антимонопольной политики государства есть прямые и косвенные. К прямым

методам антимонопольного регулирования относятся:

1) Установление «потолка цен» – верхнего и нижнего уровня цен на продукцию. Например, ограничение цены себестоимостью товара. Государство может установить максимальную цену товара, выше которой производитель не имеет права устанавливать цены на свой товар.

Целью государства устанавливать «потолок» цен является защита потребителей от высоких цен на товары и услуги. Также государство может зафиксировать цены на определенном уровне, сдерживать их. Конечно, сдерживание цен приводит к значительным потерям производителей. Примером является госрегулирование цен на жизненно необходимые лекарственные препараты. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 8 августа 2009 г. №654 «О совершенствовании государственного регулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные средства» на лекарства установлен «потолок» цен. В результате этого в наиболее тяжелом положении оказываются производители, у которых 50% сырья являются импортным. Поэтому производители либо сокращали, либо прекращали совсем производство таких лекарственных средств.

2) Установление предельного темпа роста цен.

3) Установление предельного уровня нормы прибыли. Доля прибыли в цене не должна превышать определенного государством уровня. Целью этого инструмента является сдерживание цен на определенные товары.

Также можно назвать и косвенные методы антимонопольного регулирования – это: поощрение создания товаров-заменителей и поддержка новых фирм среднего и малого бизнеса.

С 2015 г. появилось множество налоговых льгот для малого и среднего предпринимательства таких, как налоговые каникулы, расширение списка тех, кто подпадает под льготную патентную систему налогообложения, а также льготы для предпринимателей, работающих по упрощенной системе налогообложения.

Налоговые каникулы – это полное освобождение индивидуальных предпринимателей от уплаты части обязательных платежей в бюджет. Но эта налоговая льгота действует не на всех индивидуальных предпринимателей, а только на определенные категории такие, как впервые зарегистрированные, применяющие систему налогообложения УСН (упрощенная система) или ПСН (патент), а также индивидуальные предприниматели, занимающееся деятельностью в определенной сфере (производственная, социальная или научная

отрасль). Индивидуальные предприниматели в полной мере могут пользоваться этой налоговой льготой только с 2016 г.

Также с 2016 г. продлен период для оплаты стоимости патента. И для ИП, применяющих систему налогообложения УСН, снизили налоговые ставки. В России существуют субсидии для тех, кто только начинает свой бизнес, субсидии от центров занятости, от департаментов инвестиций и предпринимательства, администраций, субсидии в размере 70% от затрат на бизнес, но не более 300 тысяч рублей. Также существует поддержка в виде безвозмездного или с частичным покрытием расходов обучения, стажировки, льготного лизинга, бизнес-инкубаторов, льготного/бесплатного аутсорсинга, грантов и т.д. [2, С.30]. Также есть предоставление льготных кредитов. В России по закону не предусмотрено льготное кредитование на специальных условиях малого и среднего предпринимательства, поэтому эту проблему решают банковские организации и органы местного самоуправления. По статистике малый и средний бизнес берет у банков в кредит от 50 до 300 тысяч рублей. Но, банки дают займы под высокие проценты, особенно беззалоговые, что не облегчает жизнь предпринимателям. Также минусами такого кредитования является долгая процедура рассмотрения заявки на получение кредита, которая составляет не менее 2-3 недель, огромное количество требуемых для предоставления справок и документов. По статистике малый и средний бизнес является самым надежным заемщиком, поэтому в среднем по России количество таких займов растет.

Рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) подвело предварительные итоги исследования российского рынка кредитования малого и среднего предпринимательства за 2017 год [3]. Главная причина восходящего тренда на рынке кредитования малого и среднего бизнеса – снижение процентных ставок по кредитам для этой категории предприятий. Средневзвешенная ставка по долгосрочным займам в этом секторе за год снизилась с 14,2 до 10,9%, для краткосрочных (до одного года) – с 14,8 до 12,4%.

Кроме того, в 2017 г. доступ к уже действующей госпрограмме по кредитованию МСБ (под 6,5% годовых) получили индивидуальные предприниматели. Правительство утвердило новую программу, по которой кредиты предприятиям МСБ, работающим в приоритетных отраслях, будут субсидировать из федерального бюджета под 6,5% годовых (сейчас реальные ставки льготных кредитов составляют 9,6-10,6% – льготная ставка плюс маржа банка в размере 3-4 п.п.). К приоритетным отраслям относятся: сельское хозяйство, обраба-

тывающие производства, строительство, транспорт, связь, туризм, здравоохранение и утилизация отходов. Учитывая, что основной точкой роста кредитования МСБ остаются госпрограммы, для банков, не входящих в число крупнейших, остается все меньше возможностей конкурировать на рынке займов небольшим предприятиям.

По итогам 2017 г. доля кредитов МСБ, выданная банками из топ-30 по активам, достигла исторического максимума – 66% (в денежном выражении портфель кредитов МСБ у крупнейших банков составил 2,8 трлн. руб.). Общий объем кредитов, выданных банками из топ-30 малым и средним предприятиям в 2017 г., показал рост – плюс 34%, до 4 трлн. руб. (такой динамики не было с 2011 г.). Лидером по кредитованию МСБ в 2017 г. стал Сбербанк – крупнейший российский банк фактически один обеспечил рост сектора в 2017 г. (без учета показателей Сбербанка совокупный портфель кредитов МСБ снизился бы на 14%). Госбанк нарастил кредитный портфель МСБ на 17%, а объем выдач – на 60%. Также в топ-5 крупнейших кредиторов небольших компаний по итогам 2017 г. вошли ВТБ, Московский индустриальный банк, банк «Санкт-Петербург» и Альфа-банк. Быстрее всех наращивали кредитный портфель Мособлбанк (в четыре раза), «Российский капитал» (плюс 174%) и СМП Банк (плюс 104%).

В случае небольших банков ситуация противоположная. За год объем выдачи кредитов МСБ сократился на 9% (до 2,1 трлн. руб.), кредитный портфель – на 24%, до 1,4 трлн. руб. (минимум с 2011 г.). Причин лидерства крупных банков несколько – они чаще участвуют в программах господдержки и активнее, чем небольшие банки, предлагают заемщикам из МСБ льготные условия рефинансирования долгов.

По данным «Эксперт РА», вырос не только объем кредитования, но и число поданных и одобренных заявок на кредиты МСБ. Первый показатель растет в полтора раза второй год подряд (исходя из опроса, проведенного рейтинговым агентством среди банков), а число фактически заключенных договоров по итогам 2017 г. также выросло в полтора раза после снижения годом ранее.

В 2017 г. больше половины (51%) кредитов, выданных малому и среднему бизнесу, пришлось на сектор торговли. Банки традиционно кредитуют этот сектор активно, отмечает «Эксперт РА». По 14% кредитов пришлось на небольшие предприятия в обрабатывающей промышленности и строительстве, 6% – у страховых и финансовых МСБ. Сельское хозяйство в общей структуре кредитования МСБ –

3%, однако участники анкетирования «Эксперт РА» отмечают активизацию кредитования данной отрасли, а некоторые банки (ВТБ24, «Ак Барс», Райффайзенбанк) нарастили долю кредитов на этом направлении на 49–68%. В основном небольшие компании занимают на короткий срок (до года) – деньги нужны им, чтобы профинансировать оборотный капитал и ликвидировать кассовые разрывы. Однако, в 2017 г. доля кредитов на инвестиционные проекты малому и среднему предпринимательству (то есть на срок более трех лет) превысила докризисные показатели, достигнув 18% от общего объема кредитования.

В целом, для развития предпринимательства государство осуществляет достаточно много различных программ, которые сказываются на состоянии и формировании предпринимательства, а также и на всей экономической ситуации в стране. Однако прямое финансирование со стороны государства малого и среднего бизнеса постоянно в течение последних нескольких лет сокращается, и поэтому в сегодняшней экономической ситуации слабая конкуренция на внутрироссийском рынке приобретает особенную актуальность [4, С.437]. Всё это способно дополнительно снизить уровень конкуренции в российской экономике с учетом сегодняшних мер со стороны государства по стимулированию развития предпринимательства.

Источники:

1. Оберт Т.Б., Луценко А.В. Трудности антимонопольного регулирования в современной российской экономике // Приднепровский научный вестник. – 2 017. – Т.5. №-1. – С. 047-050. (Obert T.B., Lutsenko A.V. Difficulties of antitrust regulation in the modern Russian economy // Pridneprovsky scientific Bulletin. – 2017. – Vol.5. № -1. – P. 047-050.)
2. Лемешко И.Г. Современные формы и методы поддержки малого предпринимательства в России и зарубежных странах / И.Г. Лемешко // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. – №12-1. С.29-35. (Lemeshko I.G. Modern forms and methods of support of small business in Russia and foreign countries / I.G. Lemeshko // Actual problems of Humanities and natural Sciences. – 2014. – No. 12-1. – P. 29-35.)
3. Исследование российского рынка кредитования малого и среднего предпринимательства за 2017 год. – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: https://raexpert.ru/search (дата обращения 01.06.2018) (Research of Russian market of crediting of small and average business in 2017. – [Electron. resource] – URL: https://raexpert.ru/search (accessed 01.06.2018)
4. Оберт Т.Б. Формирование конкурентной среды в современной российской экономике //Известия Саратовского университета. Серия Экономика. Управление. Право, 2017. – Том 17, выпуск 4. – С.434-437. (Obert

T.B. Formation of competitive environment in the modern Russian economy //news of Saratov University. Economy Series. Management. Right, 2017. – Volume 17, issue 4. – P. 434-437)

УДК 338

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Чунаев С.Ю., аспирант
Научный руководитель: **Сергеева И.А.**, д.э.н. профессор
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
г. Пенза

В научной статье обоснована значимость и необходимость диагностики состояния экономической безопасности российских промышленных предприятий. Определена основная сфера деятельности, требующая обеспечении экономической безопасности деятельности промышленного предприятия, с целью выхода из состояния кризиса. Выделены основные проблемы российских промышленных предприятий, требующие незамедлительного решения, при помощи моделирования системы диагностики угроз экономической безопасности хозяйственных субъектов.

The scientific article substantiates the significance and necessity of diagnosing the state of economic security of Russian industrial enterprises. The main sphere of activity is determined, which requires ensuring the economic safety of the industrial enterprise, in order to overcome the state of crisis. The main problems of Russian industrial enterprises that require immediate solution are identified with the help of modeling the system for diagnosing threats to the economic security of economic entities.

Ключевые слова: *экономическая безопасность, промышленные предприятия, система диагностики угроз, моделирование, банкротства, машиностроение, контрагенты.*

Keywords: *economic security, industrial enterprises, system of threat diagnostics, modeling, bankruptcies, machine building, contractors.*

Перманентное влияние угроз на деятельность предприятия, таких как нестабильность экономических процессов, моральное устаревание технологий и оборудования, конкуренция, неисполнение договорных обязательств, является причиной для разработки и

практического использования методов диагностики и обеспечения экономической безопасности предприятия.

