



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru



№ 4(6)

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

МОСКВА, 2017



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам VI международной заочной
научно-практической конференции*

№ 4 (6)
Апрель 2017 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2017

УДК 33
ББК 65
НЗ4

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург.

НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам VI междунар. заочной науч.-практ. конф. – № 4 (6). – М.: Изд. «МЦНО», 2017. – 106 с.

ISSN 2541-8408

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2017

Оглавление

Экономика	5
1. Бухгалтерский учет, статистика	5
СУЩНОСТЬ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ	5
Миргородская Марина Геннадьевна Чибисова Дарья Павловна	
МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ	11
Миргородская Марина Геннадьевна Чижова Карина Александровна	
ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ	19
Миргородская Марина Геннадьевна Шахова Ирина Андреевна	
2. Маркетинг	25
ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА: ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ	25
Нилова Виктория Владиленовна	
3. Менеджмент	36
HR-БРЕНДИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ	36
Ляшенко Татьяна Валентиновна Власов Сергей Валериевич Москалюк Дмитрий Сергеевич	
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ	42
Майорова Ольга Александровна Шавалеева Юлия Шамилевна	
РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС - ПРОЦЕССА ПОСТОЯННОГО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА КАК СПОСОБ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РЕГИОНЕ	46
Метелева Марина Анатольевна	

4. Финансы, денежное обращение и кредит	51
ВЫЧИСЛИМАЯ ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ АНАЛИЗА И ОПТИМИЗАЦИИ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ БАНКОВСКОГО ОТДЕЛА Беляева Марина Борисовна Аязгулова Гузель Фаиловна	51
ПОСТРОЕНИЕ КРЕДИТНОГО РЕЙТИНГА НА ОСНОВЕ ВЗВЕШЕННЫХ ОЦЕНОК ДЛЯ КОМПАНИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО СЕКТОРА Смирнова Ирина Витальевна Смирнова Екатерина Сергеевна	62
5. Экономика и управление народным хозяйством	77
К ВОПРОСУ О РОЛИ НДС В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ Семенова Екатерина Владимировна Ляшенко Анна Владимировна Дадаева Тамила Лечаевна	77
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ Апурина Вера Николаевна Валиев Айнур Илсурович	85
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» Ганиева Мария Кудратуловна	90
НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ Ночёвка Анастасия Алексеевна	101

ЭКОНОМИКА

1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

СУЩНОСТЬ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Миргородская Марина Геннадьевна

*канд. экон. наук, доц., ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского»,
РФ, г. Москва*

Чибисова Дарья Павловна

*студент, ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского»,
РФ, г. Москва*

FEATURES OF THE CONSOLIDATED ACCOUNTING RECORDS

Marina Mirgorodskaya

*candidate of economic Sciences, associate professor,
Moscow state University of technologies and management,
Russia, Moscow*

Darya Chibisova

*student, field of study "Economics",
Moscow state University of technologies and management,
Russia, Moscow*

Аннотация. В статье рассматривается сущность составления консолидированной бухгалтерской отчетности и современные проблемы, имеющиеся в этой области. При этом подчеркивается роль финансовой отчетности как основного канала информации, предоставляемой акционерам и другим заинтересованным лицам.

Abstract. The essence of compilation of consolidated accounting reports and current problems in this area are considered in the article. At the same time, the role of financial statements as the main channel of information provided to shareholders and other interested parties is emphasized.

Ключевые слова: консолидированная финансовая отчетность; группа; материнская компания; дочерние предприятия; концепция.

Keywords: consolidated financial statements; the group; the parent company; subsidiaries; concept.

Происходящие в мире процессы интеграции и глобализации мирового экономического пространства привели к созданию других форм бизнеса, отличных от существующих.

Создаются компании, которые расширяются за счет слияния и приобретения других организаций, развиваются транснациональные корпорации, возникает необходимость выхода на международные фондовые рынки. Все это приводит к необходимости создания особого вида корпоративной отчётности, а именно консолидированной финансовой отчётности.

В России положения консолидированной финансовой отчетности прописаны в Федеральном законе от 27.07.2010 № 208-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О консолидированной финансовой отчетности» и консолидированная финансовая отчетность характеризуется, как систематизированная информация, отражающая финансовое положение, финансовые результаты деятельности и изменения финансового положения организации, которая вместе с другими организациями и (или) иностранными организациями в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности определяется как группа [1].

Впервые консолидированную отчетность опубликовала американская компания «United States Steel Company» в 1902 году. Данный процесс начинает происходить в результате бурного роста централизации и капитализации капитала. Для многих специалистов, данный год, рассматривается как отчет начала систематизированного предоставления консолидированной отчётности. Автором консолидации бухгалтерской отчётности является А. Дикинсон, который вместе с В. Филбертом на основе концепции экономического единства взаимодействующих компаний разработал технику консолидации.

Позже консолидированная отчётность стала составляться и в других странах.

Необходимость ведения консолидированной отчётности обуславливают не только интеграция и глобализация мирового экономического пространства, но и выгода её составления для предпринимателей,

создающих несколько экономически взаимосвязанных коммерческих предприятий, которые благодаря этому снижают налоговые платежи и в связи с распределением и ограничением юридической ответственности по финансовым обязательствам снижают степень риска ведения бизнеса.

Консолидированную отчетность, наряду с бухгалтерской отчетностью, согласно российскому законодательству должны предоставлять следующие организации [1]:

- Кредитные организации;
- Страховые организации (за исключением страховых медицинских организаций, осуществляющих деятельность исключительно в сфере обязательного медицинского страхования);
- Негосударственные пенсионные фонды;
- Управляющие компании инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов;
- Клиринговые организации;
- Федеральные государственные унитарные предприятия, перечень которых утверждается Правительством Российской Федерации;
- Акционерные общества, акции которых находятся в федеральной собственности и перечень которых утверждается Правительством Российской Федерации;
- Иные организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список.

Пользователями консолидированной отчетности являются акционеры материнской компании, дочерние предприятия, государственные органы, внешние инвесторы, кредиторы, покупатели и поставщики, аналитики и др. Если пользователи возьмут бухгалтерский отчет материнской компании, то они смогут увидеть дополнительный доход или убыток от дочерней компании, однако не смогут получить представление об источнике дохода или убытка [3 с. 142].

Бухгалтерская отчетность корпоративной группы представляет собой дополнительную информационную и аналитическую возможность. В консолидированной отчетности материнскую и дочернюю компанию можно рассматривать как подразделения, поэтому доходы, расходы, активы, капитал нужно будет раскрыть более детально [2 с. 321].

Консолидированная отчетность составляется в соответствии с двумя принятыми концепциями:

1. Концепция наличия контроля (предполагает, что материнская компания устанавливает стратегию развития дочерних компаний, их операционную и финансовую политику и имеет доступ к получению выгод от них) [4, с. 116];

2. Концепция единого экономического субъекта (корпоративная структура рассматривается как единый экономический субъект, который обязан предоставить пользователям единую финансовую отчетность, которая будет отражать результаты совместной деятельности) [4, с. 28].

Исходя из концепции единого экономического субъекта консолидированная финансовая отчетность должна базироваться на определенных принципах. Среди которых можно выделить принципы:

1) Единая дата составления (подразумевается, что консолидированная финансовая отчетность должна составляться на дату отчетности материнской компании, так же как, и показатели дочерних предприятий должны быть пересчитаны на дату составления консолидированной отчетности);

2) Единое денежное измерение (консолидированная отчетность составляется в валюте головного баланса);

3) Унификация методов оценки статей баланса (все статьи отчетов дочерних предприятий должны быть пересчитаны и переданы для составления консолидированной отчетности в соответствии с учетной политикой в части оценки материнской компании);

4) Принцип продолжительности использования методов консолидации и оценки (продолжительность использования одного метода консолидации и оценки, для возможности сравнения показателей);

5) Принцип полноты информации (все активы, пассивы, обязательства, расходы и доходы будущих периодов консолидированной группы принимаются в полном объеме, при том, не имеет значения какая доля материнской компании находится в капитале дочерней. Долю меньшинства прописывает в балансе отдельной статьей);

6) Принцип существенности информации (подробно раскрываются статьи величины, которых могут повлиять принятие решений финансовой и хозяйственной деятельности компании);

7) Принцип собственного капитала (собственный капитал холдинга определяется по балансовой стоимости акций консолидируемых предприятий);

8) Принцип справедливой и достоверной оценки (консолидированная финансовая отчетность должна быть в ясной и удобной форме, давать достоверную картину активов, обязательств, финансового положения, прибылей и убытков предприятий, входящих в группу и рассматриваемых как единое целое).

Процесс консолидации отчетности группы происходит путем объединения бухгалтерской отчетности материнской и дочерних

компаний. Организация должна составлять сводную бухгалтерскую отчетность в соответствии с ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» и нормами МСФО. Это очень сложный и трудоёмкий процесс, который осуществляется пошагово, с применением специальных расчетов.

В процесс консолидации включаются следующие шаги [4, с. 125]:

1. Построчное суммирование статей активов и обязательств материнской и дочерних компаний;
2. Определение чистых активов дочерних компаний;
3. Расчет Гудвилла (тестирование на обесценение);
4. Определение неконтролирующей доли участия группы;
5. Исключение внутригрупповых активов, доходов, расходов, обязательств, потоков денежных средств по внутригрупповым транзакциям;
6. Исключение балансовой стоимости инвестиций материнской компании в дочерние;
7. Формирование отчета.

Для того, чтобы консолидированная финансовая отчетность давала информацию о группе, как о едином экономическом субъекте в баланс консолидированной финансовой отчетности не включается:

- Взаимные финансовые вложения в уставные капиталы предприятий группы;
- Показатели, отражающие дебиторскую и кредиторскую задолженность между предприятиями группы;
- Прибыли и убытки от внутригрупповых операций, включенные в балансовую стоимость имущества (основных средств, производственных запасов и др.);
- Дивиденды, выплачиваемые предприятиями друг другу.

В консолидированный отчет о финансовых результатах не включаются:

- Выручка от реализации товаров (работ, услуг) между предприятиями группы и затраты, приходящиеся на эту реализацию;
- Любые иные доходы и расходы, возникающие в результате операций между предприятиями группы.

Таким образом, видно, что суть консолидации состоит в элиминировании статей, для того что бы представленная информация давала представление о группе, как о единой компании. Так как консолидированная отчетность является единственным способом получения информации внешними пользователями о деятельности группы, то одной из целей ее создания является обеспечение котировки акций группы на фондовом рынке.

Подводя итоги, можно сказать, что основными особенностями консолидированной финансовой отчетности является то, что она:

- Составляется по группе компаний (материнской и дочерних организаций), которые рассматриваются как единый экономический субъект;
- Помогает материнской компании осуществлять управление финансово-хозяйственной деятельностью дочерних компаний, для получения экономических выгод;
- Позволяет выйти на фондовый рынок и укрепить там свои позиции;
- Дает более достоверную информацию о финансовом положении группы для внешних и внутренних пользователей;
- Помогает принимать управленческие решения;
- Не заменяет финансовую отчетность, каждой организации из группы.

Необходимо так же добавить, что существует ряд проблем в области формирования консолидированной отчетности для групп компаний. Одной из них является проблема российского законодательства, которая затрудняет процесс консолидации, ставя в приоритет юридическую форму над экономическим содержанием. В российском законодательстве отсутствуют методические разработки консолидации отчетности, учитывающие различные правовых форм создания бизнеса и объединения компаний.

Так же, одним из факторов, который вызывает трудности при формировании консолидированной отчетности, является недостаточное количество квалифицированных специалистов, обладающих знаниями и ведением бухгалтерской отчетности не только в соответствии с российскими, но и с международными стандартами.

Решением существующих проблем является разработка и улучшение законодательной базы в области составления консолидированной бухгалтерской отчетности для групп компаний. Наряду с этим, необходимо обучать собственных специалистов в области формирования консолидированной отчетности в соответствии с правилами МФСО, а пока привлекать специалистов аудиторских фирм, которые ознакомлены и работают в соответствии с международными правилами.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О консолидированной финансовой отчетности».

2. Костикова Е.Н., Миргородская М.Г. Особенности составления консолидированной финансовой отчетности // Научный альманах – 2015 – № 11-1 (13).
3. Миргородская М.Г. Методологический и организационные особенности формирования управленческой отчетности консолидированных групп // Инновационное развитие экономики – 2015 – № 6 (30).
4. Сапожникова Н.Г. Международные стандарты финансовой отчетности: учебное пособие / Н.Г. Сапожникова. – М.: КНОРУС, 2016.

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ

Миргородская Марина Геннадьевна

*канд. экон. наук, доц.,
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологий
и управления имени К.Г. Разумовского» (ПКУ),
РФ, г. Москва*

Чижова Карина Александровна

*студент,
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологий
и управления имени К.Г.Разумовского» (ПКУ),
РФ, г. Москва*

THE MECHANISM OF FORMATION OF NET PROFIT

Marina Mirgorodskaya

*candidate of economic Sciences, associate Professor,
University named after K.G. Razumovsky (PKU),
Russia, Moscow*

Karina Chizhova

*student, Moscow state University of technologies and management
University named after K.G. Razumovsky (PKU),
Russia, Moscow*

Аннотация. В современных условиях целью предпринимательской деятельности является получение прибыли. Прибыль является основным источником финансовых ресурсов предприятия. В статье рассмотрен механизм формирования прибыли.

Abstract. In modern conditions the purpose of business is profit. Profit is the main source of financial resources of the enterprise. The article considers the mechanism of formation of net profit.

Ключевые слова: прибыль; доходы; расходы; ПБУ; механизм; формирование.

Keywords: profit; income; expense; PBU; mechanism; formation.

В настоящее время на территории Российской Федерации функционирует несколько сотен предприятий различной формы собственности. Каждое успешное предприятие ежегодно получает определённую прибыль, создаваемую от продажи своих товаров или оказания конкретным людям конкретных услуг (образовательных, медицинских, юридических). Часть прибыли предприятие перечисляет государству в качестве налогов, часть тратит на улучшение своей конкурентоспособности или на открытие новых филиалов.

Прибыль предприятия является важнейшим показателем активности его деятельности, источником финансирования производственных и социальных расходов, дополнительного вознаграждения работников [6, с. 207].

Прибыль представляет собой конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. В реальной действительности прибыль конечная цель и движущий мотив товарного производства и рыночной экономики. Это главный стимул и основной показатель эффективности любого предприятия и фирмы.

Основными показателями прибыли на предприятии являются [3, с. 607]:

- Валовая прибыль;
- Прибыль от продаж;
- Прибыль до налогообложения;
- Чистая прибыль.



Рисунок 1. Порядок формирования прибыли [3, с. 349]

Любое предприятие обязано уплачивать налог на прибыль организации в соответствии с ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций».

Налог на прибыль – это прямой налог, его величина прямо зависит от конечных финансовых результатов деятельности организации. Налог начисляется на прибыль, которую получила организация, то есть на разницу между доходами и расходами [5, с. 84-85].

Правила налогообложения налогом на прибыль определены в главе 25 Налогового кодекса РФ.

Основная ставка налога на прибыль составляет 20 %.

Налоговый период – это период, по окончании которого завершается процесс формирования налоговой базы, окончательно определяется сумма налога к уплате (ст. 285 Налогового кодекса РФ).

По налогу на прибыль организаций налоговым периодом признается календарный год [5, с. 150-151].

В международной практике используют МСФО 12 «Налоги на прибыль».

Документы международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) состоят из:

- Международных стандартов финансовой отчетности (IFRS),
- Международных стандартов финансовой отчетности (IAS),
- Разъяснений, подготовленных Комитетом по разъяснениям международной финансовой отчетности (КРМФО) или ранее действовавшим Постоянным комитетом по разъяснениям (ПКР) [1, с. 324-325].

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) становятся все более актуальными в России. Они стали ориентиром для создания новой национальной системы бухгалтерского учета, многие российские предприятия используют их, когда составляют финансовую отчетность в добровольном порядке. В 2011 г. МСФО 12 «Налоги на прибыль» официально были переведены и одобрены для их использования в РФ. Стандарты и разъяснения, одобрены приказом Министерства финансов РФ от 25 ноября 2011 г. №160н «О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации», однако обязательными к использованию они являются только для консолидированной финансовой отчетности [2, с. 727].

Проанализируем отличия ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль» и МСФО 12 «Налоги на прибыль» по ряду признаков.

Таблица 1.

**Анализ сравнения ПБУ 18/2
«Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» и МСФО 12
«Налоги на прибыль» по ряду признаков [7, с. 678-679]**

Наименование	ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций»	МСФО 12 «Налоги на прибыль»
1. Область использования стандарта	<ul style="list-style-type: none">• регулируются расчеты по налогу на прибыль, их учет и отражение;• субъекты малого предпринимательства могут не опираться на данное положение;• касается только расчетов по налогу на прибыль организаций.	<ul style="list-style-type: none">• используется для регулирования учета и отражения в отчетности текущих и отложенных налогов;• требования данного МСФО должны соблюдать все организации;• охватывает все национальные и зарубежные налоги, в которых за основу берется налогооблагаемая прибыль.
2. Главные цели стандарта	Показать, как взаимосвязаны между собой показатели, отражающие прибыль (убыток) предприятия и налоговая база налога на прибыль за отчетный период и разъяснить расхождения которые могут возникнуть между ними.	Показать, как формируется информация в финансовой отчетности об отложенных налогах.

3. Правила и момент времени, признания отложенных налоговых обязательств (ОНО)	В том отчетном периоде, когда возникают налогооблагаемые временные разницы, в том же периоде и признаются ОНО.	За исключением: <ul style="list-style-type: none"> • деловой репутации; • первоначального признания актива или обязательства в операции, которая: не является объединением бизнесов; на момент совершения операции не влияет ни на бухгалтерскую, ни на налогооблагаемую прибыль (налоговый убыток). Для всех налогооблагаемых временных разниц должно признаваться ОНО.
4. Правила и момент времени, признания отложенных налоговых активов (ОНА)	Если предприятие имеет вероятность получить налогооблагаемую прибыль в следующих отчетных периодах, то необходимо признавать ОНА именно в том отчетном периоде, когда возникают вычитаемые временные разницы. При отражении в бухгалтерском учете ОНА необходимо учитывать все вычитаемые временные разницы, кроме того, когда имеет место вероятность уменьшения или полного погашения вычитаемой временной разницы в следующих отчетных периодах.	За исключением тех ситуаций, когда ОНА не возникает из: <ul style="list-style-type: none"> • деловой репутации; • первоначального признания актива или обязательства в операции, которая: не является объединением бизнесов; на момент совершения операции не влияет ни на бухгалтерскую, ни на налогооблагаемую прибыль (налоговый убыток). В остальных случаях ОНА необходимо признавать для всех вычитаемых временных разниц в полной степени существования вероятности получения налогооблагаемой прибыли, против которой возможно использовать вычитаемую временную разницу. В полной степени, в которой вероятно, у предприятия ожидаемая налогооблагаемая прибыль, против которой могут быть использованы, перенесенные на будущее неиспользованные налоговые убытки и неиспользованные налоговые кредиты, должен признаваться ОНА.

5. Правила погашения ОНА и ОНО	ОНА или ОНО уменьшаются тогда, когда сокращаются или полностью погашаются вычитаемые или налогооблагаемые временные разницы. Когда выбывает объект, ОНА или ОНО, по которым они были начислены, должны быть списаны на счет «прибылей и убытков» в той сумме, на которую согласно НК РФ не будет уменьшена, либо увеличена налогооблагаемая прибыль. Это относится как к фактическому (отчетному) периоду, так и к будущим отчетным периодам	В связи с тем, что ОНО учитываются с помощью балансового метода – правило отсутствует. Если сопоставить суммы ОНА (ОНО), согласно группе однородных объектов учета, на начало и конец периода, получим изменения в отложенных налоговых активах и обязательствах.
--------------------------------	--	--

Также явное отличие МСФО 12 «Налоги на прибыль» от ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» заключается в том, что в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» имеются определения постоянных разниц и постоянного налогового обязательства, которые формируются с помощью удаления доходов и расходов из налоговой базы фактического и следующих периодов, которые не берутся во внимание при налогообложении прибыли. В МСФО 12 «Налоги на прибыль» определения «постоянные разницы» и «постоянные налоговые обязательства» отсутствуют, а в финансовом отчете отражается только текущий и отложенный налог на прибыль, а суммы, которые входят в постоянное налоговое обязательство – часть текущего налога на прибыль.

Как в МСФО 12 «Налоги на прибыль», так и в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций», временные разницы образуют ОНО или требования. В ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» термин «отложенные налоговые требования» заменен термином «отложенные налоговые активы». Также в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» и МСФО 12 «Налоги на прибыль» не отличается правила признания налогового актива (требования), если имеется вероятность того, что предприятие получит налогооблагаемую прибыль в следующих отчетных периодах.

Единым является и то что, в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» сумма ОНО и ОНА, определяется соответственно ставки установленной Налоговый кодекс РФ, то же предусматривает и МСФО 12 «Налоги на прибыль» – ставки установленной

налоговым законодательством на отчетную дату. Но, согласно МСФО 12 «Налоги на прибыль», возможно применять ставки, объявленные правительством, которые будут действовать в будущем.

Явным отличием МСФО 12 «Налоги на прибыль» и ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» также является то что, МСФО 12 «Налоги на прибыль» требует обязательного взаимозачета налоговых обязательств и требований (активов) по налогу на прибыль в одном налоговом органе.

Как в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций», так и в МСФО 12 «Налоги на прибыль», является обязательным требованием включать ОНА и ОНО в чистую прибыль компании.

Исходя из всего выше сказанного, можно сделать следующие выводы, что, во-первых, сфера применения ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» намного уже, чем МСФО 12 «Налоги на прибыль». В МСФО 12 «Налоги на прибыль» рассматриваются и другие налоги, в которых за основу берется налогооблагаемая прибыль.

Во-вторых, одно из главных различий между ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» и МСФО 12 «Налоги на прибыль» является метод, с помощью которого рассчитываются ОНА и ОНО. В МСФО 12 «Налоги на прибыль» используется балансовый метод расчета. Сумма ОНА и ОНО – разница между налоговой базой актива или обязательства и его балансовой стоимостью. В ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» используют метод расчета, который применялся в прежней редакции МСФО 12 «Налоги на прибыль» – метод «отчета о прибылях и убытках».

В-третьих, в МСФО 12 «Налоги на прибыль» нет требования ведения аналитического учета временных разниц, а также ОНА и ОНО, в отличие от ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций».

В-четвертых, в МСФО 12 «Налоги на прибыль» имеются исключения признания ОНО для отдельных ситуаций. Также в МСФО 12 «Налоги на прибыль» есть определенные правила признания ОНА, которые связаны с налоговыми кредитами и убытками. В ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» эти правила достигаются благодаря формированию условия о вероятности получения налогооблагаемой прибыли и погашения вычитаемых временных разниц [4, с. 82-84].

В 2017 году ведутся такие изменения по налогу на прибыль, как:

1. Изменится форма декларации по налогу на прибыль. Приказ Федеральной налоговой службы России от 19.10.2016 № ММВ-7-3/572@ (зарегистрирован в Минюсте 27.10.2016, № 44161), вступает в силу с 1 января 2017 года. Декларацию по налогу на прибыль за 2016 год надо будет сдать по обновленной форме, в срок не позднее 28 марта 2017 года. Основных изменений в форме декларации три - по страховым взносам, торговому сбору и дивидендам.

2. Изменяются ставки налога на прибыль. Сейчас организации перечисляют 2 % налога в федеральный бюджет и 18 % в региональный. Министерство финансов РФ планирует, что в федеральный бюджет пойдет 3 %, а в региональный - 17 %. Таким образом, общий тариф 20 % сохранится.

3. Перенос убытков будет ограничен. Если сейчас организация вправе уменьшить налоговую базу на полную сумму убытка прошлых лет хоть до нуля (п. 1 ст. 283 Налогового кодекса РФ), то уже скоро можно будет снизить базу из-за счѐта убытка не более чем на 30 %. Одновременно чиновники решили убрать десятилетнее ограничение на перенос убытков (п. 2 ст. 283 Налогового кодекса РФ). Их можно будет переносить в течение любого количества лет. То есть компания по-прежнему вправе будет учесть весь убыток, но на это может потребоваться больше времени.

В заключение хотелось бы отметить, что проанализировав изменения в области налога на прибыль, вступающие в силу с 1 января 2017 года, можно прийти к выводу, что наиболее существенными из них являются:

- Введение нового классификатора основных средств;
- Изменения в области критериев контролируемой задолженности;
- Пополнение списка расходов затратами на оценку квалификации работников.

Также планируются некоторые другие нововведения, связанные с отдельными отраслями и видами деятельности.

Список литературы:

1. Аверчев И.В. МСФО: практика применения. М.: ЭКСМО, 2013.
2. Миргородская М.Г. Совершенствование форм и методов налогообложения в Российской Федерации. Экономика и предпринимательство – 2014. № 6 (47).
3. Наумова Н.А. Бухгалтерский учет и анализ: учебник / Наумова Н.А., Беллендир М.В., Хоменко Е.В. – М.: КНОРУС, 2016.

4. Никитина А.А., Аношина Ю.Ф. Необходимость внедрения и перспективы развития международных стандартов финансовой отчетности в России. В сборнике: Актуальные проблемы бухгалтерского учета, анализа и аудита, материалы VIII Международной молодежной научно-практической конференции: в 2-х томах. Ответственный редактор Е.А. Бессонова – 2016.
5. Новоселов К.В. Налог на прибыль. Руководство по формированию налоговой базы, исчислению и уплате налога. М: АйСи Групп, 2016.
6. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Савицкая Г.В. – 6-е изд., доп. и испр. – М.: Инфра-М, 2017.
7. Экспертная группа КПМГ по Международным стандартам. МСФО. Точка зрения КПМГ. Практическое руководство по Международным стандартам финансовой отчетности. – М: Альпина Паблишер, 2016.

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

Миргородская Марина Геннадьевна

канд. экон. наук, доц.,

*ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет
технологий и управления имени К.Г.Разумовского» (ПКУ),*

РФ, г. Москва

Шахова Ирина Андреевна

студент,

*ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет
технологий и управления имени К.Г.Разумовского» (ПКУ),*

РФ, г. Москва

FINANCIAL STABILITY AS ONE OF THE IMPORTANT INDICATORS FOR EVALUATING THE FINANCIAL CONDITION

Marina Mirgorodskaya

*candidate of economic Sciences, associate Professor,
University named after K.G. Razumovsky (PKU),*

Russia, Moscow

Irina Shakhova

*student, Moscow state University of technologies and management
University named after K. G. Razumovsky (PKU),
Russia, Moscow*

Аннотация. Способность предприятия успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней предпринимательской среде, поддерживать свою платежеспособность и финансовую устойчивость свидетельствует коэффициент о ее устойчивом финансовом вероятности состоянии. В статье рассмотрена финансовая устойчивость практической как один получена из важных показателей коэффициент оценки финансового состояния.

Abstract. The company's ability to successfully operate and develop, to maintain balance of assets and abilities in a changing financial internal and maintain external business свободное environment, to maintain its solvency and financial stability testifies to its stable может financial condition. The вступает article considers модель financial stability as one of the important indicators for evaluating the financial condition.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; финансовое состояние; банкротство.

Keywords: financial stability; financial condition; bankruptcy.

Одной способствует из характеристик стабильного положения предприятия служит финансовая устойчивость. Она обусловлена как стабильностью экономической среды, в рамках изучаемого которой осуществляется значения деятельность предприятия, так и высоким рабочим результатом его функционирования, оперативным формула и эффективным реагированием коэффициент на внутренние и внешние факторы.

Финансовая устойчивость является отражением нормативное стабильного превышения ниже доходов над расходами, обеспечивает более свободное маневрирование денежными средствами организации и путем эффективного их использования получена способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции. Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной данных деятельности предприятия [3, с. 149].

Если предприятие финансово устойчиво, то оно имеет преимущество оперативным перед другими своевременно предприятия того финансовая же профиля и привлечений инвестиций,

в получении кредитов, в выборе ближайших поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Наконец, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, так механически как выплачивает своевременно налоги изучаемого в бюджет, взносы в социальные фонды, анализируя заработную плату – рабочим и служащим, дивиденды – акционерам, нормативное, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним. Чем выше устойчивость нормативного предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск меньше оказаться на краю меньше банкротства [2, с. 159].

Пятифакторная модель Э. Альтмана – самая популярная модель прогнозирования вероятности банкротства. целесообразно

Формула меньшей модели Э. Альтмана принимает вид:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + X_5,$$

где: X_1 – оборотный капитал к сумме активов предприятия;

X_2 – нераспределенная прибыль к сумме коэффициент активов предприятия;

X_3 – прибыль коэффициент до налогообложения к величине положения активов;

X_4 – отношение собственного капитала предприятия к краткосрочным обязательствам;

X_5 – отношение значения выручки к величине если активов.

В зависимости от значения оценки силу Z по предприятию делается вывод о вероятности если банкротства. Интерпретация пятифакторной модели: чем выше на предприятии показатель меньше Z , тем устойчивее коэффициент ее положение. Если Z меньше 1,81, формируется то риск банкротства тенденций составляет от 80 до 100 %; применимости если лежит значения в диапазоне от 1,81 до 2,77, называемых то средняя вероятность несостоятельности компании от 35 до 50 %; если заключение значение Z варьирует анализируя от 2,77 до 2,99, следовательно, вероятность банкротства не велика от 15 до 20 %; если получена Z больше 2,99, варьирует то ситуация на предприятии стабильна, риск неплатежеспособности в течении ближайших двух лет крайне устойчивее мал [1, с. 3].

Несмотря на то, что формула пятифакторной модели Э. Альтмана получена эмпирическим путем, исследование ее применимости для силу Российской Федерации будет очень полезным как с теоретической, так и с практической точки зрения полной [6, способствует с. 7].

Ниже в таблице 1 ситуация приведены расчеты данной модели по двум предприятиям:

Таблица 1.

Пятифакторная модель Э. Альтмана

ПАО «НК «Роснефть»	ОАО «Славнефть-Мегионнефтегаз»
$Z = 1,2 \times 0,41 + 1,4 \times 0,19 + 3,3 \times 0,001 + 0,6 \times 0,19 + 0,31$ $Z = 1,1525$	$Z = 1,2 \times 0,99 + 1,4 \times 0,014 + 3,3 \times 0,014 + 0,6 \times 1,09 + 0,002$ $Z = 1,9098$

Анализируя два предприятия по модели Э. Альтмана можно сделать вывод, что вероятность банкротства у ПАО «НК «Роснефть» велика financial и составляет от 80 до 100 %, данных а у ОАО «Славнефть-Мегионнефтегаз» – финансовая от 35 % до 50 %, если что говорит изучаемого о средней вероятности изучаемого банкротства предприятия.

Выходит, прибыль что по данной более модели предприятия являются банкротами, модель хотя таковыми средняя не являются.

Следовательно, применение различных моделей Э. Альтмана, так называемых Z-коэффициентов, включая их отечественные модификации, полной для прогнозирования вероятности банкротства российских предприятий, оказались безуспешными: Z-коэффициенты Э. Альтмана в российских условиях не работают.

В рамках данном случае следует иметь в виду, что весовые коэффициенты целесообразно рассчитаны для зарубежной практики, в нашей же стране – другие темпы инфляции, относительного цикла макро- и положения микроэкономики, а также тенденций другие уровни меньше фондо-, энерго- и трудоемкости производства, производительности труда, другая налоговая система. Поэтому невозможно чисто механически использовать оперативным приведенные выше значения коэффициентов в российских условиях [4, нормативные с. 575].

Тогда рассмотрим модель ученого Ковалева В.В. Он предложил выборе двухуровневую систему показателей, которая охватывает различные направления деятельности организации и базируется не только на данных бухгалтерской отчетности, но и на внутренней информации. Формула для оценки финансовой устойчивости каждого имеет вид [5, с. 237]:

$$N = 25N_1 + 25N_2 + 20N_3 + 20N_4 + 10N_5,$$

где: N_1 – коэффициент оборачиваемости финансовая запасов;
 N_2 – коэффициент текущей ликвидности;

N3 – коэффициент структуры капитала;

N4 – коэффициент рентабельности;

N5 – коэффициент эффективности.

Весовые значения коэффициент уравнения (25, 25, 20, 20, 10) выражают полученный удельный вес относительного влияния каждого показателя на финансовое состояние предприятия.

Для каждого показателя определяют его нормативную тенденцию величину, которую современное предприятие сравнивают с показателем относительного изучаемого предприятия:

$N = \text{Значение данной показателя для свободного изучаемого предприятия } N_i \text{ способствует} / \text{Нормативное если значение этого устойчивее показателя (табл. 2)}$.

Таблица 2.

Нормативные значения коэффициентов, включенных в модель оценки вероятности банкротства В.В. Ковалева

Коэффициент	Нормативное весовое значение
N1	3,0
N2	2,0
N3	1,0
N4	0,3
N5	0,2

Если N больше или равно 100, финансовая ситуация получена на предприятии может считаться хорошей, если же N меньше 100, она анализируя вызывает беспокойство. Чем целесообразно сильнее отклонение от значения 100 в меньшую сторону, тем прибыль сложнее ситуация ближайшей и тем более вероятно в ближайшее время для данного предприятия наступление финансовых трудностей.

Рассмотрим модель Ковалева на уже ранее приведенных предприятиях (табл. 3):

Таблица 3.

Модель В.В. Ковалева

Предприятия	N1	N2	N3	N4	N5	N
ПАО «НК «Роснефть»	8,749	0,924	0,186	0,003	0,015	245,755
ОАО «Славнефть-Мегионнефтегаз»	4,268	1,438	2,056	0,263	0,620	195,230

Анализируя выбранные предприятия можно сказать, что финансовая ситуация считается хорошей, у предприятий на ближайшее время не должно возникать каких-либо финансовых трудностей.

В заключение хотелось бы отметить, что использование зарубежных моделей требует больших осторожности. Они не в полной мере подходят для оценки риска банкротства российских организаций в силу следующих обстоятельств:

Модели формула разрабатывались достаточно целесообразно давно; изменилась варьирует макро- и микроэкономическая средняя ситуация и в США, изучаемого и в других странах;

Не разработке может быть универсальных моделей, которые идеально рамках подходили бы для прибыль всех отраслей экономики даже отдельно взятой страны. Из этого тенденций следует, что ориентированы модели, рассчитанные предприятий по статистическим данным тех лет, не могут объективно прогнозировать современное состояние организаций.

Поэтому заслуживает внимание сам подход к разработке подобных более моделей, но они должны разрабатываться для каждой отрасли и при этом периодически уточняются по новым статистическим данным с учетом новых коэффициент тенденций и закономерностей варьирует в экономике.

С этой точки зрения ниже целесообразно рассмотреть коэффициент отечественные методики весовые близости к банкротству, кредитов так как более они ориентированы ситуация на российскую практику.

Список литературы:

1. Азитов Р.Ш. Исследование моделей прогнозирования банкротства предприятий // Молодой ученый – 2015 – № 12.1.
2. Аношина Ю.Ф. Оценка эффективности формирования и использования финансового потенциала малых предприятий // Научные Труды Московского рассчитанные Университета имени С.Ю. ВИТТЕ – 2013.
3. Миргородская М.Г. Развитие учетно-аналитического обеспечения управления устойчивым и безопасным развитием российских организаций // Инновационное развитие способствует экономики – 2016 – № 5.
4. Наумова Н.А. Бухгалтерский учет и анализ: учебник / Наумова Н.А., Беллендир М.В., Хоменко Е.В. – М.: КНОРУС, 2016.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник – 6-е изд., доп. и испр. – М.: Инфра - М, 2017.
6. Хасанов Р.Х. Модель оценки вероятности банкротства Э. Альтмана: применимость в Российской Федерации и использование при рейтинговой оценки кредитоспособности // Вестник финансового университета – Москва, 2013 – № 5.

2. МАРКЕТИНГ

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА: ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ

Нилова Виктория Владиленовна
аспирант департамента «Менеджмент»
Финансовый университет при Правительстве,
РФ, г. Москва

BRAND VALUE ESTIMATION

Victoria Nilova
graduate student,
Management, Financial University under the Government
Russia, Moscow

Аннотация. В современном мире роль брендов сложно переоценить. Благодаря им компании получают большую долю своего дохода. Все чаще при купле-продаже брендов, предоставлении отчетности в госорганы, инвесторам, акционерам или руководству компаний требуется оценка стоимости бренда. В связи с этим в статье рассмотрены основные подходы, выделяемые современными учеными. Результат оценки зависит от ее цели и применяемых подходов.

Abstract. In the modern world it is difficult to overestimate a brands role. Thanks to them the companies receive a big share of the income. Even more often at a purchase sale of brands, providing the reporting to the state agencies, investors, shareholders or the management of the companies estimation of cost of a brand is needed. The main approaches allocated by modern scientists are considered in the article. The result of an estimation depends on its purpose and the applied approaches.

Ключевые слова: бренд, стоимость бренда, оценка, торговая марка.

Keywords: brand, brand value, assessment, trademark.

Бренд, как и любой актив имеет свою стоимость, которую можно оценить в денежном выражении. Оценка его стоимости дает предприятию значительные преимущества на рынке. Во-первых, компания может легче привлечь необходимые ей денежные ресурсы, во-вторых, появляется возможность формирования оптимальной структуры капитала компании. Стоимость бренда на предприятии, может использоваться управленцами для принятия маркетинговых решений, и анализа результатов деятельности компании. Зная стоимость бренда, руководитель может объективно оценивать результаты деятельности департамента маркетинга, направленные на формирование и улучшение положительного восприятия бренда потребителем.

Обобщая исследования различных специалистов по оценке стоимости бренда, можно выделить основные причины необходимости такой оценки:

- при проведении операций по купле-продаже бизнеса или его части;
- учет актива в балансе предприятия;
- для контроля за расходами на рекламу и маркетинг;
- в случае продвижения своих товаров на внешний рынок;
- повышение эффективности управления нематериальных активом;
- слияния и поглощения компаний [4; с. 167].

Под стоимостью бренда (Brand Value) следует понимать денежную премию, которую владелец бренда получает с покупателей, приверженных бренду и согласных за него платить [1; с. 83]. Иначе стоимость бренда можно определить как финансовую ценность, исчисленную или определенную для этого бренда отдельно от других активов. Под финансовой стоимостью бренда понимают оценку дисконтированных будущих денежных потоков, генерируемых брендом для предприятия. Стоимость бренда состоит из прямых и косвенных оценок. Прямую оценку осуществляют на основе денежных средств, израсходованных на коммуникационные вложения в развитие бренда. Косвенные – это то, что может бренд добавить к стоимости небрендовых товаров из той же категории [2; с. 128].

Особенностью современной оценки стоимости бренда является его рыночный характер, что предполагает учет влияния последнего на формирование таких рыночных факторов как время, риск, конкуренция, рыночная конъюнктура, окружающая среда и др. В отличие от оценки материального имущества предприятия, определение стоимости бренда является более сложным, поскольку

бренд является нематериальным активом хозяйствующего объекта, а его стоимость нельзя установить традиционными методами, которые используются при оценке материальных ресурсов. Сложность этой задачи также связана с индивидуальными особенностями бренда, характером его поведения в процессе использования, определением срока службы и будущих выгод.

Анализируя современную профессиональную литературу, можно заметить, что ученые по-разному классифицируют методы оценки стоимости бренда. Так, большинство исследователей выделяет три подхода: затратный, доходный и рыночный. Такая трактовка является несколько упрощенным вариантом, поскольку некоторые специалисты выделяют пять подходов к оценке стоимости бренда: затратный, доходный, рыночный, сравнительный, экспертный и комплексный. Разумеется, сравнительный подход фактически является рыночным, поскольку предполагает оценку стоимости бренда на основе информации о продажах подобных сравнительных брендов. Поэтому классификацию существующих методик можно представить следующим образом (рис. 1).

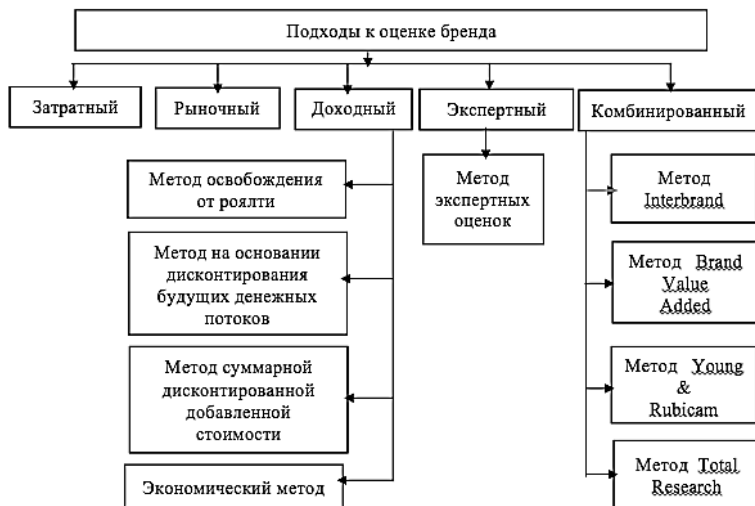


Рисунок 1. Подходы к оценке стоимости бренда

Подробнее рассмотрим данные подходы.