Промышленный сектор составляет 58,9% прибыли российской экономики за 2017 г. [1]. Промышленный сектор – это экономическая деятельность, связанная с промышленным производством промежуточных и конечных продуктов. Обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий является фундаментом для роста долгосрочных инвестиций, стабильного развития, повышения эффективности производства и перехода на высокие технологии, без которого невозможно обеспечить безопасность на национальном уровне. Прекращение деятельности юридического лица, наносит ущерб экономическому и социальному благополучию общества, особенно в форме банкротство. Банкротство промышленного предприятия предполагает неспособность выполнять обязательства перед кредиторами. Поэтому ущерб проявляется не только в потери производственных мощностей, рабочих мест и налоговых отчислений, а также происходит уничтожение организационно-экономических отношений между контрагентами, взаимодействующими с хозяйственным субъектом, признанным арбитражным судом финансово несостоятельным. В 2017 г. кредиторам вернули всего 5,5% от общей суммы требований, включенных в базу кредиторов. Кроме того, увеличилось количество удовлетворенных заявлений о признании сделок должника недействительными на 28,8% по сравнению с прошлым годом [1].

Динамика изменения политической и экономической ситуации в российской экономике проявляется за последние годы в увеличении количества банкротств.

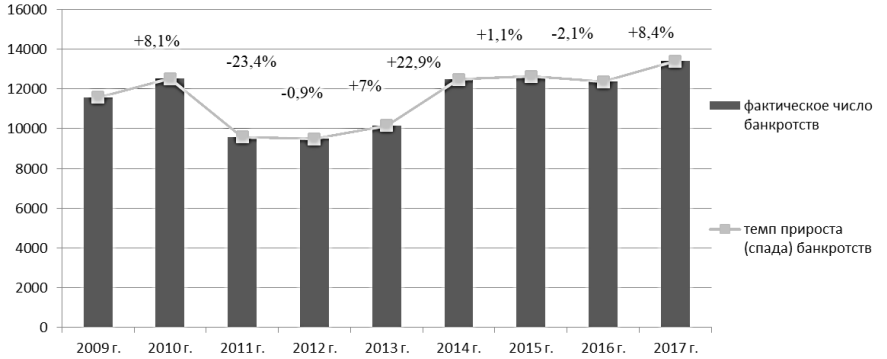

Рис. 1. Динамика банкротств юридических лиц [сост. автором]

По данным Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП), в 2017 г. обновился восьмилетний максимум по банкротству предприятий. Особенно затронуло средний и крупный бизнес, количество предприятий, признанных арбитражным судом финансово несостоятельными за последние пять лет увеличилось в два раза (темп прироста составляет 105%) [2].

По данным ЦМАКП, наиболее перспективной отраслью в связи с импортозамещением для России является машиностроение [2]. В проведенном исследовании С. Цухло определил, что более 40 % промышленных предприятий не готовы отказаться от закупок импортных машин и оборудования, даже в условиях неизбежного роста рублевых цен на импортную технику [3, С. 33].

Для российских промышленных предприятий характерны следующие проблемы:

– высокая доля поступления недобросовестного качества комплектующих и материалов, от контрагентов;

– недостаточная подготовка руководителей различных уровней в вопросах обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия;

– оборудование изношено и морально устарело;

– частая смена посредников-поставщиков;

– высокая доля неплатежей от контрагентов промышленного предприятия;

– принятие необоснованных управленческих решений;

– отсутствие универсальной методики диагностики угроз для проверки деятельности собственного предприятия, а также текущих и потенциальных контрагентов.

Необходимым инструментом системы экономической безопасности промышленного предприятия является комплексная системная диагностика деятельности хозяйственного субъекта, в рамках которой выявляются и прогнозируются угрозы для бизнеса. Для создания такого инструмента, необходимо применить математическое моделирование, так как является основным объективным средством экспериментального исследования в экономике.

Источники:

1. Официальный сайт «Федресурса». – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: https://fedresurs.ru/ (The official site of the «Fedresses». – [Electronic resource]. – URL: https://fedresurs.ru/).
2. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования. – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.forecast.ru/default.

aspx.(Center for Macroeconomic Analysis and Short-Term Forecasting. – [Electronic resource]. – URL: http://www.forecast.ru/default.aspx).
3. Цухло С. Импортозамещение в российской промышленности в 2014-2017 г. // Экономическое развитие России. – 2018. – № 2. – С.33–36. – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=3252272. (Tsukhlo S. Import substitution in the Russian industry in 2014-2017 // Economic development of Russia. – 2018. – №. 2. – P.33-36. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=3252272).

УДК 339.138

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Габбасова А.А., магистрант
Научный руководитель: **Вингерт В.В.**, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»
г. Красноярск

В статье рассматривается история становления и развития индустрии моды на российском рынке, начиная со времен правления Петра I, затем плавно перетекая во времена существования СССР и заканчивая настоящим временем. Кроме того, анализируются особенности модной индустрии на национальном рынке России в каждый определенный момент истории развития страны.

The article deals with the history of the formation and development of the fashion industry in the Russian market, since the reign of Peter I, then smoothly flowing in the days of the Soviet Union and ending with the present time. In addition, the features of the fashion industry in the national market of Russia at every certain point in the history of the country are analyzed.

Ключевые слова: *мода, индустрия моды, национальный рынок России, Российская индустрия моды, история.*

Keywords: *the fashion, the fashion-industry, the national market of Russia, the Russian fashion industry, the history.*

Индустрию моды в современном мире можно рассматривать с разных точек зрения, что обусловлено рядом факторов. Во-первых, модная индустрия – это отдельная сфера экономики, которая уже достаточное время приносит определенную прибыль. Во-вторых, мода – это один из важнейших факторов экономики, который имеет зна-

чительное влияние на изменение потребительского спроса не только национальной экономики зарубежных стран, но и национальной экономики России.

Исторически становление индустрии моды в России связано с политикой европеизации страны в период правления Петра I, чьи преобразования в одежде были частью социальных, экономических, политических и культурных реформ, призванных превратить Российскую империю в «равноправного члена европейской семьи». Как отмечает К. Руан, Петр I считал, что для достижения этой цели Россия должна стать как можно более похожей на Западную Европу. Именно поэтому им была инициирована в том числе и революция во внешнем виде и манерах, в результате которой в соответствии с указом от 4 января 1700 г. придворные, дворяне и городские жители должны были носить «немецкое платье» и вести себя в соответствии с западноевропейскими обычаями [8, С.215].

К моменту, когда в России вошло в употребление западное платье, роль одежды в европейском обществе уже претерпела коренное изменение: там господствовала идея постоянного изменения стилей и фасонов одежды, то есть «одежда стала модной». Таким образом, реформы Петра I принесли в Россию не только новый покрой одежды, но и новое отношение к ней. Изданный указ мгновенно создал спрос на европейский костюм, а традиционное русское платье постепенно обрело статус исторического костюма, который выставлялся в музеях, надевался лишь по специальным случаям или использовался как наряд для фольклорных выступлений [8, С.227].

В середине XIX в. в России вслед за Европой развивается и фабричное производство готовой одежды, что повлекло за собой изменения в образе жизни портных и швей. Производство одежды сосредоточилось в так называемых «потогонных» мастерских, где работники специализировались на отдельных этапах производства. Быстрый рост большинства отраслей легкой промышленности начался во второй половине столетия после отмены крепостного права в 1861 г., когда помещичьи фабрики, базировавшиеся на труде крепостных крестьян, стали вытесняться капиталистическими, основанными на труде наемных рабочих [1, С.23].

Таким образом, на смену тонкостям портновского искусства пришла стандартизация: популярность готовой одежды свела на нет желание русского потребителя покупать дорогие, сшитые на заказ наряды, а работавшим на текстильных магнатов ремесленникам было все труднее добиваться заработной платы, соответствующей их обра-

зованию и уровню мастерства, в связи с чем уровень жизни рабочих легкой промышленности был очень низким. Однако главными проблемами отрасли в то время были слабая сырьевая база и отсталость машиностроения: российские мануфактуры не смогли составить конкуренцию европейским производителям тканей, и большинство российских подданных по-прежнему предпочитали иностранные товары отечественным [2, С.116].

Развитию модной индустрии способствовало и становление новой системы сбыта. В XVIII-XIX вв. в российских городах рядом с традиционными русскими лавками, ярмарками и рынками развивались такие формы западной розничной торговли, как торговые пассажи европейского образца и универсальные магазины [3, С.95].

В результате в российской индустрии моды складывается уникальная ситуация: взаимодействие западного и российского капитала, стиля, товаров и обслуживающего персонала затрудняло возможность с легкостью относить товары к российским или западным. Уникальной ситуацию в российском швейном производстве позволяет назвать также отказ правительства признавать ужасающие условия труда и бедность работников швейной сферы на фоне наращивания объемов производства. В то время как в конце XIX – начале XX в. в США, Англии и Франции частные лица и правительственные комиссии обличали ужасы «потогонной» системы, в результате чего общественное возмущение условиями труда привело к установлению минимальной заработной платы, в России государство не уделяло внимания решению аналогичных проблем, и доведенные до отчаяния работники швейной индустрии искали других путей улучшения своей жизни. Возраставшее недовольство и попытки добиться более комфортных условий работы вылилось в организацию рабочего движения швейников [7, С.76].

Первая мировая война затруднила поддержание торговых и экономических отношений, установившихся в довоенной России. Российское правительство и ведущие промышленники усложнили эту ситуацию, объявив экономическую войну Германии, Австрии и Турции, а также работавшим в России иностранным предпринимателям, создававшим конкуренцию отечественным. Как показывает история российской модной индустрии, именно иностранцы – французы, немцы, австрийцы, англичане и американцы – предоставляли капитал, профессиональных ремесленников, технологические и коммерческие инновации для ее развития [4, С.137].

С образованием Советского Союза среди многочисленных задач,

вставших перед его правительством, было и воссоздание модной индустрии после фактически полного ее уничтожения в результате начатой царским правительством и ведущими отечественными предпринимателями экономической войны с иностранным капиталом, Первой мировой войны, двух революций и Гражданской войны. Отечественная модная индустрия получила шанс вернуться к довоенному уровню – на этот раз без иностранного «вмешательства», в результате борьбы с которым готовая одежда в России стала фактически недоступной [5, С.347].

Существование моды как беспрерывного процесса смены модных объектов в Советском Союзе не представлялось возможным. Мода являла собой некую застывшую субстанцию, основной стандарт которой можно было сформулировать так – «Каждый как все». Но (особенно чётко эта тенденция прослеживалась в 80-х годах) в стране начали формироваться предпосылки к «модному буму», сегодня представляющему собой отнюдь не дикий танец удовлетворённых потребностей в одежде, а мощнейший общественный процесс, поглощающий все слои социума. Автор хотела бы попытаться отразить изменения, произошедшие в сознании людей, не включённых в модный процесс и всячески оберегаемых от него государством, на пути от Советского Союза к сегодняшней России [6, С.521].