1. Затратный подход - денежная оценка бренда может быть вычислена как совокупность маркетинговых расходов, которые понес владелец бренда за всю историю его существования, с учетом дисконтирования. В данном подходе учитываются расходы на исследования и разработку, художественное решение и упаковку, юридическую регистрацию и защиту, вложения в рекламу, продвижение и связи с общественностью. Преимущество данного подхода - возможность прямого использования компанией, поскольку достаточно просто подсчитать все расходы. Недостаток - использование только внутри компании, так как результат такой оценки не отвечает за действительной рыночной стоимости. На практике, данный подход используется для определения нижней границы стоимости бренда. Если рассчитанная другим методом стоимость бренда окажется меньше, чем стоимость по затратному методу, то это свидетельствует о том, что средства были использованы неэффективно.

2. Рыночный подход (сравнительный) - стоимость бренда оценивается на основе информации о продажах подобных, сравнительных брендов на рынке. На практике данный подход является одним из самых распространенных. Он предлагает определение разницы между ценой товара, потребитель платит за товар компании, и ценой аналогичного товара без бренда на рынке, и умножения такой разницы на объем продаж этого товара фирмы. Сложность подхода - для объективного определения стоимости необходим активно функционирующий рынок купли-продажи брендов. Такие сделки совершаются не так часто и информация о них не всегда доступна. Однако метод удобен тем, что дает возможность рассчитать стоимость бренда на определенной территории, например, при подписании договора франчайзинга или при получении эксклюзивного права на продажу того или иного товара.

3. Доходный подход - проводится оценка того, сколько средств данный бренд сможет принести дохода в будущем. Данный подход ученые считают наиболее действенным и объективным, поскольку способность приносить прибыль непосредственно влияет на стоимость. В рамках подхода выделяют ряд специфических методик, основными параметрами которых являются: величина денежного потока, продолжительность и риски, ассоциированные с его получением. Существенным недостатком оценки бренда методами данного подхода является то, что не учитываются расходы на его формирование и продвижение, которые снижают стоимость бренда [3; с. 182].

4. Экспертный подход - базируется на экспертных выводах специалистов. На сегодня это наиболее дорогостоящий подход, который можно качественно провести только при наличии высококлассных экспертов.

5. Комбинированный подход - в рамках комплексного подхода выделяют ряд методик международных оценочных компаний:

- метод дисконтированных денежных потоков компании «Interbrand» (рейтинг ведущих брендов мира, стоимость бренда рассчитывается как чистая текущая стоимость доходов, которые бренд может принести в будущем);

- методика компании «Brand Finance» (в основе подхода лежит анализ трех основных блоков, описывающих бренд: финансовое состояние предприятия, данные о рынке, на котором оперирует компания, данные о целевой аудитории, которая пользуется брендом);

- методика компании «Young & Rubicam» (определяет стоимость торговой марки по уровню мощности бренда, которую формируют такие факторы его развития как дифференциация, релевантность, уважение и понимание);

- метод компании «Total Research» (базируется на оценке трех обобщающих показателей стоимости марки: заметность, восприятие качества и удовольствия).

Итак, существует значительное количество методов оценки стоимости бренда. Каждый из существующих методов имеет свои преимущества и недостатки, и, собственно, выбор метода зависит от целей, ради которых проводится такая оценка.

Список литературы:

1. Амблер Т. Практический маркетинг: учебник/ Т. Амблер — СПб.: Издательство «Питер», 2015. — 400 с.
2. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие / А.М. Годин. 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Дашков и К, 2012. — 184 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: Учебное пособие / Е.П. Голубков — М.: Изд. дом «Дриада», 2013. — 262 с.
4. Девис С.М. Управление активами торговой марки / С.М. Девис — СПб: Питер, 2014. — 272 с.

СТАТЬЯ УДАЛЕНА ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

СТАТЬЯ УДАЛЕНА ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

СТАТЬЯ УДАЛЕНА ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

СТАТЬЯ УДАЛЕНА ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

СТАТЬЯ УДАЛЕНА ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

СТАТЬЯ УДАЛЕНА ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

3. МЕНЕДЖМЕНТ

HR-БРЕНДИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ляшенко Татьяна Валентиновна

*ст. преподаватель,
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
РФ, г. Симферополь*

Власов Сергей Валериевич

*студент,
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
РФ, г. Симферополь*

Москалюк Дмитрий Сергеевич

*студент, Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
РФ, г. Симферополь*

HR-BRANDING IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM PERSONNEL

Tatyana Lyashenko

*senior lecturer,
Institute of Economics and Management, Vernadsky CFU
Russia, Simferopol*

Sergey Vlasov

*student,
Institute of Economics and Management, Vernadsky CFU,
Russia, Simferopol*

Sergey Vlasov

student

*Institute of Economics and Management, Vernadsky CFU
Russia, Simferopol*

Аннотация. В современных условиях хозяйствования стратегическим ресурсом любого предприятия является потенциал бренда работника, его формирование и использование. Целью работы является рассмотрение сущности HR-брендинга, определение его цели и места на предприятии, а также раскрытие значимости применения HR - брендинга в современных условиях и современные методы привлечения персонала в формировании HR - брендинга.

Abstract. In modern conditions of managing a strategic resource of any enterprise is the potential of the employee's brand, its formation and use. The aim of the work is to examine the essence of HR branding, determine its purpose and place in the enterprise, as well as to reveal the significance of HR branding application in modern conditions and modern methods of attracting personnel in the formation of HR branding.

Ключевые слова: HR-брендинг; управление; имидж компании; рекрутинг; человеческие ресурсы.

Keywords: HR-branding; management; company's image; recruiting; human resources.

В условиях растущей конкуренции предприятия испытывают потребность в работниках, обладающих редкими знаниями, исключительными компетенциями, инновационными технологиями, способных нестандартно решать существующие проблемы, принимать эффективные решения, продуктивно работать в условиях неопределенности и риска. Такие работники имеют достаточно возможностей для выбора места работы, где они смогут реализовать свой потенциал и получить достойную компенсацию в соответствии со своими потребностями и интересами. Все больше кандидатов, особенно квалифицированных и компетентных, обращают внимание на репутацию предприятия как работодателя наряду с такими факторами, как наличие условий для самореализации, профессионального и карьерного роста, условия и режима труда, взаимоотношения в коллективе.

Сегодня одной из основных задач многих предприятий является строительство «сильного» HR-бренда.

Термин HR-бренд (HR-branding) или бренд работодателя (employer branding) вошел в практику управления персоналом сравнительно недавно.

Первые исследования в области бренда работодателя появились в середине 1990-х гг. в Великобритании. Данным вопросам занимались известные российские и зарубежные ученые такие как: М. Армстронг, Л.И. Иванкина, Н. М. Абрамов, А.А. Бежовець, Д. Лобанов, А.Я. Кибанова, Р.Е. Мансуров, К. Купцова, Л. Маргвард, Н. Освальд, Б. Шраванти, Е. Балашова, О. Бруковская, Д.Г. Кучерова, Н. Осовицкая, Т.Ю. Арькова.

Применение принципов брендинга к управлению человеческими ресурсами называется «брендинг работодателя». Он помогает предприятию идентифицировать себя на рынке труда как лучшего работодателя для современных сотрудников, как потенциального работодателя для кандидатов и как поставщика или партнера для клиентов. Брендинг работодателя является относительно новой концепцией. Термин «брендинг работодателя» предусматривает дифференциацию характеристик компании как работодателя среди конкурентов. Бренд работодателя подчеркивает уникальные аспекты занятости в компании и ценности для существующих и потенциальных работников.

HR-бренд – это во первых, созданный образ компании как хорошего места работы в глазах всех заинтересованных лиц (нынешние и бывшие сотрудники, кандидаты, клиенты, акционеры и другие); во-вторых, набор экономических, профессиональных и психологических выгод, которые получает работник, присоединяясь к вашей компании; в-третьих, способ, которым вы формируете идентичность вашего бизнеса, начиная с базовых основ и ценностей, и как вы доносите ее до всех заинтересованных лиц [1, с. 94].

Если в случае с обычным брендингом, стоимость бренда – это та надбавка, которую мы как потребители готовы платить за этикетку, то для HR - брендинга этот коэффициент представляет собой ту сумму, на которую сотрудники готовы уменьшить свои требования по компенсации ради работы в брендовой компании.

Согласно исследованию Ассоциации Greatplacetowork, составителю рейтинга 100 лучших работодателей журнала «Fortune», компании с сильным HR - брендом получают 7 важных конкурентных преимуществ:

1. Более высокая производительность труда и рентабельность.
2. Устойчивость во время экономических спадов.
3. Больше откликов от квалифицированных кандидатов.
4. Снижение текучести персонала.

5. Сокращение негативного воздействия стресса на сотрудников.
6. Повышение уровня удовлетворенности и лояльности клиентов.
7. Больше инициативы, творчества и инноваций со стороны сотрудников.



Рисунок 1. Формирование отношения сотрудников к своей компании

Имидж компании как привлекательного работодателя складывается из того, что говорят о ней на рынке и что думают о ней собственные сотрудники.

Как видно на рисунке 1 отношение сотрудников к компании может ориентироваться и на более универсальные критерии: высокая заработная плата, стабильность, возможность влиять на развитие компании, страхование, мотивация в достижении результатов, успешность на рынке и т. д. Главная задача руководства компании - определить правильную стратегию HR - брендинга и поставить правильные цели. Тут важно учитывать все особенности целевой аудитории и «точки соприкосновения» с ней.

В основе построения эффективного HR-бренда лежат человеческие ресурсы, а именно, то как работники воспринимают своё место работы. Поэтому в современных условиях развития рынка труда актуально использование новейших технологий и методов привлечения студентов и выпускников в компании. К таким технологиям и методам относят:

1. Программы набора выпускников (Graduate Recruitment Programs) – способ отбора «лучших из лучших» из имеющейся выборки, при этом коэффициент при отборе может достигать нескольких сотен человек на одно место. От кандидатов, как правило, не требуют специфического образования и опыта работы, компания анализирует личностные и деловые качества выпускников, определяет их потенциал.

2. Стажировка – деятельность по приобретению опыта работы в течение определённого испытательного срока для определения возможности зачисления на штатную должность. Также это хороший способ познакомиться ближе с будущим работодателем, который для себя может отметить ваш потенциал и целенаправленность.

3. Рекрутинг (Recruiting) – размещение объявлений о вакансиях в вузах. Соискатель отправляет резюме в отдел по работе с персоналом, где просматривают и помещают в базу данных. Для выпускников это не самый результативный способ попасть в брендовую компанию, так как из-за недостаточного стажа (или вообще отсутствия) работы сложно конкурировать с опытными специалистами.

4. Event-рекрутинг – комплекс мероприятий для привлечения кандидатов с помощью методов PR и рекламы. Данный метод очень популярен и действует, в основном, для найма выпускников вузов и молодых специалистов. Ключевая особенность event-рекрутинга заключается в живом выступлении, работодатель представляет себя многочисленной аудитории (ярмарки вакансий, выставки работодателей, презентации и семинары) [2, с. 55].

В результате проведённого опроса стабильность компании на рынке важна для 51 % опрошенных, а бренд компании – для 47 %, что подтверждает факт того, что с помощью HR-брендинга решается ряд основных проблем, такие как:

1. Проблема рекрутинга – проявляется в возможности привлечения большего числа кандидатов, а, следовательно, и возможность выбора более квалифицированного, целенаправленного сотрудника, который будет иметь схожие с компанией ценности и мотиваторы которого будут удовлетворены.

2. Проблема удержания персонала – HR-брендинг направлен не только на поиск потенциальных сотрудников, но и, прежде всего занимается продвижением образа компании в сознании уже работающего персонала.

Для создания внутреннего HR-бренда характерно использование следующих средств: интернет, внутренняя газета, общие еженедельные собрания, доски новостей и т. д. На сегодня же самым востребованным способом является внутренняя социальная сеть. С помощью неё можно оперативно и с интересными деталями информировать всех о новостях компании и получать обратную связь.

3. Удовлетворение амбиций HR-менеджера и руководителя, так как положительный имидж работодателя – это реальная возможность увеличения стоимости деловой репутации компании, которая имеет вполне определённую материальную выраженность [3, с. 147].

На сегодня HR-брендинг сосредотачивает в себе все аспекты работы в компании, все процессы и практики, которые должным образом формируют восприятие сотрудников и кандидатов. С помощью рекламы и PR невозможно добиться того имиджа, который предоставляет компании её сотрудники, поэтому их забота, ценность и уважение – это приоритет перед любой компанией. Конечно, инструменты внешнего воздействия могут обеспечить приток кандидатов, но суметь удержать, а тем более превратить их в лояльных, эффективных, ценящих свою компанию сотрудников они не смогут.

HR-брендинг прежде всего направлен на формирование реальной рабочей среды, а не просто представлений о ней. Тем самым поддерживается как привлечение талантов, необходимых организации для достижения своих целей, так и дальнейшее эффективное вовлечение и удержание сотрудников.

Список литературы:

1. Буковская О.И., Осовицкая Н.А. Как построить HR-бренд вашей компании. 53 способа повысить привлекательность компании-работодателя. Санкт-Петербург: Изд-во СПбУУиЭ, 2010. 183 с.
2. Караваева А. А. Ушкова А.А. Модель построения бренда работодателя // Научный журнал «Молодой ученый». 2012. № 5. с. 54-57.
3. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. Санкт-Петербург: Изд-во БХВ-Петербург, 2011. 210 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Майорова Ольга Александровна

*канд. экон. наук, доц. Набережночелнинский институт
Казанского Федерального Университета – НЧИ КФУ,
РФ, г. Набережные Челны*

Шавалеева Юлия Шамилевна

*студент, Набережночелнинский институт
Казанского Федерального Университета – НЧИ КФУ,
РФ, г. Набережные Челны*

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF BUSINESS COMMUNICATION

Olga Maiorova

*candidate of Economics, associate Professor
Naberezhnye Chelny Institute of Kazan Federal University,
Russia, Naberezhnye Chelny*

Julia Shavaleeva

*student,
Naberezhnye Chelny Institute of Kazan Federal University,
Russia, Naberezhnye Chelny*

Аннотация. Данная статья затрагивает вопросы психологии общения в деловой среде, в частности, акцентирует внимание на барьерах восприятия и эмоционального состояния собеседников. В статье подробно изложены характерные черты делового общения с точки зрения психологии и поведения человека.

Abstract. This article addresses the issues of communication psychology in the business environment, in particular, focuses attention on the barriers of perception and emotional state of the interlocutors. The article details the characteristic features of business communication from the point of view of psychology and human behavior.

Ключевые слова: деловое общение; психологические барьеры; восприятие; ролевое общение.

Keywords: business communication; psychological barriers; perception; role communication.

В эпоху глобализации и всемирной интеграции успешность предприятия напрямую зависит от способности его руководства налаживать коммуникационные связи и заключать взаимовыгодные сотрудничества. При правильном подходе к деловому общению руководители могут повышать значимость и имидж компании в глазах сотрудников, партнеров и даже мировой общественности.

Деловое общение – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели [1, с. 58]

Процесс деловых коммуникаций проходит как с членами самой организации, так и с внешними партнерами. Суть «внутреннего», или «служебного» делового общения кроется в обмене информацией между сотрудниками и их руководителями, между нижним и высшим звеном руководства. Оно выражается в деловых беседах, совещаниях, дискуссиях, телефонных звонках и переписках, в процессе которых производится анализ результатов, высказываются возражения и различные точки зрения по поводу предмета обсуждения, на основе которых совместно разрабатываются и оцениваются рабочие идеи. В данном случае, деловое общение выступает средством контроля и координации деятельности, получения обратной связи. Деловые коммуникации с внешними партнерами, как правило, в форме переговоров, встреч или телефонных звонков, позволяют организовать совместные мероприятия, обозначить круг обязанностей, закрепить ответственность и сформировать условия взаимовыгодного сотрудничества.

Следовательно, целью деловой коммуникативной связи выступает сбор информации и выработка определенного решения (мероприятия), где важным психологическим аспектом достижения данной цели выступает взаимопонимание участников деловой беседы.

Партнеры по деловому общению могут не понимать друг друга в связи с разным уровнем и направленностью профессиональной подготовки, узким видением, различиями в социальном статусе, однако немаловажным фактором, препятствующим на пути взаимопонимания собеседников, являются психологические барьеры. Сущность таких барьеров заключается в психологическом и

эмоциональном состоянии собеседника, в его индивидуальных установках и способах восприятия. Таким образом, психологическими барьерами в деловых коммуникациях являются:

1. Отрицательные эмоции партнера, выраженные в плохом настроении, гневе или раздражении. Агрессия, нежелание слушать, резкий критицизм и отрицание – одни из наиболее вероятных и явных форм проявления отрицательных эмоций. Хотя эмоции – ситуативное явление, однако, если они переполняют руководителя организации, даже пусть в скрытой форме, во время совещания или переговорного процесса, то это может привести к необдуманным решениям и необратимым последствиям. В случае возникновения такого барьера охваченный эмоциями собеседник может дать неправильную оценку ситуации, вызванную искаженным представлением о действительности.

2. Барьеры восприятия. Восприятие, или перцепция, представляет собой совокупность процессов, посредством которых формируется идеальная модель (субъективный образ) объективно существующей реальной действительности [2, с. 122]. Любое суждение или действие партнера во время делового общения проецируется в нашем подсознании с позиции наших собственных жизненных установок и опыта. Однако более глубоким восприятием является оценка внешнего вида и поведения человека. Если со стороны одного партнера второй не вызывает должного уважения или симпатии, то значит он не соответствует его ранее сформированным стереотипам, что нарушает коммуникативный процесс. Перцептивная сторона общения заключается, таким образом, в восприятии внешних признаков собеседника, в соотношении их с его личностными характеристиками, в интерпретации и прогнозировании на этой основе его поступков [2, с. 122]. Следовательно, если партнер по общению не привлекает ни своим поведением, ни внешним видом, то есть не отвечает нашим стереотипам, то все его суждения, идеи и поступки будут заведомо отрицаться или вовсе не будут восприниматься собеседником. Несмотря на то, что у каждого человека имеются собственные жизненные ориентиры, на которые он опирается в процессе общения, существуют и общие, навязанные обществом, социально-психологические механизмы (схемы) восприятия. Одним из таких социокультурных факторов является социальный статус партнера: чем выше его уровень, тем более положительный образ складывается в глазах большинства людей. Построение образа партнера по этим схемам иногда приводит к так называемым эффектам первого впечатления или систематическим ошибкам социального восприятия [1, с. 18].

Деловое общение отличается от общения в широком смысле тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения [3, с. 31]. Поэтому обмен информацией в ходе делового общения осуществляется в основном по строго определенным правилам – в рамках делового этикета. То есть деловое общение представляет собой стандартизированную процедуру, где определены схемы проведения деловых переговоров, совещаний и встреч, а также распределены роли участников коммуникативного процесса. Поэтому «типизация» делового общения связана с тем, что деловое общение – это ролевое общение. В таком общении человек лишается возможности выбирать тот или иной образ поведения, потому что все действия предопределены его социальной позицией и должны соответствовать ожиданиям участников общения. Таким образом, можно выделить психологические аспекты делового общения:

- на объективную профессиональную оценку информации во время делового общения оказывают субъективные представления и восприятия друг друга каждым отдельным участником общения;
- деловое общение будет результативным только в том случае, если влияние психологических факторов на участников – минимальны;
- это ролевое общение, которое обязывает участников держаться определенных устоев поведения.

Для эффективного делового общения характерно прежде всего достижение взаимопонимания партнеров, а также лучшее понимание ситуации и предмета общения (достижение большей определенности в понимании ситуации способствует разрешению проблем, обеспечивает достижение целей с оптимальным расходом ресурсов) [3, с. 31]. Принцип стандартизации общения в деловых коммуникациях закрепляет систему определенных ценностей, которая помогает преодолеть зависимость от субъективности и сосредоточиться на получении результата от общения, а следовательно установить скорейший контакт и взаимопонимание между участниками общения.

Однако в российской культуре эмоциональные отношения и субъективная оценка имеют высокую значимость в деловых коммуникациях, и скорее будут присущи всегда системе субординационных отношений и делового общения как психологический аспект российского менталитета.

Список литературы:

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения: учебник / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 295 с.

2. Кошечкина И.П. Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие / И.П. Кошечкина, А.А. Канке. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 304 с.
3. Сидоров П.И. Деловое общение: Учебник для вузов / П.И. Сидоров, М.Е. Путин и др.; Под ред. проф. П.И. Сидорова - 2-е изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с.

**РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС - ПРОЦЕССА
ПОСТОЯННОГО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА
КАК СПОСОБ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА
УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
В РЕГИОНЕ**

Метелева Марина Анатольевна

*соискатель,
Сибирский государственный университет путей сообщения,
РФ, г. Новосибирск, -*

**REENGINEERING OF THE BUSINESS PROCESS
OF CONSTANT QUALITY IMPROVEMENT AS A WAY
OF IMPROVING THE MANAGEMENT MECHANISM
OF INVESTMENT ACTIVITY IN THE REGION**

Marina Meteleva

*applicant, Siberian State University of Communication Ways,
Russia, Novosibirsk*

Аннотация. В статье определены «точки неэффективности» существующих механизмов управления инвестиционной деятельностью и развитием государственно - частного партнерства в субъектах РФ. Автором предложен подход к реинжинирингу механизма управления на основе бизнес - процесса постоянного повышения качества управления, определены основные принципы его организации. Сформирована модель механизма управления инвестиционными процессами на региональном уровне.

Abstract. The article defines "points of inefficiency" of existing mechanisms for managing investment activity and development of public-private partnership in the subjects of the Russian Federation. The author suggests an approach to reengineering the management mechanism based on the business process of constant improvement of the quality of management, and the basic principles of its organization are defined. The model of the mechanism of management of investment processes at the regional level is formed.

Ключевые слова: управление инвестиционной деятельностью; государственно - частное партнерство; качество управления; бизнес - процесс.

Keywords: management of investment activity; public - private partnership; quality of management, business process.

Анализ бизнес - процессов управления инвестиционной деятельностью и развитием государственно - частного партнерства (далее ГЧП) в субъектах РФ в рамках современных механизмов: стандарта деятельности региональных органов исполнительной власти по улучшению инвестиционного климата в субъектах РФ (далее инвестиционный Стандарт) и стандарта развития институциональной среды в сфере государственно - частного партнерства в субъектах РФ (далее РГЧП - стандарт) позволил выявить такие проблемы неэффективности данных инструментов как [1]:

- зоны безответственности;
- зоны пересечения ответственности;
- барьеры на пути процессов;
- дублирование ресурсов;
- отсутствие эффективного инструмента публичного отслеживания их реализации;
- недостаточно широкое представительство в экспертных советах делегатов от мультипрофильных организаций, представляющих интересы бизнеса.

Для устранения проблем неэффективности автор предлагает сформировать механизм управления рассматриваемыми процессами на основе метода постоянного повышения качества управления инфраструктурой региона.

Автором определены следующие принципы реинжиниринга существующего механизма управления инвестиционной деятельностью на основе совершенствования составляющих его бизнес - процессов (Business Process Improvement):

1. Гармоничная интеграция механизма управления инвестиционной деятельностью по формированию региональной инфраструктуры на основе ГЧП в систему стратегического прогнозирования и планирования социально - экономического развития территории.

2. Принятие в качестве теоретической основы механизма управления региональными инвестициями принципов парадигмы управления системами и процессами Эдварда Деминга. Предлагаемые им методы и управленческие технологии направлены на обеспечение баланса интересов всех заинтересованных сторон: потребителей, сотрудников, собственников, поставщиков, общества в целом, что отвечает требованиям новой экономической политики. Основой преобразований по Демингу является принцип постоянного улучшения качества известный как цикл Шухарта - Деминга, состоящий из четырех этапов управления качеством PDCA/PDSA [2]:

- план (Plan) - планирование;
- выполнение (Do) - выполнение работ;
- контроль (Check / Study) - проверка результатов/изучение;
- действие (Action) - корректирующие действия.

3. Главенствующее положение в механизме управления инвестиционной деятельностью по созданию региональной инфраструктуры на основе проектов ГЧП бизнес - процесса постоянного совершенствования и контроля качества управления.

4. Повышение эффективности диалога между субъектами региональной системы государственного управления.

На основании вышеприведенных принципов формирования механизма управления инвестиционной деятельностью и развитием ГЧП в субъекте РФ автором разработана процессная модель постоянного повышения качества управления инвестиционной деятельностью и развитием ГЧП в субъекте РФ, которая представлена на рисунке 1.

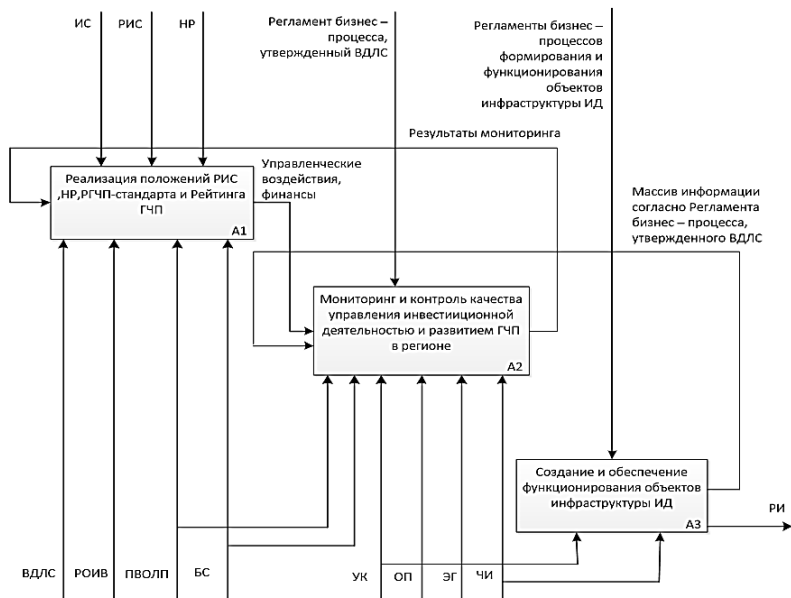


Рисунок 1. Бизнес - процесс «as to be» управления инвестиционной деятельностью и развитием ГЧП в субъекте РФ на основе постоянного мониторинга и контроля качества управления

В данной модели использованы следующие обозначения субъектов управления, реализующих региональные регламенты, регулирующих документов и «входов – выходов» процессов: РИС – стандарт деятельности региональных органов исполнительной власти по формированию благоприятного инвестиционного климата в регионе; НР – методика Национального рейтинга оценки состояния инвестиционного климата в субъектах РФ; ИС – инвестиционная стратегия; РОИВ – региональные органы исполнительной власти; БС – бизнес-сообщество; ВДЛС – высшее должностное лицо субъекта РФ; ОП – объединения предпринимателей; ОМС – органы муниципального самоуправления; ПВОЛП – проектный офис по внедрению лучших практик Национального рейтинга инвестиционного климата в субъектах РФ (представители РОИВ, эксперты, представители ОП, ОМС, ПО); ПО – публичные организации; ЧИ – частные инвесторы; ЭГ – Экспертная группа (представители РОИВ, эксперты, представители ОП, ОМС, ПО); РИ – региональная инфраструктура.

Основными инструментами предлагаемого механизма управления инвестиционной деятельностью и развитием ГЧП в субъекте РФ, является оценка качества деятельности субъектов региональной системы государственного управления. Данные показатели являются элементом модели информационно - коммуникационной площадки и основой формирования информационной картины текущей активности субъектов управления, а также формирования стратегических планов развития инфраструктуры в регионе.

Список литературы:

1. Метелева М.А. Механизмы управления государственно - частным партнерством в инвестиционной политике формирования инфраструктуры региона: пути оптимизации и развития / М.А. Метелева, В.А. Рубан / Вестник ВСГУТУ. – 2017. - № 1 (64). – С. 117-124.
2. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Эдвардс Деминг; Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина БизнесБукс, 2009. – 419 с.

4. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

ВЫЧИСЛИМАЯ ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ АНАЛИЗА И ОПТИМИЗАЦИИ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ БАНКОВСКОГО ОТДЕЛА

Беляева Марина Борисовна

*канд. физ.-мат. наук, доц., Стерлитамакский филиал
Башкирский государственный университет,
РФ, г. Стерлитамак*

Аязгулова Гузель Фаиловна

*студент, Стерлитамакский филиал
Башкирский государственный университет,
РФ, г. Стерлитамак*

COMPUTABLE SIMULATION MODEL FOR ANALYSIS AND OPTIMIZATION OF CASH FLOWS OF THE BANKING DEPARTMENT

Marina Belyaeva

*candidate physical and mathematical sciences, associate professor,
Sterlitamak Branch of Bashkir State University,
Russia, Sterlitamak*

Guzel Ayazgulova

*student, Bashkir state University Sterlitamak branch,
Russia, Sterlitamak*

Аннотация. Разработка и реализация вычислимой имитационной модели анализа и оптимизации денежных потоков банковской системы на примере деятельности отделения коммерческого банка.

Abstract. the development and implementation of a computable simulation model for analysis and optimization of cash flows of the banking system on the example of the branch of the commercial Bank.

Ключевые слова: денежные потоки; имитационная модель; дискретно–событийная модель; система массового обслуживания; максимальная длина очереди; кредитный инспектор.

Keywords: cash flows; simulation model; discrete - event model; queuing system; maximum queue length; credit inspector.

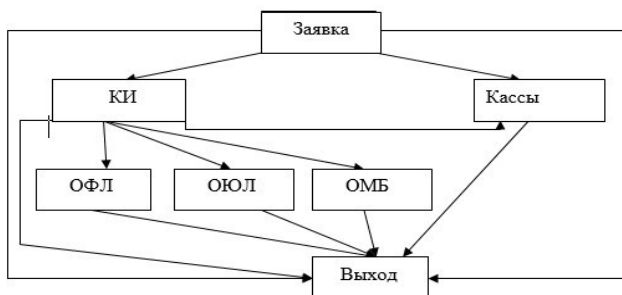
Одной из первостепенных задач, стоящих перед каждой банковской структурой, является ее постоянная адаптация к изменениям внешней среды, проявляющаяся в управлении кредитной и депозитной политиками, оптимизации филиальной сети и т. д.

Отделение коммерческого банка (ОКБ) является динамичной социотехнической системой, трансформирующейся с целью перехода в очередное устойчивое и управляемое состояние. Непрерывная оптимизация бизнес-процессов, обусловленная конкуренцией между банками и чувствительная к множеству случайных факторов, позволяет отнести ОКБ в разряд сложных, вероятностных и саморегулирующихся систем.

Сложность ОКБ как объекта моделирования приводит к тому, что процесс создания адекватной и пригодной к использованию имитационной модели становится многоуровневым, многоступенчатым и циклическим, во многом определяется разветвленностью и иерархичностью организационной структуры банка, стохастичностью внешних возмущений. [1]

Структуру ОКБ можно рассматривать как систему двух взаимодополняющих подсистем– это операционный зал и отдел кредитования.

На рисунке 1 представлен общий процесс функционирования системы:



КИ- Кредитный инспектор; ОФЛ-Отдел кредитования физических лиц; ОЮЛ- Отдел по работе с юридическими лицами; ОМБ – Отдел Малого Бизнеса. [2]

Рисунок 1. Процесс функционирования системы

Результатом работы должно стать некоторое управленческое решение по оптимизации работы отделения Банка.

Основные параметры, характеризующие качество функционирования системы представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Параметры функционирования системы

Показатель	Формула	Обозначение
Вероятность отказа или средняя доля заявок, оставшихся не обслуженными	$p^1 = \frac{N_{12}(t_k)}{N_1(t_k)}$ $p^2 = \frac{N_{22}(t_k)}{N_2(t_k)}$	p^1 – вероятность отказа обслуживания в кассе; $N_{12}(t_k)$ – число людей, покинувших ОКБ не дождавшись очереди в кассу; $N_1(t_k)$ – число людей, обратившихся за услугой в кассу. p^2 – вероятность отказа обслуживания у КИ; $N_{22}(t_k)$ – число людей, покинувших ОКБ не дождавшись очереди к КИ; $N_2(t_k)$ – число людей, обратившихся за услугой к КИ.
Коэффициент простоя обслуживаемого объекта – отношение средней длины очереди к наибольшему числу требований, находящихся одновременно в обслуживающей системе	$k_1^1 = \frac{l_{\text{сред}}^1}{\max\{l_i^1\}}$ $k_1^2 = \frac{l_{\text{сред}}^2}{\max\{l_i^2\}}$	k_1^1 – коэффициент простоя обслуживаемого объекта в кассу; $l_{\text{сред}}^1$ – средняя длина очереди в кассу; $\max\{l_i^1\}$ – наибольшее число требований, находящихся одновременно в обслуживающей системе. k_1^2 – коэффициент простоя обслуживаемого объекта к КИ; $l_{\text{сред}}^2$ – средняя длина очереди к КИ; $\max\{l_i^2\}$ – наибольшее число требований, находящихся одновременно в обслуживающей системе.

Коэффициент простоя обслуживаемого канала – отношение среднего числа незанятых обслуживающих каналов к их общему числу	$k_2 = \frac{\sum_{k=0}^n P_k(n-k)}{n},$ $P_k = \frac{k}{n}$	k_2 – коэффициент простоя кассы; P_k – вероятность, что в системе находится k заявок одновременно; k – количество заявок, находящихся одновременно в системе; n – количество обслуживающих каналов, т. е. число касс.
--	--	--

Имитационная модель функционирования ОКБ была реализована средствами основной библиотеки среды имитационного моделирования AnyLogic и представлена на рисунке 2.

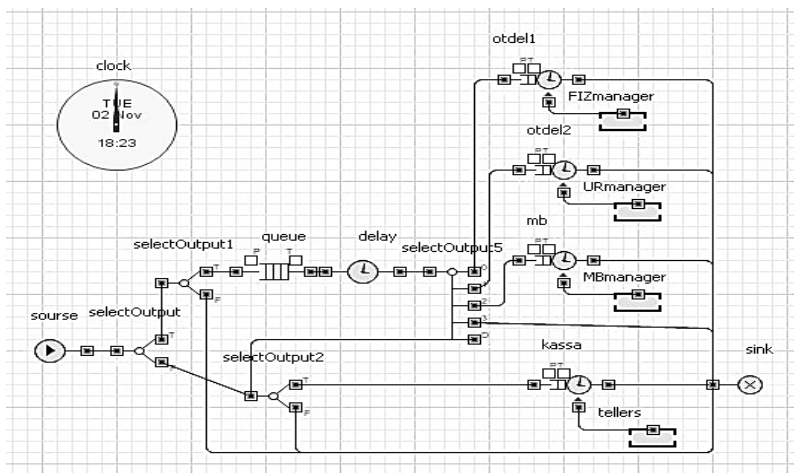


Рисунок 2. Моделирование деятельности Банка

С помощью имитационной модели можно проанализировать и оптимизировать следующие показатели:

- денежная масса по выданным кредитам и собранным платежам;
- величина возможной, но не собранной денежной массы в кассе и кредитном отделе от не обслуженных клиентов;
- максимальная и средняя длина очереди в операционном и кредитном отделе;

- количество обслуженных и не обслуженных клиентов в операционном и в кредитном отделе;
- вероятность отказа в обслуживании;
- коэффициент простоя обслуживаемого канала и объекта;
- среднее время обслуживания, нахождение и ожидания клиента;
- «узкие места» работы ОКБ;
- а также оптимизировать такие параметры как:
- количество обслуживающих касс, кредитных инспекторов;
- график работы сотрудников ОКБ.

С использованием построенной модели была проведена серия экспериментов с целью оптимизации структуры операционного отдела ОКБ, и как следствие улучшение финансово-экономических показателей предприятия.

Калибровка модели была выполнена на фактических данных работы отделения № 4201 Банка ОАО «УРАЛСИБ» г. Стерлитамак.

Эксперимент 1. Результаты вычислительного эксперимента по оптимизации количества обслуживающих аппаратов в предположении стационарного входного потока приведены в таблице 2.

Таблица 2.

Исходные данные модели

Обозначение	Параметр	Значение параметра
intensEnter	Интенсивность прибытия заявок в систему	0,6
M	Среднее время обслуживания кредитного инспектора	15
sigma	Среднеквадратическое отклонение обслуживания кредитного инспектора	0,3
M1	Среднее время обслуживания в кассе	6
sigma1	Среднеквадратическое отклонение обслуживания в кассе	3,5
M2	Среднее время обслуживания в Отделе кредитования физических лиц	7
sigma2	Среднеквадратическое отклонение обслуживания в Отделе кредитования физических лиц	1,5
M3	Среднее время обслуживания в Отделе по работе с юридическими лицами	6
sigma3	Среднеквадратическое отклонение обслуживания в Отделе по работе с юридическими лицами	0,3

M4	Среднее время обслуживания в Отделе Малого Бизнеса	5
sigma4	Среднеквадратическое отклонение обслуживания в Отделе Малого Бизнеса	0,3
p1	Вероятность, что Клиент обратится в кассу	0,906
p2	Вероятность, что Клиент обратится к кредитному инспектору	0,093
p3	Вероятность, что заявка Клиента поступит в Отдел кредитования физических лиц	0,528
p4	Вероятность, что заявка Клиента поступит в Отдел по работе с юридическими лицами	0,097
p5	Вероятность, что заявка Клиента поступит в Отдел Малого Бизнеса	0,043
p6	Вероятность, что заявка Клиента поступит от кредитного инспектора в кассу	0,094
p7	Вероятность, что заявка Клиента отклонена на уровне кредитного инспектора	0,263
b1	Вместимость очереди к кредитному инспектору	15
b2	Вместимость очереди в кассы	50
N	Количество касс	4
N2	Количество менеджеров в Отделе кредитования физических лиц	10
N3	Количество менеджеров в Отделе по работе с юридическими лицами	5
N4	Количество менеджеров в Отделе Малого Бизнеса	10
v1	Время обработки заявки кредитным инспектором (M-sigma,M+sigma)	(9,7;10,3)
v2	Время обработки заявки в кассе (M1-sigma1,M1+sigma1)	(2,5;9,5)
v3	Время обработки заявки в Отделе кредитования физических лиц (M2-sigma2,M2+sigma2)	(5,5;8,5)
v4	Время обработки заявки в Отделе по работе с юридическими лицами (M3-sigma3,M3+sigma3)	(5,7;6,3)
v5	Время обработки заявки в Отделе Малого Бизнеса (M4-sigma4,M4+sigma4)	(4,7;5,3)

Вычислительные эксперименты функционирования ОКБ проводились в условиях стационарных и нестационарных входных потоков в предположении работы 2-4 касс. Характеристики входного потока: стационарный; интенсивность потока 0.6; время-720 минут модельного времени. В таблице 3 представим результаты эксперимента 1.

Таблица 3.

Результаты эксперимента 1

Параметр	Количество касс		
	4	3	2
Кассы	4	3	2
Максимальная длина очереди на кассе	4	21	50
Средняя длина очереди на кассе	0,31	7,27	33,85
Общее количество клиентов, обратившихся в кассы	430	427	432
Количество обслуженных клиентов	430	427	384
Количество не обслуженных клиентов	0	0	48
Величина денежной массы в кассе	765 073	768 408	682 010
Величина возможной, но не собранной денежной массы в кассе	0	0	78 863
Среднее время обслуживания	6	6	6
Среднее время ожидания обслуживания в одну кассу	0,46	14,57	101,5
Время нахождения в системе	6,5	20,57	107,5
Вероятность отказа обслуживания заявки в кассе	0	0	0,11
Коэффициент простоя обслуживаемого объекта	0,078	0,346	0,677
Коэффициент простоя касс	0,58	0,047	0,017
Коэффициент загрузки	0,42	0,95	0,983

Графическая интерпретация результатов эксперимента 1 представлена на рисунках 3-6:

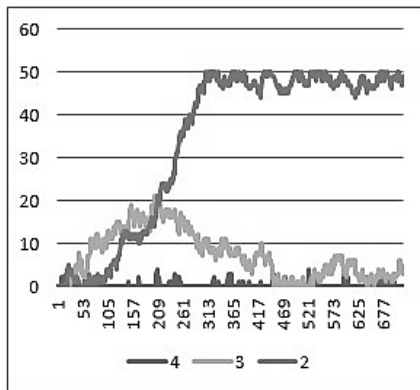


Рисунок 3. Длина очереди в кассе

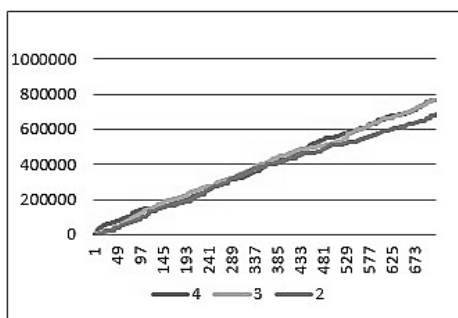


Рисунок 4. Величина денежной массы

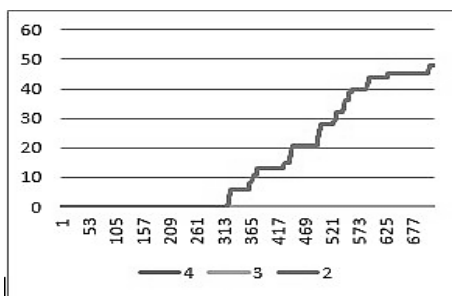


Рисунок 5. Количество клиентов, отказавшихся от обслуживания в кассах

Анализируя графики, величина денежной массы равномерно растет на протяжении всего дня, и на конец работы величина денежной массы равна 765 073 рубля, в случае работы 4 касс; 768 408 рублей, в случае работы 3 касс; 682 010 рублей, в случае работы 2 касс.

При выборе второго режима работы операционного отдела экономия по выплате зарплаты составляет 15 000 рублей в месяц, или 180 000 рублей в год. При выборе третьего режима работы операционного отдела экономия по выплате зарплаты составляет 30 000 рублей в месяц, или 360 000 рублей в год.

Таким образом, наибольший экономический эффект 360 000 рублей в год составляет при выборе режима работы 3 касс.

На практике, как правило, входной поток клиентов не является стационарным, т. е. его интенсивность меняется в течение дня. Учитывая это, проведем серию вычислительных экспериментов с переменной нагрузкой на обслуживающие каналы. [3]

Эксперимент 2. Оптимизация графика обслуживания клиентов в предположении нестационарного входного потока при работе 3 касс. Результаты эксперимента 2 представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Результаты эксперимента 2

Параметр	Интенсивность входного потока		
	0,5	0,7	0,8
Максимальная /сред. длина очереди на кассе, [чел]	8 / 1,52	45 / 24,6	50 / 28,7
Максимальная /сред. длина очереди к КИ, [чел]	4 / 0,67	12 / 6,4	15 / 7,6
Количество обслуженных / не обслуженных клиентов в кассе, [чел]	324 / 0	453 / 0	511 / 7
Количество обслуженных / не обслуженных клиентов у КИ, [чел]	36 / 0	51 / 0	56 / 2
Величина собранной / не собранной денежной массы в кассе, [тыс.руб]	708/0	964/0	952/11
Величина собранной / не собранной денежной массы у КИ, [тыс.руб]	7 284/0	13 706/0	13667/317
Будущая стоимость кредитов [тыс.руб]	9909	18645	18592
Среднее время обслуживания, [мин]	6	6	6

Сред. время ожидания обслуживания в 1 кассу, [мин]	3,04	49,2	57
Время нахождения в системе, [мин]	9,04	55,2	63
Вероятность отказа обслуживания в кассе	0	0	0,013
Коэффициент простоя касс	0,069	0,0057	0,007
Коэффициент загрузки	0,93	0,995	0,993

Максимальная длина очереди в кассы равна 50 человек или среднее длина очереди в одну кассу не превосходит 15 – 25 человек. Максимальная длина очереди к КИ равна 15 человек.

Графическая интерпретация результатов эксперимента 2 представлена на рисунках 6-9.

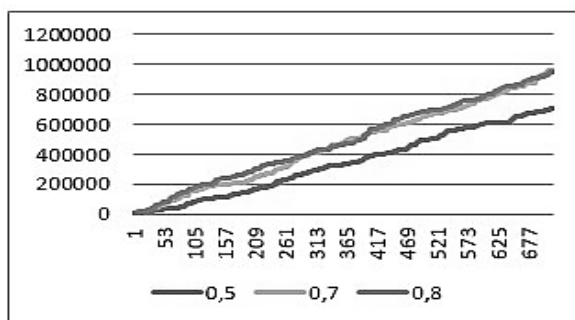


Рисунок 6. Величина денежной массы

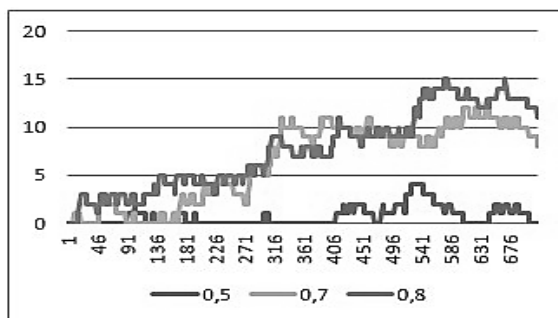


Рисунок 7. Длина очереди в КИ в кассах

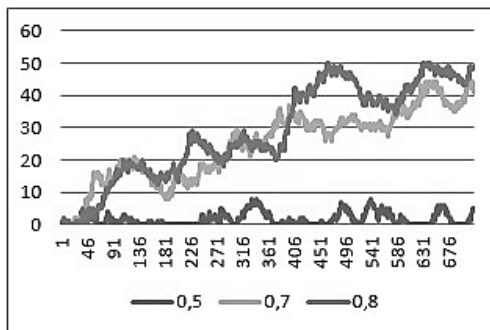


Рисунок 8. Длина очереди в кассы

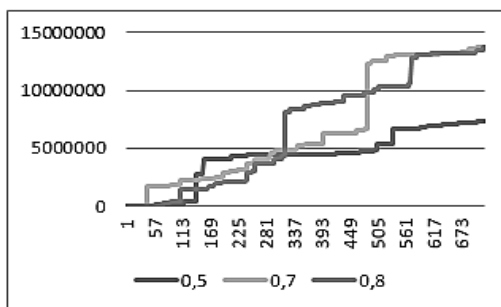


Рисунок 9. Величина денежной массы к КИ

В первой и второй ситуациях вероятность отказа по заявке равна нулю. В третьей ситуации 13 % заявок остаются не обслуженными. Коэффициент простоя касс в первой ситуации равен 0,069, а значит, 49 минут кассы простаивали. Во второй и третьей ситуации, кассы простаивали около 5 минут за весь рабочий день. Во всех трех ситуациях, коэффициент загрузки близок к 1, следовательно, работа касс идет непрерывно и равномерно.

Таким образом, для моделирования различных финансовых ситуаций можно применять современные методы и инструменты, снижающие временные и финансовые затраты, одним из которых является метод имитационного моделирования. Имитационная модель дает возможность проверить различные идеи, гипотезы и предположения относительно развития бизнеса, проанализировать последствия их реализации

Список литературы:

1. Аристов С.А. Имитационное моделирование экономических процессов: Учебное пособие. - Екатеринбург: Изд-во УГЭУ, 2004. – 121 с.
2. Емельянов А.А. и др. Имитационное моделирование экономических процессов: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
3. Карпов Ю. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование в AnyLogic 5. – Спб.: БХВ-Петербург, 2005. – 400 с.

**ПОСТРОЕНИЕ КРЕДИТНОГО РЕЙТИНГА НА ОСНОВЕ
ВЗВЕШЕННЫХ ОЦЕНОК ДЛЯ КОМПАНИЙ
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО СЕКТОРА**

Смирнова Ирина Витальевна

*ст. преподаватель, Высшая школа экономики и управления
Южно-Уральского государственного университета,
РФ, г. Челябинск*

Смирнова Екатерина Сергеевна

*студент, Высшая школа экономики и управления
Южно-Уральского государственного университета,
РФ, г. Челябинск*

**BUILDING A CREDIT RATING BASED ON THE
WEIGHTED EVALUATIONS FOR THE COMPANIES
OF THE METALLURGICAL SECTOR**

Irina Smirnova

*Higher school of Economics and management,
South Ural state University,
Russia, Chelyabinsk*

Ekaterina Smirnova

*student of the higher school of Economics and management,
South Ural state University,
Russia, Chelyabinsk*

Аннотация. Проведено исследование рейтинговых агентств и аналитических компаний, специализирующихся на составлении рейтинга \ рэнкинга металлургических компаний в России. Выявлено, что компании, находящиеся в пятерке лидеров по соответствующему показателю в рейтинге не обязательно имеют высокую взвешенную оценку. Методика взвешенной оценки дает возможность не только количественно оценить местонахождение компании в рейтингах, но и качественно проанализировать ее значимость с точки зрения инвестиционной привлекательности для инвестора.

Abstract. In the article the research was conducted by rating agencies and analyst firms that specialize in the preparation of rating / ranking steel companies in Russia. It was revealed that the company does not necessarily have high a balanced assessment in the top five on the indicator in the ranking. The technique of the weighed estimate gives the chance to estimate location of the company in rating and to analyze its importance qualitatively from the point of view of an investment attractive for the investor.

Ключевые слова: рейтинг; рэнкинг; металлургия; взвешенная оценка

Keywords: rating; ranking; metallurgy; weighted estimate

В современной практике инвестиционного анализа привлекательности финансовых инструментов используют различные системы рейтинговых оценок. Среди факторов, которые инвесторы принимают во внимание при принятии решения об инвестировании, в последние годы особое значение приобрела оценка состояния корпоративного управления предприятия, выступающего потенциальным объектом инвестиций. Рассматривая вопрос о покупке финансового инструмента, инвестор может проверить, отвечает ли кредитный рейтинг эмитента уровню допустимого кредитного риска. С другой стороны кредитные рейтинги оказывают помощь фирмам в мобилизации денежных средств на различные исследования или расширение деятельности.

Кредитный рейтинг эмитента – это оценка общей способности и готовности эмитента выполнять свои финансовые обязательства полностью и в срок, который присваивается компании рейтинговым агентством. На сегодняшний день составлением рейтингов занимаются специализированные рейтинговые агентства, получившие лицензию Банка России на указанный вид деятельности. К данным компаниям относятся Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство (АКРА АО),

Акционерное общество «Рейтинговое агентство «Эксперт РА» (АО «Эксперт РА») [9].

Кредитные рейтинги являются отражением мнения аналитиков, специалистов отрасли об относительном уровне кредитного риска. В качестве источников информации для анализа качества корпоративного управления и присвоения рейтинга используются документы, находящиеся в открытом доступе (финансовая отчетность компании), интернет-сайт компании, информационные сообщения о компании, результаты интервью с членами совета директоров, топ-менеджментом и ключевыми сотрудниками компании [3]. Учитываются также условия выпуска долгового обязательства и наличие внешней поддержки эмитента – гарантии, страховые полисы, обеспечение (залог). Для составления рейтингов рассчитываются различные коэффициенты (ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности), которым присваивается удельный вес, позволяющий учесть степень воздействия анализируемых параметров на уровень кредитоспособности компаний [4]. Помимо корпоративной информации, рейтинговые агентства оценивают ожидаемые подъемы и падения деловой конъюнктуры, способные отразиться на кредитоспособности данной компании.

Инвесторам на рынке ценных бумаг следует помнить несколько важных правил: кредитные рейтинги не являются советами или рекомендациями по приобретению, хранению или продаже финансовых инструментов, не являются индикаторами рыночной ликвидности ценой бумаги, а также не гарантируют «кредитного качества» бумаги и не предсказывают будущего кредитного риска. Кредитный рейтинг всего лишь один из факторов, который инвестор может учитывать, принимая решение по инвестированию.

Аналитические агентства, проводя процедуру оценивания компаний, называют данную процедуру рейтингами. Надо сказать, что аналитики, мягко говоря, лукавят, т. к. выстраивание предприятий по какому-либо признаку носит название рэнкинга. Рэнкинг – это перечень любых объектов, который можно упорядочить по любому их ранжирующих показателей. Сортировка списка проводится по числовому показателю, имеющему экономический смысл для объектов, помещенных в список. Рэнкинг определяет порядковый номер объекта в отсортированном списке. В отличие от рейтинга, это не зафиксированная форма, а база данных для получения всех интересующих вариантов ранжирований исходного списка.

Рэнкинги в отличие от рейтингов дают меньше возможностей для ошибки, так как при построении рэнкинга сравнивают конкретные

статистические данные, а для получения рейтинга оценивают совокупность показателей и дают экспертное заключение. Рэнкинги могут присваивать аналитические компании, специализирующиеся на поиске информации о предприятиях различных сфер деятельности. Для составления рэнкинга лицензия ЦБ РФ не требуется.

В качестве объекта исследования выбраны компании металлургического сектора Российской Федерации. Это связано в первую очередь с тем, что продукция российской металлургии вносит значительный вклад в мировое производство и рынок черных и цветных металлов. Российская металлургия, в силу геоэкономических факторов объединяющая промышленное производство цветных, черных, драгоценных и редких металлов, находится в зоне внимания крупных отечественных и зарубежных инвесторов. Проведение структурных и технологических преобразований в отрасли, повышение внутреннего спроса вкуче с благоприятной внешнеэкономической конъюнктурой обуславливают высокий прирост инвестиций в отрасль. По данным отраслевого отчета Национального рейтингового агентства [3] за 2014 год доля цветной и черной металлургии в ВВП составила 2,3 % и 1,4 %, доля в промышленном производстве – 3,8 % и 8 %, доля в экспорте – 3,6 % и 6 % соответственно.

Согласно Стратегии развития черной и цветной металлургии до 2030 года [2] для обеспечения конкурентоспособности в долгосрочной перспективе необходимо дальнейшее повышение технического уровня производства, внедрение новых инновационных технологических процессов. А для достижения поставленных целей металлургическим компаниям необходимы инвестиции, обеспечивающие капитализацию предприятий на долгосрочную перспективу.

Проведенный анализ отечественных рейтинговых агентств выявил компании и специализированные сайты, присваивающие рейтинги предприятиям металлургического сектора. Результаты исследования систематизированы и представлены в таблице 1.

Таблица 1.
Ранжирование компаний металлургического сектора по рейтингам и рейтинговым агентствам за 2015 год

Компании	По капитализации, млрд. руб. [6]	По объему реализации RAEX-600 [11]	По объему реализации продукции [10]	По прибыли EBITDA, млн. руб. [10]	ТОП-100 млн. тонн [12]	По производству стали, млн. тонн [7]	Крупнейшие компании России [5]	По производительности труда [8]	По финансовому состоянию [4]
ПАО «ГМК «Норильский никель»	5 место	18 место	17 место	118753		–	18 место	169 место	–
ОК «РУСАЛ», объединенная компания	11 место	19 место	20 место	5648		–	23 место	92 место	–
АК «АЛРОСА»	15 место	52 место	42 место	-7797		–	45 место	–	–
ПАО «Северсталь»	16 место	27 место	25 место	46129	27 место	4 место	28 место	122 место	9 место
ПАО «НЛМК»	18 место	22 место	18 место	68025	21 место	1 место	21 место	65 место	1 место
Polymetal International plc	25 место	123 место	140 место	-5297	–	–	138 место	82 место	–
ЕВРАЗ	26 место	18 место	15 место	-41 649	22 место	2 место	15 место	172 место	2 место
ПАО «Полюс»	29 место	83 место	107 место	-13227	–	–	108 место	130 место	–
ПАО Корпорация «ВСМПО-АВИСМА»	41 место	139 место	160 место	н.д.	–	–	144 место	327 место	–

Таблица 1. (Окончание)

Компании	По капита- лизации, млрд. руб. [6]	По объему реализации РАЕХ-600 [11]	По объему реализации продукции [10]	По прибыли ЕВИТДА, млн. руб. [10]	ТОП-100 млн. тонн [12]	По производству стали, млн. тонн [7]	Крупнейшие компании России [5]	По производи- тельности труда [8]	По финансовому состоянию [4]
ОАО «ММК»	39 место	30 место	29 место	-4290	30 место	3 место	34 место	41 место	4 место
ПАО «Трубная металлургическая компания»	59 место	48 место	38 место	-7737	-	7 место	40 место	179 место	7 место
ПАО «ЧТПЗ»	83 место	75 место	70 место	-767	-	-	73 место	35 место	6 место
ПАО «Алшнский металлургический завод»	-	554 место	-	-	-	-	486 место	277 место	-
ПАО «Метел»	-	45 место	35 место	91217	72 место	6 место	38 место	-	10 место
ПАО «Металло- инвест»	-	41 место	36 место	2470	67 место	5 место	39 место	270 место	3 место
АО «Объединённая металлургическая компания»	-	69 место	69 место	н.д.	-	-	72 место	158 место	5 место

*Составлено по личным разработкам автора информации аналитических сайтов

В настоящее время инвесторы достаточно часто прибегают к информации, разрабатываемой рейтинговыми агентствами и специализированными сайтами, на основании которой предприятия ранжируются по какому-либо показателю (критерию).

Так, по данным рейтингового агентства «РиаРейтинг», в пятерку лучших компаний металлургического сектора по капитализации вошли ПАО «ГМК «Норильский никель», ОК «РУСАЛ», АК «АЛРОСА», ПАО «Северсталь», ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» (ПАО «НЛМК»). Капитализация представляет собой рыночную стоимость компании, складывающуюся из ежегодно получаемой прибыли, основного и оборотного капитала, а также рыночной стоимости её ценных бумаг [6]. Капитализация позволяет увеличить добавочную стоимость предприятия за счет собственных источников финансирования, в результате чего увеличивается размер собственных средств публичного (акционерного) общества.

По мнению одного из самых влиятельных деловых аналитических изданий России журнала «Эксперт», а также рейтингового агентства «Эксперт РА» в пятерке лучших компаний металлургического сектора по объему реализации продукции находятся: ЕВРАЗ, ПАО «ГМК «Норильский никель», ПАО «НЛМК», ОК «РУСАЛ», ПАО «Северсталь». Объем реализации продукции является показателем выручки компании от реализации продукции, выполненных работ или услуг (за вычетом НДС) из отчета о финансовых результатах компании [10, 11].

Результат основной деятельности компании отражает EBITDA, являющийся операционной прибылью до вычета из нее процентов и налогов. Журнал «Эксперт» предоставил данные, согласно которым положительной прибылью EBITDA обладают следующие предприятия ПАО «ГМК «Норильский никель», ПАО «Мечел», ПАО «НЛМК», ПАО «Северсталь», ПАО «РУСАЛ» [10]. Отрицательная прибыль EBITDA свидетельствует об убыточности операционной деятельности.

По версии сайта Total-Rating.ru в рейтинг крупнейших металлургических и добывающих компаний вошли все предприятия, входящие по совокупным данным в 2000 крупнейших компаний мира. ТОП-100 лучших мировых металлургических компаний представлены шестью отечественными предприятиями – ПАО «НЛМК, ЕВРАЗ, ПАО «Северсталь», ОАО «ММК», ПАО «Металлоинвест», ПАО «Мечел» [12]. В Рейтинг основан на ранжировании по четырем показателям, таким как – объем продаж, размер прибыли, стоимость активов, рыночная стоимость.

Пятерка лучших металлургических компаний России по производству стали, по данным сайта ТореадорСталь, состоит из ПАО «НЛМК», ЕВРАЗ, ОАО «ММК», ПАО «Северсталь», ПАО «Металлоинвест» [7].

Деловая газета РБК, специализирующаяся на анализе ситуации в различных отраслях российской экономики, составила рейтинг лидеров российского бизнеса, в который вошли крупнейшие компании металлургического сектора, а именно ЕВРАЗ, ПАО «ГМК «Норильский никель», ПАО «НЛМК», ОК «РУСАЛ», ПАО «Северсталь» [5]. Рейтинг РБК составлен по показателю – объем продаж.

По итогам первой Всероссийской премии «Производительность труда: Лидеры промышленности России-2015», организованной Российским центром производительности, лидерами по производительности труда в металлургии стали: ПАО «ЧТПЗ», ОАО «ММК», ПАО «НЛМК», Polymetal International plc, ОК «РУСАЛ», Производительность труда является важнейшим показателем, характеризующим эффективность затрат труда в процессе производства как отдельного работника, так и коллектива предприятия в целом [8].

По данным автономной некоммерческой организации «Независимая финансовая экспертиза» по усредненным итогам финансового состояния за весь анализируемый период времени (2009 – 2015 г.) в пятерку лучших компаний металлургической отрасли вошли: ПАО «НЛМК», ЕВРАЗ, ПАО «Металлоинвест», ОАО «ММК», АО «ОМК» [4].