В постсоветской России наблюдается небывалый в отечественной, да и, кажется, в мировой истории всплеск интереса к моде. Граждане не хотели отставать от нее. В значительной степени это была естественная реакция общества на освобождение от идеологических оков и строгих морально-ценностных норм времен СССР. Все стало можно и доступно, все теперь имеет свою цену». Модные бутики и салоны, модельные дома, выставки и дефиле, обилие специализированных модных журналов и статей о моде в обычных mass media, активная реклама модной продукции, популярность модельеров и толпы девушек, мечтающих стать «моделями» – уже сегодняшняя реальность модного мира на российский манер [7, С.121].

Одной из самых устойчивых на данный момент сфер модной индустрии является брендовая одежда и прилегающие к ней аксессуары, которые пользуются почти всегда одинаково большим спросом на российском рынке товаров. Конечно, сложно сказать, что новый сектор в экономике России спустя два десятка лет догнал по качеству и по стоимости продаж своих европейских, американских и азиатских конкурентов и вышел на достаточно высокий уровень, однако в отечественной индустрии моды можно выделить несколько модельеров,

которые «держат» эту сферу экономики на должном уровне и помогают всему миру познать fashion-индустрию России и ее некоторые особенности [4, С.184].

Анализируя имеющиеся источники, публикации историков моды и реалии сегодняшней страны можно построить следующую логическую цепочку трансформации общественного сознания под влиянием моды:

1. Мода как способ выделения, поддержания своего социального статуса.
2. Мода как процесс стандартизации, приобщения к массовому производству.
3. Мода как проявление капитализма – запретна, модно то, что скромно, удобно и незаметно.
4. Мода как нечто таинственное; занавес, который хочется приподнять советскому обывателю.
5. Мода как признанная советским государством сущность, нуждающаяся в регулировании, контроле и признании.
6. Мода как вырывающийся из-под контроля процесс, оказывающий наибольшее влияние на сознание молодёжи, как самой нестабильной социальной группы.
7. Вседоступная мода «нарасхват», способ демонстрации своего материального положения (например, малиновые пиджаки); дешёвая мода (китайские вещи).
8. Элитарная мода, мода как образ жизни (гламур).
9. Мода как индустрия; мода как спектр возможностей.

В целом, проанализировав всю историю развития моды в России, можно выделить основные этапы её становления и сравнить с этапами развития моды за рубежом (таблица 1).

Таблица 1. **Сравнение этапов развития моды в России и за рубежом**

Этап	Россия	Зарубежье
XVIII в.	Вошло в употребление западное платье	Роль одежды в европейском обществе уже претерпела коренное изменение: там господствовала идея постоянного изменения стилей и фасонов одежды, то есть «одежда стала модной»
XIX в. – нач. XX в.	Становление новой системы сбыта. Рядом с тра-	Производство модной одежды и аксессуаров постепенно пре-

	диционными русскими лавками, ярмарками и рынками развивались такие формы западной розничной торговли, как торговые пассажи европейского образца и универсальные магазины	вращается из мелкого бизнеса в массовое производство и становится индустрией
1950 – 1960 гг.	Восстановление массового производства стандартизированной одежды в послевоенное время	Период формирования массового потребления, развивается система прогнозирования моды. Экономика моды разделилась на два уровня – товары «от кутюр» и «прет-а-порте»
1960 – 1980 гг.	Мода являла собой некую застывшую субстанцию, основной стандарт которой можно было сформулировать так – «Каждый как все». Начало формирования желания к индивидуализму в сознании населения	Эпоха знаменитых парижских кутюрье – Коко Шанель, Кристиана Диора, Ива Сен Лорана, Юбера Живанши и др.
1990 – настоящее время	Более 80% дорогой одежды поставляется в Россию из Западной Европы, половина ввозимой одежды – из Италии. В то же время начинает развиваться отечественное производство модных товаров, создающее собственные популярные бренды («Панинтер», «Партизан», «Том Клайн»). О сильном западном влиянии на российский рынок модных товаров свидетельствует, например, тот факт, что некоторые из отечественных брендов «маскируются» англизированными наименованиями (как, например, «Глория Джинс»).	Глобализация XX в. привела не только к трансляции европейской моды по всему миру, но и к проникновению в эту индустрию влияний стран Востока. В Японии появились производители модных товаров международного уровня (Исси Мияке, Йоши Ямамото и др.), всемирно известен парижский кутюрье японец Кензо Токада.

Таким образом, мода в России прошла весьма долгий и сложный путь от внесения чего-то западного, неизведанного в привычный уклад жизни, далее произошел переход к проявлению моды в качестве «запретного плода», что в дальнейшем привело к становлению модной индустрии как социально-экономического института, во многом несущего в себе и философские смыслы. Понимание этих смыслов позволит приблизиться не только к пониманию сути моды, но и к пониманию многих общественных процессов, так как мода – суть их отражение.

Источники:

1. Васильев А. История моды / А. Васильев. – М.: Этерна, 2016. – 65 с. (Vasiliev A. The history of fashion / A. Vasiliev. – Moscow: Eterna, 2016. – 65 p.)
2. Володин, В. А. Современная энциклопедия. Мода и стиль / В. А. Володин. – М.: Аванта+, 2015. – 480 с. (Volodin V.A. Modern encyclopedia. Fashion and style / V.A. Volodin. – Moscow: Avanta+, 2015. – 480 p.)
3. Джонс Сью. Fashion-дизайн. Все, что нужно знать о мире современной моды / Сью Джонс. – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 176 с. (Jones Sue. Fashion-design. Everything you need to know about the world of modern fashion / Sue Jones. – St. Petersburg: Piter, 2014. – 176 p.)
4. Ермилова Д. История домов моды / Д. Ермилова. – М.: Академия, 2017. – 288 с. (Ermilova D. The history of fashion houses / D. Ermilova. – Moscow: Academy, 2017. – 288 p.)
5. Зелинг Шарлотта. Мода. Век модельеров 1900-1999 / Шарлотта Зелинг. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 655 с. (Sieling Charlotte. The fashion. Century fashion designers 1900-1999 / Charlotte Sieling. – Moscow: INFRA-M, 2016. – 655 p.)
6. Кибалова Л., Гербенова О., Ламарова М. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Кибалов, О. Гербенова, М. Ламарова. – Прага: Артия, 2015. – 993 с. (Kibalova L., Gerbenova O., Lamarova, M. Illustrated encyclopedia of fashion / L. Kibalova, O. Gerbenova, M. Lamarova. – Praga: Artiya, 2015. – 993 p.)
7. Мода и модельеры / М. Шинкарук, Т. Евсеева, О. Лесняк. – М.: Астрель, 2012. – 183 с. (The fashion and the fashion designer / M. Shinkaruk, T. Evseeva, O. Lesnyak. – Moscow: Astrel, 2012. – 183 p.)
8. Руан, Кристин. Новое платье империи: история российской модной индустрии, 1700-1917 / К. Руан. – М.: Новое литературное обозрение, 2017. – 416 с. (Ruane, Christine. The Empire’s New Clothes. A History of the Russian Fashion Industry, 1700-1917 / Christine Ruane. – Moscow: New literary review, 2017. – 416 p.)

УДК 330.131.5

МОДЕЛЬ ВХОДА В СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС ДЛЯ РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Воронкевич А.Б., магистр департамента Менеджмента
Научный руководитель: **Пономарева М.А.**, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

Существует противоречивое мнение, что коммерческий сектор в России не заинтересован в социальном предпринимательстве в той форме, в которой оно определено на текущий момент. Однако ряд крупных компаний, таких как МТС, Adidas, Danone [2] успешно реализуют проекты социального предпринимательства, что актуализирует вопрос разработки модели входа в социальный бизнес для российских коммерческих компаний. В статье представлена канва такой модели, приведены критерии идеальной коммерческой компании для такого вида бизнеса и представлена рекомендации по заполнению блоков модели.

There is a contradictory view that the commercial sector in Russia is not interested in social entrepreneurship in the form in which it is defined at the moment. However, a number of large companies such as MTS, Adidas, Danone are successfully implementing projects of social entrepreneurship, which actualizes the issue of developing a model of entering the social business for Russian commercial companies. The article presents the canvas of such a model, provides the criteria for an ideal commercial company for this type of business, and provides recommendations for filling out the model blocks.

Ключевые слова: *социальное предпринимательство, модель, социальный бизнес*

Keywords: *social entrepreneurship, model, social business*

Под моделью входа в бизнес зачастую понимается совокупность последовательных шагов, включающая в себя как минимум концепцию ведения бизнеса, ресурсы и основных стейкхолдеров. Для целей отображения модели социального бизнеса для коммерческих компаний мы взяли за основу модель Александра Остервальдера [6], которая включает в себя девять ключевых элементов бизнеса: ценность, ресурсы, партнеры, ключевые виды деятельности, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, сегменты потребителей,

издержки и доходы. Благодаря своей универсальности, данную модель удобно использовать для любых сфер деятельности.

В первую очередь, необходимо описать идеальную коммерческую компанию, для которой данная модель будет работать. Здесь применим знание входных факторов в рамках разработанного во второй части работы системного подхода:

– Крупный или средний бизнес с отлаженными бизнес-процессами и устойчивой моделью развития. Такие компании в большей мере склонны к поиску инновационных моделей ведения бизнеса и задумываются о внешних эффектах о их основной деятельности.

– Руководство компании обладает социальным видением и определяет для себя ценность социально-ориентированной деятельности. Для бизнеса, который заинтересован только в получении прибыли, идея социального предпринимательства будет расценена как лишние издержки.

– Компания учитывает свои ресурсные потребности и в соответствии с этим разрабатывает ресурсную стратегию, которая должна быть интегрирована в бизнес-модель на самой ранней стадии развития социального бизнеса.

Таким образом, модель входа в социальный бизнес рассчитана на уже заинтересованные в социальной деятельности компании, которые обладают необходимым для этого ресурсом и находятся в поиске инновационных подходов к бизнес-процессам.

Как правило, социальное предприятие изначально создается с социально-ориентированной миссией и не подразумевает переход от коммерческой деятельности, соответственно, для корпоративного социального предпринимательства существуют две основные формы: создание некоммерческого подразделения или отдельной компании, которая будет заниматься социальным предпринимательством, или выделение линейки товаров или услуг для социально-незащищенных слоев населения. При первом варианте компания в рамках некоммерческого подразделения может пользоваться пожертвованиями, грантами и иметь льготный налоговый статус. Кроме того, коммерческая организация может переводить пожертвования некоммерческим структурам с облегченным налоговым режимом. Если коммерческая компания выделяет линейку товаров или услуг, то она лишена части внешних источников финансирования в виде грантов и средств филантропов, однако данный проект является самоокупаемым и имеет экономический и социальный возвратный эффект на инвестиции.

Полученная модель социального бизнеса для коммерческих компаний, представлена на рисунке 1 [сост. автором].