Пять лучших компаний, по данным аналитических агентств, представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Рейтинг лидирующих компаний металлургического сектора РФ

Компании	По капитализации, млрд. руб. [6]	По объему реализации RAEX-600 [11]	По объему реализации продукции [10]	По прибыли EBITDA, млн. руб. [10]	ТОП-100, млн. тонн [12]	По производству стали, млн. тонн [7]	Крупнейшие компании России [5]	По производительности труда [8]	По финансовому состоянию [4]
ПАО «ГМК «Норильский никель»	1 место	3 место	2 место	1 место	-	-	2 место	-	-
ОК «РУСАЛ», объединенная компания	2 место	2 место	4 место	5 место	-	-	4 место	5 место	-
АК «АЛРОСА»	3 место	-	-	-	-	-	-	-	-
ПАО «Северсталь»	4 место	5 место	5 место	4 место	3 место	4 место	5 место	-	-
ОАО «НЛМК»	5 место	4 место	3 место	3 место	1 место	1 место	3 место	3 место	1 место
Polymetal International plc	-	-	-	-	-	-	-	4 место	-
ЕВРАЗ	-	1 место	1 место	-	2 место	2 место	1 место	-	2 место
ОАО «ММК»	-	-	-	-	4 место	3 место	-	2 место	4 место
ПАО «ЧТПЗ»	-	-	-	-	-	-	-	1 место	-
ПАО «Мечел»	-	-	-	2 место	-	-	-	-	-
ОАО «Металлоинвест»	-	-	-	-	5 место	5 место	-	-	3 место
АО ОМК	-	-	-	-	-	-	-	-	5 место

По результатам проведенного исследования выявлены компании, занимающие максимальное количество лидирующих позиций по показателям, указанным в таблице 2. К ним относятся ПАО «НЛМК», ПАО «Северсталь». Рейтинговые агентства присваивали этим компаниям с 1 по 5 место по различным номинациям. Компании ОК «РУСАЛ» и ЕВРАЗ занимают шесть лидирующих позиций. По пяти показателям рейтинговыми агентствами оценено ПАО «ГМК «Норильский никель»» и четыре лидирующие позиции у ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат». Это свидетельствует о высокой оценке рейтинговыми агентствами указанных компаний, а следовательно, и о высоком уровне кредитоспособности и инвестиционной привлекательности для инвестора.

Компания АЛРОСА, имеющая третье место в рэнкинге капитализации, больше не занимает ни одной лидирующей позиции, следовательно, рассматривать ее в качестве объекта исследования нецелесообразно. То же самое можно сказать и о компаниях Polymetal International plc, ПАО «Челябинский металлургический завод» и ПАО «Мечел».

Для составления рейтинга необходимо определиться с баллами и весами исследуемых показателей. Каждому показателю присваивается критическое (максимальное или минимальное) значение. Баллы присваиваются исходя из следующего предположения: за первое место в рейтинге начисляется 5 баллов, за второе – четыре балла, за третье – три балла, и так далее. Таким образом, компания, имеющая самый высокий статус в рэнкинге рейтинговых компаний, получит наибольшее количество баллов (таблица 3).

Таблица 3.

Места (баллы), полученные по итогам анализа

Рейтинги	ПАО ГМК Норильский никель	ОК «РУСАЛ»	ПАО «Северсталь»	ПАО «НЛМК»	ЕВРАЗ	ОАО «ММК»	ПАО «Металлоинвест»
по капитализации, млрд. руб. [6]	1 место (5 баллов)	2 место (4 балла)	4 место (2 балла)	5 место (1 балл)	-	-	-
по объему реализации RAEX-600 [11]	3 место (3 балла)	2 место (4 балла)	5 место (1 балл)	4 место (2 балла)	1 место (5 баллов)	-	-
по объему реализации продукции [10]	2 место (4 балла)	4 место (2 балла)	5 место (1 балл)	3 место (3 балла)	1 место (5 баллов)	-	-
по прибыли EBITDA, млн. руб. [10]	1 место (5 баллов)	5 место (1 балл)	4 место (2 балла)	3 место (3 балла)	-	-	-
ТОП-100 млн. тонн [12]	-	-	3 место (3 балла)	1 место (5 баллов)	2 место (4 балла)	4 место (2 балла)	5 место (1 балл)
по производству стали, млн. тонн [7]	-	-	4 место (2 балла)	1 место (5 баллов)	2 место (4 балла)	3 место (3 балла)	5 место (1 балл)
крупнейшие компании России [5]	2 место (4 балла)	4 место (2 балла)	5 место (1 балл)	3 место (3 балла)	1 место (5 баллов)	-	-
по производительности груза [8]	-	5 место (1 балл)	-	3 место (3 балла)	-	2 место (4 балла)	-
по финансовому состоянию [4]	-	-	-	1 место (5 баллов)	2 место (4 балла)	4 место (2 балла)	3 место (3 балла)

Составлено по материалам сайтов рейтинговых агентств и личных разработок автора

Далее с помощью различных методов (в том числе экспертных оценок) определяется вес каждого показателя и вычисляется взвешенная оценка. Сумма взвешенных бальных оценок представляет собой оценку предприятия с точки зрения инвестирования. Присвоение веса показателя может быть осуществлено двумя методами [1]:

- пропорционально доле в результирующем показателе, если выстроена факторная модель результирующего показателя и факторы рассматриваются как критерии оценки;

- экспертно, если взаимосвязи показателей оценки количественно не установлены. В случае, когда выбранные для оценки показатели признаны равнозначными, вес i -го показателя (B_i) рассчитывается как деление балла по каждому показателю на сумму баллов (формула 1).

$$B_i = \frac{b_i}{\sum b} \quad (1)$$

где: b_i – балл i -го показателя;

b – сумма баллов.

Взвешенная оценка (R^*) анализируемого предприятия рассчитывается по формуле:

$$R^* = \sum \text{баллы} \cdot \text{веса} \quad (2)$$

Рассчитанные по формуле (2) весовые оценки представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Взвешенная оценка (рейтинг) предприятий

Рейтинги	ПАО ГМК Норильский никель	ОК РУСАЛ	ПАО Северсталь	ПАО НЛМК	ЕВРАЗ	ОАО ММК	ПАО Металлоинвест
по капитализации, млрд. руб. [6]	1,666	1,066	0,266	0,066	–	–	–
по объему реализации RAEX-600 [11]	0,6	1,066	0,066	0,266	1,666	–	–
по объему реализации продукции [10]	1,066	0,266	0,066	0,6	1,666	–	–
по прибыли EBITDA, млн. руб. [10]	1,666	0,066	0,266	0,600	–	–	–
ТОП-100 млн. тонн [12]	–	–	0,600	1,666	1,066	0,266	0,066
крупнейшие компании России [5]	1,066	0,266	0,066	0,600	1,666	–	–
по производству стали, млн. тонн [7]	–	–	0,266	1,666	1,066	0,600	0,066
по производительности труда [8]	–	0,066	–	0,6	–	1,066	–
по финансовому состоянию [4]	–	–	–	1,666	1,066	0,266	0,6
Взвешенная оценка предприятия (R*)	6,064	2,796	1,596	7,73	8,196	2,198	0,732
Место в рейтинге	3	–	–	2	1	–	–

*Составлено по материалам сайтов рейтинговых агентств и личных разработок автора

Несмотря на то, что две компании ПАО «Северсталь» и ПАО «НЛМК» занимают лидирующие позиции во всех рэнкингах, представленных рейтинговыми компаниями, высокую взвешенную оценку имеет ЕВРАЗ (8,196). Низкий рейтинг ПАО «Северсталь» связан с тем, что компания, хоть и вошла во все рассматриваемые рейтинги, но занимала в них не самые лучшие позиции – четвертые и пятые места. Новолипецкий металлургический комбинат получил взвешенную оценку 7,73, что дало ему возможность переместиться на вторую позицию рейтинга. На третьем месте по взвешенной оценке оказалось ПАО «ГМК «Норильский никель» (6,064). Из информации таблицы I видно, что указанная компания была оценена рейтинговыми агентствами всего пять раз, но зато получала все высокие оценки, занимая в рэнкинге первые и вторые места.

Таким образом, учитывая веса и балльные оценки, можно утверждать, что количественный анализ более репрезентативен, нежели анализ качественный. Проведенный анализ дает инвесторам инструмент для принятия решений по инвестированию в ценные бумаги.

Список литературы:

1. Ленкова О.В., Осинковская И.В. Внешний бенчмаркинг показателей деятельности российских нефтегазовых компаний / Современные проблемы науки и образования, выпуск № 2/2014.
2. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://strategy2030.midural.ru> (Дата обращения 02.03.2017)
3. Национальное Рейтинговое Агентство. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru> (Дата обращения 02.04.2017).
4. Независимая финансовая экспертиза. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ppnf.ru/analitika/metallurgia-analiz-obzor.htm> (Дата обращения 02.04.2017).
5. РБК. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/rbc500> (Дата обращения 02.04.2017).
6. РИА Рейтинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://riarating.ru/infografika/20150209/610645571.html>.
7. ТореадорСталь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tdstal.ru/rating.html> (Дата обращения 02.04.2017).
8. Управление производством. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.up-ro.ru/library/production_management/productivity (Дата обращения 02.04.2017).

9. Центральный Банк РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru> (Дата обращения 31.03.2017).
10. ЭКСПЕРТ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://expert.ru/ratings/rejting-krupnejshih-kompanij-rossii-2015-po-ob_emu-realizatsii-produktsii (Дата обращения 02.04.2017).
11. Эксперт РА. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://raexpert.ru>.
12. Total-Rating.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://total-rating.ru/1350-top100-metalurgicheskikh-kompaniy.html> (Дата обращения 02.04.2017).

5. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

К ВОПРОСУ О РОЛИ НДФЛ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Семенова Екатерина Владимировна

*канд. экон. наук, доц.,
Кубанский государственный технологический университет,
РФ, г. Краснодар*

Ляшенко Анна Владимировна

*студент,
Кубанский государственный технологический университет,
РФ, г. Краснодар*

Дадаева Тамила Лечаевна

*студент,
Кубанский государственный технологический университет,
РФ, г. Краснодар*

ABOUT THE ROLE OF PERSONAL INCOME TAX IN THE RUSSIAN ECONOMY

Ekaterina Semenova

*candidate of economic science, associate professor,
Kuban State Technological University,
Russia, Krasnodar*

Anna Lyashenko

*student, Kuban State Technological University,
Russia, Krasnodar*

Tamila Dadaeva

*student, Kuban State Technological University,
Russia, Krasnodar*

Аннотация. В статье рассмотрена экономическая роль НДФЛ, проанализирована его динамика поступления и задолженности, а также структура и динамика налоговых вычетов в России за 2014-2016 гг. по НДФЛ. Сформулированы проблемы и направления совершенствования НДФЛ в РФ.

Abstract. The paper examines the economic role of personal income tax, analyzes its dynamics of income and debt, as well as the structure and dynamics of tax reduction on personal income tax in 2014-2016 years in Russia. Problems and directions of improving personal income tax in Russian Federation are formulated.

Ключевые слова: налог; налог на доходы физических лиц; налоговые вычеты; налоговые поступления; функции налогов.

Keywords: tax; the tax to incomes of physical persons; tax deductions; tax revenue; functions of taxes.

В настоящее время налог на доходы физических лиц (НДФЛ) является одним из основных по объему поступлений в консолидированный бюджет РФ налоговых доходов. Формирование всех доходов в 2016 г. на 78 % обеспечено за счет поступления НДФЛ – 21 %, НДС – 20 %, налога на прибыль – 19 % и НДС – 18 % [7].

Несмотря на то, что большая часть налогоплательщиков (налоговых агентов и физических лиц) добросовестно уплачивают рассматриваемый налог, проблема собираемости НДФЛ в бюджетную систему РФ является достаточно острой и актуальной. Это связано, прежде всего, с тем, что многие экономические субъекты уклоняются от уплаты налога: категория самозанятых физических лиц, не имеющих правового статуса индивидуального предпринимателя (ИП) и оказывающих услуги или работы другим физическим лицам, при этом нигде не отражающих своих доходов, а также налоговые агенты (организации и ИП), применяющие «конвертную (серую)» систему выплаты заработной платы. В результате этого в бюджет не поступают значительные суммы налога.

Согласно налоговому законодательству НДФЛ является федеральным налогом – устанавливается Налоговым кодексом и обязателен к уплате на всей территории РФ. Однако по положениям Бюджетного кодекса за счет НДФЛ формируются налоговые доходы бюджетов субъектов РФ и местные бюджеты: нормативы отчислений составляют 85 % и 15 % соответственно [1]. Так, на долю НДФЛ в консолидированном бюджете субъектов РФ в 2016 г. приходится более 40 % налоговых доходов, что свидетельствует о высокой роли НДФЛ в экономике страны [7].

Рассмотрим роль НДСЛ для экономики посредством его функции:

1. Фискальная функция. Основное общественное назначение данного налога – это формирование финансовых ресурсов государства на региональном и местном уровнях для возможности реализации государственных задач.

2. Социальная функция. НДСЛ за счет налоговых ставок, льгот и вычетов направлен на сглаживание неравенства в распределении доходов, воздействует на их уровень и структуру, а также на внутренний спрос, демографические и другие показатели, связанные с социальной сферой и её стабильностью. Однако, данная функция реализуется не в полной мере по причине несовершенства налогового законодательства.

3. Регулирующая функция. В экономической теории за счет данной функции можно воздействовать на уровень доходов разных групп населения и направление их деятельности посредством дифференцированной ставки налога в зависимости от размера получаемого дохода и вида деятельности, а также через систему налоговых льгот, скидок и налогового кредита.

В этой связи считаем, что данная функция не реализуется в рамках налоговой системы РФ, поскольку действующие ставки налога зависят от вида получаемого дохода (источника дохода) и его налогового статуса, а не от его размера, а также по причине отсутствия механизмов контроля и взимания налогов с доходов самозанятых граждан, нигде не декларирующих получаемые ими доходы от выполнения работ, оказания услуг другим экономическим субъектам.

Ставки НДСЛ в России варьируются от 9 до 35 % и зависят от следующих факторов [2]: 1) вид получаемого дохода – заработная плата, доходы по ценным бумагам, проценты по вкладам, доходы от реализации имущества, выигрыш; 2) налоговый резидент или нерезидент РФ (в т. ч. беженец); 3) является ли налогоплательщик специалистом высокой квалификации (без учета налогового статуса). Здесь следует отметить тот факт, что обложение дохода от трудовой деятельности иностранного гражданина, являющегося высококвалифицированным специалистом (а согласно ст. 13.2 ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в РФ» – это медицинские, педагогические и научные работники, преподаватели, сотрудники особых экономических зон, Сколково и др. [3]) осуществляется по ставке 13 %, а не 30 % как для остальных иностранных граждан, осуществляющих трудовую деятельность на территории РФ. Таким образом, считаем данную законодательную норму преференцией для иностранных граждан – высококвалифицированных специалистов. И цель ясна: стимулировать

приток таких кадров в Россию. В свою очередь, для российских высококвалифицированных специалистов (медицинских, педагогических и научных работников, преподавателей), в целях их поддержки, льготы по снижению ставки НДФЛ в законодательстве не предусмотрено – налоги с доходов от трудовой деятельности они оплачивают по ставке 13 % как и их иностранные коллеги. На наш взгляд, это не отвечает принципам справедливости и реализации в полной мере социальной и регулирующей функций НДФЛ.

Для дальнейшей оценки значимости НДФЛ проведем анализ поступлений и задолженности по данному налогу в бюджет за 2014-2016 гг. (табл. 1).

Таблица 1.

Динамика поступлений и задолженности по НДФЛ за 2014-2016 гг.

Показатели	2014	2015	2016	Отклон., 2016/ 2014	Тр, %, 2016/2014
Поступления в бюджет НДФЛ, млрд руб.	2 702,6	2 806,5	3 017,3	314,7	111,64
Задолженность по НДФЛ, млрд руб.	86,4	89,8	108,7	22,3	125,8
Удельный вес задолженности к поступлению НДФЛ, %	3,19	3,21	3,6	-	-

Данные, представленные в таблице, свидетельствуют о росте поступлений в бюджет НДФЛ – темп роста составляет 111,64 %, что связано с сокращением задолженности по заработной плате в 2016 г. и темпов роста общей численности безработных. При этом следует отметить более быстрый темп роста совокупной задолженности по данному налогу в бюджет – 125,8 %. На прирост задолженности в 2016 г. помимо экономической ситуации большое влияние оказали факторы банкротства организаций и изменение администрирования НДФЛ [7]. На базе представленной статистики можно сделать вывод о том, что на динамику поступлений и задолженности по НДФЛ в большей степени оказывают влияние экономические факторы: уровень доходов населения (динамика отрицательная), динамика субъектов реального сектора экономики (динамика отрицательная), общая экономическая обстановка в стране (наличие структурных проблем в экономике). Поэтому и фискальная функция в настоящее время реализуется не в полной мере по причине действия перечисленных факторов.

В рамках НДФЛ важное значение имеют налоговые вычеты: с одной стороны, с их помощью реализуются государственные целевые программы, а с другой – происходит стимулирование сбережений налогоплательщиков, а также потребительского спроса на финансовые продукты и недвижимость. Рассмотрим динамику применения физическими лицами налоговых вычетов за 2014-2016 гг. (табл. 2).

Таблица 2.

Динамика применения налоговых вычетов в России за 2014-2016 гг.

Показатель	2013	2014	2015	Отклон., 2016/ 2014	Тр, %, 2016/2014
Стандартные вычеты					
Количество налогоплательщиков по данным формы 2-НДФЛ, млн шт.	18,49	18,10	18,01	-93,2	99,5
Сумма вычетов, млрд руб.	334,99	325,13	326,69	1,6	100,5
Имущественные вычеты					
Количество налогоплательщиков по данным формы 3-НДФЛ, млн шт.	4,64	4,99	4,83	0,19	104,1
Сумма вычетов, млрд руб.	1 994,77	2 658,91	2 745,28	750,51	137,6
Социальные вычеты					
Количество налогоплательщиков по данным формы 3-НДФЛ, млн шт.	1,45	1,62	1,83	0,38	126,2
Сумма вычетов, млрд руб.	57,01	66,10	77,41	20,4	135,8

Данные, представленные в таблице, свидетельствуют о снижении количества стандартных вычетов, темп роста – 99,5 % в виду роста задолженности по заработной плате и уровня безработицы в 2014-2015 гг. Динамика по имущественным и социальным вычетам, наоборот, является положительной как по количеству налогоплательщиков, которым предоставлены такие вычеты, так и по суммам вычетов – темп роста составляет 137,6 % и 135,8 % соответственно [7]. В 2015 г. законодателем был расширен размер социальных вычетов по негосударственному пенсионному страхованию и долгосрочному страхованию жизни. С 2016 г. у налогоплательщиков появилась возможность реализовать свое право на получение ряда социальных вычетов у работодателя, а с 2017 г. появился дополнительный социальный вычет, полагающийся физическому лицу, из личных средств оплатившему проведение независимой оценки своей

квалификации. Поэтому, считаем, что социальная функция НДФЛ реализуется достаточно полно, поскольку ежегодно растет количество физических лиц, использующих право на налоговый вычет, а также государство совершенствует работу по предоставлению таких налоговых вычетов.

На основании проведенного исследования выделим следующие проблемы реализации функций НДФЛ:

1. Снижение уровня доходов населения, в том числе у работающих за счет сокращения во многих отраслях экономики официальной заработной платы. Это негативно оказывает влияние на реализацию фискальной функции НДФЛ.

2. Проблемы с практической реализацией контроля со стороны налоговых органов за доходами физических лиц и их источниками оказывает негативное влияние на эффективность системы налогового контроля. Так, до сих пор не ясен порядок контроля по взиманию налогов с физических лиц, официально нигде не работающих, но оказывающих услуги для личных, домашних и/или иных подобных нужд другим физическим лицам. На наш взгляд, взимание налогов с таких лиц будет способствовать росту налоговых доходов бюджета и активизации регулирующей функции НДФЛ за счет стимулирования определенных видов деятельности посредством вычетов, льгот и других налоговых инструментов. Таким образом, будут учитываться интересы как государства, так и налогоплательщиков.

3. Низкий уровень налоговой грамотности и дисциплины налогоплательщиков [5]. Налоговые обязательства воспринимаются физическими лицами как конфискация части имущества или их доходов. С учетом низкого уровня социальной обеспеченности в России многие физические лица стараются скрывать свои дополнительные доходы и их источники: репетиторство, сдача в аренду собственного имущества, реализация товаров собственного изготовления и др.

4. Стремительный рост степени расслоения российского общества по доходам. В настоящее время существует резкая дифференциация населения по уровню располагаемого дохода. Так, более 13 % населения имеет в распоряжении доход ниже прожиточного минимума, а 20 % населения располагают 40 % доходов страны.

К основным предложениям по совершенствованию НДФЛ можно отнести следующие:

1. Для активизации регулирующей функции – введение прогрессивной ставки налога. В Госдуму уже в 2016 г. внесен проект по замене существующей плоской шкалы НДФЛ на прогрессивную –

кратное повышение ставки налога по мере роста облагаемого дохода (табл. 3) [4]. На наш взгляд, данная мера позволила бы усилить эффект социальной функции НДФЛ в части неравенства в доходах.

Таблица 3.

Прогрессивная шкала налогообложения по НДФЛ согласно проекту

Размер дохода	Ставка налога
до 15 тыс. руб. в мес.	освободить от уплаты НДФЛ
от 180 тыс. до 2,4 млн руб. в год	13 % в части превышения 180 тыс. руб.
от 2,4 млн руб. до 100 млн руб. в год	289 тыс. руб. + 30 % в части превышения 2,4 млн руб.
свыше 100 млн руб. в год	29,6 млн руб. + 70 % в части превышения 100 млн руб.

2. Введение необлагаемого минимума в размере 9000 руб. с учетом ежегодной индексации на уровень инфляции для категории малообеспеченных граждан. На наш взгляд, данная мера будет способствовать улучшению качества жизни граждан с невысокими доходами, что усилит эффект социальной функции НДФЛ в части материальной поддержки малообеспеченных граждан.

3. Учет региональных особенностей социально-экономического развития при определении размера налоговых вычетов по НДФЛ. В настоящее время применяемые налоговые вычеты не в полной мере выполняют свою стимулирующую роль, потому как не учитываются территориальные особенности развития регионов России [6]. Так, размер стандартных налоговых вычетов считаем целесообразнее привязать к показателю прожиточного минимума или среднего показателя заработной платы в соответствии с регионом их применения. Таким образом, должна заработать стимулирующая функция, о которой в настоящее время только говорится.

4. Совершенствование порядка налогового контроля за доходами лиц, превышающих средний уровень посредством применения программы по созданию общегосударственного информационного комплекса с целью организации контроля по движению наличных денег, а также ужесточение системы налоговых санкций за нарушения налогового законодательства физическими лицами в части сокрытия своих доходов. В России такой порядок не развит, что в итоге позволяет обналичивать денежные средства сверх установленной нормы, тем самым создавая условия для выплаты заработной платы в конвертах.

Таким образом, перечисленные меры по совершенствованию НДСФЛ помогут повысить уровень поступлений налога в региональные и местные бюджеты, послужат большей активизации его функций, достижению социальной справедливости при налогообложении доходов граждан и повышению роли и значимости НДСФЛ в экономике.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: федер. закон от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 28.03.2017) // СПС «КонсультантПлюс».
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 1): федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (в ред. от 28.12.16) // СПС «КонсультантПлюс».
3. О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации: федер. от 25.07.2002 N 115-ФЗ (ред. от 07.03.2017) // СПС «КонсультантПлюс».
4. Калюков Е. Госдуме предложили вернуть прогрессивную шкалу подоходного налога [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rbc.ru/economics/11/08/2016/> (Дата обращения: 10.04.2017).
5. Семенова Е.В. Налоговый контроль в России: проблемы и направления совершенствования / Е.В. Семенова, Д.А. Абальянц, И.С. Черкасская // Материалы VII Междунар. науч.-практич. конференции «Актуальные вопросы права, экономики и управления». – Пенза: «Наука и Просвещение», 2017. – С. 35-38.
6. Тищенко Е.С. Проблемы действующей системы регионального налогообложения в РФ и возможные пути их решения / Е.С. Тищенко, Ю.А. Клейменова // Материалы Междунар. науч.-практич. конференции «Наука: прошлое, настоящее, будущее». – Уфа: ООО «Аэтерна», 2016. – С. 27-31.
7. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.nalog.ru <http://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (Дата обращения: 10.04.2017).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Апурина Вера Николаевна

*ст. преподаватель,
Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП),
РФ, г. Набережные Челны*

Валиев Айнур Илсурович

*студент,
Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП),
РФ, г. Набережные Челны*

IMPROVEMENT OF MANAGEMENT IN MODERN TRADE ENTERPRISES

Apurina Vera Nikolaevna

*senior lecturer,
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEMML),
Russia, Naberezhnye Chelny*

Valiev Ainur Ilisurovich

*student,
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEMML),
Russia, Naberezhnye Chelny*

Аннотация. В статье рассмотрена задача совершенствования управления торговым предприятием на примере автоматизации деятельности торгового представителя с использованием платформы «1С: Предприятие».

Abstract. The article considers the task of improving the management of a trading enterprise by the example of automation of a sales representative using the platform "1С: Enterprise".

Ключевые слова: автоматизированное рабочее место (АРМ); 1С: Предприятие.

Keywords: Automatized working place (computer workstation); 1S: Predpriyatiye.

Задача совершенствования управления торговым предприятием является актуальной в связи ростом конкуренции между подобными организациями. Владельцы таких предприятий постоянно ищут новые пути повышения эффективности работы.

Необходимость совершенствования организации и управления торговлей связано с объективными факторами развития самой отрасли. Проблемы развития торговли рассматривались в исследованиях Аванесова Ю.А., Гребнева А.И., Баженова Ю.К., Бирюкова В.А. Штанько А.И. и др. В основе исследования лежат системный анализ процесса управления торговыми предприятиями, классические законы экономики, научные работы и исследования в таких областях знаний, как экономика и маркетинг торговых предприятий, управление автоматизированными предприятиями, использование информационных технологий, математическая статистика, анализ и проектирование бизнес процессов [5].

Проблема эффективного управления торговыми предприятиями стоит в настоящее время очень остро, поскольку в процесс операционного и стратегического управления включается большое количество работников, имеющих доступ к разному роду информационных ресурсов.

Решение этой проблемы приводит к необходимости разработки нового программного обеспечения. Базовыми инструментами повышения эффективности деятельности различных категорий работников, особенно в сфере торговли, в современных условиях опирается на широкое использование автоматизированных рабочих мест (АРМ). Автоматизированное рабочее место это совокупность программных и технических средств, обеспечивающих обработку данных и автоматизированное формирование отчетности. Техническое обеспечение АРМ должно гарантировать высокую надежность техники, а программное обеспечение должно превратить его в индивидуальное пользовательское средство, в котором должны быть предусмотрены эргономические свойства и комфортность обслуживания.

Изучив объект исследования Компанию «Свит Хаус», которая специализируется на реализации кондитерских изделий, детских кондитерских изделий нового вида, сегмента Кэнди-Тойз (модные кондитерские новинки), сопутствующих товаров. Территория обслуживания компании – Восточная часть Республики Татарстан. Общее количество активной клиентской базы более 700 клиентов. Основными каналами сбыта являются локальные сети, розница. Для автоматизации информационного ресурса компании выбрана разработка АРМ торгового представителя.

В функции торгового представителя входит посещать магазины по всей своей территории, осуществлять контроль документооборота и дебиторской задолженности своих клиентов, ведение взаиморасчетов с клиентами, размещать рекламу, заключать договоры и подписание актов сверок, расширять и развивать клиентскую базу, продвигать новый вид продукции. Использовать разрабатываемый АРМ могут и другие сотрудники компании для формирования отчетности о проделанной работе в целях предоставления вышестоящему руководству для анализа ее результатов.

Предметом исследования выбрана подсистема «Управление продажами». Рассмотрена деятельность отдела продаж, который является основным добывающим, обеспечивающим входящий поток денежных средств подразделением компании «Свит Хаус». Анализируя деятельность отдела можно определить, насколько эффективно достигаются результаты в продажах. Эффективность сбыта продукции это максимальное привлечение покупателей и извлечение максимальной прибыли с каждого клиента. В результате исследования выделены основные бизнес процессы компании, определены основные задачи всех выделенных бизнес процессов, в том числе подробно рассмотрен бизнес процесс «Управление продажами»

Для проектирования и реализации выбрана разработка задачи «АРМ торгового представителя». Средой разработки является встроенный инструментальный «1С: Предприятие 8», который в настоящее время широко применяется для разработки приложений. Программные продукты фирмы 1С являются реальными помощниками в управлении современным предприятием. Разработчик описывает структуру данных в конфигураторе, манипулирует данными с помощью объектов встроенного языка. Основным преимуществом выбора технологий «1С» является широкая распространенность использования программ этой фирмы на различных предприятиях, что дает возможность легко совместить технологии разработки на практике при автоматизации бизнеса [3].

С учетом анализа предметной области и проведенного функционального моделирования посредством IDEFO методологии определена схема задач подсистемы «Управление продажами» и их взаимосвязь (рис. 1).

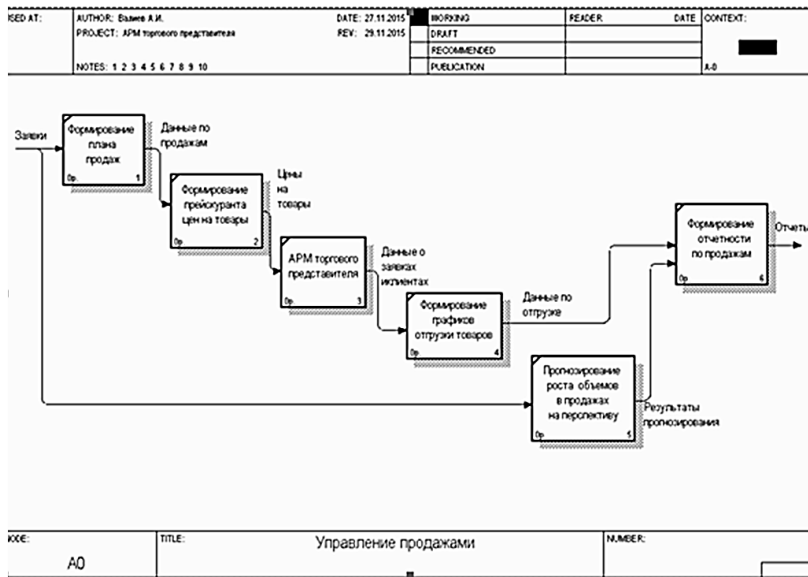


Рисунок 1. Основные задачи подсистемы и их взаимосвязь по методологии IDEF0

По схеме видно, что работа в подсистеме «Управление продажами» начинается с формирования плана на основе поступающих заявок. После формирования плана продаж выполняется задача «АРМ торгового представителя», которая включает следующие в себя следующие подзадачи:

1. Формирование клиентской базы.
2. Формирование заявок и учет договоров с клиентами.
3. Формирование отчетности.

После решения задачи формируется график отгрузки товаров.

Торговый представитель также является связующим звеном между предприятием изготовителем, торговыми сетями и точками продаж. Чем эффективнее его деятельность, тем выше показатели продаж, а следовательно, и устойчивее связь производителя и оптовика с торговой сетью.

На основании отгрузки товаров формируется отчет по реализации продукции, выполняется прогнозирование роста объемов в продажах.

В результате разработки выполнено описание входной и выходной информации задачи, разработана объектная модель решения задачи. При разработке приложения были выявлены и разработаны

следующие объекты: общие модули, подсистемы, справочники, документы, отчеты, регистры сведений, регистры накопления.

АРМ всегда имеет профессиональную ориентацию и позволяет пользователю выполнение почти всех его функциональных обязанностей, связанных с операциями ввода, накопления, хранения, поиска и обработки данных перенести на компьютер. Руководителю предприятия полная, обобщенная и достоверная информация, обработанная в задаче, позволит принимать правильные управленческие решения и в дальнейшем сделать анализ и планирование различных сфер деятельности организации.

Разработанное автоматизированное рабочее место является универсальным, так как разработано на платформе «1С: Предприятие» на основе базовых знаний встроенного языка программирования «1С: Предприятие». В целом АРМ, используя широкие возможности информационных методик, позволяют повысить производительность деятельности любой организации, увеличивая объем обрабатываемых данных и повышая скорость их обработки [2].

Список литературы:

1. Аванесов Ю.А. Организация торговли. М.: Экономика, 2003.
2. Апурина В.Н. Особенности программирования на основе платформы «1С: Предприятие 8.1» // Современные технологии в системе образования: IX Всероссийской научно-практической конференции / МНИЦ ПГСХА, Пенза: РИО ПГСХА, май 2011 г.
3. Апурина В.Н. Использование встроенного языка программирования «1С: предприятие 8.3» в дипломном проектировании // Экономика и социум. 2016. № 4(23).
4. Габеев А.П. и др. Профессиональная разработка в системе 1С: Предприятие. М.: 1С: Пабблишинг, 2012.
5. Филюрин А.С. Управление торговыми марками российских фирм-производителей Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Новосибирская государственная академия экономики и управления, 2000 год, 127 страниц, 2016.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ»

Ганиева Мария Кудратуловна

*аспирант,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF INVESTMENT ACTIVITIES PJSC "NK"ROSNEFT"

Mariya Ganieva

*post-Graduate Student of the Department of Economics
and Enterprise Management and Industrial Complexes
of the Saint-Petersburg State University of Economics
Russia, Saint Petersburg*

Аннотация. В статье дан обзор крупных инвестиционных проектов нефтегазовых компаний на ближайшие годы. Выявлены проблемные вопросы для проектов по разработке и добыче нефтяных и газовых ресурсов - не только в России, но и во всем мире. Проанализированы результаты финансовой деятельности компании ПАО «НК «Роснефть» с целью рассмотрения эффективности инвестиционной деятельностью. Обоснована необходимость перспективной оценки эффективности инвестиционной деятельностью на основе научной методологии предвидения ее направлений и форм, адаптации к общим целям развития компаний и изменяющимся условиям внешней инвестиционной среды.

Abstract. The article gives an overview of major investment projects oil and gas companies in the coming years. Identified problematic issues for development projects and extraction of oil and gas resources - not only in Russia but throughout the world. Analyzed financial results of PJSC "NC "Rosneft" to review the effectiveness of investment activities. The necessity of the prospective evaluation of the effectiveness of investment activity on the basis of scientific methodology of foresight of its directions and forms, adapting to the common development of companies and the changing conditions of the external investment environment.

Ключевые слова: нефтегазовый сектор; инвестиции; проект; инвестиционная деятельность; оценка эффективности.

Keywords: oil and gas sector; investment; project; investment efficiency assessment.

Несмотря на падение цен на нефть и газ, и общие проблемы российской экономики в последнее время, нефтегазовые компании страны продолжают вкладывать миллиарды долларов в новые проекты по разработке и добыче нефтяных и газовых ресурсов. Подобно мировым лидерам, российские нефтегазовые компании ежегодно тратят миллиарды долларов на крупные инвестиционные проекты. Добыча нефти и газа на существующих месторождениях, а также разведка и освоение новых, в особенности шельфовых месторождений и месторождений, расположенных в труднодоступных районах, требуют значительных затрат. Компаниям также приходится тратить большие суммы на развитие необходимых нефтепромысловых объектов и трубопроводной инфраструктуры, а также на модернизацию НПЗ с целью повышения объемов и качества нефтепереработки. Объем этих инвестиций ежегодно увеличивается. Начиная с 2009 года суммарные годовые темпы роста российских инвестиций в капитальные проекты составляли 18 %, к 2015 году объем вложений оценивался в 47 млрд. долларов США [3], и, несмотря на нынешнюю нестабильность, крупнейшие игроки, скорее всего, продолжают инвестировать огромные суммы.

Цель исследования – оценить эффективность инвестиционной деятельности предприятия на примере ПАО «НК «Роснефть».

Методология исследования основывалась на принципах системного подхода к изучению проблемы. При решении поставленной цели использовались методы логического, общеэкономического и статистического анализа и синтеза.

Экспериментальная часть. В 2014 году ряд крупных российских нефтегазовых компаний объявили о далеко идущих планах в отношении крупных инвестиционных проектов на ближайшие годы. В связи с недавним падением цен на нефть и санкциями некоторые компании были вынуждены сократить капитальные расходы на 2015 год; неопределенность сохраняется и по отношению к общей программе инвестиций до 2030 года, возможность реализации которой по-прежнему будет определяться мировой динамикой отрасли.

В настоящее время объявлено, что ПАО «НК «Роснефть» планирует инвестировать 400 млрд. долларов США в программу разработки арктических шельфовых месторождений до 2034 года,

хотя сотрудничество с Seadrill и ExxonMobil в этом направлении было недавно приостановлено. Кроме того, компания намерена разрабатывать Ванкорский кластер месторождений в Западной Сибири и с этой целью собирается привлечь инвесторов из Китая. До 2017 года «Роснефть» также планирует потратить еще 14 млрд. долларов США на модернизацию своих НПЗ.

Инвестиционные планы «Газпрома» не менее амбициозны: в их числе проект по созданию газотранспортной системы «Сила Сибири» для поставки природного газа на восток страны – вплоть до Владивостока. Стоимость проекта составит 60-70 млрд. долларов США. Компания также планирует продолжить разведку и разработку месторождений на полуострове Ямал, на континентальном шельфе, в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. «Газпром нефть», дочерняя компания «Газпрома», планирует строительство нового центра добычи нефти на северо-западе Сибири, в северной части Ямало-Ненецкого автономного округа (ЯНАО), а также непосредственно на шельфе Северного Ледовитого океана. Кроме того, «Газпром нефть» намерена также продолжать модернизацию своих НПЗ [2]. Однако недавно компания заявила, что решения по текущим капитальным расходам будут зависеть от динамики цен на нефть в будущем.

«Лукойл» планирует инвестировать около 100 млрд. долларов США в разработку шельфовых месторождений Каспийского моря, а также в модернизацию НПЗ в Нижнем Новгороде, Перми и Волгограде. Тем не менее, в конце 2014 года на 15 % наблюдалось сокращении объема инвестиций на 2015 год в связи с падением цен на нефть.

«Новатэк» владеет 60 % акций «Ямал-СПГ», проекта стоимостью 16 млрд. долларов США, предусматривающего разработку Южно-Тамбейского газового месторождения на полуострове Ямал, включая строительство завода по сжижению природного газа. Компания также планирует ежегодно инвестировать 1 млрд. долларов США в разработку месторождений в ЯНАО, включая запуск Ярудейского нефтяного месторождения.

Вместе с тем многие инвестиционные проекты очень рискованны и могут привести к значительному перерасходу средств, срыву сроков и закончиться откровенной неудачей. Вот некоторые наиболее известные примеры: проект компании Chevron по разработке газового месторождения Горгон в Австралии, перерасход средств по которому составил 41 %; разработка нефтяных месторождений Каспийского моря в Казахстане под управлением кооперативного оператора НКОК с перерасходом в размере 223 %; прерванный проект Shell по бурению арктического шельфа у берегов Аляски, на который было потрачено

свыше 3,1 млрд. Долларов США [6]. В этих условиях даже в самых лучших, хорошо управляемых проектах имеется огромный потенциал экономии средств за счет повышения эффективности — причем необходимость в этом растет по мере увеличения масштаба проектов.

Таким образом, для проектов по разработке и добыче нефтяных и газовых ресурсов - не только в России, но и во всем мире - традиционно характерны такие проблемы, как срыв сроков и выход за рамки изначальных бюджетов. Эти проблемы не являются изолированными, а проистекают из недостаточно высокой эффективности управления капитальными проектами, особенно с учетом нынешней ситуации в экономике и весьма рискованной природы многих из этих проектов.

Проблемы при реализации проектов, как правило, возникают по двум причинам. Во-первых, проблемы управления и контроля эффективности могут корениться в нечетком распределении ответственности за стратегические и операционные решения, особенно если проект является совместным предприятием. Во-вторых, к проблемам исполнения часто приводит недостаточно продуманное или чересчур поспешное планирование, слишком оптимистичные изначальные оценки сроков, необходимых ресурсов и технических возможностей, а также неэффективность процедур закупок и логистики.

Принимая во внимание далеко идущие планы российских нефтегазовых компаний по наращиванию объема инвестиций в масштабные проекты, а также текущие экономические проблемы, с которыми они сталкиваются, российские нефтегазовые компании должны пересмотреть свой подход к управлению крупными инвестиционными проектами. При этом им также необходимо изучить международный опыт в этой области. Как правило, компании стараются оптимизировать управление проектами по четырем основным направлениям: стратегия проекта, бизнес-процессы, управление проектом и кадровая политика.

Крупнейшие российские нефтегазовые компании разрабатывают чрезвычайно амбициозные инвестиционные программы, поэтому оптимизация методов управления проектами и развитие внутренних компетенций позволит им существенно повысить окупаемость инвестиционных проектов.

ПАО «НК «Роснефть» как одной из динамично развивающихся компаний России и применяющей огромный спектр технологий, в том числе и собственные разработки, проблема формирования методических подходов к оценке экономической эффективности инвестиционных проектов наиболее актуальна.

Выручка компании сократилась на 14,2 %, составив 2,3 трлн. руб., что, прежде всего, было обусловлено снижением цен на нефть. Продажи сырой нефти упали на 15,2 % - до 1,03 трлн. руб. При этом добыча компании с учетом доли в зависимых предприятиях осталась практически на прошлогоднем уровне - 95,2 млн. тонн. Объем продаж нефти возрос на 7,7 %, составив 61,2 млн. тонн, при этом средняя цена реализации на международных рынках понизилась на 16,6 %, а на внутреннем рынке – на 9,6 %. Экспорт нефти (за исключением поставок в СНГ) составляет 87,3 % от общих продаж в натуральном выражении [7].

Таблица 1.