Рис. 1. Модель социального бизнеса для коммерческих компаний

Коммерческой компании для входа в социальный бизнес необходимо последовательно заполнить каждый блок модели:

1. В первую очередь, предприятию необходимо оценить все имеющиеся ресурсы с точки зрения их потенциала для создания социальной ценности.
2. Исходя из первого шага формируется список возможных социальных услуг или товаров, которые компания может предоставлять или производить. Здесь компания отвечает на вопрос «Могут ли товары или услуги, являющиеся основной деятельностью предприятия, быть трансформированы в доступный социальный продукт?»
3. Затем необходимо выбрать целевую группу или группы, для которой данный проект будет реализован. Здесь важно отметить, что если социальный бизнес создается с нуля, то выбор сегмента или социальная проблема определяются прежде всего. На этом шаге также определяются каналы взаимодействия с потребителями социального продукта.
4. Четвертым шагом является выбор стратегических партнеров: это могут быть фонды, медицинские или учебные центры, администрация и др.
5. После выбора партнеров и понимания, какую часть проекта они могут взять на себя или оказать содействие, происходит выбор источников финансирования: компания отвечает на вопрос «Доста-

точно ли только внутренних финансовых ресурсов или требуется привлечение внешних источников финансирования?». Среди внешних источников могут быть гранты, государственные программы поддержки социального предпринимательства, займы и другое.

6. На последнем шаге определяются каналы информирования целевой группы о предоставляемом социальном продукте (товаре или услуге). Это могут быть официальный сайт; статьи выставки, ярмарки; реклама в социальных сетях; конференции; рассылка и прямой выход на клиентов; анонсирование через фонды.

Таким образом, вход коммерческих компаний в социальный бизнес предусматривает возможность сначала оценить текущие ресурсы компании и на основе этого создать социальный продукт. В случае, когда это не представляется возможным, третий и первый шаги меняются местами и компания будет отталкиваться от решения конкретной социальной проблемы в зависимости от территории ее присутствия и имеющихся ресурсов.

Источники:

1. IQ Reviewer. Что такое социальные проблемы, какими они бывают, и как связаны между собой? [Электронный ресурс] – URL: http://iqreview.ru/economy/socialnye-problemy/. Режим доступа: открытый. Дата обращения – 15.04.2018 г. (The IQ of the reviewer. What are social problems, what are they, and how are they related? [Electronic resource]. – URL: http://iqreview.ru/economy/socialnye-problemy/)
2. Арай Ю.Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования. Диссертационное исследование, 2016. (Arai Y.N. Business models in social entrepreneurship: typology and features of formation. Dissertation research, 2016.)
3. Создание успешного социального предприятия. Практическое пособие / Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». – М.: Зеленая книга, 2014. – 96 с. (Creation of a successful social enterprise. Practical guide / The Fund of regional social programs «Our future». – Moscow: The Green book, 2014. – 96 p.)
4. Новый Бизнес. Социальное предпринимательство. Бизнес с человеческим лицом. [Электронный ресурс] – URL: http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/business-s-chelovech-lizom.html. Режим доступа: открытый. Дата обращения – 08.04.2018 г. (New business. Social entrepreneurship. Business with a human face. [Electronic resource] – URL: http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/business-s-chelovech-lizom.html)
5. Социальное предпринимательство в России / А. Иванов [и др.]. – Аналитический центр ОАО «МСП Банк», 2013. – 58 с. (Social entrepreneurship in Russia / A.Ivanov [et all.]. Analytical center of OJSC «SME Bank», 2013. – 58 p.)

6. Александр Остервальдер, Ив Пинье. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора, 9-ое издание. – М.: Сколково, 2018. – 230 с. (Alexander Osterwalder, Yves Pinier. Building business models. Handbook of strategy and innovator, 9th edition. – Moscow: SKOLKOVO, 2018. – 230 p.)

УДК 336.64

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПО УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ЭНЕРГОСБЫТОВОЙ КОМПАНИИ

Бондарь А.В., магистрант
Научный руководитель: **Недолужко О.В.**, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
г. Владивосток

Статья посвящена развитию подходов к совершенствованию бизнес-процессов по управлению финансовой устойчивостью энергосбытовой компании. В ходе исследования выделено, что проблемы анализа и управления финансовой устойчивостью являются важной задачей, существует запрос на постоянную актуализацию инструментария вследствие изменения факторов ведения бизнеса, появления новых вызовов времени по решению задач преодоления кризисных тенденций и выхода на устойчивое развитие.

Сделан вывод, что процесс управления финансовой устойчивостью должен быть основан на постоянном анализе, диагностике, прогнозировании финансовых показателей, и требует принятия своевременных управленческих решений.

Исследование выполнено на материалах энергосбытовой компании, которая является Гарантирующим поставщиком электроэнергии для населения и предприятий II неценовой зоны оптового рынка электроэнергии. Достигнутые результаты показали целесообразность реализации авторского подхода к проведению настройки организационной структуры и бизнес-процессов по управлению финансовой устойчивостью исследуемой компании.

The article is devoted to the development of approaches to the improvement of business processes to manage the financial stability of the energy sales company. The study highlighted that the problems of

analysis and management of financial stability is an important task, there is a request for the constant updating of tools due to changes in the factors of doing business, the emergence of new challenges of the time to solve the problems of overcoming crisis trends and achieving sustainable development.

It is concluded that the process of financial stability management should be based on constant analysis, diagnosis, forecasting of financial indicators, and requires the adoption of timely management decisions.

The study was carried out on the materials of the energy sales company, which is a Guaranteeing supplier of electricity for the population and enterprises of the II non-price zone of the wholesale electricity market. The achieved results have shown the feasibility of the author's approach to the adjustment of the organizational structure and business processes to manage the financial stability of the company under study.

Ключевые слова: *электроэнергия, энергосбытовая компания, денежные средства, дебиторская задолженность, ликвидность, финансовая устойчивость.*

Keywords: *electricity, energy retail company, cash, receivables, liquidity, financial stability.*

Цель исследования заключается в разработке научно-обоснованных теоретико-методических рекомендаций по развитию форм и методов обеспечения финансовой устойчивости энергосбытовой компании и выработка рекомендаций по их совершенствованию.

Объект исследования – финансовая устойчивость ПАО «Дальневосточная энергетическая компания», которое является энергосбытовой компанией, Гарантирующим поставщиком электроэнергии для населения и предприятий II неценовой зоны оптового рынка электроэнергии.

Предмет исследования – финансово-экономические отношения в процессе разработки и реализации стратегии повышения финансовой устойчивости энергосбытовой компании.

Сегодня, в ходе развития научного знания и методологического аппарата управления финансовой устойчивостью, проходит определенный этап эволюции понятия финансовой устойчивости, что определяет необходимость рассмотрения сущности этого понятия, которое характеризуется многогранностью содержания, сложностью, комплексностью. В сегодняшней базе научного знания до сих пор не сформулировано однозначное понятие финансовой устойчивости. В зависимости от целей и объекта применения данного тер-

мина меняется его смысловое содержание и формулировка.

Так, существующее научное знание и методологический аппарат управления финансовой устойчивостью создан следующими генераторами этих знаний и метрологий: зарубежное знание и опыт, существующие в настоящее время, и получившие свое развитие в России в виде формирования нескольких научных школ, отдельных авторов. Другим генеральным направлением развития данного знания является необходимость выполнения требований законодательства и нормативных актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность и имущественные отношения в России. Также важным направлением, способствующим приросту знания и опыта в данной сфере, являются рекомендации экспертов и профессиональных организаций, как российских, так и зарубежных.

Важным направлением развития знаний, которое получило развитие в последние годы, является обмен лучшим опытом и развитие корпоративных баз знаний от организаций, уделяющих пристальное внимание совершенствованию технологий ведения бизнеса.

Применение лучших практик, новых технологий управления, моделей и концепций создания и ведения бизнеса и др. – позволяет получать пользователям определенные конкурентные преимущества, в том числе и в области достижения финансовой устойчивости реализуемой бизнеса-модели.

Развитие и приращение новых знаний схематично отражено на рисунке 1 [сост. автором].

Таким образом, современные экономические реалии ориентируют на необходимость приращения научного знания с учетом решения задач по достижению финансовой устойчивости в краткосрочной и долгосрочной перспективе в условиях сильного влияния факторов кризисных тенденций.

Рассмотрение актуальности исследования проблем анализа и управления финансовой устойчивостью предприятия, а также состояние современного научного знания по данной проблеме позволило сформулировать основные положения теоретической значимости будущего исследования. Так, можно утверждать, что проблемы анализа и управления финансовой устойчивостью предприятия является важной задачей, требующей постоянной актуализации вследствие изменения факторов ведения бизнеса, появления новых вызовов времени по решению задач преодоления кризисных тенденций, что формирует запрос на совершенствование существующего инструментария.

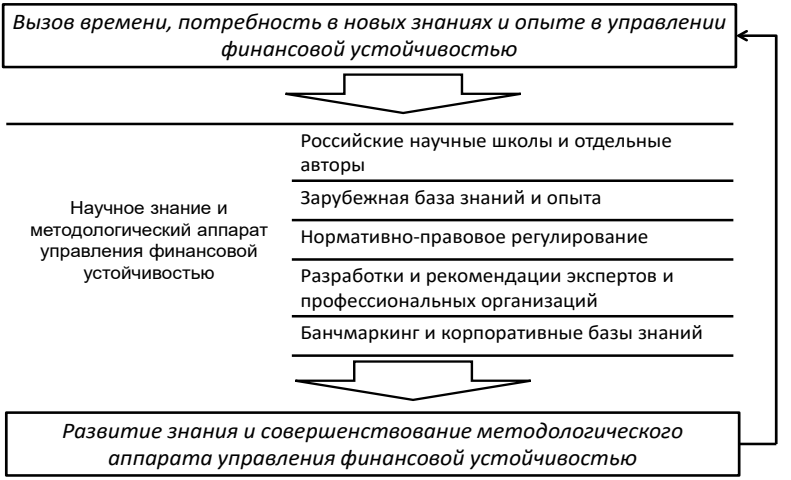

Рис. 1. Эволюция развития научного знания в области управления финансовой устойчивостью

В современной теории и практике управление финансовой устойчивостью является важной задачей менеджмента по обеспечению внешней финансовой устойчивости предприятия, подразумевающей проведение финансовой стратеги по укреплению независимости предприятия от внешних условий. Также является важным и создание предпосылок сохранения и повышения внутренней финансовой устойчивости предприятия в текущей и среднесрочной перспективе, т.е. создание условий и базы для принятия решений о выборе способов рационального покрытия активов источниками их финансирования.

В общем понимании, под финансовой устойчивостью следует понимать стабильность финансового положения предприятия, характеризующегося оптимальной структурой собственных и заемных средств финансирования. В этой связи, достаточная доля собственных источников финансирования означает, что заемные средства используются предприятием в объеме, который оно может обслужить в виде уплаты процентов за пользование средствами, и обеспечить их возврат в установленные сроки.

Следовательно, управление финансовой деятельностью как составной частью хозяйственной деятельности, должно быть направлено на обеспечение поступления и расходования денежных средств на основе с установленных планов, соблюдение расчетной дисциплины, обеспечения оптимальной структуры собственного и заемного капитала и его наиболее эффективного использования.

В современных научных публикациях проблемам управления финансовой устойчивостью уделяется достаточно большое внимание. Так, в работе В.Н. Орловой сделаны основные выводы о том, что эффективное управление оборотными активами оказывает существенное влияние на достижение финансовой устойчивости предприятия [1].

В работе Цимбалист-Колесниковой И.А. Василенок В.Л. сделан основной вывод о важности управления финансовыми потоками для поддержания финансовой устойчивости [2].

В статье Учаевой Т.В. предлагается использовать методы управления дебиторской и кредиторской задолженностью для поиска путей повышения финансовой устойчивости [3].

Также методы управления финансовой устойчивостью рассматриваются в учебных изданиях ведущих авторов, как: Выборова Е.Н. [4], Гиляровская Л.Т. [5], Герасимова Е.Б. [6], Грачев А.В. [7], Клишевич Н.Б. [8], Шеремет А.Д. [9] и др.

Таким образом, современная теория и практика позволяет выделить следующие основные направления по управлению финансовой устойчивостью:

– увеличение доходов от основной и прочей деятельности, повышение рентабельности в рамках существующей деятельности, что позволяет получить дополнительный денежный поток;

– ускорение взыскания дебиторской задолженности, что позволяет получить дополнительный денежный поток;

– задержка оплаты кредиторской задолженности, что позволяет получить условно беспроцентный кредит на финансирование собственных нужд, хотя данное направление сопряжено с риском предъявления штрафных санкций за просрочку;

– достижение оптимальной структуры заемных и собственных источников финансирования.

Процесс управления финансовой устойчивостью должен быть основан на постоянном анализе, диагностике, прогнозировании финансовых показателей, и требует принятия своевременных управленческих решений. Такой подход позволит рассматривать управление финансовой устойчивостью как единое целое механизм, структуру и процесс управления. Таким образом, определив зоны ответственности за обязательные процессы управления финансовой устойчивостью можно своевременно выявлять область финансовых затруднений и разрабатывать мероприятия по повышению степени финансовой устойчивости предприятия.

В ходе исследования, были выделены риски, влияющие на финансовую устойчивость энергосбытовой компании, и обоснованы направления совершенствования бизнес-процессов ПАО «ДЭК» по управлению финансовой устойчивостью (рисунок 2).

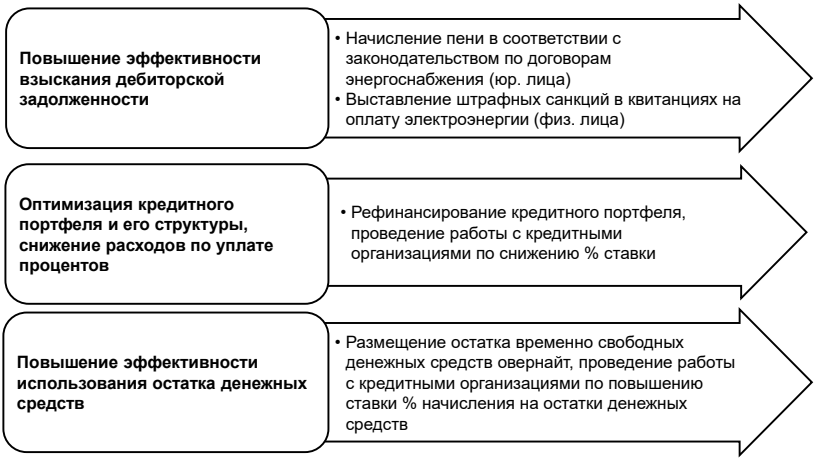

Рис. 2. Направления по совершенствованию управления финансовой устойчивостью ПАО «ДЭК» [сост. автором]

Выделенный в ходе анализа результатов деятельности ПАО «ДЭК» [10] риск разрыва ликвидности, выраженный в дефиците собственных оборотных средств, предполагается частично решить за счет повышения эффективности взыскания дебиторской задолженности посредством выставления штрафных санкций (пени) по договорам энергоснабжения с юридическими и физическими лицами в соответствии с законодательством. Для целей улучшения структуры капитала, предлагается также рассмотреть возможность проведения с кредитными организациями работы по рефинансированию кредитного портфеля, в том числе с заменой краткосрочных кредитов на долгосрочные, что особенно актуально в свете проводимой Центральным Банком РФ работы по снижению учетной ставки. Предполагается, что выстраивание системы мониторинга ставков и текущих условий размещения денежных средств, предлагаемых кредитными организациями, позволит повысить эффективность их размещения и получить дополнительный доход. Для реализации предлагаемых направлений совершенствования управления финансовой устойчивостью ПАО «ДЭК» предлагается рассмотреть возможность включения предлагаемых в исследовании мероприятий в Программу повышения финансовой устойчивости ПАО «ДЭК» (рисунок 3).

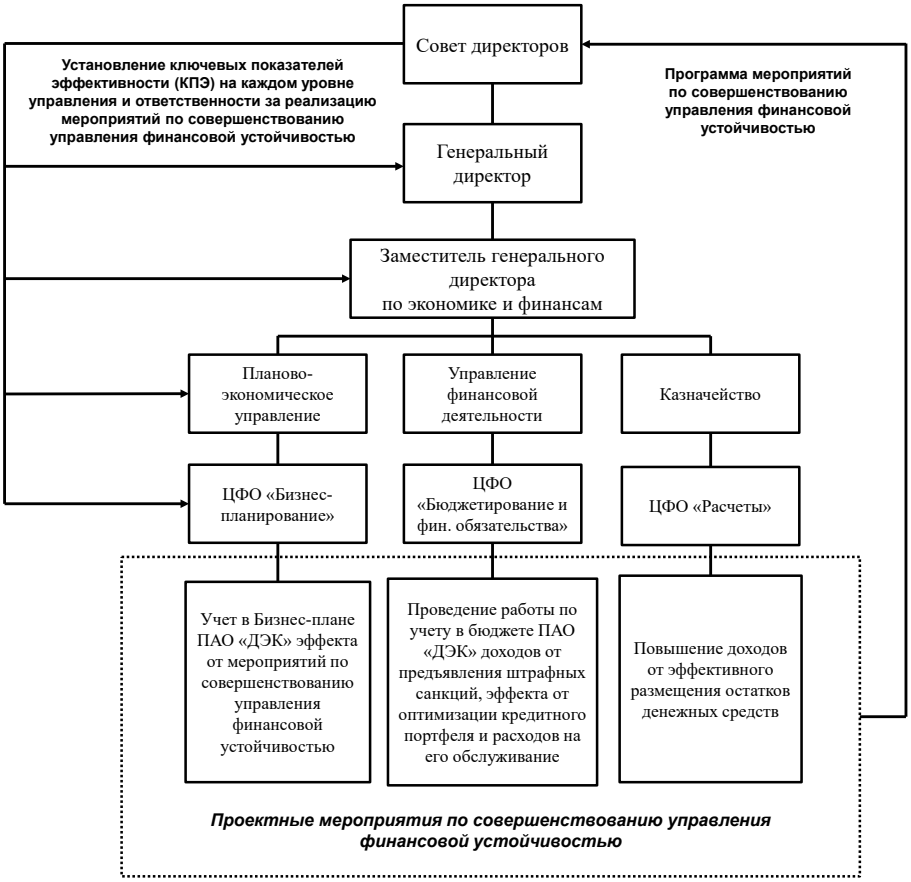

Рис. 3. Проект по настройке организационной структуры и бизнес-процессов по совершенствованию управления финансовой устойчивостью ПАО «ДЭК» [сост. автором]

Предлагаемая Программа повышения финансовой устойчивости ПАО «ДЭК» может быть рассмотрена Советом директоров ПАО «ДЭК» и утверждена на будущий плановый период с установлением пороговых значений ключевых показателей эффективности на всех уровнях управления и ответственности в ПАО «ДЭК».

В ходе исследования были получены следующие научные результаты, которые характеризуются следующей новизной:

– сформулирован подход к повышению эффективности взыскания дебиторской задолженности энергосбытовой компании, новизна которого заключается в разработке алгоритма оптимизации бизнес-процесса по управлению дебиторской задолженностью по-

требителей электроэнергии через выделение контрольных дат включения в счета-фактуры для потребителей – юридических лиц и в квитанции на оплату – для потребителей – физических лиц пени и штрафных санкций за допущение просрочки платежей за электроэнергию.

– сформулирован подход к совершенствованию бизнес-процесса по управлению кредитным портфелем энергосбытовой компании, основанный на доработке алгоритма планирования объема кредитного портфеля и расходов по уплате процентов и внесение изменений в условия кредитных договоров с учетом дат изменения ключевой ставки Банка России.

– сформулирован подход к совершенствованию бизнес-процесса по управлению остаток денежных средств с учетом доработки алгоритма планирования доходов от их размещения через проведение мониторинга текущих условий размещения средств и ставок, предлагаемых кредитными организациями.

Целесообразность реализации предлагаемых в исследовании подходов подтверждена расчетом показателя автономии (финансовой независимости), характеризующим повышение финансовой устойчивости энергосбытовой компании.

Источники:

1. Орлова В.Н. Управление оборотными активами как один из способов повышения финансовой устойчивости мебельного предприятия // Лесной вестник. – 2011. – №1. – С.148-151. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=15574408& (Orlova V.N. Management of current assets as one of the ways to improve the financial stability of the furniture company // Lesnoy Vestnik. – 2011. – No. 1. – P.148-151. – [Electronic resource.] – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=15574408&)
2. Цимбалист-Колесникова И.А., Василенок В.Л. Управление финансовыми потоками, как способ повышения финансовой устойчивости предприятия // Сборник трудов конференции «Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах», –2015. – С.424-426. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=23141678& (Tsymbalist-Kolesnikova I.A., Vasilenok V.L. Management of financial flows as a way to improve the financial stability of the enterprise // Proceedings of the conference «Modern approaches to the transformation of the concepts of state regulation and management in socio-economic systems». – 2015. – P.424-426.– [Electronic resource.] – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=23141678&)
3. Учаева Т.В. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью, как способ повышения финансовой устойчивости предприятия // Обра-

зование и наука в современном мире. Инновации. – 2016. – №6-2. – С.104-110. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=27122683 (Uchaeva T.V. Management of receivables and payables, as a way to improve the financial stability of the enterprises // Education and science in the modern world. Innovations. – 2016. – №6-2. – P.104-110. – [Electronic resource.] – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=27122683)

4. Выборова Е.Н. Особенности методологии анализа и управления устойчивостью предприятия: новые тенденции / Е.Н. Выборова // Экономический анализ: теория и практика. – 2005. – № 20(53). – С. 24-30. (Vyborova E.N. Features of the methodology of analysis and management of enterprise sustainability: new trends / E.N. Vyborova // Economic analysis: theory and practice. – 2005. – No. 20(53). – P.24-30.)
5. Гиляровская Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учеб. пособие / Л.Т Гиляровская, А.В. Ендовицкий. – М.: Юнити-Дана, 2006. – 160 с. (Gilyarovskaya L.T. Analysis and evaluation of financial stability of commercial organizations: studies. manual // L.T Gilyarovsky, V.A. Yendovitsky. – Moscow: Unity-Dana, 2006. – 160 p.)
6. Герасимова Е.Б. Феноменология анализа финансовой устойчивости кредитной организации / Е.Б. Герасимова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 392 с. (Gerasimova E.B. Phenomenology of the analysis of financial stability of credit institution / E.B. Gerasimova. – Moscow: Finance and statistics, 2006. – 392 p.)
7. Грачев А.Н. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике: учебно-практическое пособие / А.Н. Грачев. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2010. – 400 с. (Grachev A.N. Financial stability of the enterprise: criteria and methods of evaluation in the market economy: teaching and practical guide / An. Grachev. – Moscow: Publishing house «Business and Service», 2010. – 400 p.)
8. Финансы организаций: менеджмент и анализ: учебное пособие для студентов вузов / Н.Б. Клишевич. – М.: КНОРУС, 2016. – 304с. (Finance organizations: management and analysis: textbook for University students / N.B. Klishevich. – Moscow: KNORUS, 2016. – 304 p.)
9. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 208 с. (Sheremet A.D. The method of financial analysis of activity of commercial organizations / A.D. Sheremet, E.V. Negashev – 2-e edition, Rev. and extra – Moscow: INFRA-M, 2008. – 208 p.)
10. Официальный сайт ПАО «ДЭК». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.dvec.ru/stockholder/financial_statements/rsbu/files/rsbu_2018.pdf (Official website of PJSC «Far Eastern energy company». – [Electronic resource.] – URL: http://www.dvec.ru/stockholder/financial_statements/rsbu/files/rsbu_2018.pdf)

УДК 656.072

УПРАВЛЕНИЕ ПО ЦЕЛЯМ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Егорова Д.С., магистрант
Научный руководитель: **Мокроносов А.Г.**, д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет»
г. Екатеринбург

Четкость и конкретность выражения целей влияет на успешность их достижения. Современному руководителю для эффективного управления бизнес-процессами, разработки первоочередных задач и стратегических планов необходимо использовать передовые методы постановки целей. Для наглядности работы метода SMART рассматривается механизм управления по целям в стратегии развития автотранспортного предприятия по переходу на газомоторное топливо.

Clarity and specificity of the expression of goals affect the success of their achievement. Modern managers need to use advanced methods of setting goals to effectively manage business processes, develop priorities and strategic plans. For clarity of the SMART method operation, the control mechanism for the goals in the strategy of the development of the motor transport enterprise for the transition to gas motor fuel is considered.

Ключевые слова: *постановка целей, принцип SMART, АТП, газомоторное топливо, управление бизнес-процессами, управление целями, стратегия развития.*

Keywords: *setting goals, SMART principle, ATP, gas fuel, business process management, goal management, development strategy.*

Введение. В последнее десятилетие преобразования в России происходят на фоне общемировых процессов глобализации экономики и информатизации бизнеса. Кризисные явления в российской экономике этого периода, ее отраслях и на отдельных предприятиях обусловлены не только национальными экономическими проблемами, но и изменившимися мировыми экономическими условиями, адаптация к которым всего народного хозяйства и каждого хозяйствующего субъекта наиболее сложна. Трансформационные процессы требуют от отечественных предприятий освоения и внедрения современных методов стратегического управления. Обеспе-

чение конкурентоспособности и устойчивого развития предприятия должно основываться на мобилизации всех его ресурсов и реальной оценке собственного потенциала.

Обострение конкурентной борьбы и развитие методов стратегического планирования деятельности автотранспортных предприятий обусловили необходимость формирования стратегии и эффективной реализации ее направлений. Особое значение при формировании стратегии развития автотранспортного предприятия приобретает её организационное обеспечение, подготовка управленческого персонала к реализации стратегических целей и задач организации, использование для этого наиболее прогрессивного управленческого инструментария. В тоже время большинство автотранспортных предприятий практически не осваивают современные управленческие информационные технологии, позволяющие решать задачи формирования стратегии и управления её реализацией.

Деятельность пассажирского автотранспортного предприятия, как и любого другого вида бизнеса, направлена на максимизацию прибыли при минимизации издержек. Зачастую, именно это и ложится в основу стратегического плана предприятий. Основной статьей затрат (помимо заработной платы основных работников) являются расходы на ГСМ. Поиск альтернативных вариантов по снижению этой статьи затрат имеет важное значение, так как средняя рентабельность по виду деятельности не превышает 7-9%. В соответствии с поручениями Президента Российской Федерации, в соответствии с актуальным социально-экономическим развитием страны и изменениями конъюнктуры мирового рынка, Правительством РФ была разработана стратегия перехода на газомоторное топливо общественного наземного транспорта во всех регионах страны. По мнению авторов законопроекта, это не только снижает затраты предприятия, но и положительно влияет на экономическую и экологическую ситуацию в стране. Таким образом, перевод парка на газомоторное топливо – это, скорее, не возможность предприятия, а необходимое средство для повышения своей конкурентоспособности на рынке.

В рамках целой страны переход на газомоторное топливо – это крупный проект. В рамках одного конкретного предприятия – это масштабный проект, требующий развернутого стратегического планирования. В целях предметного изучения метода постановки целей SMART разработана стратегия развития автотранспортного предприятия по переходу на газомоторное топливо.

Концепция управления по целям в теории менеджмента. На современном этапе развития менеджмента особое внимание уделяется концепции управления по целям, которая берет свое начало в древнем философском учении «телеология». По мнению австрийского экономиста и менеджера П.Ф. Друкера, цель – это предвосхищение в мышлении желаемого результата человеческой деятельности [14]. Возможно, эта формулировка покажется весьма абстрактной и даже устаревшей. Анализ множества других трактовок цели в современной отечественной и зарубежной научной литературе по менеджменту (авторы А.Н. Петров, В.Р. Веснин, М.Х. Мескон, О.С. Виханский, З.П. Румянцева и др.) показал, что они придают этому термину такой же смысл с несущественными отличиями в словах-синонимах. Согласно ГОСТ Р ИСО 9000:2008, цели – это то, чего добиваются или к чему стремятся [15]. Цель считается достигнутой, если в итоге предпринятых действий получен соответствующий результат [10].

В середине XX в. в книге «Практика менеджмента» П.Ф. Друкер изложил идею «управление посредством целей» (Management by Objectives – MBO) [14]. Правильно поставленные цели послужат действенным инструментом в работе. Современные предприятия продолжают развиваться по принципам MBO, которые дополняются лишь новыми средствами и методиками их реализации на практике.

Одним из показательных вариантов по постановке целей и своевременного и качественного контроля за их достижением может являться принцип SMART.

Английское слово «SMART» переводится как «расторопный, умный, смышленый, проворный, ловкий». Автором метода стал американский экономист, публицист и педагог Питер Друкер в 50-х годах XX в.

Постановка целей по SMART – «умной» технологии, придающей задачам реалистичность, является мощным инструментом. Он позволяет правильно оценить положение вещей и сделать цели достижимыми [6].

Критерии постановки цели по SMART просты и лаконичны. Но для того, чтобы соответствовать им, нужно провести предварительную работу по декомпозиции – разложение планов до уровня мелких ежедневных действий. А потом применить метод PDCA (Plan – Do – Check – Act), чтобы ни на шаг не отступать от поставленных задач и в случае необходимости вовремя скорректировать тактику их достижения [9].

Расшифровка аббревиатуры SMART проста:

S – specific – конкретный. Каждая поставленная цель должна быть конкретной, ясной, четкой.

M – measurable – измеримый. Каждый критерий SMART уточняет и конкретизирует первоначальную цель. Измеримость – это как график выполнения работы, с помощью которого можно отслеживать время, потраченное на работу [7].

A – achievable – достижимость. Чтобы цель была выполнена, над ней стоит работать, с полной самоотдачей, самоконтролем, трудоспособностью. При постановке задачи очень важно учитывать все ресурсы, в том числе и трудовые [8].

R – relevant – актуальность/значимость. Поставленная цель должна быть ступенью к более значимой, крупной цели. При этом при постановке цели необходимо определить, для чего необходимо ее достижение – этап к более высокой цели или конечный результат других мелких подцелей.

T – time-bound – время. К большинству целей можно применять принцип – «чем быстрее, тем лучше». От темпа выполнения задач зависит удовлетворенность конечным результатом. Можно достичь цель, не уложившись в поставленный срок, и как итог – результат будет уже просто ненужным для собственника бизнеса [5].

SMART содержит элемент постоянства, так как каждый этап процесса нуждается в анализе, планировании, выполнении, контроле и оценке. Затем – снова: после выставления оценки эффективный менеджер возвращается к этапу анализа проведенной работы, чтобы скорректировать деятельность процесса для улучшения показателей. Образуется замкнутый цикл. Он повторяется вновь и вновь до тех пор, пока не будут достигнуты поставленные перед процессом цели [12].

Инструментарий SMART в разработке стратегии перехода на газомоторное топливо автотранспортного предприятия. Постановка целей по методу SMART направлена на подготовку и выбор наиболее привлекательной стратегии предприятия. В качестве примера применения механизма SMART можно предложить разработку стратегии перехода на газомоторное топливо для автотранспортного предприятия г. Тобольска ОАО «Тобольское ПАТП», одного из крупнейших перевозчиков в Тюменской области.

Автобусный парк предприятия составляет более 200 единиц техники различного класса – от «малого» класса, представленного микроавтобусами марки Mercedes Benz до «большого+» – Scania, King Long. Помимо зарубежных марок в парке преобладают автобусы

отечественных производителей – ПАЗ, КАВЗ, ЛИАЗ, НЕФАЗ. Основной вид используемого топлива – дизельное топливо, поставляемое по договору на собственное АЗС. По итогам 2017 г. затраты на дизельное топливо составили 128 млн. руб., что составляет 18% от прямых затрат предприятия.

Актуальность поиска вариантов снижения себестоимости перевозок обусловлена, в первую очередь, повышением конкуренции на рынке. С 2018 г. выбор поставщика на оказание услуг по перевозке происходит в рамках госзаказа по соответствующему федеральному закону. К участию в закупке допускается почти любое автотранспортное предприятие, отвечающее требованиям. Таким образом, помимо региональных поставщиков услуги часто заявляются автотранспортные предприятия с других регионов.

Вторая причина снижения затрат – это увеличение рентабельности. Как уже было сказано выше, средняя рентабельность по отрасли составляет от 7% до 9%. Региональная методика формирования тарифов на перевозки наземным общественным транспортом предусматривает лишь 2% рентабельности. Однако, автотранспортное предприятия, тем более образованное еще в советские времена, это большие производственные мощности, направленные на обслуживание парка собственными силами. Содержание ремонтной зоны, вспомогательного производства, собственной столовой – это все возможно только при нормальном уровне рентабельности.

На федеральном уровне программа перехода общественного транспорта на газомоторное топливо регулируется несколькими распоряжениями и программами. Согласно Распоряжения Правительства РФ от 13.05.2013 г № 767-р «О расширении использования природного газа в качестве моторного топлива» к 2020 году в городах с численностью населения более 100 тыс. человек на газомоторное топливо должно быть переведено не менее 10% от общего количества техники. В городах- «миллионниках» эта цифра доходит до 50% [1]. «Майские» указы президента содержат несколько пунктов об улучшении экологии в стране. На совещании с Правительством В.В. Путин заявил, что «для нашей страны, конечно, использование газомоторного топлива является даже более приоритетным, имею в виду в том числе и вопросы экологического характера, потому что для того, чтобы получить электроэнергию, нужно сначала ее выработать. И значительная часть электроэнергии вырабатывается на углях. Это очень серьезное обстоятельство, которое мало кем учитывается» [11].

На региональном уровне действует Постановление Губернатора Тюменской области от 13.09.2017 г. № 106 «Об утверждении программы газификации тюменской области на 2018-2022 годы» [2]. Одной из задач данной программы является расширение использования природного газа в качестве моторного топлива, развитие газозаправочной инфраструктуры в Тюменской области.

Таким образом, оценивая ресурсные возможности стратегии перехода на газомоторное топливо, можно сделать вывод, что на текущий момент у ОАО «Тобольское ПАТП» имеются финансовые возможности для переоборудования парка и производственных мощностей. При этом, на уровне Правительства лоббируются различные виды субсидирования, которые станут дополнительным резервом при реализации такой важной стратегии.

Если трактовать вышесказанное по методу SMART, то первый критерий – конкретность – можно сформулировать следующим образом: «Перевести парк предприятия ОАО «Тобольское ПАТП» на газомоторное топливо». Следующими критериями мы уточним первоначальную цель.

Измеримость и достижимость – два важных критерия при постановке стратегии по SMART. Какие показатели станут индикаторами успешной реализации стратегии по переходу на газомоторное топливо? В рамках предприятия их можно определить следующим образом:

– объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ от передвижных источников загрязнений в расчете на одно транспортное средство;

– снижение затрат на топливо;

– количество транспортных средств, работающих на природном газе;

– объем бюджетного финансирования мероприятий;

– объем собственных средств на реализацию мероприятий [12].

Достижимость выбранной нами стратегии нельзя определить одним словом – «ВСЕ». Определяя возможности реализации всей стратегии, необходимо также учесть ресурсные возможности внешней среды. По состоянию на июнь 2017 г. в Тюменской области действует только одна АГНКС. С 2015 г. по соглашению между Правительством Тюменской области и ООО «Газпром газомоторное топливо» предусматривается строительство еще 12-ти объектов газозаправочной инфраструктуры, в т.ч. в г. Тобольске – 2 станции. Проведем некоторые расчеты. На заправку 1 автобуса марки ЛИАЗ будет требоваться до 40-50 минут. В парке ОАО «Тобольское ПАТП»

по состоянию на 01.01.2018 г. 61 автобус марки ЛИАЗ. Для их заправки необходимо почти 51 час. Допустим, что на 1 АГНКС будет минимум 3 пункта заправки. Тогда загрузка только 1 АГНКС составит почти 70%. Это расчеты только на 1 марку транспортных средств, одного предприятия. Таким образом, можно сделать вывод, что запланированное количество АГНКС в г. Тобольск не обеспечит потребность в данном типе инфраструктуру при реализации стратегии [4]. Поэтому, учитывая данный факт, конкретизируем нашу первоначальную стратегию следующим дополнением: «Перевести на газомоторное топливо 20 транспортных средств различных марок не старше 5 лет».

Актуальность и значимость нашей стратегии можно оценить в реальных деньгах. Рассчитаем экономический эффект на примере 1 автобуса марки ЛИАЗ. На переоборудование 1 автобуса в среднем необходимо 150-200 тыс. руб. (По примеру предпринимателя А. Шмарина из г. Оренбурга) [3]. Средний расход топлива автобуса марки ЛИАЗ в городской черте в г. Тобольск – 33 л/100 км. Среднегодовой пробег – 60 тыс. км. Стоимость 1 литра ДТ на текущий момент – 42,08 руб/л (с НДС). Воспользуемся калькулятором окупаемости, представленном на сайте www.gazprom-agnks.ru [13].

Согласно калькулятора, экономия на 1 км пробега составит порядка 8 руб. В месяц эта экономия составляет – почти 40 тыс. руб., за год – 480 тыс. руб. Разделив затраты (200 тыс. руб.) на сумму экономии – доходы (40 тыс. руб.), получим, что через 5 месяцев эксплуатации автобуса на газе, мы вернем наши вложения.

Наконец, важным вопросом при написании стратегии является определение временных рамок ее реализации. В нашем примере достаточно сложно определить конечную дату, в том числе из-за большого влияния внешних факторов. Однако, учитывая, что губернатор Тюменской области, поддерживаемый Президентом готов форсировать проект по газификации области, можно установить конечный срок реализации нашей стратегии – 2020 г.

По итогу нашей работы, мы получили стратегию перехода на газомоторное топливо для ОАО «Тобольское ПАТП», отвечающую принципам SMART. Сформулируем ее окончательно: «К 2020 г. перевести 20 автобусов городского типа различных марок, не старше 5 лет, на газомоторное топливо».

Заключение. Подводя итог, можно сказать, что программа по переходу на газомоторное топливо в нашей стране на текущий момент весьма актуальна и широко лоббируется на всех уровнях. Как

и любой проект, она имеет свои плюсы и минусы. Необходимость перехода на альтернативные источники топлива обусловлена и экологической ситуацией в стране и в мире, и экономической составляющей. Авторами был предложен вариант только одной стратегии по переходу на газомоторное топливо. Однако, верной считается стратегия, имеющая несколько альтернативных вариантов. Наша стратегия может быть пересмотрена на переход на другой вид топлива – электричество. Возможности и перспективы данного направления требуют дальнейших исследований с использованием современных моделей стратегического менеджмента.

Источники:

1. О расширении использования природного газа в качестве моторного топлива: Распоряжение Правительства РФ от 13.05.2013 г № 767-р. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: КонсультантПлюс, в локальной сети вуза (On expanding the use of natural gas as a motor fuel. – [Electronic resource]. – Access mode: ConsultantPlus, in the local network of the university).
2. Об утверждении программы газификации тюменской области на 2018-2022 годы: Постановление Губернатора Тюменской области от 13.09.2017г. № 106. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: КонсультантПлюс, в локальной сети вуза. (On the approval of the gasification program of the Tyumen region for 2018-2022. – [Electronic resource]. – Access mode: ConsultantPlus, in the local network of the university).
3. Белоусов А. Пропан-метан-карман / А. Белоусов // Эксперт Урал. – 2014. – №18-19. (Belousov A. Propane-methane-pocket – Expert Ural. – 2014).
4. Газомоторное топливо: Произойдет ли реальное изменение баланса на внутреннем рынке? / Экспертно-аналитический доклад – Москва, Сентябрь 2015г. (Gasoline Fuel: Will there be a real change in the balance of the domestic market? – Expert-analytical report – Moscow, September 2015)
5. Жакупов А. SMART 2.0 Как ставить цели, которые работают / Жакупов А. // «Издательские решения». – 2016.(Zhakupov A. SMART 2.0 How to set goals that do / Publishing solutions. – 2016).
6. Качалов В. Энциклопедия ошибок в менеджменте качества / Качалов В. // Стандарты и качество. – 2003. – № 1.– С.89-95. (Kachalov V. Encyclopedia of mistakes in quality management – Standards and quality. – 2003).
7. Ключевые стратегические инструменты. 88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.1fd.ru, закрытый. (The main strategic methods. 88 methods that every manager should know - [Electronic resource]. - URL: https://www.1fd.ru).
8. Лебедева Н. Правила постановки целей / Лебедева Н. / Журнал «Кадровое дело», № 12, 2004. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.ippnou.ru/print/000873/, свободный (Lebedeva N. Rules of setting goals – Staffing-2004. – [Electronic resource]. – URL: https://www.ippnou.ru/print/000873/).

9. Литти С. Как через анализ проблем в бизнесе улучшить процессы / С. Литти / Генеральный директор. – 2017. – № 8. (Litti S. How to improve processes in business through analyzing problems – General Director – 2017).
10. Методика достижения успеха: Постановка Смарт цели. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://capitalgains.ru/obrazovanie/lichnostnyj-rost-i-samorazvitie/postanovka-tseli-smart.html, свободный (Technique of success: setting a smart goal. [Electronic resource]. – URL: http://capitalgains.ru/obrazovanie/lichnostnyj-rost-i-samorazvitie/postanovka-tseli-smart.html).
11. Путин назвал газомоторное топливо приоритетным для России. 18.04.2018г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5ad769399a79471ff93b96e2, свободный (Putin said that gas fuel is a priority for Russia. – [Electronic resource]. – URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5ad769399a79471ff93b96e2).
12. Стремцов А.В., Мясоедов Ю.В. Постановка целей в процессах энергетики / Стремцов А.В., Мясоедов Ю.В. // Вестник ИрГТУ. – 2014. - № 8(91). – 161с.(Stremtsov A.V., Myasoedov Yu.V. Setting goals in energy processes – Bulletin of IrSTU – 2014).
13. Газпром – сеть АГНКС. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gazprom-agnks.ru/, свободный (Gazprom – AGCS. – [Electronic resource]. – URL: http://gazprom-agnks.ru/)
14. Druker P.F. (1909-2005) Praktika menedzhmenta [Practice of management]. Transl. from English. Moscow, 2015. 406 p.
15. ГОСТ Р ИСО 9000-2008 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Национальный стандарт Российской Федерации системы менеджмента качества.– [Электронный ресурс] – Режим доступа: КонсультантПлюс, в локальной сети вуза. (ISO 9000-2008 Quality management systems. – [Electronic resource]. – Access mode: ConsultantPlus, in the local network of the university).

УДК 336.018

ВОЗНИКНОВЕНИЕ, ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФИНАНСОВ В РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ НАУКЕ

Печенова Е.В., студент
Научный руководитель: **Медведева Е.А.**, ассистент
ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

В данной работе рассмотрена сущность и основные формы нового течения поведенческой экономической теории – поведенческих финансов. Автором было выяснено, что индивиды, несущие ответственность за принятие финансово-инвестиционных решений, инстинктивно подвергаются эмоциональному воздействию, обладающему влиянием на ход принятия решения. Выяснено, что теория поведенческих финансов улучшает тактику участников фондового рынка, заранее определяя источник возникновения и последствия поведенческих отклонений, дает рекомендации субъектам рынка как вести себя для увеличения дохода и чего следует избегать.

In this paper, the essence and basic forms of the new trend of behavioral economic theory – behavioral finance are considered. The author found that individuals responsible for making financial and investment decisions are instinctively exposed to emotional influence, which has influence on the course of decision-making. It was found out that the theory of behavioral finance improves the tactics of stock market participants, determining in advance the source of occurrence and consequences of behavioral deviations, gives recommendations to market participants how to behave to increase income and what should be avoided.

Ключевые слова: *поведенческие финансы, неопределенность, риск, рациональное поведение.*

Keywords: *behavioral finance, uncertainty, risk, rational behavior.*

Большая часть традиционных финансовых теорий постулирует тезис о рациональном поведении инвестора на рынке. Однако в условиях турбулентной экономики ученые – финансисты столкнулись с тем, что многие феномены на фондовых рынках невозможно объяснить посредством мейнстримовских экономических теорий. Стало очевидно, что принципы неоклассической экономической на-

уки потеряли свою незыблемость, и существует взаимозависимость между проблемами рыночного поведения инвесторов и психологией. Это повлияло на современную финансовую науку и появилась новая концепция – «поведенческие финансы».

Поведенческие финансы – «направление финансового менеджмента, учитывающее иррациональную природу поведения инвесторов и финансистов на рынке в условиях неопределенности и риска при принятии решений финансово-инвестиционного характера [1, С. 236]».

Появлением поведенческих финансов как науки принято считать 1985 г., после публикации статей В. де Бондта и Р. Тейлора, в которых исследуется влияние психологических эффектов на тенденции биржевого рынка и прибыль, получаемую инвесторами. Так, например, инвесторы чересчур остро реагируют на новые сведения, вне зависимости от того, хорошие они или плохие, в результате чего происходит резкое движение биржевых котировок (не связанное с экономической позицией компании).

Основы российской школы поведенческих финансов были сформированы исследованиями экономистов Финансового университета при правительстве РФ: В. Рутгайзером, М. Федотовой, Я. Миркиным и др. Ученые пришли к выводу, что в России концепция поведенческих финансов еще только начинает развиваться, ведь большинство исследований было проведено без должного учета проблем бизнеса и финансов.

Проведя многочисленные эмпирические исследования в сфере психологии и нейробиологии, отечественные и зарубежные ученые доказали, что в действительности процесс принятия решений довольно сильно зависит от влияния различных «иррациональных» факторов, которым люди подвергаются, действуя в условиях неопределенности и риска: сложившихся стереотипов мышления, предубеждений, ошибочного восприятия информации и самых обыкновенных эмоций.

Основные постулаты теории поведенческих финансов:

– индивиды, несущие ответственность за принятие финансовых решений, обладают различными преференциями, которые могут изменяться и выказываться непосредственно в процессе принятия решений [2, С. 273];

– финансовые аналитики инстинктивно подвергаются эмоциональному воздействию, обладающему влиянием на ход принятия решения;

– инвесторы и менеджеры, как правило, удовлетворяют собственные интересы и потребности и, по мнению компании, не могут считаться оптимизаторами [3, С. 62];

В изучении поведенческих финансов ученые выделяют два подхода:

1. Отправная точка – результаты психологии, которые характеризуют поведение людей в определенных экономических обстоятельствах. Их используют для разработки новейших экономических моделей.

2. Ученые подвергают анализу возникающие опытным путем несовпадения с классическими моделями, затем исследуют психологические особенности поведения людей, и находят объяснения обнаруженному явлению.

Таким образом, теория поведенческих финансов помогает увеличить результативность и улучшить тактику участников фондового рынка, ведь заранее определяя источник возникновения и последствия поведенческих отклонений, можно дать рекомендации субъектам рынка как вести себя для максимизации дохода и чего следует остерегаться.

Источники:

1. Поведенческая экономика: современная парадигма экономического развития: монография / под ред. Г.П. Журавлёвой, Н.В. Манохиной, В.В. Смагиной; ТРО ВЭО России, ФГБОУ ВО «Рос. экон. ун-т им. Г.В. Плеханова». – М.; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. – 340 с. (Behavioral Economics: a contemporary paradigm of economic development: monograph / edited by G.P. Zhuravleva, N.In. Manachini, V.V. Smagina; TRO VEO of Russia, « Russian Ekon. UN-t im. G.V. Plekhanov». – Moscow; Tambov: Publishing house TSU named after G.R. Derzhavin, 2016. – 340 p.)
2. Синельников М.В. Международная практика внедрения поведенческих финансов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2016. № 8. – С. 268-278. (Sinelnikov M.V. international practice of introducing behavioral Finance // Economics: yesterday, today, tomorrow. – 2016. – No. 8. – P.268-278)
3. Тимофеев А.А. Использование нерационального поведения инвесторов для получения прибыли на валютном рынке // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – №50-2. – С.59-64. (Timofeev A.A. The Use of irrational behavior of investors for profit in the foreign exchange market // Actual issues of economic Sciences. – 2016. – №50-2. – P.59-64)

КРАТКИЕ РЕЦЕНЗИИ НА ОПУБЛИКОВАННЫЕ В ВЫПУСКЕ СТАТЬИ

Бондарь Анастасия Валерьевна	**Совершенствование бизнес-процессов по управлению финансовой устойчивостью энергосбытовой компании.** Автор статьи рассматривает развитие подходов к совершенствованию бизнес-процессов по управлению финансовой устойчивостью энергосбытовой компании. В данной статье предлагаются результаты исследования, выполненные на материалах энергосбытовой компании, которая является гарантирующим поставщиком электроэнергии для населения и предприятий II неценовой зоны оптового рынка электроэнергии. Автор отмечает, что проблемы анализа и управления финансовой устойчивостью являются важной задачей, существует запрос на постоянную актуализацию инструментария вследствие изменения факторов ведения бизнеса, появления новых вызовов времени по решению задач преодоления кризисных тенденций и выхода на устойчивое развитие. В статье отражены выводы по данному исследованию: достигнутые результаты показали целесообразность реализации авторского подхода к проведению настройки организационной структуры и бизнес-процессов по управлению финансовой устойчивостью исследуемой компании. Автор статьи отмечает, что процесс управления финансовой устойчивостью должен быть основан на постоянном анализе, диагностике, прогнозировании финансовых показателей, и требует принятия своевременных управленческих решений.
Воронкевич Алена Борисовна	**Модель входа в социальный бизнес для российских коммерческих компаний.** В данной статье рассматривается вопрос существующего противоречивого мнения о том, что коммерческий сектор в России не заинтересован в социальном предпринимательстве. Анализируя деятельность таких крупных компаний, как МТС, Adidas, Danone, автор утверждает, что они успешно реализуют проекты социального предпринимательства, что, в свою очередь, поднимает вопрос разработки модели входа в социальный бизнес для российских коммерческих компаний на более актуальные рельсы. Автор описывает свое видение такой модели, приводит критерии идеальной коммерческой компании для социального бизнеса и предлагает рекомендации по заполнению блоков модели.

Габбасова Анна Альбертовна	**История становления и развития индустрии моды на российском рынке.** В данной статье рассматривается история становления и развития индустрии моды на российском рынке от петровских времен до наших дней как одной из составляющих экономики государства. Автор анализирует особенности модной индустрии на национальном рынке России в каждый определенный исторический момент развития страны.
Егорова Дарья Сергеевна	**Управление по целям в стратегии развития автотранспортного предприятия.** Автор статьи рассматривает необходимость в условиях современной экономики использовать передовые методы постановки целей для эффективного управления бизнес-процессами, разработки первоочередных задач и стратегических планов. В статье представлено использование метода SMART как действительно продуктивного механизма управления по целям в стратегии развития автотранспортного предприятия по переходу на газомоторное топливо.
Зыбенко Светлана Владиславовна	**Анализ зарубежного опыта применения мер нетарифного регулирования в таможенной практике на современном этапе.** Автор статьи рассматривает в условиях глобализации мировой экономики, в том числе торгово-экономических отношений, практику применения мер нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности. В статье отмечается, что, несмотря на декларативную часть приверженности принципу свободы торговли, современное положение дел свидетельствует об очень жестком, зачастую скрытом использовании различных механизмов защиты национальных экономических интересов, что, в свою очередь, особенно заметно в периоды экономических кризисов.
Оберт Татьяна Борисовна	**Меры по развитию конкуренции для функционирования предпринимательства в современной России.** В данной статье рассматривается вопрос значения и необходимости государственной поддержки по развитию конкуренции для формирования предпринимательства в стране в современных условиях экономики. Автор выделяет особенности и элементы антимонопольного регулирования и выделяет основные направления такого регулирования. В статье приводится результат анализа существующих льгот для малого и среднего предпринимательства на основе данных Рейтингового агентства RAEX (Эксперт РА)

	за 2017 г. Автор дает оценку современным возможностям кредитования малого и среднего предпринимательства российской банковской системой.
Печенова Елизавета Витальевна	**Возникновение, основные положения и перспективы развития теории поведенческих финансов в российской и зарубежной науке.** В данной статье автор рассматривает сущность и основные формы нового течения поведенческой экономической теории – поведенческих финансов. Автор делает вывод, что индивиды, несущие ответственность за принятие финансово-инвестиционных решений, инстинктивно подвергаются эмоциональному воздействию, которое, в свою очередь, влияет на ход принятия решения. В статье отражено мнение, что теория поведенческих финансов улучшает тактику участников фондового рынка, заранее определяя источник возникновения и последствия поведенческих отклонений, дает рекомендации субъектам рынка как вести себя для увеличения дохода и чего следует избегать.
Шайбакова Людмила Фаритовна, Плотникова Ольга Александровна	**Стратегическое планирование предприятий общественного питания.** Авторы статьи рассматривают теоретические и практические особенности стратегического планирования, раскрывая основные понятия стратегического планирования. В статье, в частности, на примере реально существующего предприятия общественного питания рассмотрены процесс, этапы и функции стратегического планирования.
Тютык Ольга Владимировна	**Теоретико-исторические аспекты становления корпоративного управления как науки.** Автор статьи рассматривает формирование системного взгляда на «донаучный» этап корпоративного управления на основе обобщения зарубежного опыта корпоративных отношений. В статье анализируется процесс становления корпоративного управления как науки с точки зрения теоретических и исторических аспектов. Автор подчеркивает актуальность данного научного направления в современном менеджменте.
Чунаев Сергей Юрьевич	**Анализ проблем промышленного сектора российской экономики.** Автор статьи предлагает обоснование важности и необходимости диагностики состояния экономической безопасности российских промышленных предприятий. В статье выделены основные проблемы российских промышленных предприятий, требующие незамедли-

	тельного решения, при помощи моделирования системы диагностики угроз экономической безопасности хозяйственных субъектов, а также обозначена основная сфера деятельности, требующая обеспечении экономической безопасности деятельности промышленного предприятия, с целью выхода из состояния кризиса.
Юсупов Рустам Маулдыевич	**Финансовый анализ бухгалтерских отчётных данных.** Автор статьи в кратком изложении рассматривает финансовый анализ как часть экономического анализа, делая акцент на необходимости его проведения в целях получения беспристрастных и субъективных результатов на основе данных финансовой отчетности для успешного функционирования организации.
Юсупов Рустам Маулдыевич, Аюбов Арби Абазович, Садыков Магомед Вахаевич	**Риск-ориентированная аудиторская проверка финансовой отчётности.** В данной статье рассматриваются особенности формирования рынка аудита. Авторы отмечают необходимость совершенствования методов аудиторских аналитических процедур. В частности, в статье приводится метод и такие его составляющие, как разработка, проведение и оценка итогов аудиторских аналитических процедур в границах аудита отчетности. Описанный метод предлагается применять для решения задач риск-ориентированной аудиторской проверки финансовой отчётности.

Статьи публикуются в редакции авторов.
Ответственность за содержание статей несут авторы.

Все материалы издателя являются объектами авторского права (в том числе дизайн). Запрещается копирование, распространение или любое иное использование информации и объектов без указания источника заимствования, а также запрещается любое копирование с целью извлечения прибыли.