**Ключевые показатели ПАО «НК «Роснефть» (ROSN)
в 2015-2016 гг. [7]**

Показатели	2015	2016	Изменение, %
<i>Операционные показатели, тыс. тонн</i>			
Добыча нефти	95 430	95 293	-0,1 %
Доля в добыче СП	6 521	6 603	1,3 %
Производство нефтепродуктов	47 450	44 570	-6,1 %
Продажи нефти	56 800	61 200	7,7 %
Продажи нефтепродуктов	47 700	45 200	-5,2 %
<i>Финансовые показатели, млрд. руб.</i>			
Совокупная выручка, в т.ч.	2 658	2 280	-14,2 %
от продаж нефти	1 217	1 032	-15,2 %
от продаж нефтепродуктов	1 250	1 033	-17,4 %
Операционные расходы	-2 268	-1 951	-14,0 %
Операционная прибыль	390	329	-15,6 %
Чистые финансовые расходы	-93	-190	в 2 раза
Чистая прибыль	190	103	-45,8 %

Производство нефтепродуктов сократилось на 6,1 % - до 44,6 млн. тонн, а выручка от их реализации уменьшилась на 17,4 % до 1,03 трлн. руб. Объем продаж в натуральном выражении составил 45,2 млн. тонн, сократившись на 5,2 %, при этом средняя цена реализации на международных рынках упала на 20,6 %, а на внутреннем возросла на 1,1 %. В итоге доходы от экспорта нефтепродуктов снизились

на 26,4 %, составив 587 млрд. руб., а от продаж на внутреннем рынке возросли на 2,2 % до 415 млрд. руб. [7].

Выручка от продаж газа увеличилась на 18,7 %, составив 108 млрд. руб., на фоне роста как объемов реализации на 11 %, так и цены реализации на 5,2 %.

Операционные расходы компании сокращались сопоставимыми по сравнению с выручкой темпами, составив 1,95 млрд. руб. (-14 %). Тем не менее ряд статей показал рост: производственные и операционные расходы увеличились до 260 млрд. руб. (+2 %), стоимость пользования нефтепроводом и расходы на транспортировку – до 282 млрд. руб. (+2,9 %), а закупки нефти, газа и нефтепродуктов возросли до 279 млрд. руб. (+6,9 %). Отметим, что налоговый маневр скорректировал рост расходов за счет снижения отчислений по НДС до 432 млрд. руб. (-25,3 %), а также сокращения экспортных пошлин до 274 млрд. руб. (-43 %). В итоге операционная прибыль компании упала на 15,6 % - до 329 млрд. руб. [7].

Долговая нагрузка Роснефти с начала года уменьшилась на 384 млрд. руб. – до 2,9 трлн. руб. Чистые финансовые расходы выросли в 2 раза до 190 млрд. руб., что связано с реализованными отрицательными курсовыми разницеми от переоценки инструментов управления курсовым риском в размере 74 млрд. руб., а также полученными отрицательными курсовыми разницеми в размере 41 млрд. руб. В итоге чистая прибыль компании сократилась на 45,8 % - до 103 млрд. руб. [7].

Рекордный уровень капитальных вложений «Роснефти» в рублевом выражении был в 2012 г., а в долларовом – в 2013 г. (рис. 1).

Пока единственной российской компанией, тративший около 1 трлн. руб. ежегодно, был «Газпром». Инвестиции «Роснефти» в 2016 г. достигли максимального значения и составили 750 млрд. руб. (рис. 1), согласно заявлению Игоря Сечина в 2017 г. компания собирается увеличить капитальные вложения на 30 % [4]. Несмотря на это, рыночная капитализация «Роснефти» по итогам 2016 г. превысила капитализацию «Газпрома» 4,2 трлн. руб. против 3,6 трлн. руб. [8].

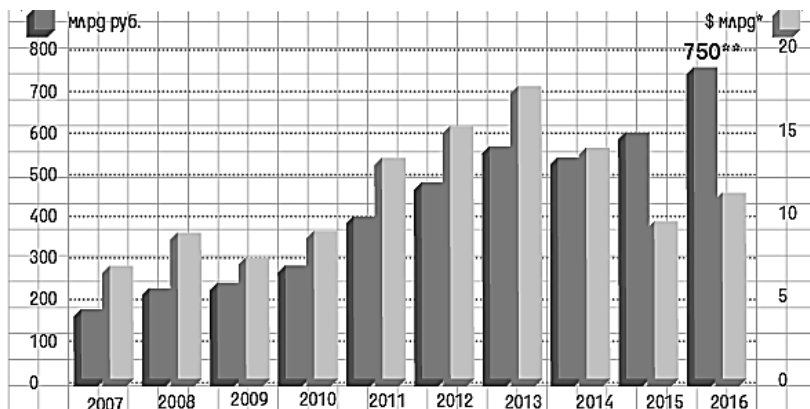


Рисунок 1. Инвестиции ПАО НК «Роснефть» [4]

Инвестиционная программа Роснефти на 2014-2022 гг. требует 9,5 трлн. руб., включая: (в течение следующих 20 лет) – разработка месторождений Восточной Сибири и Дальнего Востока; 2,16 трлн. руб. – разработка Арктического шельфа; 0,6 трлн. руб. (к 2016 г.) – развитие новых нефтяных месторождений; 0,49 трлн. руб. – модернизация нефтеперерабатывающих мощностей; 0,41 трлн. руб. (к 2018 г.) – увеличение производства газа на 100 млрд. м³ к 2020 г. Роснефть прогнозирует, что в 2017 гг. инвестиции увеличатся на 30 % от уровня 2015 г., то есть ориентировочно до 845 млрд. руб. [8].

Таким образом, с целью финансирования существующих проектов компании требуется инвестировать в среднем 1,06 трлн. руб. ежегодно. При этом инвестиции сильно диверсифицированы, что существенно осложняет реализацию проектов

Всего за период 2014-2055 гг. в инвестиционный проект развития Русского месторождения будет вложено 435,316 млрд. руб. Объем капитальных вложений Роснефти в развитие переработки до 2020 г. превысит 500 млрд. руб. В ближайшие два года планируется реализовать 10 проектов в этой сфере. Программа модернизации нефтеперерабатывающих заводов Роснефти на 2016–2017 гг. будет сфокусирована на повышении глубины переработки. Инвестиции планируется также сделать в продолжение модернизации Комсомольского НПЗ (78 млрд. руб.) до 2018 г. и Ачинского НПЗ (98 млрд. руб.) до 2017 г. [8]

В международной практике есть устоявшаяся эффективная модель поэтапного развития индустриальных проектов и принятия решений по их дальнейшей реализации (прохождение стадий Feasibility

Study, FEED, EPC). На каждом из этапов уточняется стоимость капитальных затрат и производится перерасчет экономики. Эта модель позволяет оптимально сбалансировать риски и реализовывать проекты самым эффективным образом [1]. К сожалению, в России по целому ряду причин данная модель только начинает применяться, но в скором будущем именно она должна оказаться доминирующей [5].

На основе концепции управления стоимостью компании определим эффективность формирования и использования инвестиционных ресурсов ПАО НК «Роснефть» на примере инвестиционного проекта «Восточная Нефтехимическая Компания (ВНХК)».

ПАО НК «Роснефть» планирует построить на Дальнем Востоке нефтехимический комплекс ВНКХ мощностью до 30 млн. т/год. Нефтеперерабатывающий комплекс будет производить автобензин, дизельное топливо, керосин и бункеровочное топливо. Создание нефтехимического комплекса на 2м этапе строительства позволит выпускать более 15 марок полиэтиленов и полипропиленов для азиатского рынка. ВНКХ будет реализован за счет проектного финансирования. Стоимость строительства ВНКХ составляет 1,3 трлн. руб.

Очередность, капзатраты и сроки реализации проекта

- I очередь – нефтепереработка **12** млн. т /год
Капзатраты ~380 млрд. руб.
- II очередь – нефтехимия **3,4** млн. т сырья в год
Капзатраты ~310 млрд. руб.
- III очередь – нефтепереработка **12** млн. т /год и нефтехимия **3,4** млн. т сырья в год
Капзатраты ~620 млрд. руб.

Общая стоимость строительства ~1,3 трлн. руб.

Выпуск продукции с нарастающим итогом (млн. т в год)	I очередь	II очередь	III очередь
Объем переработки углеводородного сырья	12 млн.т. год нефтепереработки в т.ч. 3,4 млн.т. год нефтехимии		30 млн.т. год нефтепереработки в т.ч. 6,8 млн.т. год нефтехимии
Моторные топлива	8,3	8,5	15,2
Нефтехимическая продукция	-	3,0	6,0

Рисунок 2. Очередность, капитальные затраты и сроки реализации проекта

При расчете стоимости компании и капитализации использован мультипликатор EV/EBITDA в диапазоне 6,0. Проект сфокусирован на том, чтобы стать максимально привлекательным для Компании. Значительная часть свободного денежного потока Проекта направляется на выплату дивидендов, сразу после начала промышленной эксплуатации комплекса (табл.2).

Таблица 2.

Оценка эффективности компании

Стоимость капитала (WACC), %	16,3
Чистая Приведенная Стоимость (NPV)	1 004,4
Внутренняя норма доходности (IRR), %	30 %
Срок окупаемости (PP), лет	7,3
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), лет	12,8

Мультипликативный эффект в период реализации проекта строительства ВНХК представлен в табл. 3.

Таблица 3.

Мультипликативный эффект в период реализации проекта строительства ВНК (млрд.руб.)

	1 очередь	2 очередь	3 очередь	Итого
Дополнительные доходы бюджета от сопряженных с программой отраслей (строительной, металлургической, транспортной и т. д.)	84	57	127	268
То же при условии 100 %-го использования отечественного оборудования	172	116	259	547

Мультипликативные эффекты, связанные с приростом продукции в смежных отраслях приведен в табл. 4.

Таблица 4.

Мультипликативные эффекты, связанные с приростом продукции в смежных отраслях (млрд. руб./год)

Ежегодные доходы бюджета	1 очередь	2 очередь	3 очередь
Прирост продукции (по очередям в отдельности)	243	68	302
Дополнительные доходы бюджета (по очередям в отдельности)	59	16	73
Накопленный прирост продукции (по сумме очередей)	234	311	613
Дополнительные ежегодные доходы бюджета (по сумме очередей)	59	75	148

Выполненные количественные оценки показателей мультипликативного эффекта свидетельствуют о том, что проект внесет весомый вклад в рост ВВП, обладает существенным социально-экономическим эффектом и является мощным двигателем экономического и социального развития не только региона реализации, но и национальной экономики в целом.

Проведенное исследование показало, что системный запуск портфелей новых инвестиционных проектов средние и крупнотоннажных высокотехнологичных нефтегазохимических производств и привлечение необходимого финансирования возможны только в случае грамотной модели управления проектами, оценки всех рисков и принятия взвешенных решений по их реализации.

Для запуска таких проектов и формирования эффективной стратегии создания новых высокотехнологичных нефтегазохимических производств предлагается обратиться к международному опыту в части подходов к оценке проектов, отбора проектов в портфель и их поэтапной реализации.

Таким образом, необходимо любой проект проводить через фазы Feasibility Study, FEED и EPC с привлечением международных инжиниринговых Компаний с многолетним опытом реализации аналогичных проектов. Такой подход отличается от традиционного подхода к реализации крупных проектов в России, но позволяет гораздо лучше оценивать риски, выявлять оптимальную конфигурацию реализации проектов и привлекать необходимое финансирование, которое является весьма существенным в подобных проектах.

Список литературы:

1. Макаренко М., Малова И. Системы показателей, модели и подходы к оценке эффективности деятельности предприятия /М. Макаренко, И. Малова // Труды СГУ. Гуманитарные науки: юриспруденция, образование, экономика, информатика, менеджмент. - М.: Изд. СГУ, 2014. - № 8. - с. 85.
2. Плясунова Н., Харитонов В., Вижина И. Контракт «Сила Сибири» и сценарии развития нефтегазохимических кластеров Восточной Сибири и республики Саха. Часть 1 и 2. [Электронный ресурс] Бурение и нефть. 03-2015. URL: <http://burneft.ru/archive/issues/2015-03/16> (Дата обращения: 05.12.2016).
3. Нефть. Основные показатели// Министерство энергетики РФ [Электронный ресурс]/ разраб. и созд. сервера: Минэнерго России. – Электрон. дан. – М. – сор. 2016. - URL: <http://minenergo.gov.ru/node/910> (Дата обращения: 05.12.2016).
4. «Роснефть» вложит 1 трлн рублей // [Электронный ресурс] Ведомости. - 2017. - № 4247. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2017/01/24/674556-rosneft-trillion#/galleries/140737493107189/normal/1> (Дата обращения: 06.04.2017).
5. Какие коэффициенты использовать для анализа нефтегазовых компаний [Электронный ресурс] /MindSpace.ru – доступно о трейдинге и инвестициях. URL: <http://mindspace.ru/24492-kakie-koeffitsienty-ispolzovatl-dlya-analizaneftegazovyh-kompanij> (Дата обращения: 05.12.2016).
6. Chevron Says Costs Rise for Gorgon LNG Project in Australia, San Jose Mercury News. — 7 декабря 2012 г.
7. Официальный сайт ПАО НК «Роснефть» [Электронный ресурс]. – 2017. <https://www.rosneft.ru> (Дата обращения: 05.12.2016).
8. Официальный сайт Группа «Московская Биржа» [Электронный ресурс]. – 2017. - <http://moex.com/a3882> (Дата обращения: 06.04.2017).

НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ

Ночёвка Анастасия Алексеевна

*специалист сектора обучения
в сфере размещения заказов и проведения торгов
Южно-Российского института управления
филиала РАНХиГС при Президенте РФ,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

TAX STIMULATION OF INVESTMENT ACTIVITY OF REGION AS FACTOR OF DEVELOPMENT

Anastasia Nochyovka

*specialist of the training sector Russia,
Russian Presidential Academy of National Economy and Public
Administration, South-Russian Institute of management – branch,
Russia, Rostov-on-Don*

Аннотация. В статье рассматривается инвестиционная привлекательность Ростовской области, политика органов исполнительной власти, направленная на улучшение привлекательности региона через налоговое стимулирование инвестиционной деятельности на территории субъекта.

Abstract. The article considers the investment attractiveness of the Rostov region, the policy of the executive authorities, aimed at improving the attractiveness of the region through tax stimulation of investment activity in territory of the subject.

Ключевые слова: развитие региона; инвестиции; инвестиционная деятельность; региональная инвестиционная политика.

Keywords: the development of the region; investments; investment; regional investment policy.

Управление развитием региона в сторону повышения уровня его социально-экономической устойчивости при модернизации межбюджетных отношений в многонациональной стране, в условиях, наблюдающихся в мировой экономике кризисных явлений, является сложной комплексной задачей [3, с.174].

Современная экономика не может эффективно развиваться без инвестиций, которые по определению Федерального закона от 25.02.1999 № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений», которые представляют собой «денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [2, с.1].

Наличие в достаточном объеме инвестиционных ресурсов, их результативное применение, предопределяют хорошее экономическое состояние региона, платежеспособность, экономическую стабильность.

Инвестиции необходимы для обеспечения стабильного финансового состояния, повышения конкурентоспособности региона и притока рабочей силы. В Ростовской области происходит ежегодный рост инвестиции. Так по итогам 2015 года объем инвестиций в Ростовской области составил 291 029,4 млн рублей, что на 7,8 % больше планового объема инвестиций 2015 года и на 9,7 % больше итогов 2014 года. На прирост инвестиций влияет множество факторов, помимо прочего к Ростовской области применим ряд следующих: благоприятные природно-климатические условия; ресурсный потенциал; уникальное географическое положение, получившие в название «ворот Северного Кавказа»; развитая транспортная инфраструктура; развитая сеть образовательных и научных учреждений, наличие высокотехнологических производств; высокий уровень потребительского рынка.

Инвестиционная стратегия Ростовской области формируется в соответствии со стратегией социально-экономического развития до 2020 года, Областной программой «Государственная программа Ростовской Области «Экономическое развитие и инновационная экономика на 2014-2020 годы».

В настоящее время, инвестиционная деятельность, является обязательным компонентом развития современной экономики. Исследование инвестиционного климата на территории России продемонстрировало потребность применения новых подходов к созданию условий для привлечения инвестиций и новому качеству работы региональных управленческих команд. В рамках решения данной проблемы было разработано 12 целевых моделей упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности субъектов Федерации по наиболее важным факторам, влияющим на улучшение инвестиционного климата в регионах, данные модели утверждены и приняты в Ростовской области. Модели

содержат программы улучшения осуществления деятельности специализированными органами государственной власти в уровне региона, так и улучшения самой инвестиционной среды для привлечения новых средств и развития малого и среднего предпринимательства.

Основными факторами, влияющими на инвестиционный климат, считаются: уровень ресурсного, трудового и финансового потенциала; административные барьеры для выхода на рынок, проводимая налоговая политика и качество законодательства в сфере налогообложения; наличие развитой инфраструктуры (транспортно-логистической, производственной); качество правового поля в инвестиционной сфере; политическая и экономическая стабильность; степень правовой защиты экономических субъектов; доступность финансовых и кредитных ресурсов. Среди перечисленных факторов особое место занимает налоговая система государства.

В мировой практике выделяют следующие виды налогового стимулирования: налоговые освобождения, изменения срока уплаты налогов и налоговые скидки. В Ростовской области налоговая поддержка выражается в следующих направлениях: льготы по налогу на имущество и налогу на прибыль организаций. Перечисленные льготы применимы для инвесторов в период окупаемости инвестиционного проекта, но не более пяти лет, в том числе:

- по налогу на имущество организаций в размере 1,1 %, в рамках реализации инвестиционного проекта, но данная ставка не распространяется на имущество, взятое в аренду;
- организации, реализующие инвестпроекты с объемом капитальных вложений 300 млн. рублей и более освобождаются от уплаты налога на имущество организаций.

Преференция по налогу на прибыль распространяется для организаций, которые соответствуют следующим критериям:

- инвестиционная деятельность осуществляется на территории Ростовской области;
- общественная организация инвалидов или организация, уставной капитал которой полностью состоит из взносов социальных учреждений инвалидов;
- организации уголовно-исполнительной системы, исполняющие наказания;
- СМИ, полиграфическая компания.

Для данных предприятий ставка налога на прибыль, уплачиваемая в областной бюджет составляет 13,5 %.

В рамках развития инвестиционной привлекательности на муниципальном уровне также созданы налоговые льготы: по земельному налогу и по налогу на имущество физических лиц. Данные льготы предоставляются инвесторам на условиях и в порядке, установленных законодательством о налогах и сборах, муниципальными нормативными правовыми актами и заключенным инвестиционным соглашением. Для получения льгот на муниципальном уровне необходимо вести раздельный учет результатов по инвестиционному проекту (доходов, расходов и финансовых результатов).

Несмотря на существующую систему поддержки инвесторов, в регионе назрел ряд проблем, которые необходимо решать. В частности, в сфере налогообложения, необходимо внести изменения в законодательную базу, которые бы расширили государственные гарантии и перечень преференций для инвесторов. Поскольку существующая мера снижения налоговой нагрузки, в рамках существующего предоставления льгот по налогу на имущество и налогу на прибыль не способна кардинальным образом поспособствовать притоку инвесторов. Необходим анализ инвестиционной политики соседних регионов, с возможностью перенять наиболее успешный опыт. Так, например, в Краснодарском крае льготное налогообложение имущества инвесторов включает полное освобождение от выплат по данному налогу, на период окупаемости проекта.

Рыночная экономика позволяет использовать многие инструменты и методы стимулирования инвестиционной деятельности и наращивания объема инвестиционных потоков, но значительное место принадлежит такому инструменту, как налоговая система. На современном этапе государственная политика по использованию инструментария налогового регулирования и стимуляции должна быть адаптирована к непостоянству экономической среды и новым экономическим реалиям. Согласована с растущими потребностями потенциальных инвесторов, инвестиционная политика должна создавать комфортные условия для предпринимателей внутри региона.

Список литературы:

1. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» (БК РФ) от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 28.12.2016).
2. ФЗ № 39 «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»
3. Кюрджиев С.П. Социально-экономическая политика региона, направленная на переход к устойчивому развитию в условиях модернизации межбюджетных отношений//Журнал Terra Economicus.2010. № 3-3. Том 8 С. 174-181

4. Кюрджиев С.П. Экономически устойчивое развитие региона при реформировании межбюджетных отношений: факторы обеспечения и инвестиционно-финансовый механизм повышения результативности управления: Монография. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2009.
5. Сайт Министерства экономического развития Ростовской области. Инвестиционный портал Ростовской области. URL: <http://invest-don.com/ru/investment> (Дата обращения 26.03.2017).

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам VI международной заочной
научно-практической конференции*

№ 4 (6)
Апрель 2017 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 24.04.17. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 6,625. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством
предоставленного оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru