



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru



№ 7(9)

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

МОСКВА, 2017



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам IX международной
научно-практической конференции*

№ 7 (9)
Сентябрь 2017 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2017

УДК 33
ББК 65
Н34

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.

Н34 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам IX междунар. науч.-практ. конф. – № 7 (9). – М.: Изд. «МЦНО», 2017. – 126 с.

ISSN 2541-8408

Сборник входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2017

Оглавление

Экономика	5
1. Бухгалтерский учет, статистика	5
МЕТОДОЛОГИЯ И ОТРАСЛЕВЫЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	5
Багаев Илья Владимирович Гилаева Ралина Вазиховна	
ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	18
Багаев Илья Владимирович Гилаева Ралина Вазиховна	
ВЛИЯНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЗАПАСОВ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖ В СОВРЕМЕННЫХ УЧЕТНЫХ ПРОГРАММАХ	28
Багаев Илья Владимирович Поплаухина Татьяна Дмитриевна	
АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ФГУП «ДАЛЬНЕВОСТОЧНОЕ»	40
Когай Ксения Дмитриевна	
ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ВЫПУСКА И ПРОДАЖИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕМ ПРЕДПРИЯТИИ	50
Саушкина Виктория Владимировна	
2. Землеустройство, рекреация и туризм	57
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ	57
Калимуллин Денис Маратович Тишакова Алиса Алексеевна	
3. Менеджмент	65
ОСОБЕННОСТИ ВАРИАНТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ	65
Захаренкова Ирина Анатольевна	
СЕГМЕНТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ ИНИЦИАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	70
Семенова Ирина Владимировна	

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ НА ЦЕПОЧКУ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ Чехин Дмитрий Владимирович	80
4. Финансы, денежное обращение и кредит	89
КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ РЕЗЕРВНОГО ФОНДА И ФОНДА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ Жиркова Алина Сергеевна	89
5. Экономическая безопасность	96
АНАЛИЗ ИНДИКАТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ) Комарова Оксана Викторовна Плисова Ирина Александровна	96
6. Экономическая теория	104
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ПРАВОВОГО В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ Евграфова Ольга Владимировна	104
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В КОМПАНИЯХ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Инчина Ольга Владимировна	111
УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Кистинева Анжела Анатольевна	118

ЭКОНОМИКА

1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

МЕТОДОЛОГИЯ И ОТРАСЛЕВЫЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Багаев Илья Владимирович

*канд. экон. наук, доц.,
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова
(ИЭУП) – КИУ,
РФ, г. Казань*

Гиляева Ралина Вазиховна

*студент,
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова
(ИЭУП) – КИУ,
РФ, г. Казань*

METHODOLOGY AND INDUSTRY ASPECTS OF COST ACCOUNTING IN PUBLIC CATERING ESTABLISHMENTS

Ilya Bagaev

*candidate of economic sciences, associate professor
of Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov
(IEML) – KIU,
Russia, Kazan*

Ralina Gilayeva

*student,
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov
(IEML) (Kazan) – KIU,
Russia, Kazan*

Аннотация. В статье раскрываются аспекты учета затрат на предприятиях общественного питания. Выделены отраслевые особенности, рассмотрено их влияние на построение учета затрат в общепите. Систематизированы варианты ведения учета на базе покупных и продажных цен; уточнен перечень статей расходов на продажу; даны рекомендации по применению счетов учета блюд и полуфабрикатов.

Abstract. The article reveals the aspects of cost accounting at public catering establishments. Branch peculiarities are singled out, their influence on construction of the account of expenses in a public catering is considered. Systemized options for keeping records on the basis of purchase and sale prices; the list of items of expenses for sale is specified; recommendations on the use of accounting accounts for food and semi-finished products are given.

Ключевые слова: общественное питание; учет затрат, валовый доход, оценка запасов, расходы на продажу, учетная политика.

Keywords: public catering; cost accounting, gross income, stock valuation, selling costs, accounting policy.

К особенностям деятельности предприятий общественного питания можно отнести совмещение сразу двух видов предпринимательства – производства, в процессе которого потребляются ресурсы и изготавливается готовая продукция (блюда); и розничной торговли продуктами питания, а также другими товарами [1; 3]. Например, в кафе могут продаваться треугольники, приобретенные у сторонних контрагентов; алкоголь, табачные, сувенирные изделия и пр., к изготовлению которых объект общественного питания не имеет отношения.

Совмещение производства и торговли предопределяет специфику сферы общественного питания, которая в полной мере влияет на ведение учета затрат. В частности, разделение товаров для продажи и сырья для изготовления блюд не всегда можно сделать, в результате чего один и тот же объект материально-производственных запасов может быть, как продан, так и передан на кухню (в производство). Например, коньяк может использоваться для приготовления кондитерских изделий, а может быть продан клиенту.

В условиях такой специфики учет затрат в общепите неизбежно получает определенную долю условности, что выражается в активном применении счета 41 «Товары», на котором учитываются как сами товары, так и сырье. Вместе с тем, в торговле учет может вестись как по покупным, так и по продажным ценам – с применением счета 42 «Торговая наценка», на котором отражается НДС и добавленная

стоимость в виде накрутки к стоимости товара. Однако, если на 41 счете учитывается сырье, которое пока рассматривается как товар, то наценка неизбежно накрутится и на это сырье, ибо формируется она в момент отражения в программе поступающего товара, когда дальнейшее целевое использование вида МПЗ еще неизвестно.

Следовательно, при отпуске сырья в производство (на кухню) для изготовления блюд наценка, ранее накрученная на сырье как на товар, должна быть списана. Альтернативой в общепите является отказ от 42 счета, т. е. и сырье, и товар приходуются по ценам приобретения с возможным добавлением дополнительных расходов (транспортных и др.). Такой подход является лучшим для предприятий общественного питания, производственный процесс в которых более сложен, чем нарезка салатов, подогрев супов и т. п. В первую очередь такой подход целесообразен для заготовочных предприятий, выпускающих полуфабрикаты в массовом порядке для реализации последних в точках общественного питания сети, а также в специализированных магазинах, продающих мясные, рыбные, овощные полуфабрикаты или др. Заготовочные предприятия работают на сырье, а потому применение счета 42 в данном случае крайне маловероятно, в отличие от таких распространенных типов предприятий общепита, как ресторан, кафе, бар, столовая и т. п. Отсюда проистекает еще одна отраслевая особенность общепита: применяемые методы учета затрат зависят от типа предприятия общественного питания.

Что касается распределения дополнительных расходов между позициями номенклатуры (сырья, товаров), то здесь отраслевые аспекты отсутствуют, ибо этот процесс хорошо регламентирован Положением по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет МПЗ» (ПБУ 5/01), а также Методическими указаниями по учету МПЗ № 119н; и ничем не отличается от типового подхода. Согласно пунктам 6 и 13 ПБУ 5/01 «Учет МПЗ», а также пункту 80 Методических указаний 119н товары и сырье, отраженное по счетам товаров, могут оцениваться:

1. По фактической себестоимости поступления – т. е. затраты, связанные с приобретением товара (сырья), включаются в стоимость последних. Например, консультационные услуги, транспортные расходы, таможенные пошлины и пр. Данный подход неудобен тем, что все дополнительные расходы в этом случае требуется распределить между позициями приобретенной номенклатуры;

2. По «усеченной» фактической себестоимости поступления – согласно пункту 13 ПБУ 5/01 «Учет МПЗ» фактическая себестоимость товаров включает все дополнительные расходы, за исключением транспортно-заготовительных. Последние при таком подходе списываются на счет 44 «Расходы на продажу». Таким образом,

распределительные процессы при данном варианте возможны, однако происходят они реже, ибо дополнительные расходы состоят в основном из затрат по доставке и заготовлению (ТЗР);

3. По договорной стоимости приобретения – согласно данному подходу все дополнительные расходы списываются на счет 44 «Расходы на продажу». На счете 41 «Товары», таким образом, формируется себестоимость, состоящая из суммы, прописанной в договоре поставки, т. е. суммы (стоимости) самого МПЗ. Данный подход (как и оценка МПЗ по фактической себестоимости) не приводит к методологическим коллизиям и является наиболее простым с точки зрения прозрачности учетных данных. В то же время отказ от включения в стоимость МПЗ дополнительных расходов затрудняет ценообразование, так как наценка должна покрывать больше затрат;

4. Товары и сырье приходятся по учетным ценам, в качестве которых согласно пункту 80 Методических указаний 119н могут выступать:

- фактическая себестоимость материалов предыдущего месяца;
- планово-расчетные цены;
- средняя цена группы товаров.

Указанный подход применяется в сочетании с синтетическими счетами 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» и 16 «Отклонения в стоимости материальных ценностей» и является самым сложным из подходов. Поэтому он крайне редко встречается в ресторанах, кафе, барах и пр., но может иметь место в учете заготовочных предприятий.

При применении покупных цен для оценки поступающих товаров и сырья возникает необходимость исчисления себестоимости каждой единицы товаров и сырья при их списании, ибо запасы приобретаются партиями, часто от разных поставщиков, предлагающих скидки и пр. Следовательно, каждая поступающая партия той или иной номенклатуры имеет собственную стоимость, а значит, себестоимость единицы (относительно себестоимости единиц в др. партиях) тоже индивидуальна. Поэтому при списании сырья на кухню (в производство) и товаров (в результате продажи) необходимо выверять, из какой партии товар (сырье) берется; или условно списывать их в порядке поступления партий – вне зависимости от того, из какой конкретно партии идет отпуск; или же усреднять себестоимость единицы для всех партий сразу.

В соответствии с перечисленными вариантами, на предприятиях общепита могут применяться следующие методы оценки МПЗ при их списании:

1. Метод «ФИФО» – сырье и товары списываются в порядке поступления на предприятие: сначала списываются единицы из начального остатка, потом из первой партии, потом из второй и т. д. – с использованием цен этих партий. Отметим, что метод ФИФО имеет скользящую и взвешенную разновидности. Разница между ними заключается в моменте оценки конечного остатка запасов: при скользящей разновидности конечный остаток определяется после оценки списанных в производство или проданных единиц; взвешенная разновидность, наоборот, сначала предполагает оценку конечного остатка по ценам последних партий, и лишь потом определяет себестоимость списанных единиц, для чего используется следующее равенство (см. формулу 1).

$$\sum \text{ списания} = \sum \text{ нач. остаток} + \sum \text{ поступлений} - \sum \text{ кон. остаток} \quad (1)$$

где: \sum списания – стоимость сырья, списанного в производство, или проданных товаров;

\sum нач. остаток – стоимость остатка сырья или товаров на начало месяца;

\sum поступлений – стоимость поступивших в течение месяца партий сырья или товаров. Определяется по документам оприходования;

\sum кон. остаток – стоимость остатка сырья или товаров на конец месяца. Определяется по ценам последних по времени поступления партий.

Заметим, что данное равенство применяется отдельно для каждой позиции сырья (товаров). Далее значение « \sum списания» делится на количество списанных единиц соответствующей позиции номенклатуры, в результате чего образуется средняя удельная оценка единицы вида сырья (товара) за месяц;

2. Метод «по средней» основан на усреднении себестоимости единицы во всех партиях, по которой сырье и товары списываются в производство или на продажу. Как и ФИФО, метод «по средней» имеет две разновидности – взвешенную и взвешенную с корректировкой в конце месяца. В рамках взвешенной разновидности средняя себестоимость 1 ед. определяется путем деления общей стоимости партий номенклатуры на количество этой же номенклатуры по итогам месяца. В течение же месяца средняя себестоимость единицы не определяется, т.е. списание происходит только в количественном выражении. Однако для целей управления бывает необходимо иметь данные о себестоимости продаж или себестоимости списания в течение месяца. Данная возможность появляется в рамках второй разновидности метода, при которой средняя себестоимость

определяется по данным на дату каждого списания, а по итогам месяца делается корректировка, которая выправляет результаты. Сумма корректировки определяется путем вычитания из общей величины списаний, получаемых по итогам месяца, суммы списаний, сделанных за месяц;

3. Метод «по себестоимости единицы» – наиболее сложный метод оценки сырья и товаров при их списании. В рамках данного метода бухгалтер должен указывать конкретную партию, из которой кладовщик или другие материально-ответственные лица отпускают (потребляют, продают) сырье или товар. Таким образом, партии в данном методе становятся аналогами позиций номенклатуры, что раздувает справочные данные учетных программ. Кроме того, усложняются и первичные документы, передаваемые в бухгалтерию, в которых кладовщик должен указывать номер партии, из которой осуществляется отпуск. При этом точность оценки отпускаемых ценностей повышается.

Перечисленные методы оценки запасов при их списании не имеют какой-либо отраслевой специфики, и применяются в том виде, в каком они прописаны в ПБУ 5/01 «Учет МПЗ» и пояснены в Методических указаниях 119н. Однако данные методы не применяются, если на предприятии общественного питания имеет место учет товаров и сырья, отраженного на счете товаров, по продажной стоимости. При этом сырье, отпускаемое в производство (на кухню), как уже упоминалось, корректируется на сумму ранее начисленной торговой наценки: дебет 20 «Основное производство», кредит 42 «Торговая наценка» – сумма начисленной при поступлении торговой наценки (сторно). Далее накручивается наценка на блюдо проводкой: дебет 20 «Основное производство», кредит 42 «Торговая наценка» – на величину исчисленной наценки на блюдо.

В течение месяца блюда реализуются, товары продаются, а значит, наценка в указанных объектах учета, должна быть исчислена и отражена на счете 42, но с минусом (сторно), что позволяет правильно исчислить финансовый результат. Для определения величины реализованной наценки (валового дохода) теорией бухгалтерского учета предлагается один из четырех методов:

- по общему товарообороту;
- по ассортименту товарооборота;
- по среднему проценту;
- по ассортименту остатка.

На практике применяется метод определения валового дохода по среднему проценту, а прочие методы представляют собой академический

интерес. Так, метод определения по общему товарообороту основывается на том условии, что на все товары или блюда установлен одинаковый процент торговой наценки, а это трудно представить в отношении как товаров, так и продукции (блюд). Если данное условие выполняется, то реализованная наценка извлекается из выручки также, как извлекается НДС с продажи (10 %/100 % и 18 %/118 %).

Определение валового дохода по ассортименту товарооборота достаточно точный метод, но его трудно реализовать ввиду большого количества счетных операций, которые должна осуществлять учетная программа. Ибо товарооборот при этом методе разбивается на группы и даже виды товаров (блюд), для каждого из которых устанавливается индивидуальная торговая наценка. Таким образом, количество вычислительных действий увеличивается прямо пропорционально числу групп и видов товаров с индивидуальной наценкой, причем реализованная наценка извлекается из выручки вида (группы) товаров и блюд аналогично извлечению НДС, только со своими значениями процентов. Определение реализованной наценки по ассортименту остатка предполагает проведение инвентаризации в отношении остатка товаров и блюд. Далее для остатка определяется торговая наценка, после чего используется выражение (см. формулу 2).

$$\text{ВД} = \text{Сн.42} + \text{К.об.42} - \text{Д.об.42} - \text{ТНк} \quad (2)$$

где: ВД – валовый доход по виду блюда или товара;

Сн.42 – торговая наценка на остаток товаров на начало месяца;

К.об.42 – торговая наценка на товары, поступившие в течение месяца;

Д.об.42 – торговая наценка на товары, выбывшие в результате порчи или возврата поставщикам;

ТНк – торговая наценка на остаток товаров на конец отчетного периода, определяемая инвентаризацией.

Проведение инвентаризации и ввод ее результатов в программу являются трудоемкими процессами, что затрудняет применение данного метода. Кроме того, по законодательству остатки блюд на предприятиях общественного питания по многим позициям подлежат утилизации в конце дня, что не согласуется с сутью данного метода, который применим, главным образом, для товаров. В связи с изложенными проблемами, в общепите и торговле распространение получил метод среднего процента. Метод среднего процента считается простым, так как основывается на использовании данных синтетических счетов 41 «Товары», 42 «Торговая наценка» и 90.1 «Выручка» -

без детализации учетной информации по видам (группам) товаров. При делается следующий расчет (см. формулу 3).

$$\text{Ср \%} = (\text{Сн.42} + \text{К.об.42} - \text{Д.об.42}) : (\text{К.об.90.1} + \text{Ск.41}) * 100 \% \quad (3)$$

где: Ср % - средний процент реализованной торговой наценки;

Сн.42 – торговая наценка на остаток товаров на начало месяца;

К.об.42 – торговая наценка на товары, поступившие в течение месяца;

Д.об.42 – торговая наценка на товары, выбывшие в результате порчи или возврата поставщикам.

К.об.90.1 – объем товарооборота за месяц;

Ск.41 – остаток товаров на конец месяца.

Далее, средний процент умножается на общий товарооборот (выручку) за месяц и делится на 100, что и позволяет найти валовый доход за месяц.

Отражение затрат на счетах бухгалтерского учета является специфичным для предприятий общественного питания. Прежде всего, для отражения затрат используются счета: 20 «Основное производство» и 44 «Расходы на продажу». Специфика заключается в том, что в основном производстве учитываются лишь материальные затраты, связанные с приготовлением блюд, в то время как все остальные затраты, которые обычно тоже попадают на 20 счет (заработная плата, страховые взносы, а также распределенные по итогам месяца косвенные расходы), в сфере общественного питания относятся на счет 44 «Расходы на продажу». Поскольку на счете 20 оседают материальные затраты, счет основного производства технически можно заменить обычным материальным счетом, на который – по аналогии с документом комплектации в учетных программах – будут относиться материальные затраты. Более того, в отдельных источниках указывается, что в ресторанах, кафе и буфетах данный подход уже применяется, для чего задействуется субсчет 41.5 «Товары на кухне (в производстве)», непосредственно на который списывается сырье [2, с. 148]. Торговая наценка, если таковая отражается в учете, оформляется проводкой: дебет 41.5 «Товары на кухне (в производстве)», кредит 42 «Торговая наценка» - на сумму начисленной на блюдо наценки. Если же наценка на синтетических счетах не отражается, то проводка, соответственно, не делается.

Таким образом, существует два подхода к отражению материальных затрат в общественном питании:

1. С применением счета 20 «Основное производство», который подходит для предприятий, выпускающих и потребляющих пищевые полуфабрикаты, т. е. заготовочные и доготовочные предприятия;

2. С применением счета 41.5 «Товары на кухне (в производстве)», который больше подходит к таким предприятиям общепита, как ресторан, кафе, буфеты, бары и пр.

Здесь же отметим, что выпуск продукции (блюд) в общественном питании может оформляться с использованием как счета 41 «Товары», так и счета 43 «Готовая продукция» – в корреспонденции со счетом основного производства; причем счет 41 логичней использовать в случаях, когда наценка отражается на синтетических счетах, а счет 43 – когда наценка на счетах не отражается. Если же выпускаемая продукция (блюда) реализуются сразу в момент приготовления без образования запаса, то счета 41 «Товары» и 43 «Готовая продукция» нет необходимости применять, ибо проще списывать соответствующие затраты со счета 20 «Основное производство» непосредственно на 90.2 «Себестоимость продаж». При варианте с отнесением затрат сразу в дебет материального счета 41.5 «Товары на кухне (в производстве)» сам материальный счет становится счетом выпуска. При этом в целях совершенствования методологии можно предложить тоже задействовать 2 материальных счета – непосредственно 41.5 «Товары на кухне (в производстве)», если наценка на блюда отражается на счетах; либо субсчет 43.5 «Продукция на кухне», если учетной политикой не предусмотрено отражение торговой наценки на счетах.

На больших предприятиях общественного питания, имеющих в структуре заготовочные и доготовочные цехи, для отражения промежуточного выпуска применяется счет 21 «Полуфабрикаты собственного производства». При этом выпуск отражается: дебет 21 «Полуфабрикаты собственного производства», кредит 20 «Основное производство» - на стоимость выпуска полуфабрикатов. Как вариант, промежуточный выпуск может и не отражаться на счете 21; вместо этого будет иметь место непосредственная передача стоимостей между цехами: дебет 20 «Основное производство», кредит 20 «Основное производство». Такой подход возможен, если промежуточный выпуск полностью сразу и полностью передается в цех доготовки. Приведенные проводки по учету промежуточного выпуска не являются специфичными, ибо такие же учетные записи делаются и на обычных промышленных предприятиях [4].

Что касается расходов, отражаемых на счете 44 «Расходы на продажу» на предприятиях общепита, они регулируются «Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях торговли и общественного питания», утвержденных Роскомторгом 20.04.1995 года по согласованию с Минфином РФ. Документ носит рекомендательный характер, однако

за неимением другого предприятия торговли и общепита продолжают его применять в своей деятельности.

В документе приведен и охарактеризован перечень расходов на продажу, который в больше мере соответствует торговым предприятиям, а не общепиту. Вместе с тем, некоторые из приведенных статей, такие как зарплата работников предприятия и начисления на нее; расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд (т. е. приготовление блюд); потери и технологические отходы – имеют место на предприятиях общественного питания. Кроме того, можно обозначить более специфичные для общепита расходы, не упомянутые в методических рекомендациях, но осуществляемые в данной отрасли:

- расходы на оформление зала для мероприятий (например, свадебного банкета);
- расходы на организацию развлечений (например, закупку бумаги для рисования, карандашей и красок для конкурсов на детском празднике);
- вознаграждение приглашенным артистам или ведущим мероприятия;
- амортизация оборудования зала, бара, постоянных рекламных вывесок;
- затраты на проведение различных акций, например, печать сезонного меню, листовок, расходы на промоутеров;
- прочие подобные расходы.

Списание расходов на продажу в организациях торговли и общественного питания согласно Методическим рекомендациям Роскомторга может делаться двумя методами, один из которых организация должна выбрать, закрепить в учетной политике и последовательно применять в течение года. Первый метод позволяет полностью списывать расходы на продажу. Таким образом, сальдо конечное на счете 44 «Расходы на продажу» по итогам месяца не образуется. Второй метод предполагает распределение транспортных расходов, учтенных на 44 счете, между проданной продукцией и ее непроданным остатком на конец месяца. При этом к транспортным расходам относятся расходы как по доставке до склада организации, так и по доставке от склада организации до места, указанного покупателем. Полный перечень транспортных расходов изложен в «Методических рекомендациях по учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях торговли и общественного питания», утвержденных Роскомторгом 20.04.1995 года по согласованию с Минфином РФ. Методология

распределения транспортных расходов предусматривает использование среднего процента, расчет которого происходит следующим образом:

1. Суммируются транспортные расходы на начало месяца и за месяц согласно аналитическим данным;

2. Суммируется стоимость товарных запасов, проданных в отчетном периоде и их непроданный остаток на конец месяца;

3. Определяется средний процент распределения путем деления пункта 1 на пункт 2;

4. Средний процент умножается на остаток не проданных на конец месяца товаров; в результате находят сумму транспортных расходов, не подлежащих списанию со счета 44 «Расходы на продажу» на конец месяца.

Далее вычитанием из общей суммы расходов на продажу, включая сальдо начальное, расчетной суммы сальдо конечного находится величина расходов на продажу, подлежащая списанию со счета 44 в конце месяца. Остаток расходов на продажу отражается в балансе по строке «Запасы».

Сгруппируем приведенные выше методы ведения учета, применяемые на предприятиях общественного питания, в таблице 1.

Таблица 1.

**Элементы учетной политики в участи учета затрат
для предприятий общественного питания**

Методы ведения учета	Учет товаров и блюд		Отраслевая специфика
	по покупным ценам	по продажным ценам	
1. Учет товаров и сырья	Сырье может отражаться на счете 41 «Товары»	Сырье может отражаться на счете 41 «Товары»	Есть
2. Оценка товаров и сырья	По фактической, «усеченной», договорной и учетной стоимости	По фактической, «усеченной», договорной и учетной стоимости	Нет (есть коллизия по сырью)
3. Отражение наценки на счетах	Не отражается	Отражается на 42 счете	Нет
4. Сторнирование наценки	Не сторнируется	Сторнируется проводками: 1) дебет 20 кредит 42 и 2) дебет 90.2 кредит 42	Есть

Таблица 1. (продолжение)

Методы ведения учета	Учет товаров и блюд		Отраслевая специфика
	по покупным ценам	по продажным ценам	
5. Оценка МПЗ при списании	По себестоимости единицы; ФИФО; по средней	Списывается по продажной стоимости	Нет
6. Расчет валового дохода	Не рассчитывается	Рассчитывается по среднему проценту	Нет
7. Состав затрат на производство	Материальные затраты на изготовление блюд	Материальные затраты на изготовление блюд	Есть
8. Отражение затрат на производство	На счете 20 «Основное производство» или на счете 41.5 «Товары на кухне (в производстве)» или на счете 21 «Полуфабрикаты собственного производства»	На счете 20 «Основное производство» или на счете 41.5 «Товары на кухне (в производстве)» или на счете 21 «Полуфабрикаты собственного производства»	Есть
9. Отражение выпуска полуфабрикатов (для крупных предприятий общепита)	На счете 21 или без отражения (списание с 20 счета сразу в дебет 20)	На счете 21 или без отражения (списание с 20 счета сразу в дебет 20)	Нет
10. Отражение выпуска продукции (блюд)	На счете 43 или без отражения (списание со счета 20 сразу в дебет 90.2)	На счете 41 или без отражения (списание со счета 20 сразу в дебет 90.2)	Есть
11. Состав расходов на продажу	Все затраты по основной деятельности, кроме материальных	Все затраты по основной деятельности, кроме материальных	Есть
12. Списание расходов на продажу	Полное или частичное	Полное или частичное	Нет

Таким образом, методология учета затрат на предприятиях общественного питания специфична, что обусловливается выполнением и производственных и торговых операций в рамках выполнения одного вида деятельности «общепит». При этом производство в общепите сильно упрощено, а потребление продукции одновременно с выпуском, что также сказывается на специфике ведения учета, в частности, приводит к отсутствию незавершенного производства, наличию только материальных затрат в составе затрат производства и т. п.

Список литературы:

1. Ахмадеева О.А., Идрисова А.И. Тенденции развития рынка общественного питания в России // Молодой ученый. – 2016. – № 8. – С. 483-486.
2. Бухгалтерский учет в сфере услуг: учебник / М.А. Вахрушина, Т.П. Карпова, А.М. Петров и др.; под общей редакцией М.А. Вахрушиной. – М.: Рид Групп, 2011. – 576 с.
3. Желнова К.В. Эффективное управление общественным питанием // Молодой ученый. – 2010. – № 4. – С. 150-156.
4. Поплаухина Т.Д. Качество учетно-аналитической информации как научная категория // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы Междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). Т. I. - М.: ИОИР, 2011. - С. 202-205.

ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Багаев Илья Владимирович

*канд. экон. наук, доц.,
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова
(ИЭУП) – КИУ,
РФ, г. Казань*

Гиляева Ралина Вазиховна

*студент,
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова
(ИЭУП) – КИУ,
РФ, г. Казань*

FEATURES OF CALCULATION AT PUBLIC CATERING ESTABLISHMENTS

Iliia Bagaev

*candidate of economic sciences, associate professor
of Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov
(IEML) – KIU,
Russia, Kazan*

Ralina Gilayeva

*student, Private Educational Institution
of Higher Education Kazan Innovative University
named after V.G. Timiryasov (IEML) (Kazan) – KIU,
Russia, Kazan*

Аннотация. В статье рассматриваются разновидности калькулирования на предприятиях общественного питания на базе рыночного и затратного подхода. Раскрывается суть каждого из подходов, систематизируются разрозненные по источникам данные о показателях эффективности в общепите при применении покупных и продажных цен. Раскрываются алгоритмы применения торговых наценок на этапе поступления сырья в кладовую и на кухню.

Abstract. The article describes the varieties of calculation at public catering enterprises on the basis of a market and cost approach. The essence of each of the approaches is revealed, the data on the efficiency indicators in public catering, when sources of purchase and sale prices are disaggregated by sources, are systematized. The algorithms of application of trade mark-ups at the stage of receipt of raw materials into the storeroom and the kitchen are disclosed.

Ключевые слова: общепит; учет затрат; калькулирование; цена блюда.

Keywords: public catering; cost accounting; calculating; the price of the dish.

В процессе изготовления готовой продукции (блюд) или полуфабрикатов исчисляется их себестоимость. В привычном понимании калькулирование – это процесс исчисления себестоимости единицы продукции. В промышленности такой расчет осуществляется путем деления или накопления, хотя последнее есть частный результат деления (на единицу).

Спецификой общепита является то, что калькулируется не себестоимость готовой продукции (блюд), а ее продажная цена. Обуславливается это тем, что затраты на производство блюд в общественном питании обычно состоят только из сырьевой компоненты, которую можно просчитать заранее и утвердить как норму расхода сырья на блюдо. При условии адекватности и соблюдения норм влияние на себестоимость будет оказывать только ценовой фактор, т. е. фактор изменения покупной цены на сырье. Заметим, что в отдельных источниках [3, с. 203; 4, с. 67] помимо количества и цены упоминаются и другие факторы, например, кондиция сырья, сезонность (качество овощей в холодный период хуже, и это уменьшает выход продукции) и т. п. Однако влияние этих факторов устраняется путем составления норм для соответствующих ситуаций. Поэтому ценовой фактор остается наиболее актуальным для калькулирования.

Установление продажной цены на блюда основывается на двух подходах: рыночном и затратном. Рыночный подход базируется на соотношении спроса и предложения, а уровень покупных цен на сырье не имеет значения, поскольку продажная цена зачастую с лихвой перекрывает ценовые колебания на сырье. По сути рыночный подход в общепите делает ненужным калькулирование цен и возвращает понятие «калькулирование» к общепринятому значению. Дело в том, что для расчета рентабельности блюд при рыночном подходе может быть использован показатель валовой прибыли, рассчитываемый

путем вычитания из выручки (без НДС и акцизов) стоимости сырья для изготовления (производства) блюда. Сырьевой же набор блюда определяется по покупным ценам, скорректированным методами «ФИФО» или «по средней взвешенной» при списании сырья.

Однако валовая прибыль высчитывается по каждому виду блюда в целом, в то время как для оптимизации ассортимента требуются аналогичные значения в расчете на единицу. В этом случае вместо выручки используется цена блюда, а вместо сырьевого набора – себестоимость единицы блюда. Себестоимость блюда отличается от стоимости сырьевого набора тем, что в ней происходит усреднение всех отклонений (перерасходов, экономий), допущенных за месяц по блюду. Проще говоря, по виду блюда в течение месяца фиксируются затраты сырья, а по итогам месяца происходит деление (калькулирование) накопленных сырьевых затрат (вместе с отклонениями) на количество приготовленных блюд данного вида. Поскольку себестоимость блюд состоит из материальных затрат, а зарплата и косвенные расходы на счет основного производства не попадают, валовая прибыль и себестоимость единицы автоматически рассчитываются в любой день месяца, а не только по итогам отчетного периода (месяца).

Однако рыночный подход к ценообразованию не означает непременный отказ от калькулирования продажной цены в калькуляционных карточках (ф. ОП-1). Он означает лишь то, что продажная цена определяет уровень наценки на блюдо (с учетом покупной стоимости), а не то, что фиксированный процент наценки предопределяет величину продажной цены. Таким образом, рыночный подход может сочетаться с составлением калькуляционных карточек с той лишь разницей, что продажная цена вводится в карточку, после чего в этой карточке высчитывается сумма и процент торговой наценки на блюдо. Данный вариант имеет некоторые сложности, поскольку покупная стоимость сырья постоянно меняется, а значит, цены в калькуляционной карточке должны соотноситься с количеством предполагаемых к приготовлению блюд (по методу ФИФО и т. п.), что невозможно сделать без должной автоматизации учетного процесса.

Для устранения этого недостатка на этапе поступления сырья на него могут накручиваться наценки, в результате чего сырье в бухгалтерском учете будет оцениваться по продажной стоимости, как товар. В калькуляционной карточке (ф. ОП-1) в этом случае сырьевой набор тоже отразится в продажных ценах, при этом ввод в карточку продажной цены на блюдо автоматически приведет к появлению суммы и процента наценки, представляющую собой разницу между продажной ценой блюда и продажной ценой сырьевого набора.

Приведем простой пример. Если стоимость сырьевого набора по покупным ценам составляет 100 рублей, а наценка при поступлении сырья в кладовую – 20 %, то продажная цена сырья составит: 100 рублей * 1,2 = 120 рублей. В то же время продажная цена блюда – 150 рублей. В калькуляционной карточке (ф. ОП-1) будут сделаны следующие вычисления:

1. Сумма торговой наценки на блюдо = 150 – 120 = 30 рублей.

2. Процент торговой наценки на блюдо = 30 : 120 = 0,25 или 25 %.

Таким образом, общий процент наценки составит: 1,2 * 1,25 = 1,5 или 50 %, которые и будут использоваться при расчете валового дохода по виду блюда. Таким образом, задействование калькуляционной карточки в рамках рыночного подхода сопровождается расчетом показателя валового дохода на каждый вид блюда; в то время как традиционный подход к учету затрат и калькулированию себестоимости единицы на предприятиях общественного питания предполагает использование валовой прибыли – для оценки эффективности деятельности и оптимизации ассортимента.

Рыночный подход удобен для ресторанов, баров, дорогих кафе, посетители которых готовы доплачивать за дополнительный комфорт и статус заведения. Однако не все предприятия общественного питания могут использовать такой подход к ценообразованию. Так, Постановлением Правительства РФ от 07.03.1995 № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» организации общественного питания при общеобразовательных школах, профтехучилищах, среднеспециальных и высших учебных заведениях ограничены в размерах устанавливаемых наценок на изготавливаемые блюда, а значит, этими предприятиями калькулирование цен на блюда осуществляется от обратного: на покупные цены накручивается процент наценки, в результате чего и возникает продажная стоимость. А поскольку цены на сырье постоянно меняются, то калькулирование продажной цены блюд в училищах, школах и т. д. превращается в рутинный ежедневный трудоемкий процесс. Ибо если цена на поступающее сырье в какой-то момент снизилась, а продажная цена осталась неизменной, то наценка на блюдо может превысить установленный уровень; а если сырье приобретено за высокую цену, а продажная цена не изменилась, то валовой доход (рентабельность) организации общепита падает.

Здесь нужно уточнить следующий момент: на текущий день отсутствуют какие-либо действующие нормативные указания о методе калькулирования продажной цены на предприятиях общественного питания, что дает учетным работникам предприятий общепита широкий простор для методологических экспериментов, что приводит к самым

разным вариантам решения проблемы. Например, приведенный выше механизм калькулирования в профтехучилищах, общеобразовательных школах, среднеспециальных учебных заведениях, ВУЗах может быть реализован с применением:

1. Единой торговой наценки, накручиваемой на этапе поступления сырья в кладовую. Однотипное сырье объединяется в группу, в которой выбирается базовая позиция (например, самая дорогая) и на нее накручивается торговая наценка. Например, если в группе сыпучих круп самая дорогая крупа – гречка (покупная цена 68 рублей за кг), а единая торговая наценка 120 %, то сумма торговой наценки составит: $68 \text{ рублей} * 120 \% : 100 \% = 81,6 \text{ рубля}$; а продажная цена: $68 \text{ рублей} + 81,6 \text{ рубля} = 149,6 \text{ рубля}$. По стоимости 149,6 рублей будут оцениваться все остальные крупы в группе. Таким же образом устанавливаются фиксированные цены на иные категории продуктов: мясо, овощи и др. Эти цены и указываются при расчете стоимости сырьевого набора в калькуляционных карточках (ОП-1), информация о которых приведена далее. При этом варианте дополнительных наценок на блюда не предусматривается. Данный подход возможен в случае, когда поступающее сырье не перепродается как товар, т. е. используется только для приготовления блюд. В противном случае придется пересчитывать наценку и продажную цену отпускаемого сырья;

2. Единой торговой наценки, накручиваемой при поступлении сырья в кладовую, но не по группам, как в пункте 1, а на каждый вид поступающего сырья. Такой подход осуществим в условиях автоматизации, и он в большей степени отвечает рыночным реалиям, поскольку устранение условности из расчетов позволяет более гибко организовать процесс ценообразования, что повышает конкурентоспособность предприятия общепита. Исчисленные цены формируют стоимость сырьевого набора в калькуляционных карточках (ОП-1). Дополнительных наценок на блюда не предусматривается;

3. Единой торговой наценки при передаче сырья на кухню. Данный подход применим в том случае, когда сырье одновременно может быть и товаром. В этом случае при поступлении сырье считается товаром, и на него начисляется наценка как на товар. Однако в момент передачи сырья на кухню старая наценка сторнируется, и вместо нее накручивается новая, поскольку наценка на блюда должна быть выше, ибо окупает не только расходы на продажу, но также оплату труда поваров, амортизацию оборудования кухни и т. д. Исчисленные цены формируют стоимость сырьевого набора в калькуляционных карточках (ОП-1). Дополнительных наценок на блюда не предусматривается.

4. Торговой надбавки и торговой наценки. По сути речь идет о разложении единой торговой наценки на две составляющие, одна из которых накручивается при поступлении сырья в кладовую; вторая – донакручивается при передаче сырья на кухню. Такой подход имел широкое применение в советское время, однако на текущий момент его популярность снижается. При этом нет разницы, каким образом формируется продажная цена, ибо разложенная единая наценка в итоге дает ту же величину валового дохода. Например, если единая наценка на сырье составляет 32 %, а торговая наценка на товар 20 %, то донакруживаемая величина наценки в процентах будет составлять: $1,32 : 1,2 = 1,1$ или 10 %. Таким образом, наценка все равно составит 32 % - вне зависимости от ее разложения на составляющие или же единого формирования общей суммой.

Систематизируем в таблице 1 подходы к калькулированию цен на блюда, применяемые на предприятиях общественного питания.

Таблица 1.

**Подходы и разновидности калькулирования на предприятиях
общественного питания**

№ п/п	Подходы к калькулированию цен	Описание подхода
1.	Рыночный подход, в т. ч. на основе:	Продажная цена блюда зависит от спроса и предложения, а не от покупной стоимости сырья. Руководство следит за уровнем маржи блюд и периодически пересматривает их цены, когда маржа перестает устраивать
1.1.	Покупных цен	Маржа представляет собой валовую прибыль
1.2.	Продажных цен	Маржа представляет собой валовый доход
2.	Затратный подход, в т.ч. на основе:	Продажная цена зависит от покупной стоимости сырья и меняется каждый раз при изменении покупных цен
2.1.	Единой групповой торговой наценки на этапе поступления сырья в кладовую	Наценка накручивается на группы сырья на этапе поступления на предприятие. Наценка на блюдо складывается из наценок на сырье, а потому не пересматривается при отпуске сырья на кухню
2.2.	Единой видовой торговой наценки на этапе поступления сырья в кладовую	Наценка накручивается на каждый вид сырья индивидуально на этапе поступления на предприятие. Наценка на блюдо складывается из наценок на сырье, а потому не пересматривается при отпуске сырья на кухню

Таблица 1. (продолжение)

№ п/п	Подходы к калькулированию цен	Описание подхода
2.3.	Единой торговой наценки на этапе отпуска сырья на кухню	Отпущенные на кухню сырьевые позиции, которые одновременно могут быть и товарами, предварительно очищаются (сторнируются) от наценки, начисленной на этапе поступления их кладовую, после чего накручивается «сырьевая» наценка
2.3.	Торговой надбавки и торговой наценки	Происходит разложение торговой наценки на две составляющие: одна накручивается при поступлении сырья в кладовую; вторая – донакручивается при передаче сырья на кухню

Согласно «Альбому унифицированных форм первичной учетной документации по учету операций в общественном питании», утвержденному Постановлением Госкомстата РФ от 25.12.1998 № 132 калькулирование цен в общепите, а также другие операции оформляются документами формы «ОП». В то же время с 01.01.2013 г. вступил в действие закон Федеральный закон № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», который не обязывает организации применять унифицированные формы первичных учетных документов. Стало быть, формы «ОП» могут дорабатываться на предприятиях, либо полностью заменяться на самостоятельно разработанные формы первичных документов.

Несмотря на это формы первичных документов «ОП» по-прежнему широко распространены на предприятиях общественного питания, поэтому рассмотрим процесс формирования калькуляционной карточки на предприятиях общепита (см. рисунок 1).



Рисунок 1. Формирование калькуляционной карточки на предприятии общественного питания

Основой заполнения калькуляционной карточке (ф. ОП-1) являются данные из Актов проработки и Сборников рецептур. Когда готовится типовое блюдо, данные для калькулирования цен берутся из Сборников рецептур, в которых в нормативном порядке прописаны нормы расхода сырья на то или иное блюдо, выход полуфабрикатов и продукции, приведены правила подготовки сырья к производству, технология приготовления блюд и мучных кондитерских изделий [3, с. 17]. Если предприятие общественного питания разрабатывает фирменное блюдо, то появляется необходимость в составлении Акта проработки. Название Акта указывает на то, что в нем отображаются результаты приготовления (проработки) нового блюда, причем несколько раз подряд на 1, 10, 100 порций – в брутто и нетто оценке. По итогам проработки выводятся усредненные значения о расходе ингредиентов на заданное количество порций. Далее комиссия (технолог, повар и бухгалтер-калькулятор), подписывает Акт, на основании которого технолог формирует технологическую карту [2, с. 143].

В технологическую карту вносятся окончательные результаты проработки, в т.ч. перечень компонентов, нормы их расхода в брутто и нетто оценке, масса блюда в готовом виде; дается подробное описание технологии приготовления. Подписывают технологическую карту – директор, заведующий производством и бухгалтер-калькулятор. Данные Сборников рецептур по каждому блюду тоже переносятся в технологические карты, поскольку на различных предприятиях общепита могут иметь место особенности приготовления, связанные с составом сырья и технологией приготовления. Кроме того, в Сборниках рецептур дается несколько вариантов приготовления блюд, различающихся нормами вложения сырья и выходом готовых блюд и кулинарных изделий [4, с. 201]. Предприятие должно выбрать актуальные варианты приготовления и прописать их наличие в технологических картах.

Пользуясь технологическими картами, бухгалтер-калькулятор и составляет калькуляционные карточки (ф. ОП-1). Здесь необходимо уточнить, что перечень ингредиентов в технологической карте бывает больше, чем в калькуляционной карточке. Это связано с тем, что на некоторые составляющие, такие как лед или вода, цена отсутствует, а значит, эти составляющие не влияют на калькуляцию, поэтому они не отражаются в карточке.

Калькуляционная карточка (ф. ОП-1) составляется на 100 порций, если в технологической карте нормы расходы сырья указаны на 1 порцию; или на 10 кг, если нормы расходы даны на 1 кг. Делается это для более точного исчисления продажной цены 1 порции или 1 кг,

ведь такие ингредиенты как соль, специи и пр. трудно оценить в расчете непосредственно на 1 порцию (кг). В то же время расчет продажной цены на 100 порций или 10 кг трудностей не вызывает, в связи с чем дальнейшее деление на 100 или на 10 приводит к получению необходимого результата в расчете на порцию или килограмм, что и делается в нижних строках калькуляционной карточки (ф. ОП-1). Составленную карточку подписывают заведующий производством (шеф-повар или бригадир), бухгалтер-калькулятор, а затем утверждает директор предприятия.

Составление калькуляционной карточки и определение продажной цены готовой продукции (блюда) обычно происходит в следующем порядке:

1. Определяется перечень блюд на предстоящий день, для чего составляется План-меню (ф. ОП-2). В Плане-меню указываются наименования и номера блюд по сборникам рецептур, а также количество блюд, предполагаемых к готовке;

2. Устанавливаются нормы расхода (вложения) сырья по технологическим картам или сборнику рецептур, если технологическая карта на была составлена;

3. Определяются цены сырья, подлежащие включению в калькуляционную карту. Цены могут быть покупные и продажные. В последнем случае наценка на блюдо будет добавлена поверх накрутки, начисленной на позиции сырья на этапе его поступления на предприятие (в кладовую). Либо наценка будет равна нулю, т. е. продажная стоимость будет формироваться из покупной цены и накрутки на каждый вид сырья, начисленной еще при поступлении в кладовую;

4. Суммируется стоимость сырьевого набора на каждое блюдо в количестве 100 порций или 10 кг;

5. Исчисляется продажная цена одной порции или кг каждого блюда.

На полуфабрикаты, являющиеся составной частью готового блюда, также составляется калькуляционная карточка. Примером полуфабриката может быть тесто для выпечки пирогов – многокомпонентный полупродукт, который нужно учесть на этапе его создания с формированием его стоимости, и далее ввести в состав сырьевого набора готового изделия свернутой позицией «тесто». Тесто может использоваться для приготовления пирога не сразу, а через какое-то время – также как бульон и пр. Такой временной аспект требует учета полуфабрикатов на отдельном счете 21 «Полуфабрикаты собственного производства».

Таким образом, калькулирование на предприятиях общественного питания имеет специфику, отличающую данный процесс от калькулирования в обычном понимании этого слова. Калькулирование на предприятиях общепита означает исчисление продажных цен блюд, а процесс такого исчисления отображается в калькуляционных карточках. Калькулирование цен на предприятиях общепита происходит путем накручивания наценок – в два этапа (тогда говорят о торговой накрутке и торговой наценке) или в один этап (тогда говорят о единой торговой наценке). При любом варианте валовый доход от продажи блюд определяется на базе единой наценки, которая и состоит из накрутки и наценки, причем валовый доход становится основным показателем эффективности продаж. Другим вариантом калькулирования на предприятиях общепита является традиционный подход, в рамках которого сырье учитывается по покупным ценам и списывается при отпуске на кухню – с применением метода «ФИФО» или по «средней взвешенной». Валовый доход, таким образом, не исчисляется – вместо него показателем эффективности продаж становится валовая прибыль.

Список литературы:

1. Ахмадеева О.А., Идрисова А.И. Тенденции развития рынка общественного питания в России // Молодой ученый. – 2016. – № 8. – С. 483-486.
2. Бухгалтерский учет в сфере услуг: учебник / М.А. Вахрушина, Т.П. Карпова, А.М. Петров и др.; под общей редакцией М.А. Вахрушиной. – М.: Рид Групп, 2011. – 576 с.
3. Перетятко Т.И. Основы калькуляции и учета в общественном питании / Т.И. Перетятко. – М.: «Дашков и Ко», 2005. – 232 с.
4. Семинихин В.В. Бухгалтерский учет в общественном питании / В.В. Семинихин. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 608 с.

ВЛИЯНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЗАПАСОВ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖ В СОВРЕМЕННЫХ УЧЕТНЫХ ПРОГРАММАХ

Багаев Илья Владимирович

*канд. экон. наук, доц.,
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова
(ИЭУП) – КИУ,
РФ, г. Казань*

Поплаухина Татьяна Дмитриевна

*канд. экон. наук, доц.,
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова
(ИЭУП) – КИУ,
РФ, г. Казань*

IMPACT ASSESSMENT METHODS OF RESERVES ON PERFORMANCE INDICATORS PRODUCTION AND SALES IN THE MODERN ACCOUNTING SOFTWARE

Ilia Bagaev

*candidate of economic sciences, associate professor of Kazan Innovative
University named after V.G. Timiryasov (IEML) – KIU,
Russia, Kazan*

Tatyana Poplauhina

*candidate of economic sciences, associate professor of Kazan Innovative
University named after V.G. Timiryasov (IEML) – KIU,
Russia, Kazan*

Аннотация. В статье рассмотрены методы и разновидности оценки списываемых запасов с учетом специфики и возможностей автоматизации бухгалтерского (финансового и управленческого) учета на современном этапе. Подвергнуты критическому осмыслению отдельные приемы учетной практики, связанные с оценкой запасов; показано влияние типовых ошибок при формировании номенклатуры на величину оценки, а также на показатели затрат на выпуск, себестоимости единицы, валовой прибыли и рентабельности продаж. Даны уточнения по алгоритму исчисления скользящей средней оценки.

В процессе написания авторами использовались теоретические знания, подкрепленные практическими навыками работы в распространенных конфигурациях 1С: «Бухгалтерия предприятия 3.0», «Управление торговлей 11», «Комплексная автоматизация 2.0», «Управление производственным предприятием 1.3» и «ERP: Управление предприятием 2.1».

Abstract. The article describes the methods and species of inventories taking into account the specific features and automation capabilities of accounting (financial and management) account at the present stage. Subjected to critical reflection on the individual methods of accounting practices related to inventory valuation; it shows the effect of typical errors in the formation of the nomenclature in the assessment value, as well as indicators on the issue of costs, unit costs, gross margin and return on sales. There are more accurate algorithm for calculating the moving average estimate. In the process of writing this article the authors used the theoretical knowledge and practical skills in common configurations of 1S: "Accounting Enterprise 3.0", "Trade Management 11", "Integrated Automation 2.0", "Manufacturing Enterprise Management 1.3", «ERP: Enterprise Management 2.1".

Ключевые слова: запасы; ФИФО; метод оценки по средней взвешенной; автоматизация учета; 1С.

Keywords: inventories; FIFO; weighed-average method; accounting automation; 1S.

Известно, что оценка запасов при их выбытии проводилась в СССР без использования общепринятых ныне методов, поскольку цены поступления на партии одной номенклатуры оставались неизменными. Поэтому специфика оценки запасов в условиях капитализма представляла научный интерес лишь для небольшого числа советских ученых. Так, Стуков С.А. в 1988 году писал: «Многочисленные... методы оценки, во-первых, отражают неустойчивость и подверженность кризисным спадам капиталистической экономики, во-вторых, являются примером расточительной затраты времени и труда на ведение стоимостного учета. Эта расточительность проявляется в излишнем усложнении программ, составляемых для ЭВМ... Нерациональные затраты труда находят свое отражение и в перегрузке учебных программ, лекционных курсов и практических занятий в университетах и колледжах» [5, с. 102].

С развалом СССР и переводом экономики страны на рыночные рельсы проблема оценки списываемых сырья, материалов, товаров и прочих запасов неизбежно проявила себя и на российских предприятиях.

Развитие средств автоматизации, а также возникновение в учетных программах параллельной подсистемы управленческого учета привели к тому, что одни методы оценки утратили актуальность, другие были модифицированы согласно требованиям и задачам управленческого учета.

На текущий момент в наиболее распространенных учетных программах поддерживаются следующие методы оценки выбывающих запасов:

1. По средней себестоимости:
 - по средней взвешенной;
 - по средней взвешенной с корректировкой в конце месяца.
2. По методу ФИФО:
 - по ФИФО скользящей;
 - по ФИФО взвешенной.
3. По себестоимости каждой единицы.

Забегая вперед, отметим, что отсутствие алгоритмов списания согласно другим методам (ЛИФО, ХИФО, ЛОФО и др.) может быть компенсировано ручным списанием нужных партий, однако для этого пользователь должен каждую партию отражать как самостоятельную позицию номенклатуры, что увеличивает трудоемкость ведения учета и ведет к чрезмерному «раздутию» справочника «Номенклатура». Поэтому без крайней необходимости ручное формирование и списание партий делать не стоит; либо следует обратиться к специалистам, способным доработать программу, чтобы в управленческом учете оценка запасов специфическим методом делалась автоматически.

Одним из наиболее распространенных на сегодняшний день методов является метод средней взвешенной оценки. Суть его сводится к тому, что для всех единиц одинаковой номенклатуры высчитывается средняя удельная себестоимость – вне зависимости от принадлежности единицы к конкретной партии. Пример определения такой себестоимости приведем, основываясь на данных таблицы 1.

Таблица 1.

Начальные данные для определения себестоимости выбывающей номенклатуры при применении разных методов оценки

Позиция номенклатуры (товара, материала и пр.)	Количество, ед.	Цена, руб./ед.	Стоимость, в руб.	Списано, ед.
Остаток на начало месяца	100	10	1000	-
Партии поступления за месяц:				
• партия 1	50	11	550	75
• партия 2	75	12	900	-
• партия 3	75	15	1125	100
Всего за месяц	300	-	3575	175

Определим стоимость выбывающей номенклатуры по методу средней взвешенной:

1. Средняя взвешенная себестоимость 1 ед. = 3575 руб.: 300 ед. = 11,92 руб./ед.

2. Средняя взвешенная себестоимость всего выбытия = 175 ед. * 11,92 = 2085,42 руб.

Оценка запасов по средней взвешенной получила распространение в таких управленческих программах, как «1С: Управление торговлей 11», «1С: Комплексная автоматизация 2.0», «1С: ERP 2.1» и др. Особенностью метода и одновременно его недостатком является определение средней взвешенной себестоимости по итогам месяца, когда общая стоимость и общее количество материала (товара и пр.) становятся известными. Таким образом, в течение месяца менеджеры имеют информацию лишь о количественных величинах текущих списаний, что не позволяет проводить оперативный анализ валовой прибыли и рентабельности продаж в разрезе ассортимента товаров. В то же время такой подход позволяет упростить работу программы, что сказывается на быстродействии; кроме того, в управленческих программах и подсистемах предусмотрена возможность принудительного расчета себестоимости продаж на текущую дату с начала месяца.

Добавим, что усреднение себестоимости единицы применительно ко всем партиям приводит к тому, что распределение дополнительных расходов (например, транспортных) между конкретными партиями обесмысливается, ибо это не сказывается на точности исчисления затрат на выпуск продукции и финансовом результате, ведь МПЗ списываются в производство (продаются) по усредненному для всех партий значению. Поэтому процесс распределения следует рассматривать

исключительно как добавление расходов, связанных с приобретением товаров (материалов), в фактическую себестоимость МПЗ, а не как попытку получения более достоверной себестоимости и финансового результата. Кроме того, средняя оценка в принципе не позволяет отображать номенклатуру в разрезе партий, так как внутри партий фактическая оценка поступления не совпадает с усредненной оценкой списания.

В бухгалтерских программах, таких как «1С: Бухгалтерия предприятия 8» распространение получил метод средней взвешенной с корректировкой в конце месяца. Суть данного метода сводится к тому, что:

1. Себестоимость определяется в течение месяца по текущим данным;

2. По итогам месяца стоимость списания корректируется следующим образом: «Сумма корректировки = Общая средняя взвешенная за месяц – Суммы всех списаний в течение месяца».

Определим стоимость выбывающей номенклатуры по методу средней взвешенной с корректировкой в конце месяца:

1. Первое списание (75 единиц):

1.1. Средняя взвешенная себестоимость 1 ед. для первого списания = $(1000 + 550) : (100 + 500) = 1550 : 150 = 10,33$ руб./ед.

1.2. Общая средняя взвешенная себестоимость для первого списания = $75 \text{ ед.} * 10,33 \text{ руб./ед.} = 774,75$ руб.

2. Второе списание (100 единиц):

2.1. Средняя взвешенная себестоимость 1 ед. для второго списания = $3575 \text{ руб.} : 300 \text{ ед.} = 11,92$ руб./ед.

2.2. Общая средняя взвешенная себестоимость для второго списания = $100 \text{ ед.} * 11,92 = 1192$ руб.

3. Корректировка по итогам месяца = $11,92 * 175 - (774,75 + 1192) = 2086 - 1966,75 = 119,25$ руб.

Сумма корректировки списывается по итогам месяца дополнительной записью или методом «красное сторно». Таким образом, наличие различных подходов к оценке по средней взвешенной не приводит к получению разных результатов – различаются только моменты признания стоимости списанных запасов в затратах (или расходах) предприятия.

Заметим, что в «1С: Бухгалтерия предприятия 8», где реализован метод средней взвешенной с корректировкой в конце месяца, транспортные и пр. расходы распределяются на конкретную партию поступления, в то время как в управленческих программах указанные расходы относятся на весь остаток соответствующей номенклатуры, даже если их можно увязать с конкретной партией поступления.

Как уже отмечалось выше, подход, реализованный в бухгалтерской программе, хотя и соответствует нормам законодательства, не имеет экономического смысла, поскольку информация по партиям все равно не показывается, а стоимость списания каждой единицы усреднена.

Пунктом 78 Методических указаний по бухгалтерскому учету МПЗ № 119н предусмотрена возможность применения метода оценки списаний и по средней скользящей. Однако помимо указания такой возможности, никаких описаний или примеров, показывающих алгоритм оценки номенклатуры на момент ее выбытия, в пункте 78, а также в Приложении 1 к Методическим указаниям 119н нет. Таким образом, под методом средней скользящей можно понимать уже приведенный метод оценки с корректировкой в конце месяца. Поскольку в кругах разработчиков и практиков метод с корректировкой в конце месяца считается взвешенной оценкой, под «скользящей» необходимо понимать другое. Например, метод скользящей средней может сводиться к одновременному проведению оценки и корректировки – на момент списания. Корректировка сводится к вычитанию в числителе стоимости всех выбытий соответствующей номенклатуры с начала месяца; в знаменателе вычитается количество всех списаний той же номенклатуры с начала месяца. Поскольку количество списаний в течение месяца может достигать десятков и сотен раз, применение средней скользящей в современных программах не встречается в силу громоздких вычислений, сказывающихся на быстродействии учетных программ.

Приблизительно такой же подход к формированию скользящей средней себестоимости приводится в источнике [4, с. 328] с той только разницей, что авторы предлагают не вычитать стоимость и количество всех списаний, осуществленных с начала месяца до момента списания МПЗ, а использовать стоимостной и количественный остаток на дату предшествующего списания с добавлением к нему стоимостных и количественных величин, связанных с поступлением новых партий – до даты текущего списания. Такой подход, по мнению авторов статьи, не учитывает особенности формирования учетных данных в программе. Дело в том, что регистры, в которых хранятся остатки в разрезе наименований, формируют остатки не на каждый приход и списание, что «раздуло» бы информационную базу, а на определенные даты, в первую очередь, на начало и конец месяца. Информация по остаткам внутри месяца формируется оперативно – корректировкой ближайшего остатка. Это значит, что по формуле, предлагаемой в источнике, придется высчитывать остатки дважды – сначала для предшествующего списания, потом для текущего, что замедлило бы работу программы; в то время как по первой формуле остатки высчитываются

один раз – по известным данным. В целом еще раз уточним, что метод скользящей средней на данный момент не является оптимальным с точки зрения производительности системы – вне зависимости от варианта его реализации.

Альтернативой средней себестоимости является метод ФИФО (от англ. «First In, First Out», т. е. «первый пришел, первый выбыл»). В рамках ФИФО становится обязательным учет по партиям, иначе номенклатуру нельзя будет списать в порядке ее поступления.

В бухгалтерских программах распространение получила разновидность ФИФО со скользящей оценкой. Такая разновидность позволяет формировать оценку в момент списания номенклатуры, при этом возникает необходимость в максимального точном соблюдении последовательности поступающих и списываемых ценностей, чтобы оценка не исказилась. Учитывая специфику ведения учета в России, неизбежны сомнения в самой возможности точного соблюдения последовательности проведения документов в программах.

Определим стоимость выбывающей номенклатуры по методу ФИФО со скользящей оценкой, причем выбытие в приводимом примере будет означать продажу товаров (аналогичные действия делаются и в случае отпуска сырья, материалов, полуфабрикатов в производство; продажи готовой продукции):

1. Себестоимость первой продажи = 75 ед. * 10 руб./ед. = 750 руб.

2. Себестоимость второй продажи = 25 ед. * 10 руб./ед. + 50 ед. * 11 руб./ед. + 25 ед. * 12 руб./ед. = 1100 руб.

Итого за месяц = 750 руб. + 1100 руб. = 1850 руб.

Как отмечалось выше, метод ФИФО со скользящей оценкой получил распространение в бухгалтерских программах, таких как «1С: Бухгалтерия предприятия 8», однако для целей управленческого учета он в ряде случаев не годится. Вернемся к данным таблицы 1 и предположим, что номенклатура, представленная товарами, была продана следующим образом:

- партия 2 – менеджером по продажам Ивановым И.И.;
- партия 3 – менеджером по продажам Петровым П.П.

При прочих равных условиях программа, использующая метод ФИФО со скользящей оценкой, покажет большую рентабельность продаж у Иванова И.И., поскольку себестоимость его продаж будет ниже, чем у Петрова на 225 рублей: 75 ед. * (15 руб./ед. – 12 руб./ед.). Следовательно, данный метод не обеспечивает справедливой оценки деятельности менеджеров предприятия. Кроме того, метод со скользящей оценкой требует больших вычислительных ресурсов, нежели ФИФО с оценкой взвешенной, которая к тому же устраняет расхождения

в себестоимости единицы каждой партии; а значит, менеджеры, использующие ФИФО со взвешенной оценкой, не зависят от условности выбора программой тех или иных партий списания.

Приведем пример расчета себестоимости выбывающей номенклатуры по методу ФИФО со взвешенной оценкой, при этом в рамках метода сначала определим стоимость остатка запаса на конец месяца, и лишь потом оценим себестоимость продажи (списания):

1. Определяем конечный остаток в натуральных измерителях = $100 \text{ ед.} + 50 \text{ ед.} + 75 \text{ ед.} + 75 \text{ ед.} - (75 \text{ ед.} + 100 \text{ ед.}) = 300 \text{ ед.} - 175 \text{ ед.} = 125 \text{ ед.}$

2. Оцениваем конечный остаток, исходя из стоимости последних по времени поступления партий = $75 \text{ ед.} * 15 \text{ руб./ед.} + 50 \text{ ед.} * 12 \text{ руб./ед.} = 1725 \text{ руб.}$

3. Оцениваются списанные в течение месяца запасы = $1000 \text{ руб.} + 550 \text{ руб.} + 900 \text{ руб.} + 1125 \text{ руб.} - 1725 \text{ руб.} = 3575 \text{ руб.} - 1725 \text{ руб.} = 1850 \text{ руб.}$

4. Определяется общая для выбывших партий себестоимость единицы запаса = $1850 \text{ руб.} : 175 \text{ ед.} = 10,57 \text{ руб./ед.}$

Поскольку величина в 10,57 руб./ед. является усредненной для партий запасов, выбывших в течение месяца, отчеты программы, как и в случае со средней взвешенной, не показывают аналитику в разрезе партий, в отличие от аналитики по каждой позиции номенклатуры, которая и будет выводиться. В этом состоит одно из отличий ФИФО со скользящей оценкой от ФИФО с оценкой взвешенной, несмотря на получение в обоих случаях одинаковой суммы списания – 1850 рублей. Кроме того, взвешенная оценка по методу ФИФО формируется по итогам месяца, когда становятся известны остатки запасов, в то время как «скользящий» аналог формирует оценку на момент каждого списания.

Добавим, что упомянутое распределение транспортных и др. расходов на конкретные партии поступления в рамках ФИФО со взвешенной оценкой теряет смысл, как и в случае со средней взвешенной оценкой. Отметим, что и скользящая ФИФО оценка не дает оснований для списания дополнительных расходов на конкретные партии поступления по той причине, что, несмотря на наличие полноценного партионного учета, списание запасов в порядке их поступления условно и не соответствует списаниям на складе. Дело в том, что кладовщик отпускает ценности «не по порядку», а по другим критериям – срокам годности, близости расположения партии относительно выхода и др. На это же обращают внимание Дружиловская Т.Ю. и Коршунова Т.Н., по мнению которых «списание себестоимости происходит «на бумаге» и может не соответствовать последовательности использования запасов на практике» [2]. Таким образом,

условность ФИФО оценки лишает смысла распределение транспортных расходов между конкретными партиями для целей получения более достоверного финансового результата или затрат на выпуск.

Метод ФИФО со взвешенной оценкой встречается в таких программах, как «1С: Управление торговлей 11», «1С: Комплексная автоматизация 2.0», «1С: Управление производственным предприятием 1.3», «1С: ERP 2.1» и др. В целом ФИФО оценка вне зависимости от выбранной разновидности ведет к получению заниженной себестоимости списаний по причине инфляционного фактора, о чем часто упоминается в специализированных источниках [3, 1 и др.]. В бухгалтерском учете, который традиционно увязывается с налоговым учетом, использование заниженной оценки означает рост налогооблагаемой прибыли, что нельзя назвать позитивным фактором. В управленческом учете заниженная себестоимость позволяет отчитываться перед собственниками в наиболее благоприятном для команды управленцев свете.

При рассмотрении методов списания запасов необходимо упомянуть и о распространенных ошибках, допускаемых пользователями в процессе ввода данных в программу, что сказывается на достоверности оценки по методам ФИФО или средней взвешенной. Часто встречаемой ошибкой в российской учетной практике является дублирование номенклатуры; либо, наоборот, ее укрупнение. Как правило, причинами дублирования являются: плохое знание номенклатуры; различная маркировка одного запаса в документах от разных или даже от одного поставщика; некорректная выгрузка данных из складской программы в бухгалтерскую и пр.

Таблица 2.

**Данные для определения себестоимости списания запасов
при дублировании номенклатуры**

Позиция номенклатуры (товара, материала и пр.)	Количество, ед.	Цена, руб./ед.	Стоимость, в руб.	Списано, ед.
Остаток на начало месяца	100	10	1000	-
Партии поступления за месяц:				
• партия 1	50	11	550	75
• партия 2	75	12	900	-
Всего за месяц по номенклатуре	225	-	2450	75
Партия 3 (отдельная номенклатура)	75	15	1125	100
Всего за месяц по обеим номенклатурам	300	-	3575	175

Приведем в таблице 2 пример, который отличается от данных таблицы 1 наличием дополнительной номенклатуры, которая раньше являлась третьей партией одной позиции номенклатуры. Бухгалтер, отразивший поступление той же номенклатуры как отдельную позицию, исказил тем самым результаты эффективности деятельности предприятия, особенно, в условиях применения оценки «по средней». Подкрепим это следующими расчетами:

1. Средняя взвешенная себестоимость 1 ед. = 2450 руб.: 225 ед. = 10,89 руб./ед.

2. Средняя взвешенная себестоимость всего выбытия = 175 ед. * 10,89 руб./ед. = 1905,56 руб.

Напомним, что в отсутствие искаженных данных, средняя взвешенная себестоимость единицы получалась равной 11,92 руб., а общее списание по средней взвешенной оценке 2085,42 руб. Иначе говоря, искажение составило 9,44 % относительно достоверной величины: $1905,56 * 1,0944 \approx 2085,42$ руб. Аналогичным образом искажается себестоимость при использовании другой разновидности средней оценки. Что касается метода ФИФО, то он позволяет правильно оценить списания, но только в том случае, если будут списываться партии основной номенклатуры¹. Если же при списании пользователь укажет в программе номенклатуру «Партия 3 (отдельная номенклатура)», и только после ее исчерпания перейдет к списанию основной номенклатуры, то оценка выпуска и/или продаж исказится. Подкрепим это расчетами:

1. Себестоимость первой продажи = 75 ед. * 15 руб./ед. = 1125 руб.

2. Себестоимость второй продажи = 100 ед. * 10 руб./ед. = 1000 руб.

Итого: 1125 руб. + 1000 руб. = 2125 руб.

Напомним, что ранее оценка по методу ФИФО скользящая составляла 1850 руб., что на 275 руб. (14,86 %) меньше, чем до дублирования позиции. В результате таких искажений показатели валовой прибыли и рентабельности продаж изменятся соответствующим образом, равно как изменятся затраты на выпуск и себестоимость единицы готовой продукции.

Что касается укрупнения номенклатуры, то оно также имеет место на российских предприятиях, при этом оценка списания искажается в большую или меньшую сторону в зависимости от того, какую номенклатуру – дорогую или дешевую – добавляют в основную позицию. Что касается себестоимости каждой единицы, то возможность

¹ Заметим, что на практике дублирование номенклатуры почти неизбежно нарушает последовательность списания партий.

применения данного метода в программах 1С не ограничена, ибо метод используется только в отношении незаменимых единиц или партий, т. е. необходимость выделения каждой такой единицы и партии predetermined. Так, по себестоимости каждой единицы необходимо списывать ювелирные изделия, редкие материалы в промышленности и др. А поскольку в программах 1С отсутствуют ограничения на создание элементов в справочнике «Номенклатура», то нет ограничений и на оценку запасов по себестоимости каждой единицы.

В отличие от списания запасов по себестоимости каждой единицы, такие управленческие методы как ХИФО, ЛОФО, НИФО² и пр. отсутствуют в типовых конфигурациях 1С. И хотя ручным способом – путем выделения каждой партии как отдельной позиции номенклатуры со списанием нужной номенклатуры по методике – данные методы применять можно, на практике это чревато раздуванием справочников и ошибками при выборе требуемой партии-номенклатуры. Основное отличие методов ХИФО, ЛОФО, НИФО и пр. от себестоимости каждой единицы заключается в том, что поступающие партии не являются уникальными, а потому нет необходимости в отдельном их учете. Следовательно, должна существовать последовательность списания партий, присущая именно этим методам, которую можно алгоритмизировать. При списании же по себестоимости единицы такой последовательности нет – запасы списываются по фактическому их отпуску производство (продаже).

По аналогии с методом ФИФО методы оценки ХИФО, ЛОФО, НИФО могут иметь скользящую и взвешенную разновидности, при этом результаты применения этих разновидностей будут отличаться, как отличаются средняя скользящая и средняя взвешенная.

Таким образом, правильность ведения учета номенклатуры напрямую влияет на достоверность результатов оценки выбывающих запасов. При этом нужно помнить, что методы формируют условную оценку, не учитывающую реальное движение единиц запасов. В связи с этим отнесение расходов, в т.ч. транспортных, на конкретные партии поступления не приводит к получению более точного финансового результата, а потому в бухгалтерском (финансовом) учете корректней распределять расходы не на партии, а на весь остаток соответствующей

² При методе ХИФО списание делается по ценам самых дорогих партий.

При методе ЛОФО списание делается по ценам самых дешевых партий.

При методе НИФО списание делается в порядке очередности, начиная со второй поступившей партии.

номенклатуры на дату поступления, как это реализовано в управленческих программах 1С. Условность оценки запасов в одинаковой степени присуща как методу средней взвешенной, так и методу ФИФО. Присуща она и другим методам, не получившим на данный момент широкого распространения в учетных программах (ХИФО, ЛОФО, НИФО и пр.), при этом «большая достоверность» метода ФИФО относительно других оценок – о чем упоминают многие источники – на практике убедительного подтверждения не получила.

Список литературы:

1. Ахметова Э.К. Теоретические, методологические и концептуальные проблемы оценки материальных ресурсов // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2009. № 12. С. 39-41.
2. Дружилковская Т.Ю., Коршунова Т.Н. Методика формирования учетной политики на основе профессионального суждения бухгалтера // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 24. С. 2-15.
3. Дусаев Е.М., Карагодин Д.А. К вопросам оценки и методов списания запасов на затраты производства по российским и международным стандартам // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 15. С. 13-21.
4. Мизиковский Е.А., Мизиковский И.Е. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014, 624 с.
5. Стуков С.А. Система производственного учета и контроля. М.: Финансы и статистика, 1988. 223 с.

АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ФГУП «ДАЛЬНЕВОСТОЧНОЕ»

Когай Ксения Дмитриевна
бухгалтер ФГУП «Дальневосточное»,
РФ, г. Артем

ANALYSIS OF DISTRIBUTION AND USE OF NET PROFIT OF FGUP "DALNEVOSTOCHNOE"

Kseniya Kogai
accountant of FGUP "Dalnevostochnoe",
Russia, Artem

Аннотация. Основная цель деятельности любого коммерческого предприятия является извлечение прибыли. На современном этапе рыночных отношений и развития экономики прибыли предприятия отводится ведущая и важная роль в обеспечении самофинансирования деятельности и инновационного развития, а также формировании налоговых доходов федерального и регионального бюджетов и решении важных социальных задач государства.

Abstract. In accordance with the Civil Code of the Russian Federation, the main objective of the activities of any commercial enterprise is to make profit. At the present stage of market relations and development of the economy, the enterprises profit is given the leading and important role in ensuring self-financing of activities and innovative development, as well as the formation of tax revenues of the federal and regional budgets and the solution of important social tasks of the state.

Ключевые слова: прибыль, чистая прибыль, распределение чистой прибыли, использование чистой прибыли.

Keywords: profit, net profit, distribution of net profit, use of net profit.

Федеральное государственное унитарное предприятие «Дальневосточное» образовано 15 марта 1982 г. на базе отделения совхоза «Кролевецкий», с 1991 г. предприятие располагается в селе Суражевка Артемовского городского округа. Основное направление деятельности

предприятия – производство овощей защищенного грунта, картофеля, молока и молокопродуктов. ФГУП «Дальневосточное» создано в соответствии с ГК РФ, осуществляет свою деятельность на основании законодательства РФ и Устава.

В настоящее время ФГУП «Дальневосточное» является многоотраслевым хозяйством. Это крупнейший тепличный комбинат в Приморском крае, ведущее предприятие Дальневосточного региона по овощеводству защищенного грунта.

Мощность тепличного комбината по технико-экономическому обоснованию составляет в год 5280 тонн овощей, и в том числе 4580 тонн овощей защищенного и 700 тонн овощей открытого грунта, кроме 18 гектар зимних блочных теплиц, имеет 747 га пашни, 720 голов крупного рогатого скота, в том числе дойных голов 270. Выпуск первосортного натурального молока составляет более 1530 тонн в год, из которого производятся молочные продукты питания, направляемые на реализацию для социальной сферы потребления Артемовского Городского Округа (детские сады, интернаты, дома престарелых и инвалидов), и для розничной торговли (магазины, супермаркеты, рыночные торговцы).

Прибыль является обобщающим показателем финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта, ее рассчитывают в виде разницы между полученным доходом от операции и расходами, которые были понесены в связи с ее осуществлением [1]. Показатель прибыли имеет условный характер, поскольку зависит от методов оценки, измерения и признания доходов и расходов. Наибольший интерес для собственников организации представляет чистая прибыль, поскольку она является результатом деятельности предприятия. Аналитически механизм формирования прибыли ФГУП «Дальневосточное» представлен в таблице 1.

Таблица 1.

Оценка прибыли ФГУП «Дальневосточное» за 2014 – 2016 гг.

Показатели	Сумма, тыс. руб.			Отклонение (+/-)		Темп изменения, %	
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
Выручка	307096	360347	407639	53251	47292	117,3	113,1
Себестоимость продаж	315277	379935	410634	64658	30699	120,5	108,1
Валовая прибыль	-8181	-19588	-2995	-11407	16593	2,4 раза	15,3
Прибыль от продаж	-8181	-19588	-2995	-11407	16593	2,4 раза	15,3
Прочие доходы	100139	54335	49086	-45804	-5249	54,3	90,3
Проценты к уплате	15728	20469	18816	4741	-1653	130,1	91,9
Прочие расходы	75805	12969	24704	-62836	11735	17,1	190,5
Прибыль до налогообложения	425	1309	2571	884	1262	3,1 раза	196,4
ЕСХН	97	116	158	19	42	119,6	136,2
Чистая прибыль	328	1193	2413	865	1220	3,6 раза	2 раза

Из данных таблицы 1 следует, что за 2016 г. доходы предприятия выросли на 42043 тыс. руб. по отношению к 2015 г. и составили 456725 тыс. руб. За 2016 г. в составе доходов ФГУП «Дальневосточное» преобладали доходы от обычных видов деятельности (выручка) – 89,3 % совокупных доходов предприятия при этом:

- доходы от обычных видов деятельности (выручка) повысились на 47292 тыс. руб. или 13,1 %;
- прочие доходы понизились на 5239 тыс. руб. или 9,6 %.

Совокупные расходы ФГУП «Дальневосточное» выросли на 40781 тыс. руб. и составили 454154 тыс. руб. В отчетном периоде в составе расходов предприятия преобладали расходы по обычным видам деятельности – 90,4 % при этом:

- расходы по обычным видам деятельности (себестоимость продаж) выросли на 30699 тыс. руб. или 8,1 %;

- проценты к уплате сократились на 1653 тыс. руб. или 8,1 %;
- прочие расходы возросли на 11735 тыс. руб. или 90,1 %.

За 2016 г. увеличился размер доходов, приходящихся на 1 рубль понесенных предприятием расходов, с 1 до 1,01 руб. При этом отношение размера выручки к соответствующей сумме расходов выросло и составило 99 %. На рисунке представлена динамика прибыли от продаж и себестоимости реализованной продукции ФГУП «Дальневосточное» за 2014–2016 гг.

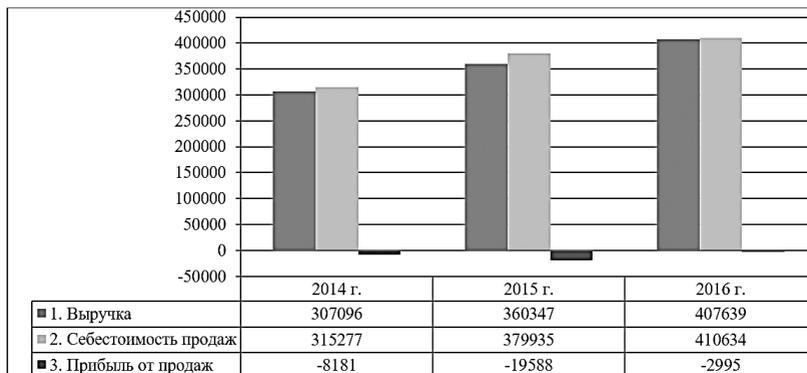


Рисунок 1. Динамика прибыли от объемов продаж и себестоимости продукции ФГУП «Дальневосточное» за 2014–2016 гг., тыс. руб.

В целом, в 2014–2016 гг. на предприятии наблюдается убыток от основной деятельности. Так, убыток от продаж за 2014 г. составил 8181 тыс. руб., за 2016 г. убыток сократился и составил 2995 тыс. руб. Используя метод цепных подстановок, проведен факторный анализ изменения убытка от продаж. Результаты анализа факторов первого порядка представлены в таблице 2. Убыток от основной деятельности обусловлен превышением себестоимости продаж над выручкой, что в целом на деятельности предприятия отражается отрицательно. Так как ФГУП «Дальневосточное» формирует полную себестоимость, то коммерческие и управленческие расходы отдельной строкой не отражаются и не анализируются, поэтому валовая прибыль совпадает с прибылью от продаж.

Таблица 2.

**Факторный анализ прибыли (убытка)
от продажи ФГУП «Дальневосточное» за 2015–2016 гг.**

Показатель	Расчет	Отклонение (+/-), тыс. руб.
1. Изменение прибыли (убытка) за счет изменения выручки	$(407639 - 379935) - (379935 - 379935)$	27704
2. Изменение прибыли (убытка) за счет изменения себестоимости	$(407639 - 410634) - (407639 - 379935)$	-30699
3. Общее изменение прибыли (убытка) от продаж	$27704 + (-30699) = -2995$	

Комплексное влияние цен, производственных результатов, физического объема продукции, структуры ее ассортимента оценивается с помощью коэффициентов валовой прибыли. Коэффициент валовой прибыли характеризует доходность хозяйственной деятельности при сопоставлении объема продаж и производственной себестоимости. Он отражает динамику объема продаж и динамику себестоимости, характеризует возможности организации в покрытии обычных и прочих операционных расходов и существенно влияет на величину чистой прибыли. Расчет коэффициента валовой прибыли осуществляется по следующей формуле [2]:

$$\text{Квп} = (\text{ВП} - \text{Срп}) / \text{ВП}, \quad (1)$$

где: Квп – коэффициент валовой прибыли;

ВП – выручка;

Срп – себестоимость продаж.

Расчет коэффициента валовой прибыли ФГУП «Дальневосточное» приведен в таблице 3.

Таблица 3.

**Динамика коэффициентов валовой прибыли
ФГУП «Дальневосточное» за 2014–2016 гг.**

Показатели	Годы			Отклонение (+/-)		Темп изменения, %	
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
1. Выручка, тыс. руб.	307096	360347	407639	53251	47292	117,3	113,1
2. Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	315277	379935	410634	64658	30699	120,5	108,1
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	-8181	-19588	-2995	-11407	16593	2,4 раза	15,3
4. Коэффициент валовой прибыли	-2,66	-5,44	-0,73	-2,77	4,70	-	-

За период 2014–2016 гг. ФГУП «Дальневосточное» получило убыток, таким образом, коэффициент валовой прибыли имел отрицательное значение.

Анализ формирования финансовых результатов дополним оценкой показателей рентабельности, рассчитываемых по данным отчета о финансовых результатах. Кроме рентабельности текущей деятельности и рентабельности продукции (по прибыли от продаж) определяется показатель рентабельности продаж, рассчитываемый по чистой прибыли. В таблице 4 представлены показатели доходности и рентабельности ФГУП «Дальневосточное».

Таблица 4.

**Показатели доходности и рентабельности ФГУП
«Дальневосточное» за 2014 – 2016 гг.**

Показатели	Годы			Отклонение (+/-)	
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.
1. Рентабельность текущей деятельности (Прибыль от продаж / Полная себестоимость проданной продукции), %	-2,59	-5,16	-0,73	-2,56	4,43
2. Рентабельность продаж по прибыли от продаж (Прибыль от продаж / Выручка), %	-2,66	-5,44	-0,73	-2,77	4,70
3. Рентабельность по чистой прибыли (Чистая прибыль / Выручка), %	0,11	0,33	0,59	0,22	0,26

В отчетный период убыточность каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции, составила -0,73 %, что на 4,7 пункта меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Таким образом, основная деятельность для предприятия убыточна. В отчетном периоде доля убытка от продаж в выручке также составила -0,73 %, однако отмечается рост показателя рентабельности продаж на 4 %, что является положительным результатом. Уровень валового убытка в выручке также снизился.

Рентабельность продаж, рассчитанная по значению чистой прибыли имеет положительное значение, при этом ее размер хоть и незначительно, но увеличился с 0,11 % до 0,59 %.

Прибыль ФГУП «Дальневосточное» подлежит налогообложению в порядке, предусмотренном действующим законодательством РФ. Чистая прибыль, остающаяся у предприятия после уплаты налогов и иных платежей в бюджет, поступает в полное его распоряжение и используется предприятием самостоятельно. Порядок распределения прибыли ФГУП «Дальневосточное», порядок образования и использования целевых (в т. ч. и резервного) фондов определяется уставом организации, а также решением региональных органов власти о распределении и использовании прибыли ФГУП «Дальневосточное».

Таблица 5.

**Использование чистой прибыли ФГУП «Дальневосточное»
за 2014 – 2016 гг.**

Показатели	Годы			Отклонение (+/-)	
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.
1. Чистая прибыль, тыс. руб.	328	1193	2413	865,0	1220,0
2. Распределение чистой прибыли:					
• на накопление	-	1193	2115	1193,0	922,0
• в фонд потребления	328	-	298	-328,0	298,0
3. Доля в чистой прибыли, %					
• фонд накопления	-	100	87,7	-	-
• фонд потребления	100	-	13,3	-	-

В ФГУП «Дальневосточное» в соответствии с Уставом не создается резервный фонд и не формируются резервы предстоящих расходов из чистой прибыли. В целом, политика распределения чистой прибыли ФГУП «Дальневосточное» (табл. 5) не отличается постоянством и устойчивостью, средства общества расходуются по мере надобности и не имеют планового характера. Объем чистой прибыли ФГУП «Дальневосточное» за 2016 г. составил 2413 тыс. руб., однако, его основная производственная деятельность убыточна, так, размер валового убытка и убытка от продаж за 2016 г. составил 2995 тыс. руб.

Чистая прибыль ФГУП «Дальневосточное» за 2014–2016 гг. распределялась в следующем порядке: за 2014 г. вся полученная чистая прибыль была использована и зачислена в областной бюджет. За 2015 г. полученная чистая прибыль осталась неиспользованной и аккумулирована в составе собственного капитала предприятия, за 2016 г. 298 тыс. руб. (13,3 %) от полученной чистой прибыли было использовано, а 87,7 % направлено на накопление.

Соотношение использования прибыли на накопление и потребление оказывает влияние на финансовое положение предприятия. Недостаточность средств, направляемых на накопление, сдерживает рост оборота, приводит к увеличению потребности в заемных средствах.

Верхнюю границу потенциального развития предприятия определяет рентабельность собственных средств (R_{cc}) [3]:

$$R_{cc} = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{собственный капитал}} \times 100\% \quad (2)$$

$$R_{cc2014} = (328 : 206899) \times 100 = 0,16 \%$$

$$R_{cc2015} = (1193 : 204880,5) \times 100 = 0,58 \%$$

$$R_{cc2016} = (2413 : 201919,5) \times 100 = 1,20 \%$$

Рентабельность собственного капитала ФГУП «Дальневосточное» за 2014 г. составила 0,16 %, за 2015 г. – 0,58 %, за 2016 г. – 1,2 %, т. е. за 2016 г. наблюдается рост показателя рентабельности собственного капитала, что обусловлено эффективной политикой управления чистой прибылью предприятия, т. к. ФГУП «Дальневосточное» формирует фонд накопления. Поскольку значение R_{cc} равно 1,20 % за 2016 г., то, отказавшись от использования средств на потребление в дальнейшем можно увеличить собственные средства на 1,2 %.

Отношение фонда накопления к величине собственного капитала определяет внутренние темпы роста, т. е. темпы увеличения активов. Выделим следующие критерии оценки эффективности использования прибыли предприятия:

- 1) если в структуре капитала возросла доля заемных средств, значит, социальные выплаты ограничивали внутренние темпы роста;
- 2) если внутренние темпы роста возрастают, значит, политика распределения прибыли выбрана правильно.

Проанализируем внутренние темпы роста эффективности распределения прибыли ФГУП «Дальневосточное», для этого определим удельный вес заемного и собственного капитала за 2014 – 2016 гг. (табл. 6).

Таблица 6.

**Оценка структуры капитала ФГУП «Дальневосточное»
за 2014 – 2016 гг.**

Показатель	На конец 2014 г.		На конец 2015 г.		На конец 2016 г.	
	сумма, тыс. руб.	удель- ный вес, %	сумма, тыс. руб.	удель- ный вес, %	сумма, тыс. руб.	удель- ный вес, %
1. Собственный капитал	206899	45,51	202862	44,54	200977	45,86
2. Заемный капитал, всего	247724	54,49	252596	55,46	237241	54,14
Итого	454623	100,00	455458	100,00	438218	100,00

Таким образом, в структуре средств финансирования деятельности ФГУП «Дальневосточное» максимальный удельный вес занимает заемный капитал: на конец 2014 г. он составлял 54,49 %, а на конец 2016 г. доля собственного капитала снизилась до 44,54 %, а удельный вес заемного напротив, вырос до 55,46 % в общей сумме капитала предприятия. Учитывая, что рентабельность собственного капитала ФГУП «Дальневосточное» невысокая, то у предприятия имеется так называемый производственный риск, т. е. риск недополучения дополнительных доходов.

ФГУП «Дальневосточное», не смотря на растущую выручку от продаж, является убыточным предприятием. Проведенный анализ позволяет заключить, что компенсирующую роль в формировании итоговой (чистой) прибыли играют прочие виды деятельности. В целом предприятию стоит выработать стратегию относительно распределения прибыли в пользу накопления, а также уделить больше внимания вопросам ценообразования на продукцию, например ввести гибкое сезонное ценообразование с учетом динамики спроса.

Список литературы:

1. Чуев И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. для вузов / И.Н. Чуев, Л.Н. Чуева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашко и К, 2014. – 386 с.
2. Экономика предприятия: учебник / под ред. Паламарчука А.С. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 458 с.
3. Экономика предприятия: Учебное пособие / под ред. Зимина А.Ф., Тимирьяновой В.М. – М.: ИНФРА-М, ИД ФОРУМ, 2015. – 288 с.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ВЫПУСКА И ПРОДАЖИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕМ ПРЕДПРИЯТИИ

Саушкина Виктория Владимировна

*студент Орского гуманитарно-технологического института
филиал ОГУ,
РФ, г. Орск*

ACCOUNTING AND SALE OF FINISHED PRODUCTS IN THE OIL REFINING ENTERPRISES

Victoria Saushkina

*student, Orsk humanities and technical institute (branch)
of Orenburg state university,
Russia, Orsk*

Аннотация. в статье рассмотрены состав продукции нефтеперерабатывающего предприятия, особенности её аналитического и синтетического учета.

Abstract. The article reviews the composition of the products of an oil refining enterprise, its analytical and synthetic accounting features.

Ключевые слова: готовая продукция; нефтеперерабатывающее предприятие; фактическая себестоимость; документальное оформление.

Keywords: finished products; oil refining enterprise; actual cost price; documentation.

В условиях рынка предприятие должно уделять большое внимание анализу товарно-материальных запасов, особенно учету готовой продукции. Состав выпускаемой продукции позволяет внешним пользователям бухгалтерской отчетности оценить результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, его производственного потенциала и мощности, а предприятию эффективно управлять производством.

ПАО «Орскнефтеоргсинтез» было создано в соответствии с планом приватизации Орского производственного объединения, принятым на конференции трудового коллектива 26.12.1992 г., утвержденного

Комитетом по управлению государственным имуществом Администрации Оренбургской области решением № 84-р от 10.03.1994 г. Эмитент создан на неопределенный срок.

В июле 2011 года Орский нефтеперерабатывающий завод вышел из состава НК «РуссНефть» и вошел в структуру компании с ограниченной ответственностью СЕРМУЛЕС ЭНТЕРПРАЙЗИС ЛИМИТЕД, доля которой в составе уставного капитала предприятия составила более 50 %. ПАО «Орскнефтеоргсинтез» в составе холдинга является базовым перерабатывающим предприятием, установленной мощностью более 6 млн. тонн нефти в год [1].

Основной продукцией нефтеперерабатывающего завода являются автобензины марки АИ-95, АИ-92, АИ-80; дизельное топливо европейского стандарта – летнее, зимнее; битум строительный; дорожный и дорожный модифицированный, разработанный специально для резко континентального климата, под заказ автодорожных служб; масла. Основным сырьем является нефть, поступающая по нефтепроводу и железной дороге, и газовый конденсат [1].

Готовая продукция – это часть материально-производственных запасов в организации, предназначенная для продажи, являющаяся конечным результатом производственного процесса, законченная обработкой, технические и качественные характеристики, которой соответствуют условиям договора и требованиям иных документов в случаях, установленных законодательством [2, с. 5].

Основными задачами бухгалтерского учета готовой продукции являются:

1. правильный и своевременный учет наличия и движения готовой продукции на складах предприятия;
2. контроль выполнения планов по объему, ассортименту, качеству выпускаемой продукции и обязательств по ее поставкам;
3. контроль выполнения плана по реализации и своевременностью оплаты за реализованную продукцию;
4. контроль за сохранностью готовой продукции и соблюдением установленных лимитов;
5. выявление рентабельности всей продукции и ее отдельных видов.

Большое значение для правильной организации учета движения готовой продукции имеет разработка ее номенклатуры – перечня наименований видов изделий, вырабатываемых предприятием. За основу его составления берется классификация готовых изделий по определенным признакам, позволяющим отличать одно изделие от другого (модель, класс точности, фасон, артикул, марка, сорт).

Таблица 1.

**Состав выпускаемой продукции в ПАО «Орскнефтеоргсинтез»
за 2015-2016 гг [3, с. 11]**

Наименование продукции	2015 факт	2016 факт	Отклонение	
	тонн	тонн	+/-	%
Всего товарных бензинов	845210	769783	-75 426	-8,9
Бензин газовый стабильный	18378		-18 378	-100,0
Бензолсодержащая фракция	37217	35159	-2 058	-5,5
Топливо для реактивных двигателей марки РТ	271289	260373	-10 915	-4,0
Всего дизтопливо	1618735	1077342	-541 393	-33,4
Топливо маловязкое судовое, вид III	20710		-20 710	-100,0
Дистиллят газового конденсата средний (сернистый, высококипящий)	-	267965	267 965	-
Дистиллят газового конденсата средний (сернистый)	-	11854	11 854	-
Итого светлых товарных нефтепродуктов	2811539	2422477	-389 062	-13,8
Мазут 100	1475467	651922	-823 544	-55,8
Топливо нефтяное. Мазут топочный 100	1475467	651922	-823 544	-55,8
Топливо нефтяное вакуумной перегонки	758790	890419	131 628	17,3
Всего битумов	196297	286772	90 475	46,1
Сырье для производства битумов СБ20/40	-	1014	1 014	-
Сера техническая газовая комовая. Сорт 9950	6186	5165	-1 020	-16,5
Газы углеводородные сниженные топливные	36312	32612	-3 700	-10,2
Фракция бутановая	25716	27060	1 344	5,2
Итого СУГ	62028	59672	-2 356	-3,8
Газ топливный	159079	165977	6 898	4,3
Топливо технологическое жидкое	776	3599	2 823	363,8
Всего топливо	159855	169576	9 721	6,1
Технологические потери	62738	55251	-7 487	-11,9
Улов углеводородов	3932	3304	-628	-16,0
Всего безвозвратных потерь	58806	51947	-6 859	-11,7
Изменение полуфабрикатов	4003	9819	5 816	145,3
ВСЕГО ПРОИЗВЕДЕНО	5532971	4548783	-984 188	-17,8

Учет наличия и движения готовой продукции осуществляют на активном счете 43 «Готовая продукция», который предназначен для обобщения информации о наличии и движении готовой продукции. Готовые изделия, приобретенные для комплектации или в качестве товаров для продажи, учитывают на счете 41 «Товары». Синтетический учет готовой продукции может осуществляться в двух вариантах: без использования счета 40 «Выпуск продукции» и с использованием счета 40.

Согласно учетной политике ПАО «Орскнефтеоргсинтез» готовую продукцию учитывают на синтетическом счете 43 «Готовая продукция» по фактической производственной себестоимости. В таблице 2 представлены фактические затраты на производство продукции.

Таблица 2.

**Фактические затраты на производство продукции
ПАО «Орскнефтеоргсинтез» за 2015-2016 гг.**

Вид затрат	2016 г.		2015 г.		Абсолютное отклонение		Темп роста, %
	Сумма	Уд. вес	Сумма	Уд. вес	Сумма	Уд. вес	
Материальные	3 326 605	43,12	3 812 655	51,18	-486 050	-8,06	87,25
Затраты на оплату труда	935 363	12,13	918 761	12,33	16 602	-0,2	101,81
Отчисления на соц. нужды	275 609	3,57	235 144	3,16	40 465	0,41	117,21
Амортизация	2 749 858	35,65	2 100 698	28,2	649 160	7,45	130,9
Прочие затраты	426 842	5,53	381 943	5,13	44 899	0,4	111,76
Себестоимость продукции	7 714 277	100,0	7 449 201	100,0	265 076	-	103,56

Аналитический учет – это натуральный и стоимостный учет продукции на складе и в бухгалтерии. Он ведется по наименованиям, сортам, типам, размерам и местам хранения продукции. Цель такого учета – получение информации о наличии, поступлении и расходе продукции, а также обеспечение контроля за ее сохранностью со стороны материально ответственных лиц.

Аналитический учет в ПАО «Орскнефтеоргсинтез» ведется по видам нефтепродуктов. На предприятии применяется сальдовый метод учета готовой продукции, который предусматривает составление оборотной ведомости учета.

Все первичные документы по приходу и расходу продукции со склада передаются в бухгалтерию. Передача оформляется реестром, заполняемым в двух экземплярах, первый из которых остается на складе, а второй вместе с документами передается в бухгалтерию.

По окончании месяца производится инвентаризация, составляется сводная инвентаризационная опись нефтепродуктов. Остатки, приход и расход продукции по фактической себестоимости, отраженные в ведомости, сверяются с аналогичными данными Главной книги по счету 43 «Готовая продукция».

Все первичные документы на отгруженную продукцию, переданные работы и оказанные услуги (накладные, железнодорожные накладные, акты и т. д.), передаются в финансовый отдел или бухгалтерию для выписки расчетных документов (платежных требований; счетов). Информация о готовой продукции раскрывается в бухгалтерской отчетности, служит информационной базой для проведения анализа, выявления неиспользованных резервов и принятия управленческих решений при планировании основных экономических показателей.

Отличительной особенностью в деятельности предприятия является то, что ПАО «Орскнефтеоргсинтез» является исключительно переработчиком давальческого сырья. Исходя из этого, Общество не осуществляет торговую деятельность, а весь объем реализации продукции производится по реквизитным заявкам поставщиков давальческого сырья.

За исследуемый период реализовывались нефтепродукты, выделенные АО «ФортеИнвест» на собственные нужды ПАО «Орскнефтеоргсинтез», а также для дальнейшей реализации по собственным договорам и отгрузки по заявкам АО «ФортеИнвест». Значительный объем реализации направлен для потребления на собственные нужды ПАО «Орскнефтеоргсинтез» и реализацию через АЗС завода.

Отгрузка продукции сопровождается расчетными и сопроводительными документами. На основании договора поставки оформляется заявка, которая визируется заместителем директора коммерческого департамента. Для ПАО «Орскнефтеоргсинтез» этот документ является основанием для списания ценностей учетными записями с материально-ответственного лица, а для покупателя – основание для оприходования полученных ценностей в учете.

Расчетным документом, на основании которого отражается выручка от продажи, является счет-фактура. Если отгрузка ценностей покупателю осуществляется с участием транспортной организации, то вместо накладной оформляется товарно-транспортная накладная (форма № М-5). На следующий день после отгрузки продукции экспедитор приказ-накладную и квитанцию транспортной организации

передает в бухгалтерию предприятия для выписки платежного требования-поручения на имя покупателя. Данные платежных требований ежедневно записывают в ведомость учета и реализации продукции (работ, услуг). Готовую продукцию в ведомости отражают по учетным и отпускным ценам.

При поступлении нефтяного сырья в переработку оформляется «Акт сверки ресурсов». После окончания работ составляется двусторонний документ «Акт приемки передачи», подтверждающий факт выполнения работ по переработке нефти. Так как продукт переработки собственностью ПАО «Орскнефтеоргсинтез» не является, то в адрес потребителя она отправляется по отгрузочным реквизитам АО «ФортеИнвест». В этом случае выручкой для Общества является комиссионное вознаграждение, сумма которого определяется в каждом конкретном случае на основании договора поручения. По окончании отчетного периода оформляется «Акт сверки взаимных расчетов». Для обобщения информации о процессе реализации готовой продукции, а также для определения финансовых результатов от реализации этих ценностей используется счет 90 «Продажи».

При отгрузке продукции на экспорт договорами предусматривается особый порядок перехода права собственности. В этом случае отгруженная продукция со склада ПАО «Орскнефтеоргсинтез» остается в собственности предприятия и учитывается на счете 45 «Товары отгруженные». По мере оплаты заказчиком выставленного счета за отгруженную продукцию, ее стоимость списывается со счета 45 «Товары отгруженные» в порядке, представленном в таблице 3.

Таблица 3.

**Хозяйственные операции по учету отгрузки готовой продукции
в условиях особого порядка перехода права собственности
в ПАО «Орскнефтеоргсинтез» за 2016 г.**

Содержание хозяйственных операций	Сумма, тыс. руб.	Корреспонденция счетов	
		Дт	Кт
Отражена стоимость отгруженной продукции по договору, предусматривающему особый порядок перехода права собственности на нее	544,9	45	43
Получена оплата от заказчика (право собственности перешло к покупателю)	782,5	51	62
Отражена выручка от продажи продукции	782,5	62	90-1
Начислен НДС со стоимости проданной продукции	119,4	90/3	68
Списана себестоимость проданной продукции	544,9	90/2	45

Ежегодно перед составлением годовой бухгалтерской отчетности в ПАО «Орскнефтеоргсинтез» проводится инвентаризация готовой продукции и расчетов с покупателями и заказчиками.

Таким образом, рассмотренные операции по учету готовой продукции на примере нефтеперерабатывающего предприятия позволяют установить, что применение счета 45 «Товары отгруженные» для учета продажи продукции позволяет осуществить дополнительный контроль за себестоимостью отгруженной, но пока не оплаченной покупателем продукции.

Список литературы:

1. Официальный сайт ПАО «Орскнефтеоргсинтез». – Режим доступа: <http://orz.ru>.
2. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01): приказ Министерства Финансов РФ от 09.06.2001 г. № 44н // Консультант Плюс: Версия проф.
3. Годовой отчет ПАО «Орскнефтеоргсинтез» по итогам работы за 2016 год.

2. ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО, РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Калимуллин Денис Маратович

*канд. экон. наук, доц.,
Самарский государственный экономический университет,
РФ, г. Самара*

Тишакова Алиса Алексеевна

*магистрант, Стратегический финансовый менеджмент,
Самарский государственный экономический университет,
РФ, г. Самара*

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY IN RUSSIA

Denis Kalimullin

*candidate of economic sciences, associate professor,
Samara state economic University,
Russia, Samara*

Alisa Tishakova

*undergraduate, Strategic financial management,
Samara state economic University,
Russia, Samara*

Аннотация. Данная статья дает представление о современном состоянии туристической отрасли в России и ее месте в экономике страны. В статье показаны основные тенденции и выявлены проблемы развития выездного, въездного и внутреннего туризма на основе официальных статистических данных. Исследованы направления и перспективы развития внутреннего и въездного туризма, государственная политика в этой сфере.

Abstract. This article considers the current state of the tourism industry in Russia and its place in the economy of the country. The article shows the main tendencies and problems of development of outbound, inbound and domestic tourism on the basis of official statistical data. Trends and prospects of development of domestic and inbound tourism, the state policy in this sphere are researched.

Ключевые слова: туризм; внутренний туризм; выездной туризм; въездной туризм; состояние туристической отрасли; перспективы развития туризма.

Keywords: tourism; domestic tourism; outbound tourism; inbound tourism; the tourism industry; prospects of development of tourism.

В настоящее время туризм как отрасль непродуцированной сферы оказывает серьезное воздействие на развитие экономики России и мирового хозяйства в целом. Вторая половина двадцатого и начало двадцать первого веков характеризуется особым скачком в развитии техники, технологий, общественных отношений, в связи с чем приоритетное направление получила сфера услуг, к которой относится и туристский бизнес.

Туризм занимает лидирующее место в международных внешнеэкономических связях и укрепил своё влияние на формирование валового внутреннего продукта. Анализ туристического потока показал, что в 2016 году Францию посетило свыше 80 млн. туристов, США – 60 млн., Китай – 55 млн. В то время как в России за этот период побывало всего около 2,5 млн. человек. При этом по данным на 2017 год доля туризма в ВВП России составляет 3,4 % [5]. Из вышесказанного можно сделать вывод о том, как повышение привлекательности нашей страны для туристов и создание соответствующей инфраструктуры повлияет на ВВП, если Россия приблизится к показателям одной из ведущих по туристическому потоку стран.

Рынок российского туризма развивается крайне неравномерно. Объём выездного туризма преобладает над объёмами въездного и внутреннего туризма. Это значит, что преобладает не только выезд туристов над въездом, но и вывоз за рубеж денег над их поступлением в национальную экономику страны. Согласно показателям, полученным Федеральной службой государственной статистики, число выездных туристских поездок из России за первые 6 месяцев 2017 года выросло на 29 % до 17,1 млн. с 13,3 млн. за тот же период 2016 года. Общее число выездных туристских зарубежных поездок из России составило 31,7 млн. в 2016 году [5]. В список десяти наиболее посещаемых

россиянами стран входят Абхазия, Турция, Финляндия, Казахстан, Украина, Китай, Эстония, Польша, Таиланд, Германия.

Так что же мешает развитию туристского бизнеса в России? Если говорить о выездном туризме, то в настоящее время это, прежде всего сокращение уровня доходов населения. По данным Росстата, в 2016 году реальные доходы у россиян сократились в среднем на 5,5 % в сравнении с 2015 годом [5]. Это негативная тенденция, если учесть, что рост реальных доходов россиян эксперты в последний раз зафиксировали только в 2013 году.

С точки зрения других экономических факторов, препятствующих росту бизнеса в сфере туристического бизнеса, необходимо отметить нестабильность курсов валют. Резкое падение курса рубля по отношению к доллару в период 2014-2016 годов существенно повлияло на покупательскую способность граждан РФ. Согласно суммарным оценкам турагентств, сложившаяся ситуация многих, планирующих отпуск, заставила остаться дома, а не переориентироваться на внутренний туризм. Также большое влияние оказывает и сегодняшняя политическая обстановка, сложившаяся вокруг России. Отношения нашего государства с Украиной, трудности, связанные с путешествиями в Турцию и Египет, ограничения, введенные США в части предоставления неиммиграционных виз, совместные санкционные списки Европейского союза и США, законодательно запрещающими выезд для ряда категорий граждан из РФ – все это оказало существенное влияние на снижение туристического потока из России. Не маловажную роль играет и низкий уровень правовой защиты русского туриста за границей. А также участились задержания россиян по запросу третьих стран с последующей их экстрадицией (в частности, США). Не редки случаи, когда граждане России, оказавшись в сложной ситуации во время отдыха в другом государстве, не получают должной правовой поддержки принимающей стороны и дипломатического корпуса РФ.

Проанализировав статистику въездного туризма в Россию за 2017 год, можно сделать вывод о том, что за этот период не произошло отличительного роста количества иностранных туристов, за исключением туристов из стран Юго-Восточной Азии. Лидирующие позиции заняли такие страны как Китай, Япония и Южная Корея благодаря интересу к круизным турам во Владивосток (Приморье), а также Ульяновскую область, которая в июне 2017 года представила Красный маршрут в КНР. Число въездных туристических поездок в Россию за 3 месяца 2017 года снизилось на 2.5 % до 4.4 млн. с 4.5 млн. за тот же период 2016 года по данным Росстата. В 2016 году общее число

въездных туристских поездок иностранцев в Россию составило 24.5 миллиона [5]. По-прежнему, наиболее часто выбирающими Россию для посещения странами остаются Украина, Казахстан, Финляндия.

Повышая привлекательность России для увеличения въездного туристического потока, государству необходимо обратить внимание на такую проблему, как излишняя бюрократизация визового процесса. Получение визы РФ достаточно трудоемкий и затратный процесс. При этом туристическая виза дается на весьма ограниченный период времени (всего 30 дней). Срок рассмотрения заявок сильно зависит от места обращения и может варьироваться от 1 до 3 недель.

Слабый уровень структур в области туристической логистики также препятствует интенсивному развитию туристского бизнеса в нашей стране. Многие туристические объекты находятся под руководством разных ведомств, что не позволяет связать их в единую логистическую цепь, обеспечить информационно-рекламную поддержку и организовать доступ туристам. Кроме того, приезжающие туристы отмечают низкий уровень обслуживания и комфортного пребывания.

Нельзя не отметить, что практическое отсутствие инфраструктуры для туристов за пределами признанных для нашей страны туристических центров (Москва, Санкт-Петербург.) является серьезной проблемой для России. Региональные центры и рады бы принимать туристов, но не имеют для этого возможностей, зато характеризуются сложностями с размещением, отсутствием профессионального сервиса, неудовлетворительного качества дорог. И даже для тех российских регионов, которые стремятся к совершенствованию своего образа для туристов, не хватает государственной поддержки. В связи с этим, утвержденная государством «Стратегия развития туризма в РФ на период до 2020 года» предполагает реализацию мер поддержки зон приоритетного развития туризма (Крым, г. Сочи, Северный Кавказ, Дальний Восток, Арктика, озеро Байкал, Алтайский край, Поволжье и др.) [3].

Следует подчеркнуть также отсутствие лоббизма и развития бренда «Россия – Туристическая» за пределами РФ. К сожалению, правительство нашей страны озаботилось продвижением туристической привлекательности России не так давно, при этом толчком к этому послужило предстоящее проведение в нашей стране крупных спортивных соревнований (Универсиада 2013 г. в г. Казань, Олимпиада 2014 г. в г. Сочи и Чемпионат мира по футболу в 2018 г.).

Проблемы, касающиеся въездного туризма, характерны и для внутреннего туризма, развивающегося в России. Внутренний рынок

фактически стагнировал все годы вплоть до 2013 года – рост не превышал 2–3 % в год, а дальше произошел резкий рывок на фоне ослабления рубля и падения выезда. По оценкам специалистов, к концу 2017 года показатели внутреннего рынка стабилизируются и составят 1–3 % от 2016 года, который был прогрессивным для внутреннего туризма в России [6].

Среди основных проблем развития внутреннего туризма также можно отметить слабый уровень туристической структуры логистики, острую необходимость строительства новых гостиничных центров, а вместе с ними и соответствующей инфраструктуры, недостаточную компетентность кадров, занятых в сфере услуг.

Особо следует выделить отсутствие эффективной рекламы образа внутренних курортов России, а также необоснованное завышение цен на фоне снижающихся доходов населения. Ввиду отсутствия должного государственного регулирования, контроля и сложившейся культуры ведения туристического бизнеса вопрос ценообразования на услуги в области внутреннего туризма в подавляющем большинстве случаев зависит от владельцев турпродукта. В 2017 году отчетливо виден рост спроса на наиболее бюджетные варианты организованных туров к российским курортам – на базе автобусной либо железнодорожной перевозки. Крым остается наиболее бюджетным вариантом отдыха, но это касается в первую очередь тех туристов, которые готовы пожертвовать комфортом в пользу более экономичного вида отдыха. По отзывам туроператоров, в целом в этом году крымские отели значительно подняли цены на размещение в гостиницах полуострова – в среднем на 30 % [2].

Серьезность всех приведенных проблем в туристической России не стоит преуменьшать, и в настоящее время это ощущается довольно остро. Однако сложившаяся ситуация вокруг туристической отрасли подтолкнула государство и бизнес-среду к поиску новых решений по развитию привлекательности нашей страны как для россиян, так и для иностранных туристов. Поэтому стоит отметить, положительные шаги в этой сфере.

Многие аналитики прогнозируют в своих отчетах рост экономики и потребительской активности в России. Эксперты сделали подобные выводы на фоне укрепления цен на нефть, снизившейся до сравнительно небольшого уровня инфляции и устойчивой ликвидности банков. Все это дает право предвидеть снижение банковских ставок, что поспособствует росту инвестиций в бизнес, в том числе, туристический.

Относительно не дешевая на рынке туристических предложений Франция за январь и февраль 2017 года показала 25 % роста туристов из России, рост бронирования авиабилетов на три месяца вперед – 32,9 % [6]. Стоит отметить, существенный рост туристического потока из нашей страны во Францию, который связан с тем, что генеральное консульство Франции увеличило количество выдаваемых виз гражданам России на 80 % по сравнению с тем же периодом 2016 года. В сложившейся ситуации именно страны Европейского Союза сгенерируют у себя если не основной поток выездного туризма, то его стоимостный рост.

Также стоит отметить все возрастающее внимание со стороны федеральных властей к туристической сфере российского бизнеса и наличие принимаемых мер по развитию этой сферы экономики. Одним из главных шагов государства стала принятая федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», основной целью которой является выведение на новый конкурентный уровень туристического рынка. Данная программа позволит создать туристические кластеры в 25 субъектах страны. В соответствии с ней региональные власти на местах должны предоставить территории со всеми коммуникациями под строительство гостиниц, ресторанов, обустройства кемпинговых стоянок и зон для активного отдыха. Общая сумма финансирования достигнет 332 млрд. рублей [4]. Также реализация этой программы позволит развить малый и средний бизнес, повысит занятость населения за счет создания рабочих мест и предоставит много других возможностей для развития региона и, как следствие, страны в целом. Стоит отметить результаты, которые уже показала программа, а именно, число россиян, путешествующих по своей стране, растет в среднем на 10 % ежегодно.

Немаловажным фактом в сфере развития въездного туризма в России является вопрос либерализации визового режима, в рамках которого наша страна идет на беспрецедентные меры. Уже стало привычным объявления безвизового режима для владельцев билетов на крупные спортивные мероприятия, проводимые в нашей стране (Олимпиада в Сочи, Кубок Конфедерации по футболу и предстоящий Чемпионат мира по футболу.). Теперь ограниченным 72-часовым безвизовым режимом смогут пользоваться пассажиры международных авиалиний, прибывающих на воздушных судах в аэропорты Казани, Москвы и Санкт-Петербурга.

Необходимо подчеркнуть, что Российская Федерация объявила безвизовый режим с 28 государствами, граждане которых могут посещать Россию без оформления виз. Самым огромным источником туристов

в мире заслуженно является Китай. Для привлечения туристов именно этой страны в феврале 2000 года Россия и Китай подписали соглашение о безвизовых групповых туристических поездках, которое позволило постоянно увеличивать число посещающих Россию китайских туристов [1].

Сегодня Правительство России стало уделять достаточное внимание презентациям своих туристических ресурсов, призванных привлечь внимание и повысить привлекательность отдыха в нашей стране среди граждан других стран, ярким примером чего стала реализация Национального года туризма России в Китае. Эти меры по привлечению иностранных результатов дали свои результаты – в последние годы наблюдается продолжительный рост числа посетивших Россию иностранных туристов

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что Россия имеет огромный потенциал стать еще одним уникальным центром туризма на мировой арене. Знаменитые достопримечательности Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Сочи, а также городов Уральского, Дальневосточного регионов и побережья Волги привлекают все больше иностранных туристов. Перспективы развития различных видов активного туризма – горнолыжного, пешеходного, водного, горного, парусного, конного, велосипедного, экстремального – очень широки на территории нашей страны. Однако максимально эффективное использование имеющихся у России ресурсов в сфере туризма станет возможным, если государство останется приверженцем взятого курса и продолжит перенимать опыт туристически развитых стран, адаптируя его и реализуя собственные инновационные решения. Это позволит приблизиться к значению доли туристической отрасли в ВВП к показателю ведущих европейских стран – 10 %.

Кроме того, не стоит забывать, что россияне – действительно желанные туристы в других странах, а зачастую являются основными потребителями туристского продукта иностранных государств. Таким образом, при нормализации политической обстановки и принятии мер по повышению безопасности другими странами, уровень конкуренции на международном туристическом рынке существенно возрастет, и Россия будет вынуждена вступить в конкурентную борьбу за туристов, и уже не только въездного, но и внутреннего направления.

Список литературы:

1. Нарута Я.С., Зенкина Е.С. Разработка тура для китайских туристов на основе туристской инфраструктуры Находкинского городского округа // Молодой ученый. – 2015. – №8. – С. 1262-1265.
2. Мерцалова А. Туристический рынок: туристы пересмотрели виды на Крым // Газета "Коммерсантъ" № 83 от 16.05.2016.
3. «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/> (Дата обращения: 01.09.17).
4. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 07.09.17).
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru/ (Дата обращения: 01.09.17).
6. Информационное агентство «РИА Новости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/> (Дата обращения: 09.09.17).

3. МЕНЕДЖМЕНТ

ОСОБЕННОСТИ ВАРИАНТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ

Захаренкова Ирина Анатольевна

*канд. экон. наук, доц.
Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет им. С.М. Кирова – СПбГЛТУ,
РФ, г. Санкт-Петербург*

FEATURES OF VARIANT PLANNING OF THE COMPANY'S PRODUCTION VOLUMES

Irina Zakharenkova

*candidate of economics,
assistant professor in St Petersburg State Forest Technical University
named after S.M. Kirov – SPSFTU,
Russia, St Petersburg*

Аннотация. Планирование объема производства продукции на многовариантной основе предусматривает применение соответствующей методики. Существуют варианты, учитывающие отраслевые и рыночные факторы деятельности компании. Статья раскрывает особенности учета этих факторов при определении объемов производства.

Abstract. The planning of the volume of production on a multivariate basis involves the application of an appropriate methodology. There are options that take into account the industry and market factors of the company. The article reveals the specifics of taking these factors into account when determining production volumes.

Ключевые слова: Планирование; производство; объем производства; продукция; факторы; рынок; ресурсы; нормы; мощность; прибыль.

Keywords: Planning; production; output; products; factors; market; resources; norms; capacity; profit.

Планирование объёма производства продукции компании на многовариантной основе предусматривает конкретные расчёты по соответствующей методике применительно к сфере деятельности предприятия.

При этом основное значение имеют:

- отрасль и технология;
- масштаб деятельности компании.

Стандартно плановые расчеты объемов выпуска выполняются по нескольким вариантам [2, с. 56]:

1. По критерию соотношения между применяемыми ресурсами.

Компания использует трудовые ресурсы (ТР), основной и оборотный капитал (К). Тогда план производства (Q) может быть представлен в виде функции (F):

$$Q = F (K; TP), \quad (1)$$

Выбор оптимального сочетания зависит от уровня технического потенциала компании. Если уровень потенциала дифференцируется, то изменится и соотношение между параметрами производства. В большинстве случаев компания может изменять параметры ручного труда, оставляя капитал величиной постоянной.

Если компания предполагает увеличить выпуск продукции за счёт дополнительного привлечения трудовых ресурсов, необходимо принимать во внимание закон убывающей отдачи (увеличение числа работающих имеет смысл до определённого предела, далее происходит снижение прироста продукции на единицу затраченного труда) [1, с. 102].

2. По критерию нормирования параметров.

Спецификой применения данного подхода является расширенная нормативная база критериев, применяемая в компании. В основу расчетов могут быть положены нормы выработки, трудоемкость работ или нормы потребления продукции. В этом случае объем выпуска (план производства) будет рассчитываться следующим образом:

- нормы выработки:

$$Q = N_v * K_v * T, \quad (2)$$

где: N_v - норма выработки продукции в час;

K_v - коэффициент выполнения нормы выработки;

T - фонд рабочего времени, час.

- трудоёмкость операций (применительно к участкам, бригадам):

$$Q=(T1 * Чр * Квр)/Нвр \quad (3)$$

где: T1 - фонд рабочего времени одного работника, час;
Чр - численность работников, чел.;
Нвр - норма времени на единицу продукции, час.;
Квр - коэффициент использования нормы времени.

- уровень потребления (по этапам):

1) определяется общая суточная потребность в продукции:

$$Qс=(Нп*Ч)/количество дней в году, \quad (4)$$

где: Qс - общая суточная потребность в продукции;
Нп - норма потребления продукции в год на одного человека;
Ч - численность обслуживаемого населения в планируемом году, чел.

2) определяется суточная потребность в продукции по видам:

$$Qв=Дп*dв, \quad (5)$$

где: Qв - потребность суточная по видам;

Дп - доля каждого вида продукции в общей потребности.

3) далее с целью оценки возможностей компании по покрытию спроса на продукцию сопоставляется суточная потребность с суточной производственной мощностью по всем видам продукции.

3. По критерию имеющихся мощностей и степени их использования.

Наиболее распространенный и часто практикуемый подход, когда объем выпуска продукции определяется исходя из возможностей оборудования и коэффициента использования мощности. Коэффициент использования мощности зависит от режима работы оборудования и определяется с учетом имеющихся заказов. Кроме того, принимается во внимание величина данного показателя за прошлые периоды.

4. По критерию анализа результатов прошлых периодов и с учетом сложившихся тенденций изменения объемов производства.

При этом подходе компания ориентируется на объем выпуска прошлого периода с учетом текущих заказов, принимая во внимание заложенные в плане резервы роста.

5. По критерию прибыли.

В данном случае предполагается определение объемов выпуска продукции с учетом постоянных и удельных переменных затрат, а также мониторинга цен на реализацию продукции. Для этой цели используется определение безубыточного объема производства с определением границы рентабельности производства с целью выхода на определенный размер прибыли.

6. По критерию анализа данных о емкости рынка и рыночной доле предприятия.

Под емкостью рынка в данном случае понимается весь объем однородной продукции, производимой компаниями в конкретном рыночном сегменте. Место компании определяют реалии сегодняшнего положения дел, стратегия ее развития, а также ресурсный потенциал [3, с. 98].

Как правило, данный критерий подходит при планировании выпуска отдельных видов продукции, когда принимается во внимание множество факторов анализа сбыта, востребованности данной продукции, динамики продаж за определенный временной горизонт.

7. По критерию оптимизации плановых решений в сфере производства с помощью экономико-математических методов.

Наиболее гармонично экономико-математические методы, методы линейного программирования, инструменты корреляционно-регрессионного анализа применяются при принятии оптимальных плановых решений.

Основные группы оптимизационных задач [2, с. 45]:

- задачи по оптимизации программы выпуска продукции по ассортименту компаний;
- задачи оптимизации распределения разнообразных производственных заданий между полностью и частично взаимозаменяемыми исполнителями (транспортные задачи);
- задачи по оптимизации раскроя материалов (эффект от экономии ресурсов и повышение общего экономического результат производства).

При решении таких задач важно сформулировать цель и выбрать критерий оптимальности – показатель, по величине которого определяют степень оптимальности решения – лучшего из возможных. С помощью корреляционно-регрессионного анализа можно определить степень влияния различных факторов на значение того или иного экономического показателя, и в дальнейшем регулировать участие данных факторов в плановом значении показателя.

Блок экономико-математических задач подходит для формирования текущей и стратегической производственной программы компании. Недостаток – отсутствие квалифицированных специалистов для составления математических моделей исследуемого процесса, что существенно ограничивает применение на практике таких задач, в особенности в малом бизнесе. Однако, существует достаточное количество программных продуктов, позволяющих снизить трудоемкость математических расчетов и, тем самым, адаптировать использование математического аппарата для проведения анализа и определения плановых значений показателей деятельности компании.

Следует отметить, что ни один из вышеперечисленных критериев не решает полностью задачи планирования объемов производства продукции компании: какую номенклатуру (ассортимент) производить, в каком количестве, и за какой период времени [2, с. 36]. Эта задача выходит за рамки аналитической работы и зависит исключительно от ситуации на рынке, формирующей спрос на конкретные виды продукции.

Фактор времени, сроки исполнения производственной программы ни в одной из вышеперечисленных методик напрямую, как компонент методики, не участвует. Фактор времени косвенно присутствует «внутри» методики (внутри норм, объем производства и так далее), но как переменная методики - отсутствует.

Подводя итог можно отметить, что вышеперечисленные методики не всегда пригодны для формирования краткосрочной производственной программы на предприятиях малого бизнеса. Их необходимо переработать, учитывая специфичность рынка совершенной конкуренции.

Список литературы:

1. Одинцова Л.А. Планирование на предприятии: Учебник, 2-е изд. М.: Academia, 2009. – 272 с.
2. Планирование деятельности лесопильных предприятий: организация и методика: монография / С.Е. Грязнов, И.А. Захаренкова, Н.И. Петухов; под ред. проф. В.Е. Леванова. - М.: ГОУ ВПО МГУЛ, 2006. - 107 с.
3. Радиевский М.В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2009. – 377 с.

СЕГМЕНТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ ИНИЦИАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Семенова Ирина Владимировна

*ассистент кафедры «Менеджмент и маркетинг»,
ФГБОУ ВО «Пермский национальный
исследовательский политехнический университет»,
РФ, г. Пермь*

SEGMENTATION OF PERSONNEL IN THE CONTEXT OF INITIATIVE ACTIVITIES

Irina Semenova

*assistant of the Chair "Management and Marketing"
FGBOU VO "Perm National Research Polytechnic University",
Russia, Perm*

Аннотация. Актуализирована необходимость поиска подходов к выявлению групп работников, способных и готовых к активной инициативной деятельности в организации. Предложена и эмпирически обоснована структура персонала по характеру проявления инициативного поведения в зависимости от типа потенциала проактивности работника (ППР), включающая четыре сегмента сотрудников: проактивный, активный, присоединяющийся и самоустраниющийся сегменты.

Abstract. The need to find approaches to identifying groups of employees capable and ready for active initiative in the organization is actualized. The structure of the personnel is proposed and empirically justified in terms of the nature of the manifestation of initiative behavior, depending on the type of potential of proactive employee (PPE), which includes four segments of employees: proactive, active, joining and self-removing segments.

Ключевые слова: сегментация персонала; инициативная активность персонала; потенциал проактивности работника (ППР); проактивный, активный, присоединяющийся, самоустраниющийся сегменты персонала.

Keywords: personnel segmentation; initiative activity of the personnel; potential of proactive employee (PPE); proactive, active, joining, self-removing segments of personnel.

Динамичность и инновационность современных преуспевающих компаний связана с личной инициативной работников совершенствовать себя и организацию через реализацию собственного потенциала.

Сконцентрированность зарубежных и отечественных специалистов в области менеджмента на проблемах раскрытия потенциала коллектива, превращения его в эффективно функционирующую саморазвивающуюся систему выявляет главный импульс позитивных организационных изменений - инициативную активность каждого работника как реального субъекта управления, ответственного за успешное развитие организации [3, с. 8]. При этом, решение практической задачи эффективного развертывания инициативы персонала требует ответа на важный вопрос: имеются ли в компании люди, обладающие потенциалом выводить компанию на новый уровень развития [6; 7]. В связи с этим, как в теории, так и практике управления особое значение приобретает поиск подходов к выявлению групп работников, способных и готовых к активной инициативной деятельности сонаправленной целям организации.

На основе многочисленных исследований в рамках теории проактивного поведения М. Кранта (Proactive Behavior) [8], концепции личной инициативы (Personal initiative - PI) М. Фриза и Д. Фэя [10], саморазвивающихся самоорганизующихся систем управления (2С-систем) [3] в качестве ключевой составляющей активной инициативной деятельности работника предложено понятие *потенциала проактивности работника (ППР)* как самовозобновляющегося внутриличностного ресурса, сконцентрированного в способности и готовности работника по собственной инициативе развивать и реализовывать свои профессиональные и личностные возможности в интересах организации на основе механизмов *саморазвития, самолидерства и вовлеченности* [9]. Именно эти механизмы являются внутренними движущими силами самомобилизации работника, которые позволяют найти, раскрыть и объяснить причины реального развертывания инициативной активности персонала в компании (рис. 1).



Источник [9]

Рисунок 1. Влияние потенциала проактивности работника на индивидуальные и организационные результаты

Саморазвитие – это базовый механизм личного и профессионального роста работника, формирующийся в процессе деятельностного развития и проявляющийся в лучших результатах труда, в глубине, скорости и прочности овладения новыми методами и приемами работы, уверенности в своих профессиональных возможностях и т. п.

Самолидерство – активизирующий компонент проактивности работника, его готовность к активной личной и профессиональной самореализации, проявляющийся в настойчивом преодолении препятствий при достижении цели, в принятии ответственности за результаты своей деятельности, в построении эффективных межличностных отношений и т. д.

Вовлеченность – это механизм внутренней долгосрочной мотивации, «присоединяющий» саморазвитие и самолидерство работника к деятельности в интересах организации, обеспечивающий восприятие работником стратегических целей организации как собственных ценностных установок.

Непрерывный и динамический процесс взаимосвязанного взаимоусиливающего взаимодействия самолидерства, саморазвития и вовлеченности образует мощный потенциал самодетерминации проактивного соучастия работников в деятельности организации, формируя устойчивые модели поведения сотрудников, которые в зависимости от ее целевых приоритетов могут быть инновационными, инициативными, творческими, креативными, эффективными и т. д. [6; 9].

Выраженность сочетания данных механизмов в структуре ППР отражает степень инициативной активности работника в компании, позволяет оценить его способность и готовность к преобразующей инициативе, объем его личных вложений в улучшение ее деятельности.

HR-специалисты признают сегментацию ключевым фактором эффективности политик привлечения и удержания сотрудников. Эксперты подчеркивают, что без четкого подхода к сегментации персонала крайне сложно сопоставить личные ценности и интересы сотрудников с «выгодами» организации [12].

С точки зрения активности профессиональной деятельности работников в организации в научной литературе существуют разные подходы к сегментации персонала. В зависимости от уровня активности Ю.Д. Красовский разделяет работников на три типа [2]: инициативные; исполнительные; инертные. А.Л. Журавлев в зависимости от отношения сотрудника к изменениям, как основного критерия его активности в компании выделяет активных реформаторов, пассивных реформаторов, пассивных противников, активных противников [5]. Э. Мосли [11] с позиции ценностных корпоративных ориентаций, выделяет два типа так называемых поведенческих «выбросов», оказывающих значительное влияние на организацию: положительный и отрицательный. И.Г. Колодкина представляет модель стратегической сегментации персонала по критерию стратегической готовности, в соответствии с которым сотрудники делятся на три группы: инновационную элиту – инновационно-активная часть персонала, «локомотивные» кадры; резерв и «исполнители» [1, с. 16-17].

Представленные подходы к сегментации персонала отражают заданные описательные модели инициативного поведения сотрудников, которые впоследствии используются для интерпретации результатов исследования. В отличие от таких моделей мы предлагаем противоположный подход, заключающийся в проведении кластерного анализа с применением метода k-means (метод ключевых точек) с последующей идентификацией групп работников в зависимости от сочетания и выраженности элементов ППР, что в результате позволит объективно отразить внутреннюю готовность и способность человека к инициативным действиям.

В исследовании были использованы данные опроса 396 сотрудников из восьми инновационно-ориентированных организаций г. Перми. Ключевой объединяющий фактор исследовательской выборки заключается в необходимости каждого работника выходить за пределы своих функциональных обязанностей и проявлять личную инициативу в повседневной профессиональной деятельности для достижения

личных и организационных результатов. В исследовании не учитывались дополнительные параметры испытуемых, такие как характер деятельности работника, отраслевая и бизнес-специфика организации и т. п.

Инструментарий исследования включал опросный лист и специализированное программное обеспечение для обработки результатов.

Структура опросника включает три элемента ППР – самолидерство, саморазвитие и вовлеченность. Каждый выделенный элемент нашел отражение в блоке вопросов-утверждений, которые позволяют оценить степень выраженности данных элементов относительно способности и готовности работника к инициативной деятельности и выявить соответствующий уровень ППР.

Внутренняя надежность инструмента обоснована в предыдущих исследованиях [4].

Уровень ППР определялся по степени выраженности элементов самолидерства, саморазвития и вовлеченности на основании среднеарифметических значений оценок ответов респондентов (по шкале Лайкерта (5 вариантов ответа – «от совершенно согласен» до «совершенно не согласен»). Полученные средние оценки по каждому утверждению агрегировались для расчета значений по указанным элементам, которые могут варьироваться от 0 до 100 %. Высокие значения средних оценок респондентов отражают высокий уровень потенциальной инициативности работника и, следовательно, высокую степень выраженности ППР в совокупности его ключевых элементов. Соответственно, низкие значения средних оценок отражают слабую степень выраженности ППР и низкий уровень потенциальной инициативности работника. Например, высокий уровень выраженности «самолидерства», свидетельствует о способности и готовности респондента выходить за пределы своих функциональных обязанностей и принимать на себя ответственность за достижение результата, настойчиво двигаться к достижению целей, занимать активные лидерские позиции в компании. С другой стороны, низкий уровень выраженности «вовлеченности» отражает нежелание респондента поддерживать проекты и изменения в компании, отсутствие личной заинтересованности в успехе компании, не связывание своего будущего с компанией, его нацеленность на достижение, прежде всего, личных целей.

Для обработки и последующего анализа данных, полученных в ходе анкетирования использовалось программное обеспечение Statistica 10, которое с помощью кластерного анализа (на основе метода *k-means*) позволяет выделить группы испытуемых с разным состоянием ППР в зависимости от сочетания выраженности самолидерства, саморазвития и вовлеченности (табл. 1).

Дискриминантный анализ показал высокую достоверность разделения испытуемых на 4 кластера (Лямбда-Уилкса равно от 0.10897, $p < 0.0000$). Точность данной классификации составляет 100 %, поскольку все 396 испытуемых распределились на 4 группы в соответствии с выделенными кластерами. Необходимо подчеркнуть, разделение испытуемых на 2 (и 3) кластера является более грубым, так как выявляет самые типичные группы со средними уровнями выраженности анализируемых переменных. Разделение на пять и более кластеров не дает новой информации о соотношении самолидерства, саморазвития и вовлеченности и показывает более низкие значения достоверности различий. Дисперсионный анализ показал значимые зависимости шкал самолидерства, саморазвития и вовлеченности в межгрупповой, внутригрупповой и общей части дисперсии.

Для объективной интерпретации результатов кластерного анализа с помощью программного обеспечения SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), была проведена оценка средних значений ответов респондентов на утверждения в анкете в соответствии с выделенными кластерами. В результате детального изучения ответов респондентов были сформированы выводы относительно инициативной активности работников в каждом выделенном кластере.

Таблица 1.

Результаты кластерного анализа

№ кластера	Доля в выборке, %	ППР – интегральная оценка, %	Элементы ППР		
			Самолидерство	Саморазвитие	Вовлеченность
1	32.5	88	88	89	88
2	20	79	73	90	73
3	38.5	70	72	67	72
4	9	51	61	43	50

Источник: рассчитано автором на основе кластерного анализа

Кластер 1 группирует *проактивный сегмент персонала* и включает более трети опрошенных сотрудников – 32.5 %. Уровень выраженности ППР составляет 88 %, включает равные относительно друг друга показатели самолидерства – 88 %, саморазвития – 89 % и вовлеченности – 88 %.

Кластер 2 группирует *активный сегмент персонала*, включает 20 % опрошенных сотрудников и характеризуется достаточно высоким уровнем выраженности ППР (70 %) и отличается самым высоким уровнем саморазвития (90 %) и равными показателями самолидерства (73 %) и вовлеченности (73 %).

Кластер 3 включает более 38.5 % опрошенных сотрудников, отличается более низким уровнем выраженности ППР (70 %), чем в проактивном и активном сегментах персонала, и характеризуется значительно более низким уровнем саморазвития (67 %) относительно других элементов в данном кластере, но достаточно высокими и равными относительно друг друга показателями самолидерства (72 %) и вовлеченности (72 %).

Кластер 4 включает 9 % опрошенных и отличается самым низким уровнем выраженности ППР – 51 % и низкими относительно других кластеров уровнями выраженности самолидерства – 61 %, саморазвития – 43 % и вовлеченности – 50 %.

Исходя из результатов кластерного анализа были сформулированы отличительные признаки сегментов персонала по критериям ППР и характеру проявления инициативы и предложена следующая классификация (табл. 2):

Проактивный сегмент персонала – это элита компании, лидеры перемен, двигатели организационных преобразований, демонстрирующие высокий уровень личной инициативы, нацеленность на деятельностное саморазвитие, приверженность целям и интересам компании и обладающие ключевой способностью и высокой готовностью к инициативным действиям в интересах развития организации на основе сбалансированных личностных механизмов самолидерства, саморазвития и вовлеченности.

Таблица 2.

**Сегментация персонала в зависимости от характера проявления
инициативной активности персонала**

Сегмент персонала	Особенности поведения	Источники мобилизации инициативы	Значение для организации
Проактивный: лидеры перемен, двигатели организационных преобразований, развивая себя, развивают организацию	Инициативно предлагают и ответственно реализуют новые нестандартные идеи и решения; вовлечены, сочетают профессионализм, саморазвитие и самолидерство;	Глубокая внутренняя заинтересованность, основанная на восприятии организационных ценностей как своих собственных	Личная инициатива - основной источник организационных преобразований, не требующий внешних стимулов
Активный: инициативные работники, активно участвующие в процессах развития организации	Заинтересованы, способны и готовы выйти за рамки своих задач, развивать и использовать знания, навыки и опыт; однако не готовы взять на себя полную ответственность за внедрение и результаты	Интерес к работе, нацеленность на саморазвитие и самореализацию в компании – компетентность, признание, карьера, статус	Активный источник инициативы, требующий внешних стимулов
Присоединяющийся: работники, не проявляющие инициативу, но способные положительно содействовать организационным инициативам	Заинтересованы действовать в регламентированных обстоятельствах, готовы поддерживать решения руководства; личную инициативу проявляют в пределах своих должностных обязанностей	Инициатива лидера, опасение потерять руководителя или работу, желание получить материальное вознаграждение	Пассивный источник инициативы, требующий внешних стимулов
Самоустраивающийся: избегают инициативы в любом виде	Не могут, не хотят и не стремятся что-либо менять в своей деятельности. Скрыто сопротивляются организационным изменениям, не дорожат компанией	Внутренние механизмы инициативы отсутствуют, внешние не оказывают нужного воздействия	Не является источником инициативы ни при каких внешних стимулах

Активный сегмент персонала представлен инициативными новаторами, активно участвующими в деятельности организации, имеющими высокий интеллектуальный потенциал и способность самостоятельно им управлять. Однако, при выраженной способности и готовности к активной инициативе такой сотрудник не всегда готов взять на себя полную ответственность за внедрение и результат проявленной инициативы. Желание получить материальное вознаграждение, карьерный рост, вложения в достижение личных целей – выявляют прагматичный характер инициативы.

Присоединяющийся сегмент персонала группирует, в большей степени исполнительных работников, личная инициатива, которых не является следствием проявления ППР и в целом основана на внешних обстоятельствах. Такие сотрудники способны добросовестно, дисциплинированно выполнять работу в рамках заданных регламентов и стандартов, могут эффективно участвовать в реализации инициатив компании, поскольку очень дорожат работой и рассчитывают на материальное вознаграждение.

Самоустраняющийся сегмент персонала характеризуется латентным неприятием инициативы в любом виде. Это крайне незаинтересованная часть работников, которые не хотят и не могут проявлять личную инициативу, принимать участие в организационных изменениях и могут стать реальной причиной нарастания внутренней напряженности в коллективе, снижения активности других работников.

Выявленные сегменты персонала не связаны с занимаемой работником должностной позицией, что позволяет увидеть проблемы не только на уровне исполнительских, но и управленческих должностей. Именно специфические характеристики сегмента, к которому отнесен тот или иной работник дают возможность целевого использования его потенциала в организации.

Учитывая особенности каждого сегмента можно сформировать наиболее соответствующие целям компании политики управления человеческими ресурсами, направленные на повышение инициативности персонала на всех уровнях организации, на создание условий для самосовершенствования и самореализации каждого работника и получать реальные эффекты от инвестирования в целевое развитие и стимулирование сотрудников.

Список литературы:

1. Колодкина И.Г. Управление инновационным развитием персонала предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Пермь, 2007. 23 с.
2. Красовский Ю.Д. Организационное поведение: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ, 1999. 472 с.

3. От самоорганизации к саморазвитию: смена парадигмы менеджмента / Н.Б. Акатов [и др.]; под ред. С.В. Комарова. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН. 2013. 257 с.
4. Семенова И.В. Эмпирический анализ влияния организационной среды на потенциал проактивности работника // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2017. № 2 (29). С.36-41 DOI 10.12737/25272.
5. Социальная психология / под ред. А.Л. Журавлева. М., 2002. 351 с.
6. Эсаулова И.А. Мотивационный механизм саморазвития сотрудников как фактор инновационного развития организации // Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством». 2014. № 1(19). С. 68-72.
7. Эсаулова И.А. Развитие персонала: стратегии, организация, практические решения. Пермь : Изд-во Перм. гос. техн. ун-та. 2009. 275 с.
8. Crant J.M. Proactive Behavior in Organizations. Journal of Management, 2000. Vol. 26. No 3. Pp 435–462.
9. Esaulova I.A., Semenova I.V. Self-leadership, self-development, engagement as the mechanisms of the modern employee proactivity // The Strategies of Modern Science Development: Proceedings of the XI International scientific–practical conference. North Charleston. USA, 12-13 October 2016. Pp. 65-69.
10. Frese M., & Fay D. Personal initiative (PI): An active performance concept for work in the 21st century. Research in Organizational Behavior, 2001. Vol. 23. Pp. 133-187.
11. <https://www.fastcompany.com/user/eric-mosley>.
12. <http://www.personneltoday.com/hr/employee-reward-segmentation-the-commercial-opportunity-for-rewar>.

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ НА ЦЕПОЧКУ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ

Чехин Дмитрий Владимирович

студент,

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

Аннотация. В данной статье рассмотрена проблема воздействия электромобилей на цепочку создания стоимости в автомобильной промышленности. Проанализированы экономические последствия включения электромобилей в продуктовый ряд крупнейшими автомобильными компаниями, в частности изменения в разработке, производственном процессе и реализации. Рассмотрены отличия автомобилей с двигателем внутреннего сгорания и электрической силовой установкой. Проанализирована цепочка создания стоимости в автомобильной промышленности через призму модели цепочки создания стоимости М. Портера.

Ключевые слова: автомобильная промышленность; автомобильное производство; электромобиль; цепочка создания стоимости.

Объектом исследования являются цепочки создания стоимости в автомобильной промышленности на примере крупных мировых автопроизводителей. Предмет исследования – новые практики мировых автопроизводителей, к которым они вынуждены обращаться под давлением расширяющегося парка электромобилей. Целью исследования является описание новых явлений в мировой автомобильной промышленности, связанных с появлением и распространением электромобилей, определение возможных путей развития автомобильных компаний и разработка рекомендаций для лиц, принимающих решения в сфере предпринимательства и законодательства. Методология исследования: качественное исследование. Методы: 1) анализ документов (отчеты компаний, аналитические обзоры, статьи в научной литературе), 2) сравнительный анализ и 3) изучение кейсов. Ограничения исследования, представляемые выбранной методологией: 1) ограниченный доступ к информации, относящейся к теме исследования и представляющей коммерческую тайну, 2) невозможность сбора первичной информации, 3) ограниченное количество включаемых в исследование объектов (компаний, связанных с автомобильным производством).

Актуальность темы. Переход на электрические транспортные средства представляется важным шагом на пути к энергоэффективности и экологичности транспортного сектора. Электромобили имеют преимущество перед автомобилями с двигателями внутреннего сгорания, так как не зависят от топлива, создаваемого на основе полезных ископаемых, использование которых влечет выделение большого объема продуктов горения. Однако разработка и добавление в продуктовый ряд электрических автомобилей влечет за собой существенные последствия в части конструирования и производства. Двигатели внутреннего сгорания, многоступенчатые трансмиссии и сопутствующие комплектующие уступают место электрическим моторам, различным электронным блокам управления и аккумуляторным батареям. Разработка и производство этих компонентов требует новых технологий и компетенций. Проектирование и конструирование двигателей, трансмиссий и их компонентов всегда было ключевой компетенцией и главным конкурентным преимуществом автомобильных компаний – в настоящее время производство электрических силовых установок и сопутствующих узлов, таких как ячейки аккумуляторов, с большой вероятностью будет передано сторонним организациям, которые имеют опыт в данной сфере и обладают необходимыми факторами производства.

Обзор литературных источников. В ходе обзора литературных источников были проанализированы существующие работы научной и деловой направленности на тему цепочек создания стоимости применительно к автомобильной промышленности, выделены основные определения по выбранной тематике, описаны процессы и их составляющие. Обзор литературных источников выявил недостаточный уровень освещенности темы цепочек создания стоимости конкретно в сфере автомобильной отрасли. Значительное количество работ сосредоточено на анализе управления цепочками поставок (Volpato, Sturgeon, Legner, Silver, Leskova, Tian, Veloso, Kumar, Koslowski). Кроме того, было обнаружено, что применительно к автомобильной сфере термины «цепочка поставок» и «цепочка создания стоимости» не разделяются и используются исключительно для описания процессов взаимодействия с поставщиками, организации транспортировки материалов к сборочным предприятиям и внутренней логистики. Понятие цепочек создания стоимости было введено М. Портером в его работе «Конкурентное преимущество» в 1985 году (рис. 1) (Porter, 1985).

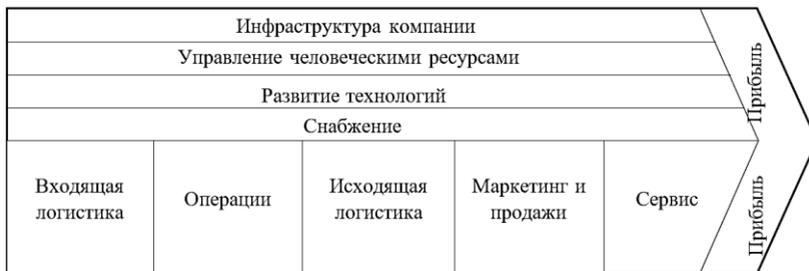


Рисунок 1. Цепочка создания стоимости

Превалирующей в автомобильном производстве является концепция глобальной цепочки создания стоимости. Данная концепция была представлена исследователями Gefferi, Humphrey, Kaplinsky и Sturgeon и разработана в применении к автомобильной промышленности Волгиной, Возмиловой, Legner, Schmid, Philipp Grosche. Основное положение заключается в экономически выгодном размещении производственных площадок и организации поставок от компаний по всему миру. Так, в настоящее время значительная часть мощностей и поставщиков автопроизводителей находится в Китае, Мексике, Бразилии и других странах. Наблюдается тренд уменьшения доли внутреннего производства (в контексте страны происхождения автомобильной компании). Анализ работ, посвященных управлению взаимодействиями с поставщиками, обнаружил наличие нескольких подходов к классификации поставщиков (International Motor Vehicle Program, McKinsey), которые имеют общую основу: вовлеченность конкретного поставщика в автомобильное производство и операционную связь с автопроизводителями. Так, существуют 1) компании-поставщики, предлагающие компоненты, в высокой степени адаптированные к определенной модели автомобиля (тормозные и навигационные системы), 2) поставщики, производящие модули и системы, которые интегрируются в разные модели (например электропроводка), 3) производители стандартных автомобильных компонентов, 4) поставщики материалов, не уникальных для автомобильной промышленности. Исследователи (Volpato, Sturgeon, Legner, Silver, Leskova и другие) едины во мнении относительно уровня подразделения поставщиков. Выделяют поставщиков первого, второго и третьего уровня (1-Tier, 2-Tier и 3-Tier соответственно). Компании первого уровня являются прямыми поставщиками автопроизводителей, которые, в свою очередь, в некоторых работах определяются как компании нулевого уровня, 0-Tier. Поставщики первого уровня закупают

продукцию у компании второго и третьего уровня. Такая классификация также дает представление о степени адаптации и уникальности производимой продукции для деятельности автопроизводителей, где первый уровень представляет собой производство наиболее специфичных компонентов.

Операционная деятельность автопроизводителей является непосредственно самим процессом производства и сборки автомобиля до конечного состояния, в котором он поставляется дилерам. Исходя из финансовой отчетности автомобильных компаний, следует отметить, что их доля в стоимости конечного продукта значительно снизилась за последние 30 лет: с 44 % в 1985 до 18 % в 2015, что соответствует среднему значению операционной рентабельности равному приблизительно 11 %. Спектр производственных операций, выполняемых автомобильными компаниями, включает в себя: 1) прессование деталей кузова из металлических листов, 2) сборку кузова из компонентов, произведённых на предыдущей стадии, 3) окраску кузова, 4) окончательную сборку интерьера, экстерьера, монтаж силовой установки, 5) тестирование и проверку качества. Основной принцип – это конвейерное производство, состоящее из рассчитанного количества станций, на которых выполняются определённые операции. Также немаловажной частью является производство трансмиссий и двигателей, осуществляемое на отдельных предприятиях компании. Маркетинг, продажи и постпродажное обслуживание в автомобильной отрасли, как правило, представлены арендой и продажей новых и подержанных автомобилей посредством дилерских центров. Также автомобильные компании предоставляют финансовые и страховые услуги. Некоторые организации занимаются утилизацией списанных автомобилей.

Характеристика сегмента электрических автомобилей

Парк электромобилей растет в среднем на 42 % в год и уже достиг доли 1,2 % от общего мирового автопарка (рис. 2) (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles, 2016). По оценкам, к 2040 году соотношение автомобилей с ДВС и электромобилей составит 2:1, что означает захват электромобилями более трети мирового авторынка.

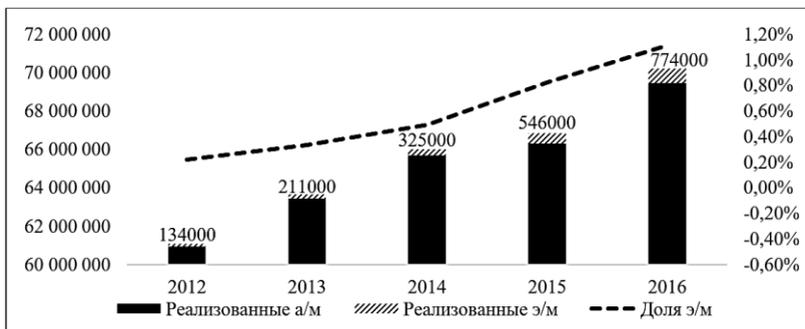


Рисунок 2. Динамика мировых продаж автомобилей и доля электромобилей

Рост числа электромобилей обусловлен следующими факторами:

- снижение стоимости аккумуляторных батарей;
- низкая стоимость обслуживания и владения;
- высокая энергоэффективность;
- безопасность (исключена вероятность взрыва топлива);
- перспективы развития.

В то же время существуют факторы, сдерживающие распространение электромобилей:

- меньший пробег между «заправками» (250 км для электромобиля – достаточно хороший показатель);
- чувствительность к температурам и значительное снижение максимального пробега в холодный сезон;
- стоимость покупки (\$ 35 000 – средняя цена «бюджетных» электромобилей);
- инфраструктура заправочных станций.

Результаты исследования

В ходе исследования была проанализирована деятельность ведущих мировых автомобильных производителей, предлагающих электрические автомобили, занимающие сравнительно высокие позиции по результатам продаж. В число исследуемых объектов входят модели: Nissan Leaf, Mitsubishi i-MiEV, General Motors Chevrolet Bolt и Volt, Volkswagen e-Golf, Tesla Model S. Были проанализированы следующие виды деятельности данных компаний: исследование и разработка новых моделей, производство комплектующих и сборка электромобилей, сети поставщиков компонентов и систем для электромобилей, а также второстепенные операции,

входящие в цепочку создания стоимости. Результаты полностью подтверждают гипотезу, выдвинутую перед началом исследования: электромобили приводят к существенным операционным и структурным сдвигам в деятельности автопроизводителей и значительно влияют на автомобильную отрасль. Обобщённые результаты представлены на рис. 3.



Рисунок 3. Выводы о влиянии электромобилей на автомобильное производство

Исследования и разработки – это первый этап в цепочке создания нового продукта. Электромобили, как и любые другие транспортные средства, проходят весь процесс – от чертежа до финальных полевых испытаний. Тестирование электромобилей представляет сложность, состоящую в определении оптимального пробега, который сильно зависит от стиля вождения и внешних условий. Так, прототипы электромобилей помещают в холодильные камеры, чтобы изучить поведение источников питания в экстремальных условиях. В части разработок автопроизводители нередко обращаются к опыту энергетических компаний и производителей электроники, заключая с ними стратегические соглашения и устанавливая партнёрские связи в различных формах (совместное предприятие, альянс, аутсорсинг). Это дает автомобильным компаниям доступ к проверенным технологиям аккумуляторных батарей, электромоторов и комплектующих. Такие организации, как LG, Panasonic, NEC Corporation и другие, становятся разработчиками основных систем автомобиля, что значительно увеличивает их роль в автомобильной промышленности. Увеличивающееся значение энергетических компаний и производителей электроники также можно рассматривать с позиции их практик как поставщиков оборудования. General Motors передает на аутсорсинг производство электромоторов и аккумуляторных батарей своему стратегическому партнеру – компании LG. Это означает, что ключевая компетенция, традиционно принадлежавшая автопроизводителю, в настоящее время переходит к организации, не имеющей прямого

отношения к автомобильной промышленности и ранее выступавшей только в качестве поставщика сопутствующего оборудования. Кроме того, в данном случае General Motors исключает всякую стратегическую гибкость бизнеса, ставя себя в зависимость от LG как безальтернативного партнера. Другие автопроизводители (Nissan, Volkswagen, Tesla) предпочитают избегать подобных рисков и производят электромоторы, трансмиссии и аккумуляторные батареи (на самом деле происходит сборка батарей из поставляемых литий-ионных ячеек) на полностью контролируемых собственных площадках. Постройка новых заводов требует значительных инвестиций, но дает необходимое конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе. Однако производство аккумуляторных батарей все еще невозможно без участия энергетических компаний и производителей электроники. Производство электромобилей вызывает незначительные изменения в непосредственной сборке, осуществляемой предприятиями автомобильных компаний. Наименее затратный способ – постройка электромобиля на существующей платформе (Mitsubishi, Volkswagen), однако некоторые компании создают новые платформы с целью дифференцировать электромобили от остальных продуктов и создать базу для дальнейших разработок и новых моделей (Nissan). Независимо от выбранного варианта сборка происходит за счет мощностей имеющихся линий на существующих площадках. Аккумуляторные батареи, как правило, монтируются вместо топливного бака на тех же станциях, ДВС заменяются на электрические силовые установки. Отличной ото всех исследованных компаний является Tesla, Inc.: только она построила новые заводы, но это обусловлено тем, что данная организации никогда ранее не занималась автомобилями и специализируется только на электрических транспортных средствах. Итоги исследования мероприятий, предпринимаемых автопроизводителями для внедрения электромобилей в продуктовую линию, представлены в табл. 1. Tesla, Inc. не включается в данный обзор, так как компания не выпускает автомобили с ДВС.

Таблица 1.

**Практики ведущих автомобильных компаний
по производству электромобилей**

Производитель	Поставки	Производство	Второстепенная деятельность
Nissan	Поставщики уровня 1: совместное предприятие с производителем батарей Поставщики уровня 2: новые поставщики компонентов	Адаптация существующих производственных линий	Обширная работа отдела разработок
Mitsubishi	Поставщики уровня 1: совместное предприятие с производителем батарей. Аутсорсинг производства батарей, инвертеров и электромоторов	Адаптация существующих производственных линий	Партнёрство с энергетическими компаниями в сфере разработок
General Motors	Поставщики уровня 1: аутсорсинг производства батарей	<ul style="list-style-type: none"> • Адаптация существующих производственных линий • Новая производственная площадка 	<ul style="list-style-type: none"> • Обширная работа отдела разработок • Соглашения с правительством
Volkswagen	Собственное производство комплектующих	Выпуск э/м на одной линии с другими а/м	-

Таким образом, самые существенные изменения, вызываемые распространением электромобилей, происходят в сфере разработок новых моделей и взаимодействия с поставщиками, энергетическими компаниями и производителями электроники со значительным увеличением роли последних.

Список литературы:

1. Cheng M., Sun L., Buja G., & Song L. (2015). Advanced Electrical Machines and Machine-Based Systems for Electric and Hybrid Vehicles. *Energies*, 9541-9564.
2. European Council For Automotive R&D. (2017). Retrieved from European Council For Automotive R&D: <http://www.eucar.be>.
3. EVvolumes. (2016). Global Plug-in Sales for 2016. Retrieved from EVvolumes: <http://www.ev-volumes.com/country/total-world-plug-in-vehicle-volumes>.
4. Gefferi G., Humphrey J., Kaplinsky R., & Sturgeon T. (2001). Introduction: Globalisation, Value. *Institute of Development Studies*, 4-5.
5. Green Car Reports. (2014). 1.2 Billion Vehicles On World's Roads Now, 2 Billion By 2035. Retrieved from Green Car Reports: http://www.greencarreports.com/news/1093560_1-2-billion-vehicles-on-worlds-roads-now-2-billion-by-2035-report
6. Industrial Research Institute. (2016). 2016 Global R&D Funding Forecast.
7. Kampker A. (2014). *Elektromobilproduktion*. Springer.
8. Legner et al, C. (2009). Evolving Value Chains in the Automotive Industry – Implications for Business Processes and Information Systems. *European Business School*.
9. Leskova, A., & Kovacova, L. (2012, July). Automotive Supply Chain Outline. pp. 96-104.
10. McKinsey & Company. (2016). Automotive revolution – perspective towards 2030.
11. Mitsubishi Motors. (2011). i-MiEV Specifications. Retrieved from Mitsubishi Motors i-MiEV: <http://www.mitsubishi-motors.com/en/showroom/i-miev/specifications>.
12. Nissan Motor Company Ltd. (2016). Sustainability Report 2016.
13. Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles. (2016). 2005-2016 Sales statistics. Retrieved from OICA: <http://www.oica.net/category/sales-statistics>.
14. Porter M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
15. Silver, D. (2016). The Automotive Supply Chain, Explained. Retrieved from Self-Driving Cars: <https://medium.com/self-driving-cars/the-automotive-supply-chain-explained-d4e74250106f#.rdz2tkizk>.
16. Sturgeon, T.J. (2013). *Global Value Chains and Economic Globalization*. Massachusetts Institute of Technology.
17. Tesla, Inc. (2016). Annual Report 2016.
18. Tian Y. (2011). *Automotive Supply Chain Evaluation with*.
19. Toshiba Corporation. (2011). Annual Report 2011: Operational Review.
20. Toyota Motor Corporation. (2016). Annual Report 2016.
21. Veloso F., & Kumar R. (2002). *The Automotive Supply Chain: Global Trends and*. Volkswagen AG. (2015). Annual Report 2015.

4. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ РЕЗЕРВНОГО ФОНДА И ФОНДА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

Жиркова Алина Сергеевна

*бакалавр экономики, Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

KEY ASPECTS OF THE MERGER OF THE RESERVE FUND AND THE NATIONAL WELFARE FUND

Alina Zhirkova

*bachelor of economics, Financial university
under the Government of the Russian Federation,
Russia, Moscow*

Аннотация. В статье приводится анализ состояния суверенных фондов России на современном этапе. Автором рассматривается процесс объединения Резервного фонда и Фонда национального благосостояния, а также его последствия и целесообразность.

Abstract. The article includes analysis of sovereign wealth funds at the present stage. The author considers the process of the merger of the Reserve fund and the National Welfare Fund, its consequences and feasibility.

Ключевые слова: суверенные фонды; резервный фонд; фонд национального благосостояния; государственные финансы; бюджет.

Keywords: sovereign wealth funds; Reserve fund; National Welfare Fund; budget; public finance.

На протяжении последних 2-х лет суверенные фонды России находятся под пристальным вниманием общественности. С конца 2016 года, а также на протяжении 2017 не утихали споры по поводу судьбы

суверенных фондов России – Фонда национального благосостояния и Резервного фонда. Одни эксперты, в том числе министр финансов России и председатель счетной палаты, настаивали на том, что средства Резервного фонда будут полностью исчерпаны в 2017 году, другие же, включая премьер-министра Дмитрия Медведева, говорили, что полное расходование средств не будет допущено [3; 6]. В данной ситуации очевидным остается тот факт, что для столь противоположных мнений были определенные причины.

Еще несколько лет назад экономика России столкнулась с проблемой, которая стала причиной возникновения дефицита бюджета и недополучения доходов – цены на нефть упали, как и курс рубля. Цены на нефть являются важнейшим фактором при формировании федерального бюджета, ведь в нем закладываются прогнозные значения данного показателя. К тому же, сам Резервный фонд формируется в большей степени из нефтегазовых доходов.

Очевидным остается тот факт, что рациональное использование средств федерального бюджета основывается на достоверном и точном прогнозе доходов и расходов будущего периода, но в сложившейся ситуации падение цены на нефть фактически невозможно было предсказать. Итогом несовпадения прогнозных значений и фактических и приводят к дисбалансу в бюджетах всех уровней. Таким образом, правительство посчитало нужным восполнять дефицит бюджета из средств Резервного фонда и Фонда национального благосостояния [7].

Уже в 2016 году вся общественность могла судить о процессах, происходящих с суверенными фондами России, на основании публикации данных Минфина о динамике объемов средств данных фондов. Так на протяжении всего 2016 года наблюдалось периодическое падение объема средств Резервного фонда, а на начало 2017 года значение данного показателя упало практически на 48 % по сравнению с декабрем 2016 года (см. рис 1.) [8].

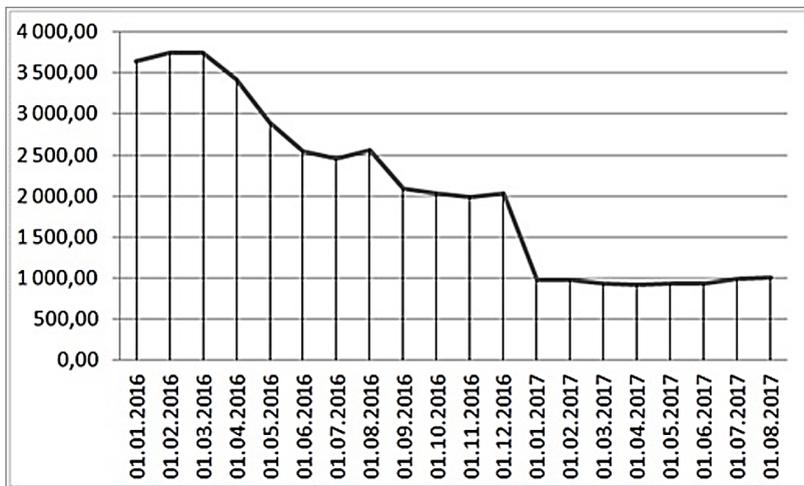


Рисунок 1. Объем средств Резервного фонда

Стоит напомнить, что до вступления в силу Федерального закона от 30 сентября 2010 года N 245-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и иные законодательные акты Российской Федерации», нормативный объем средств Резервного фонда должен был равняться 7 % от планируемого на соответствующий год показателя ВВП [13]. Исходя из данных за рассматриваемый период, с января по август 2017 года объем Резервного фонда не превышал 1,2 % к ВВП, что является минимальным значением за все годы существования данного фонда (с 2008 года) [8].

Очевидно, что средства Резервного фонда используются по своему целевому назначению, т. е. данный фонд создавался для стабилизации экономического состояния в стране, что включает в себя и финансирование дефицита федерального бюджета, но на данный момент едва ли трату средств можно назвать рациональной. Столь активное использование средств Резервного фонда говорит не только о неэффективном управлении самим фондом, но и о неподобающем планировании расходов федерального бюджета.

Из-за нерационального использования средств Резервного фонда под удар попал и Фонд национального благосостояния. В данном случае ситуация оказывается куда сложнее, ведь правительство уже перешло к использованию средств ФНБ, а это противоречит основным целям существования данного фонда [7]. Фонд национального

благополучия предназначен для стабилизации пенсионной системы Российской Федерации, а нецелевая трата его ресурсов, как можно предположить, грозит дестабилизации данной системы [5].

Ожидается, что в 2017 году потребуются покрывать дефицит бюджета из Фондов в размере 2,75 трлн. рублей притом, что объем средств Резервного фонда на начало августа 2017 года составил 1006,62 млрд руб. [7]. Очевидно, что средства Резервного фонда в данных обстоятельствах будут полностью исчерпаны, после чего правительство перейдет к использованию средств ФНБ [12]. Кроме того, перспектива Фонда национального благополучия также не выглядит убедительной – все больше экспертов настаивают на том, что средства фонда также будут стремительно уменьшаться, а в итоге исчерпаются полностью при отсутствии вливания в него дополнительных доходов.

Данные обстоятельства вызывают опасения, ведь без таких стабилизационных рычагов, как Резервный фонд и Фонд национального благополучия, экономике России грозит дестабилизация. Кроме того, при отсутствии дополнительных ресурсов внутри государства для финансирования дефицита бюджета нужные средства, вероятно, будут черпаться в виде займа у других государств. В данном случае государство столкнется с другой проблемой – увеличение госдолга.

Министерство финансов России, безусловно, не может довести экономку страны до состояния дисбаланса, оставив суверенные фонды без средств, что подтверждают готовящиеся перемены в их организации.

Так в июне Минфин России выступил с предложением об объединении Резервного фонда и Фонда национального благополучия в один фонд, а уже 31 июля 2017 года Владимиром Путиным был подписан указ, согласно которому данное объединение должно завершиться к 1 февраля 2018 года [9].

Предшествовали данному указу также и поправки в Бюджетный кодекс. Согласно закону величина расходов федерального бюджета не может превышать объем нефтегазовых доходов, на расчет которых влияют: базовая цена нефти, базовая экспортная цена газа и прогнозируемый валютный курс, а также размер прочих доходов и прогнозируемых расходов, которые пойдут на обслуживание госдолга [10]. Показатель базовой цены на нефть установлен в размере 40 долл за баррель, но с 2018 года цена должна подлежать ежегодной индексации на 2 % [4].

Кроме того, 2018 год определили как переходный год. Величина расходов бюджета не может превышать увеличенный на 1 % ВВП величину доходов за вычетом нефтегазовых доходов. Также объем условно утверждаемых расходов в законе о бюджете на 2018 год и последующие годы не уточняется, а на 2019 год устанавливается

в размере не менее 2,5 % от объема расходов бюджета на данный год [2]. Предполагается, что совокупный объем расходов на 2019 и 2020 годы будет определен исходя из новой конституции бюджетных правил [4].

Помимо вопросов, касающихся федерального бюджета, законом разъяснена судьба суверенных фондов России. Так Резервный фонд и Фонд национального благосостояния будет объединен на базе ФНБ [12]. Стоит отметить, что база для нового фонда весьма логична, несмотря на то, что данный фонд создается, в первую очередь, для финансирования дефицита бюджета (для этой цели изначально создавался Резервный фонд), ведь из двух фондов только ФНБ имеет в запасе средства, хотя и изрядно и исчерпавшиеся.

Главной причиной объединения двух фондов Минфин видит в улучшении управляемости их средствами. На практике же закон позволяет более свободно распоряжаться средствами данных фондов: до объединения средства ФНБ на покрытие дефицита бюджета или же на другие цели, не являющимися первоочередными для фонда, было достаточно проблематично освоить – транш сопровождался множеством процедур, согласований и урегулирований [12]. Таким образом, единый фонд будет вмещать в себя три основные цели своей деятельности: поддержание сбалансированности страховой пенсионной системы, финансирование дефицита федерального бюджета, софинансирование добровольных пенсионных накоплений.

Несмотря на то, что на данном временном этапе большую озабоченность все больше экспертов высказывают по поводу исчерпания ресурсов фондов и после их объединения, Минфин все же намерен их пополнить в ближайшей перспективе. Так ожидается, что объединенный фонд будет пополняться по средствам дополнительных нефтегазовых доходов, а уже в 2018 году планируется вливание в размере 623 млрд. рублей. К тому же по прогнозам в 2018 году расходы Резервного фонда сократятся примерно 2 раза, а уже в 2019 средства фонда совсем не будут использоваться – дефицит бюджета планируется покрывать с помощью внутренних и внешних заимствований [13].

Минфин также определяет порядок использования и пополнения объединенного фонда. Сообщается, что средства фонда будут использоваться на финансирование дефицита федерального бюджета или же на поддержание Пенсионного фонда России исходя из объема средств, оставшихся на счетах фонда на конец очередного финансового года.

Кроме того, отмечается, что если совокупный объем средств объединенного фонда будет превышать 5 % ВВП, то средства данного фонда могут быть использованы в размере недополученных нефтегазовых доходов в конкретно взятом году. Если же объем остатка средств

будет меньше 5 % ВВП, то они могут быть использованы в размере не более 1 % ВВП, что предотвратит трату средств сверх минимального объема данного фонда [10].

До того, как объем средств объединенного фонда достигнет 7 % ВВП, средства ФНБ к размещению в иные финансовые активы не допускаются, исключения составляют активы самокупаемых инфраструктурных проектов, которые были начаты до 1 января 2018 года и входят в утвержденный правительством перечень, а также проектов «Внешэкономбанка», начатых до вышеуказанной даты [8].

Также следует добавить, что Минфин ежемесячно с 2008 года публикует информацию об объеме средств Резервного фонда и Фонда национального благосостояния, данные об их использовании и результаты управления. Принятый закон снова закрепляет данную обязанность за Минфином, что позволяет каждому рядовому гражданину продолжить отслеживание за ситуацией с Фондом.

Очевидно, что дать объективную оценку объединенному фонду представится возможным только после начала его полного функционирования, а именно в феврале 2018 года. Тем не менее, об эффективности управления фондом можно будет судить исходя из его объема, а также качества активов, в которые будут вкладываться средства. Кроме того, объем фонда напрямую зависит от цены на нефть, а также обратно пропорционален дефициту федерального бюджета, поэтому судьба стабилизатора экономики России зависит от целой системы показателей, которая также требует своевременных и качественных преобразований.

Список литературы:

1. Владимир Путин подписал закон об объединении Резервного фонда и ФНБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3372013> (Дата обращения: 06.09.17).
2. Голикова объявила о полном исчерпании Резервного фонда в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://lenta.ru/news/2016/12/12/ischerpali_rezerv_fond_2017/ (Дата обращения: 02.09.17).
3. Госдума одобрила объединение ФНБ и Резервного фонда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/88411> (Дата обращения: 05.09.17).
4. Кудрин ратует за создание единого Резервного фонда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/business/2017/07/10/1629382.html> (Дата обращения: 06.09.17).
5. Медведев: Резервный фонд не будет полностью исчерпан в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/26711.5/3736833/#618511> (Дата обращения: 02.09.17).

6. Минфин распечатал последнюю кубышку: Резервный фонд объединят с ФНБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/economics/2017/06/20/minfin-raspechatal-poslednyuyu-kubyshku-rezervnyu-fond-obedinyat-s-fnb.html> (Дата обращения: 03.09.17).
7. Объем средств Резервного фонда// Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/performance/reservefund/statistics/> (Дата обращения: 02.09.17).
8. Путин подписал закон о новом бюджетном правиле и объединении нацфондов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1prime.ru/finance/20170731/827743372.html> (Дата обращения: 06.09.17).
9. Путин подписал закон об объединении Резервного фонда с ФНБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aif.ru/money/economy/putin_podpisal_zakon_ob_obedinenii_rezervnogo_fonda_s_fnb (Дата обращения: 06.09.17).
10. Резервный фонд и ФНБ в июле выросли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/89130> (Дата обращения: 03.09.17).
11. Резервный фонд объединили с ФНБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/26711.5/3736833/#618511> (Дата обращения: 07.09.17).
12. У будущих поколений отнимут деньги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/2017/06/30/10755947.shtml#page4> (Дата обращения: 02.09.17).
13. Федеральный закон «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и иные законодательные акты Российской Федерации» от 30.09.2010 N 245-ФЗ.

5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

АНАЛИЗ ИНДИКАТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Комарова Оксана Викторовна

*канд. эконом. наук, доц.
Уральский государственный экономический университет,
РФ, г. Екатеринбург*

Плисова Ирина Александровна

*ассистент кафедры политической экономики
Уральский государственный экономический университет,
РФ, г. Екатеринбург*

ANALYSIS OF INDICATORS OF ECONOMIC SECURITY IN THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE SVERDLOVSK REGION)

Oxana Komarova

*candidate of economic sciences, associate professor
Ural State Economic University,
Russia, Ekaterinburg*

Irina Plisova

*assistant of the Department of Political Economy
Ural State Economic University,
Russia, Ekaterinburg*

Аннотация. Анализ экономической безопасности регионов является важнейшим условием формирования адекватной стратегии экономического развития территории. Оценка индикаторов экономической безопасности Свердловской области показала наличие высоких внутренних угроз в социальной и инновационной сфере, являющихся сигналами для власти о корректировке институциональных условий

в регионе и стратегии социально-экономического развития области. В качестве мер снижающих уровень угроз экономической безопасности Свердловской области определены: поддержка развивающихся территорий, активизация социальной ответственности бизнеса, поддержка инновационного малого и среднего предпринимательства.

Abstract. Analysis of the economic safety of the regions is the most important condition for the formation of an adequate strategy for the economic development of the territory. Assessment of indicators of economic safety in the Sverdlovsk region showed the presence of high internal threats in the social and innovation sphere, which are signals to the government about adjusting the institutional conditions in the region and the strategy for social and economic development of the region. As measures to reduce the level of threats to economic security in the Sverdlovsk region, it is defined: support for developing territories, activation of social responsibility of business, support for innovative small and medium-sized businesses.

Ключевые слова: безопасность; экономическая безопасность; регион; экономические интересы; угрозы; источники опасности.

Keywords: security; economic security; region; economic interests; threats; sources of danger.

В условиях глобализации вопросы экономической безопасности приобретают все большую актуальность. Особую роль играет анализ экономической безопасности региона в странах имеющих сложную территориальную структуру, что связано со сложностью одновременного достижения интересов каждого отдельного региона. Анализ угроз экономической безопасности региона тесно связан с экономическим планированием и позволяет спланировать адекватную региональным ресурсам, географическому положению, культурным факторам траекторию развития и стратегию обеспечения экономической безопасности.

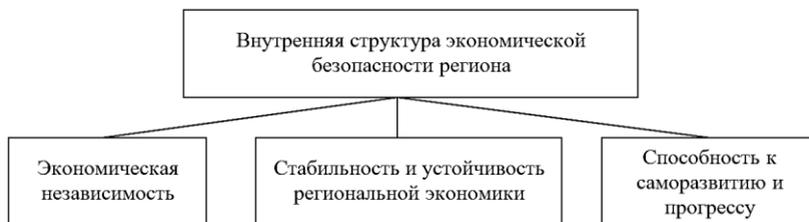
В научной литературе [4, с.82; 12, с.15] под экономической безопасностью региона понимается состояние защищенности экономики региона, его интересов от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются условия для реализации интересов региона в сочетании с интересами страны.

Объектом экономической безопасности является экономическая система региона, такая ее модель и состояние, которые в максимальной мере позволяют реализовать собственно экономические интересы личности, государства и общества и обеспечить материально-финансовую основу всех других видов национальной безопасности.

Экономические интересы региона представляют собой осознанные и адаптированные к ситуации экономические потребности. Они носят исторический характер и определяются уровнем развития производительных сил и экономических отношений. Значительное влияние оказывают на них природно-географические и территориальные условия, а также политика, идеология, образование и др.

Предметом анализа экономической безопасности региона является экономическая угроза, которую можно понимать как объективно существующую возможность негативного воздействия на социальный организм, в результате которого ему может быть причинен какой-либо ущерб, вред, ухудшающий его состояние, придающий его развитию нежелательную динамику или параметры. А источники угрозы – это условия и факторы, которые таят в себе и при определенных условиях сами по себе либо в различной совокупности обнаруживают враждебные намерения, вредоносные свойства, деструктивную природу [5, с. 54].

Экономическая безопасность региона обладает своей внутренней структурой, которая показана на рисунке. Во внутренней структуре экономической безопасности региона можно выделить три важнейших блока [2, с. 62].



Источник: составлено по [2]

Рисунок 1. Внутренняя структура экономической безопасности региона

Экономическую независимость региона можно рассматривать как наличие необходимого уровня доходов регионального бюджета, уровня контроля региональной власти за использованием региональных ресурсов, уровень доходов населения региона для удовлетворения личных потребностей и возможности региона обеспечить их удовлетворение.

Стабильность и устойчивость региональной экономики предполагает наличие активной взаимосвязи власти и бизнеса на уровне региона, обеспечивающей инновационную и предпринимательскую активность, сдерживание факторов, способных дестабилизировать

ситуацию (низкий уровень коррупции, теневого сектора, индексы деловой активности, доверие местной власти).

Способность к саморазвитию и прогрессу может рассматриваться как система экономических институтов, придающих региональной экономике позитивный самоподдерживающийся характер – низкий уровень транзакционных издержек, наличие инновационного сектора в региональной экономике, преобладание творческого труда и др.

Поскольку экономическая безопасность региона представляет собой противодействие внешним и внутренним угрозам, то к внешним угрозам можно отнести макроэкономические условия, а также факторы, связанные с геополитическим положением региона. Так, для приграничных территорий чрезвычайно важна система отношений с сопредельными государствами. Среди макроэкономических угроз безопасности региона в первую очередь следует выделить: отсутствие единой региональной политики федерального центра; нарушение системы финансового обеспечения регионов; неэффективная реализация федеральных и региональных экономических проектов; деградация природной среды в национально-государственном масштабе; криминализация экономики; снижение уровня жизни населения; потеря позиций на межрегиональных рынках [1; 11, с. 657].

К внутренним угрозам относятся опасности, возникающие в результате политики органов власти и частных предпринимательских структур. Среди внутренних угроз можно выделить: потерю воспроизводственной и продовольственной независимости, потерю внутреннего рынка, неэффективность исполнения регионального бюджета [1; 11, с. 657].

Измерение и оценка экономической безопасности региона осуществляется на основе анализа основных показателей. Система показателей экономической безопасности региона рассмотрена в трудах Логинова К.К., Митякова С.Н., Новиковой И.В., Красникова Н.И., Чичканова В.П., Беляевской-Плотник Л.А. [6; 7; 8; 11]. Предлагаемые системы показателей, как правило, формируются на основе комплексной оценки всех сфер жизнедеятельности общества – экономической, политической, социальной и др., и построены на основе оценки критериев показателей, которые в свою очередь позволяют оценить угрозы региональной экономической системе. Однако, набор показателей, предлагаемых для оценки, и их пороговое значение являются предметом научной дискуссии.

Поскольку целью нашего исследования является анализ показателей экономической безопасности Свердловской области, то за методологическую основу мы взяли методику, предложенную

Митяковым С.Н. [7] и исследования экономической безопасности региона за прошедший период, проведенный другими исследователями [3; 10]. Результаты оценки индикаторов экономической безопасности Свердловской области, рассчитанных на основе данных Росстата, представлены в таблице.

Анализ индикаторов экономической безопасности Свердловской области за 2014-2016 гг. (таблица) показывает, что в части «Экономическое развитие» большинство рассчитанных показателей улучшили свою динамику относительно пороговых значений индикаторов. Это касается ВРП на душу населения, сальдо внешнеторгового баланса и сальдо консолидированного бюджета области.

Уровень инвестиций в основной капитал снижается с 2011 года: если в 2011 году объем инвестиций к ВРП составлял 25,82 %, в 2013 году – 22,1 %, а в 2015 – 19,7 %, небольшая коррекция показателя в 2016 году является недостаточной для определения позитивной тенденции. В реальности наблюдается падение абсолютных показателей: как инвестиций, так и валового регионального продукта Свердловской области. Очевидно, что нарастает внутренняя угроза опасности, а при условии, что Свердловская область является промышленным регионом, на фоне положительного сальдо внешнеторгового баланса области, возникает опасность усиления внутренних угроз, таких как растрата ресурсного потенциала, рост безработицы, снижение инновационного потенциала территории.

Таблица 1.

Оценка экономической безопасности Свердловской области

№	Название индикатора	Пороговое значение	Значения по Свердловской области		
			2014	2015	2016
Проекция «Экономическое развитие»					
1	ВРП на душу населения, тыс.руб.	$\geq 413,2$	383,85	411,08	383,2
2	Годовой темп инфляции, %	≤ 6	10,6	14	5,8
3	Инвестиции в основной капитал, % к ВРП	≥ 25	22,4	19,7	20,8
5	Сальдо внешнеторгового баланса, % к ВРП	≥ -4 и ≤ 8	14,5	13,2	15,1
6	Сальдо консолидированного бюджета региона, % к ВРП	≥ -3 и ≤ 4	-1,3	-1,0	0

Проекция «Социальное развитие»					
7	Отношение среднедушевых доходов населения к прожиточному минимуму, раз	$\geq 3,5$	3,74	3,20	3,55
8	Отношение средней пенсии к средней заработной плате, %	≥ 40	38,2	40,8	55,3
9	Уровень безработицы по методологии МОТ, %	≤ 4	6,1	6,5	6,2
10	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет	≥ 80	69,76	69,83	70,02
11	Размер жилья на одного жителя, м ²	≥ 25	24,35	24,85	25,2
12	Средства на здравоохранение, образование и социальную политику, % к ВРП	≥ 15	7,39	6,7	7,53
Проекция «Инновационное развитие»					
13	Доля отгруженной инновационной продукции во всей отгруженной продукции промышленности, %	≥ 30	...	20,5	...
14	Число лиц, занятых научными исследованиями и разработками на 10 тыс. занятого населения	≥ 120	89,66	93,89	...
15	Внутренние затраты на научные исследования и разработки, % к ВРП	$\geq 2,2$	1,5	1,4	...

Составлено авторами по: [7, с. 83; 9].

Результаты расчетов индикаторов по проекциям, отражающим социальное и инновационное развитие, свидетельствуют о проблемах региона по данным направлениям. Такие социальные индикаторы, как уровень среднедушевых доходов, отношение средней пенсии к средней заработной плате, обеспеченность жильем достигли в 2016 году пороговых значений индикаторов. Однако, сложно говорить о положительной и устойчивой тенденции данных показателей. Уровень безработицы, расходы на социальную сферу (образование, здравоохранение, социальную политику), ожидаемая продолжительность жизни свидетельствуют о глубокой социальной стагнации области.

Особые проблемы региона связаны с инновационным развитием – ни один из показателей не превысил порогового значения за рассматриваемый период 2014-2015 гг., а за 2016 год нет сведений, что говорит о неудовлетворительной политике региона в области инноваций.

Таким образом, главная угроза экономической безопасности Свердловской области обусловлена сложившейся экономической структурой производства, наличием экспортоориентированных отраслей, институциональными факторами, отсутствием взаимодействия власти и бизнеса и системы инновационного и социального развития области. Большую в современной динамике ключевых индикаторов социально-экономической безопасности региона играют внешние факторы, такие как мировой экономический кризис, введение санкций против России. В этой связи представляется важным подчеркнуть роль институтов и государственной экономической политики в формировании структуры промышленного производства и обеспечении снижения внешних и внутренних угроз экономической безопасности.

В качестве мер снижающих уровень угроз экономической безопасности Свердловской области можно выделить:

- приоритет в развитии отдавать развивающимся, а не депрессивным территориями, иначе область движется по пути догоняющего, а не опережающего развития;
- использование преимущественно косвенных финансовых и прямых административных и институциональных каналов финансирования;
- активное использование инновационного потенциала малого и среднего предпринимательства;
- активизация каналов социальной ответственности бизнеса с целью трансформации внешнеэкономических доходов предприятиях в социальную инфраструктуру.

Таким образом, подводя итоги изучению уровня экономической безопасности Свердловской области, можно сделать вывод, что анализ индикаторов экономической безопасности показывает высокий уровень социальной и инновационной угрозы, что обуславливает необходимость корректировки социально-экономической политики в регионе.

Следует также отметить, что важнейшей проблемой оценки уровня экономической безопасности региона является запаздывающие и неполные данные, а также отсутствие специфических критериев для отдельных регионов.

Самым главным условием обеспечения экономической безопасности региона является рациональное, постоянно совершенствующее управление со стороны региональных государственных органов, постоянный мониторинг угроз и своевременное принятие мер по их снижению или ликвидации.

Список литературы:

1. Бугаева М.В. Состояние уровня экономической безопасности регионов на примере Ростовской области / М.В. Бугаева, Н.В. Морозова, А.А. Хатько // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 24. С. 19–24. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2017/770451.htm>.
2. Быков В.П. Экономическая безопасность регионов и преодоление угроз в современных условиях / В.П. Быков, О.А. Дембовская, Е.М. Лебедько // Экономика и эффективность организации производства. 2006. № 5. С. 60-63.
3. Вершинин П.С. Тенденции и проблемы обеспечения экономической безопасности региона (на примере Свердловской области) // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2015. № 4 (12). С. 104-108.
4. Дворядкина Е.Б. Экономическая безопасность: учеб. пособие / Е.Б. Дворядкина, Я.П. Силин, Н.В. Новикова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. 2-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. 194с.
5. Загашвили В.С. Экономическая безопасность России / В.С. Загашвили. М.: «Юристъ», 1997. – 254 с.
6. Логинов К.К. Анализ индикаторов региональной экономической безопасности // Вестник СибАДИ. 2015. № 2 (42). С.132-139.
7. Митяков С.Н. Экономическая безопасность регионов Приволжского федерального округа / С.Н. Митяков, Е.С. Митяков, Н.А. Романова // Экономика региона. 2013. № 3. С. 81-91.
8. Новикова И.В., Красников Н.И. Индикаторы экономической безопасности региона // Вестн. Том. гос. ун-та. 2010. № 330. С.132-138.
9. Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. Режим доступа: <http://sverdl.gks.ru>.
10. Поздеева О.Г. Исследование экономической безопасности социально незащищенных слоев населения в регионе (на примере Свердловской области) / О.Г. Поздеева, О.А. Савичева // Экономика и бизнес: теория и практика. 2015. № 3. С.53-57.
11. Чичканов В.П., Беляевская-Плотник Л.А. Анализ подходов к оценке региональных процессов формирования социально-экономической безопасности // Экономика региона. 2016. № 3. С. 654-669.
12. Яшин С.Н. Концептуальные вопросы оценки экономической безопасности регионов / С.Н. Яшин, Е.Н. Пузов // Финансы и кредит. 2006. № 1 (205). С. 15-19.

6. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ПРАВОВОГО В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

Евграфова Ольга Владимировна

*канд. филос. наук,
Ростовский филиал Российской таможенной академии,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

THE INTERACTION OF ECONOMIC AND LEGAL IN THE PROFESSIONAL CULTURE OF CUSTOMS OFFICIALS

Olga Evgrafova

*candidate of philosophical sciences,
the Rostov Branch of the Russian Customs Academy,
Russia, Rostov-on-Don*

Аннотация. На основе авторской трактовки сущности экономической и правовой культур, как элементов профессиональной культуры таможенников, рассматриваются актуальные проблемы их взаимодействия; механизм этого взаимодействия раскрывается через рефлексию в сознании таможенников юридических норм, которыми они руководствуются в своей практической деятельности, и экономической значимости проводимых операций.

Abstract. Based on the author's interpretation economic and legal cultures' essence, as elements of the professional culture of customs officials, the current problems of their interaction are discussed; the mechanism of this interaction is revealed through the reflection in the customs consciousness of the legal norms by which they are guided in their practical activities, and economic significance of the operations.

Ключевые слова: экономическая культура; правовая культура; интенция; концепт; профессиональная культура таможенников.

Keywords: economic culture; legal culture; intention; concept; professional culture of customs officials.

Постсоветские политические и экономические реалии значительно повысили роль таможенного дела в жизни государства и общества в связи с диверсификацией субъектов внешнеэкономической деятельности. Если ранее таможенник имел дело, главным образом, непосредственно с интересами государства, то теперь он сталкивается и с таможенными интересами коммерческих структур, юридических лиц; кроме того, вырос и объем работы с физическими лицами; надо отметить и неблагоприятный общеправовой контекст – часто недостойное правового государства отношение к Закону как к социокультурной ценности.

Это предъявляет во многом новые требования к качеству выполнения сотрудниками и государственными служащими таможенных органов своих функций в сравнении с предшествующим периодом.

В «Кодексе Этики и Служебного Поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации» в первом пункте отмечается требование защиты экономических интересов страны (цель), а «законоследование» (средство) – есть требование пункта второго [1]. В этом плане можно говорить о принципиальном правовом «формализме» экономической культуры таможенников, потенциале ее конфликтности с их правовой культурой.

Цель работы: рассмотреть механизм взаимодействия рефлексии юридических норм и экономической значимости практической деятельности таможенников.

Заострим ситуацию вопросом – можно ли считать таможенника «прикладным» юристом? Рассмотрение этой проблематики – дело специальных исследований, важных для понимания особенностей профессиональной культуры таможенников; в данной работе ограничимся обоснованием адекватности ее постановки.

Очевидно, для этого, прежде всего, нужно иметь определенную трактовку содержания концептов экономической и правовой культур, без этого трудно понимать проблемы их взаимодействия.

В анализе экономической культуры таможенников целесообразно использовать методологию интенциональной концептуализации и содержательно конкретизировать её «формальность» [2].

При рассмотрении содержания феноменов экономической культуры таможенников как формы профессионального сознания необходимо исходить из ее понимания как деятельности специально подготовленных людей, реализующих в ней личностные и общественные потребности. В основе их структурирования лежат интенции феноменов экономической культуры.

Обоснование выделения концептов (социально-психологических, культурно-экономических и ментальных, совокупность которых

составляет духовную сторону экономической культуры таможенников) фундируется как сущностью человеческой деятельности, в которой достижение личных целей неразрывно связано с решением социально значимых задач, так и с его личностным осознанием, экономически – таможенным, в их профессиональной реализации.

Примечательно, что правовая культура таможенников, в отличие от экономической, не получила аналогичного рассмотрения, нуждается в своем кратком обобщении. Для этого дадим трактовку правовой культуры как таковой.

Необходимо отметить, что внимание к вопросам правовой культуры резко возросло в последние годы – появились специальные разделы в учебниках по курсу теории государства и права, растет число различных публикаций по теме [3]. В этом массиве правовая культура понимается по-разному, что делает необходимым краткое изложение авторской позиции.

В первом приближении правовую культуру можно охарактеризовать как осмысление роли права в жизни человека и общества, в производстве и реализации социальных норм, обеспечивающих само существование людей в их взаимодействии. Иначе говоря, правовая культура – это мера развития человека как субъекта правовой деятельности и объекта приложения права. В более узком смысле под правовой культурой можно понимать интенцию, воплощающую отношение к Закону как к культурной ценности.

Также правовая культура выступает и как конкретизация способности человека соотносить свои интересы, свою деятельность с интересами других людей, государства, общества в целом, представленными Законом, в тех сферах, которые нуждаются в правовом регулировании (безопасность, власть, собственность, права человека и т.п.) [4]. Главной проблемой в этом подходе является формализация оценки этой роли, меры, отношения, способности и т.п.

Итак, правовая культура – это ипостась общей культуры, воплощающая отношение человека ко всей совокупности правовых аспектов своей жизни, характеризующая его как субъект правовой деятельности. Это вполне соответствует сути культуры как системы социальных норм, регулирующих жизнь человека, видом которых и является собственно право.

Рассмотрим проблематику правовой культуры в ее конкретизации для работников таможенных органов.

Во-первых, необходимо отметить социокультурную роль правового «климата» в стране, обеспечивающего реализацию экономической политики в деятельности работников таможенной системы, необходимость обеспечения их правового статуса.

Во-вторых, нужно выделить недопустимость коррупции в их деятельности. Разумеется, работа по преодолению этого и других недостатков проводится, как ведомственная, так и на законодательном уровне. Но ее успех, кроме совершенствования организационно-правовых мер обеспечения таможенной деятельности, в конечном счете, определяется подготовкой и качеством ее человеческого капитала. Сами по себе даже самые совершенные законы, подзаконные акты, должностные инструкции не обеспечивают необходимый уровень осуществления таможенной практики, они, так или иначе, реализуются в повседневной работе конкретных таможенников, зависят от их ментальности, квалификации, обученности, воспитания, от их культуры в целом [5].

Это весьма актуализирует проблематику правовой культуры таможенных кадров, во многом обуславливающей качество их специальной профессиональной подготовки и деятельности [6]. Все ее составляющие, так или иначе, характеризуют профессиональную культуру таможенников, ибо они, по мнению автора, в первую очередь, выступают как «прикладные» юристы, хотя их деятельность имеет и большое экономическое значение. Полагаем, такая характеристика является адекватной современным реалиям.

В-третьих, в интересующем нас плане важной проблемой правовой культуры таможенников является ее формирование и функционирование как профессиональной корпоративной культуры членов таможенного сообщества. Именно корпоративная культура является «носителем» правовой культуры таможенников, прежде всего – для молодых кадров. В этой ведомственной культуре их личность проходит процесс профессиональной специализации и инкультурации, предпосылки которой закладываются уже в процессе обучения в таможенной академии.

В-четвертых, не менее важной проблемой профессиональной правовой культуры таможенников является ее оценка. Исходя из представленных выше соображений, в качестве ее главного критерия (достаточно объективного), можно предложить отношение к закону, выраженное в статистике его нарушений, т. е. состояние законности в таможенной системе России. Этот критерий может быть дополнен и более субъективными показателями – развитость действующего таможенного законодательства, критика работы таможенных органов, обращения граждан, выпуск специальной юридической литературы, освещение данной тематики в СМИ и т.п. [7].

И, наконец, в качестве главной особенности правовой культуры современного таможенника можно выделить недостаток опыта,

традиций в работе таможенных работников и служб в условиях, когда международная экономическая деятельность государства перестала быть абсолютно доминирующим объектом таможенной службы.

Приведенное краткое рассмотрение характеристик и особенностей экономической и правовой культур таможенников подводит к обоснованию постановки главной его проблемы - *их взаимодействия*. Здесь возникает ряд принципиальных вопросов. В частности, может ли (должен ли) таможенник быть простым «регистратором» соответствия наличных товаров и предметов, перемещаемых через границу России, прилагаемой к ним документации, должностным инструкциям, а в целом – соответствующему таможенному законодательству? Или он имеет право на «экономический» взгляд на конкретику своей работы? Например, как реагировать на очевидно странные, экономически говоря, факты, если все – по закону? (В частности, на белорусский импорт ананасов и лобстеров...). Должен ли таможенник реагировать («сигнализировать») в такой ситуации, или это – «не мое дело»?

Такие факты требуют от таможенника и экономических знаний, понимания стоящих за таможенными процедурами экономических процессов и интересов, ответственности, гражданской зрелости и даже патриотизма. Требуют ли экономически странные факты, также, в соответствующих ведомственных формах, - и инициативности? Можно ли реализовать ее в профессиональном инструктивно-правовом поле? Каким образом?

Поэтому, как отмечалось ранее, ситуация взаимодействия в сознании таможенников рефлексии юридических норм, которыми они руководствуются в своей практической деятельности, и экономической значимости проводимых операций, в частности, имеющих негативный экономический характер, но юридически безукоризненно оформленных, нуждается в осмыслении и инструктивно-должностном регулировании, четко прописывающем, как должен вести себя таможенник в ситуации конфликта экономической целесообразности и правовой состоятельности оформления тех или иных операций.

И наконец, есть еще одна, - психологическая - проблема. Стоя на страже таможенного Закона как формальной («бездушной») Формы, таможенник в условиях рыночной экономики, (тем более - с известной отечественной «спецификой») часто имеет дело с предпринимателями – людьми, которые по своему характеру («психотипу») органически склонны к покушению на эту самую «форму» своими коммерческими, организационными, техническими и иными новациями (вплоть до криминальных), не регулируемые принципиально отстающим от развивающейся экономической практики Законом, к выходу

за пределы установленного им (вспомним пресловутую лукавую формулу – «разрешено все, что не запрещено») [8]. Да и «соблазнов» в условиях стремления разных экономических субъектов «решить» свои таможенные проблемы «классическим» образом, более чем достаточно.

В этих условиях «государственно ориентированный» таможенник испытывает напряжение в ходе постоянного столкновения с частными (предпринимательскими) интересами людей, желающих «минимизировать» таможенные расходы для своего бизнеса. Это приводит не просто к коррупции, а к профессиональным деформациям и метаморфозам экономического и правового сознания таможенников [9].

В свете этих проблем перед работниками таможенных органов, как отмечалось выше, может возникнуть озвученный ранее вопрос не только формальной профессиональной самоидентификации, но и социокультурной идентичности: кто он по сути своей деятельности – юрист или экономист? Ответ на этот вопрос может формировать различные модели профессионального поведения таможенников [10]. (Еще раз отметим, что в «Кодексе Этики...» требование защиты экономических интересов страны стоит первым, а «законосоответствие» – пунктом вторым. На наш взгляд, такая иерархия нуждается, по крайней мере, в ведомственной конкретизации.

Таким образом, профессиональную культуру таможенников можно понимать как содержательное осмысление ценностных потенций ее человеческого капитала, прежде всего, – для «балансировки» *экономических и правовых* элементов в практике работы человека как субъекта таможенной деятельности. (В этом плане мы и говорили о большом потенциале конфликтности взаимодействия экономической и правовой культуры таможенников).

Очевидно, профессиональное понимание работниками таможенных органов «обрабатываемых» экономических отношений позволяет им более ответственно рассматривать те процессы, которые при юридической правильности вызывают вопросы их экономической целесообразности.

Список литературы:

1. Кодекс Этики и Служебного Поведения должностных лиц таможенных органов Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=14209%3A2011-05-18-02-11-50&catid=75%3A2011-01-25-08-23-06&Itemid=1854 (Дата обращения: 12.07.2017).
2. Евграфова О.В. Человеческий капитал и экономическая культура: проблемы модернизации: монография. - Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского филиала Российской таможенной академии, 2014. - 328 с.

3. Нерсесянц В.С., Муромцев Г.И., Мальцев Г.И., Лукашева Е.А. Право и культура: монография. - Москва: Изд-во РУДН, 2002. - 423 с.
4. Королев В.К., Паршин А.В. Правовая культура: монография. - Ростов-на-Дону: Изд-во Литфонд, 2005. - 134 с.
5. Шаля В.М. Проблемы формирования правовой культуры должностных лиц таможенных органов и роль в этом процессе профессионального образования // Гуманитарные и социально-экономические науки. - 2008. - №4.
6. Королев В.К. Правовая культура таможенника // Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии. - 2009. - №1.
7. Савенков В.А. Правовая культура российских таможенников: социально-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук: защищена 21.04.2016. М., 2016. - 163 с.
8. Евграфова О.В. Экономическая культура таможенников: проблемы концептуализации // Научная мысль Кавказа (СКНЦ ВШ ЮФУ). - 2013. - № 2.
9. Евграфова О.В. Гуманитарные факторы формирования корпоративной культуры таможенников // Основные проблемы развития таможенного дела России в условиях ее членства в экономических интеграционных объединениях: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Федеральная таможенная служба, ГКО ВПО «Российская таможенная академия». - 2015.
10. Жирков Р.П., Стефаниди Л.Ю. Этика государственной службы и государственного служащего: учеб. пособие. - Санкт-Петербург: Изд-во Интермедия, 2012. - 161 с.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В КОМПАНИЯХ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Инчина Ольга Владимировна

*магистр кафедры «Финансы и кредит»,
Тольяттинский государственный университет,
РФ, г. Тольятти*

THE FORMATION OF THE RISK MANAGEMENT SYSTEM IN COMPANIES OF THE AUTOMOTIVE INDUSTRY

Olga Inchina

*master of the Department "Finance and credit",
Togliatti state University,
Russia, Tolyatti*

Аннотация. В статье рассмотрены основные проблемы формирования системы управления рисками в компаниях автомобильной промышленности, выявлены перспективы развития данной системы. Автомобильная промышленность одна из наиболее перспективных сфер на современном этапе, ее развитие является приоритетной задачей для многих государств. Она служит инструментом повышения конкурентоспособности экономики в целом: стимулирует развитие ряда других, смежных отраслей, способна к генерированию инноваций, обеспечивает сосредоточение высококвалифицированных кадров. Ситуации неопределенности и риска имманентны деятельности предприятия в рыночной экономике, что делает необходимым для эффективности функционирования разработку системы управления рисками - риск-менеджмента.

Abstract. The article considers the basic problems of forming of risk management system in companies of the automotive industry, identified the prospects of development Danno system. The automotive industry is one of the most promising areas at the present stage, its development is a priority for many States. It is the instrument of increase of competitiveness of economy in General: stimulates the development of other related industries, capable of generating innovation provides a concentration of highly qualified personnel. A situation of uncertainty and risk inherent to the

activities of the enterprise in a market economy, which makes it necessary for the functioning of the development of the risk management system - risk management.

Ключевые слова: автомобильная промышленность; система управления рисками; отрасль; производство; предприятия; государственная политика; инвестиционная привлекательность; конкурентоспособность; автомобилестроительный кластер.

Keywords: automotive industry; risk management system; the industry; trade; enterprises; government policy; investment attractiveness; competitiveness; the automotive cluster.

Становление и развитие управления рисками, как компонента системы управления предприятием, в России осуществляется сравнительно медленно, вследствие не всегда ясного понимания персоналом целей ее применения, конфликта интересов лиц, принимающих решения, присущего российским предприятиям интуитивного отношения к риску, недоверия к внешним организациям, осуществляющим управление риском, отсутствия эффективной нормативно-правовой базы управления рисками, общей нестабильной экономической обстановки и т. д.

Результаты государственной политики по привлечению иностранных инвестиций в автомобильную промышленность, положительные, в первую очередь, для конечных потребителей, оказались недостаточными для полноценного развития отрасли. В связи с чем, Правительственной комиссией по повышению устойчивости развития российской экономики 10 ноября 2009 года было принято решение о разработке программы развития автомобильной промышленности России на период до 2020 года [5].

Обобщенная концепция управления рисками представляет собой процесс выявления уровня отклонений в прогнозируемом результате, принятия и реализации управленческих решений, предотвращающих полностью или позволяющих частично уменьшить отрицательное воздействие на процесс и результаты воспроизводства случайных факторов, одновременно с этим обеспечивая уровень доходности или иной поставленной корпоративной цели.

Объектами управления выступают собственно риск, экономические отношения, сопутствующие вероятным неблагоприятным событиям и рискованные инвестиции. Субъекты управления могут быть рассмотрены как в широком, так и в узком смысле слова. С общей позиции ими выступают все члены коллектива организации, включая руководителей и сотрудников. В узком смысле субъектами являются

специально уполномоченные руководители, сотрудники и подразделения компании. Цели и задачи управления рисками связаны с этапами развития бизнеса и прохождения им стадий жизненного цикла [7].

Система управления рисками на предприятии – это элемент механизма внутреннего контроля и управления рисками, который является частью общекорпоративного управления, технологическим средством и инструментами, обеспечивающими эффективность функционирования риск-менеджмента. Данная система обеспечивает организационные предпосылки, принципы и структуры для проектирования, внедрения и совершенствования бизнес-процессов управления рисками организации. Таким образом, СУР создает инфраструктуру для риск-менеджмента на регулярной основе.

Обеспечение минимизации уровня неопределенности в отношении достижимости поставленных перед руководством задач, разработка и практическое развитие процессов управления рисками является главной целью СУР. Под указанными задачами рассматриваются результаты, подлежащие достижению согласно стратегии развития, в программах тактического и операционного уровней. СУР служит регламентированному управлению оцененными рисками, а также поддержанию на уровне предпочтительного приемлемого риска интегрального риска компании.

Система риск-менеджмента, особенно в крупных компаниях, называется корпоративной системой управления рисками (КСУР). Помимо простого расширения аббревиатуры, это, как правило, влечет повышение требований к уровню регламентации деятельности в рамках системы. С позиции решения основных задач в КСУР последовательно выполняются следующие этапы:

- Диагностика СУР на уровне единиц бизнеса и всей компании.
- Разработка основных структур КСУР (организационной, информационной, финансовой и т.п.).
- Создание регламентационного и методологического обеспечения КСУР.
- Структуризация баз данных по выявленным рискам и состоявшимся рисковым событиям.
- Разработка механизмов мониторинга и отчетности по возникшим событиям.
- Выявление, идентификация и оценка рисков, составление плана по их минимизации и компенсации.
- Формирование карты рисков.
- Интеграция процедуры актуализации карты в процесс бизнес-планирования.
- Анализ и оценка фактов реагирования на рисковые события.

В стремлении сохранения и повышения конкурентоспособности отрасли как компании, так и правительство рассматривают различные варианты поддержки отрасли. На корпоративном уровне – это сокращение выпуска количества моделей, переход на сокращенную рабочую неделю. На государственном – активизация государственного регулирования отрасли, включающего прямую и косвенную поддержку как производителя, так и потребителя, в том числе сегмента экологичного транспорта. Активная государственная поддержка развития альтернативных видов транспорта обусловлена рядом факторов: высокий уровень загрязнения воздуха, рост цен на традиционное топливо, увеличение зависимости развитых стран от импорта энергоресурсов. Также поддержка сегмента экологичных автомобилей позволяет в долгосрочной перспективе укрепить позиции национального автопрома на мировых рынках, препятствовать глобальному потеплению за счет снижения выбросов CO₂ и способствует развитию возобновляемых источников энергии.

Регулирование автомобильной промышленности – одно из важнейших направлений государственного регулирования экономики во всех странах мира. Российская практика также подтверждает эту точку зрения. Несмотря на развитие рыночных инструментов в национальной экономике России, роль государства в отрасли традиционно значительна.

Предпринятые меры можно объединить в три основных блока:

- 1) защита внутреннего рынка;
- 2) поддержка платежеспособного спроса на продукцию, произведенную в России;
- 3) стабилизация финансового состояния российских автопроизводителей и стимулирование их инвестиционной активности.

В области территориальной структуры отрасли государственное регулирование также играет значительную роль. Здесь при помощи финансовых стимулов и государственных капиталовложений, обеспечиваются привилегированные условия отдельным регионам. Поощряется развитие новых возможностей в отрасли, призванных привести к прогрессивным структурным сдвигам в ней, к повышению ее эффективности и конкурентоспособности [8].

Опыт управления рисками на российских предприятиях показывает следующее:

- зарубежный опыт управления рисками используется в основном в финансовом секторе;
- предприятия предпочитают разрабатывать систему идентификации рисков с разбивкой рисков по бизнес-процессам и выявлением внутренних и внешних факторов и их влияния на организацию, но

в большинстве случаев используют типовую классификацию рисков, без учета особенностей направления деятельности;

- промышленные предприятия внедряют риск-менеджмент как часть системы управления предприятием, но при этом риск-менеджмент остается статичным, и следовательно не соответствующим меняющимся целям деятельности предприятия;

- при анализе и оценке рисков в большинстве случаев используются субъективные методы.

В условиях современных российских реалий, к сожалению, говорить о создании полноценной системы риск-менеджмента на малых предприятиях пока не приходится. Речь можно вести о крупных компаниях и части бизнеса среднего масштаба, но уже имеющего развитые элементы регулярного менеджмента. Надо понимать, что у нас часто риск-менеджмент прорастает поэлементно, по назревшей потребности (например, имеются техногенные угрозы, экологические риски, постоянные потери, возникающие при транспортировке грузов). На Западе превалирует интегрированный подход к созданию СУР, в нем управление выстраивается для всей гаммы факторов риска. При этом методики внедрения и архитектура системы носят унифицированный характер.

Можно выделить несколько основных проблем, которые являются причинами отсталости отрасли. К ним в первую очередь относятся низкие инвестиции в производство со стороны государства, отечественных и зарубежных инвесторов. Потенциальные инвесторы не видят перспективы в этих вложениях, поэтому стараются найти более интересные способы вложения денег. Также к важным проблемам относятся небольшие производственные мощности и полная техническая отсталость всей отрасли. Это обусловлено тем, что во многих отечественных производственных организациях, которые специализируются на выпуске автомобилей, применяются технологии и оборудование, которое не только устарело физически, но и морально. В результате получаются автомобили, которые не могут конкурировать с продукцией зарубежных производителей.

К проблемам также можно отнести небольшой набор комплектующих изделий и их низкое качество, неправильная таможенная политика, а также предприятия практически совсем не уделяют внимания НИОКР. Также следует отметить небольшой потенциал кадров, незаинтересованность работников производства в улучшении качества автомобилей и низкая производительность труда. Причем эти проблемы в большей степени касаются процесса производства легковых автомобилей, поскольку грузовые машины

пользуются хорошим спросом [9]. Развитие автомобильной промышленности в России осуществляется очень медленно из-за большого количества преград и проблем. Все больше внимания начинается уделяться именно этой сфере деятельности, поскольку государство старается развивать и модернизировать все сферы промышленности в стране.

В условиях неопределенности хозяйственной деятельности предприятия автомобильной промышленности управление риском представляет собой комплекс регулирования стратегических, тактических, проектных и оперативно-производственных отношений. Комплексный подход имеет ряд преимуществ, и с позиции функций управления задействуется практически весь арсенал средств менеджмента, включая компоненты финансового управления, логистики, экономики, учета, продаж и т. д.

Комплекс процедур направлен на прогнозирование рисков событий и их идентификацию; обоснование уклонения от риска; обоснование допустимости риска; минимизацию риска с применением доступной гаммы инструментов; устранение причин и последствий рисков событий; адаптацию компаний, выстоявших в кризисный период, к новым условиям хозяйствования; защиту от банкротства.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 года (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. - 2014. - N 31. - ст. 4398.
2. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 328 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - N 18 (часть IV). - ст. 2173.
3. Приказ Минпромторга России от 23.04.2010 N 319 (ред. от 27.12.2013) «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» // СПС Консультант плюс.
4. Постановление Правительства Самарской области от 04.06.2014 года № 321 (ред. от 19.10.2015) «Об утверждении государственной программы Самарской области «Развитие промышленности Самарской области и повышение ее конкурентоспособности до 2020 года» // Волжская коммуна. - N 148(29000). – 2014.
5. Автомобильная промышленность: производство, реализация, потребительские споры. Правовой аспект / Под ред. И. Шаблинского и Е. Данилова. - М.: Альпина Паблицерз, 2014. - 148 с.

6. Муханов А.Н. Проблемы и перспективы инвестиционных площадок Самарской области в контексте развития автомобильной промышленности [Текст] // Экономика, управление, финансы: материалы VI междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). - Краснодар: Новация, 2016. - С. 10-15.
7. Самигуллин И.Г. Совершенствование государственного регулирования машиностроительного комплекса/ И.Г. Самигуллин // Актуальные проблемы экономики и права. - № 1(29). – 2014. – С. 143-149.
8. Сатторкулов О.Т., Умаралиев О.Р. Государственное регулирование деятельности промышленных предприятий и его методы // Молодой ученый. - 2016. - № 12. - С. 1435-1438.
9. Троян В.А. Проблемы и перспективы развития автомобильной промышленности как возможность улучшения международной производственной специализации России [Текст] / В.А. Троян, Н.С. Фролова // Студенческая наука XXI века : материалы XII Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 25 янв. 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. - № 1 (12). - С. 365–372.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Кистинева Анжела Анатольевна

*Бакалавр, Тольяттинский Государственный Университет,
РФ, г. Тольятти*

CASH FLOW MANAGEMENT COMPANIES IN THE CAR INDUSTRY

Angela Kisteneva

*Bachelor, Togliatti State University,
Russia, Tolyatti*

Аннотация. В статье обосновывается необходимость управления денежными потоками компании автомобильной промышленности в целях выявления отклонений от нормальной хозяйственной деятельности. Полученные выводы свидетельствуют о том, что денежные потоки занимают важное место в управлении компанией, поскольку их качественное состояние является одним из факторов роста благосостояния и конкурентоспособности. Результаты исследования могут быть использованы компаниями автомобильной промышленности в процессе принятия стратегических решений.

Abstract. The article substantiates the necessity of cash flow management of the company the automotive industry in order to identify deviations from normal operations. The findings indicate that cash flows are important in the management of the company, since their quality is one of the factors of welfare growth and competitiveness. The results of the study can be used by companies in the automotive industry in making strategic decisions.

Ключевые слова: денежные потоки; финансы; отчет о движении денежных средств; автомобильная промышленность; финансовые риски; финансовое состояние; стратегические решения; конкурентоспособность.

Keywords: cash flow; Finance report; cash flow; automotive industry; financial risks; financial condition; strategic decision; competitiveness.

Отрасль автомобилестроения является одной из самых значимых отраслей, которая вносит огромный вклад в экономический и социальный уровень страны.

Отраслевые особенности предприятий оказывают влияние на следующие вопросы организации финансов:

1. структуру капитала предприятия по материально-вещественному содержанию (т. е. структуру активов предприятия).

2. структуру основного и оборотного капитала предприятия (например, в структуру оборотного капитала промышленных предприятий высокий удельный вес занимают производственные запасы и НЗП, торговли - производственные запасы и денежные средства, транспорта - отсутствует элемент оборотного капитала - готовая продукция и т. п.).

3. длительность операционного, а, следовательно, производственного и финансового циклов предприятия. Например, на предприятиях промышленности из-за длительности производственного цикла, очень высока длительность операционного и финансового циклов предприятия, на торговых предприятиях из-за отсутствия производственной стадии в движении оборотного капитала длительность финансового цикла короткая и т. п. [2].

4. технико-экономические особенности отраслей (материалоемкость, топливоемкость, энергоемкость, трудоемкость и т. д.) определяют особенности структуры затрат производства

5. Организационно-экономические особенности отраслей (концентрация, комбинирование, кооперация, специализация) определяют масштабы деятельности предприятия, способ интеграции производственных процессов и производственную структуру предприятия.

Анализ денежных средств и управление денежными потоками - одно из приоритетных задач предприятия. Способность предприятия распределять финансовые ресурсы в процессе хозяйственной деятельности на постоянной основе является условием ее финансовой устойчивости. Для текущих и потенциальных инвесторов, вкладывающих свободные ресурсы в текущие активы какого-либо предприятия, основной интерес заключается в способности ее менеджмента генерировать положительные денежные потоки, которые покрывают затраты и обеспечивают прирост прибыли. В следствие чего, особое внимание инвесторов приходится на свободные денежные потоки предприятия, которые могут быть в их распоряжении [6].

Отчет о движении денежных потоков содержит информацию о денежных поступлениях компании и ее денежных выплатах в течение отчетного периода, показывая, как эти денежные потоки связывают конечный остаток денежных средств на балансе со значением на

начало периода. Все компании занимаются операционной, инвестиционной и финансовой деятельностью. Эти мероприятия используются в качестве структурных частей отчета о движении денежных средств в соответствии с МСФО и отечественными стандартами бухгалтерского учета [4].

Операционная деятельность включает в себя ежедневную деятельность компании, которая создает доходы, в том числе, такие как продажа товаров и предоставление услуг. Поступление денежных средств происходит в результате продаж за наличные средства и от сбора дебиторской задолженности. Примеры включают денежные поступления от оказания услуг и лицензионных платежей, комиссионных вознаграждений и других доходов. Для того чтобы получать доход, компании принимают меры, например, такие как производство товаров, предоставление услуг. Отток денежных средств происходит в результате денежных расчетов по запасам, заработной плате, налогам и другим операционным расходам, связанным, например, с погашением кредиторской задолженности. Кроме того, операционные мероприятия включают в себя денежные поступления и платежи, связанные с ценными бумагами, предназначенными для заключения сделок или для торговых целей (в отличие от инвестиций в ценные бумаги).

Инвестиционная деятельность - деятельность, связанная с покупкой и продажей долгосрочных инвестиций. Инвестиции включают в себя недвижимость, землю, оборудование, прочие основные средства; нематериальные активы; другие долгосрочные активы; долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения в долевые и долговые бумаги (облигации и кредиты), выпущенные другими компаниями.

В рамках инвестиционной деятельности поступление денежных средств включает в себя поступление от продажи неторговых ценных бумаг; собственности, земли, оборудования, прочих основных средств; нематериальных активов; или других долгосрочных активов. Отток денежных средств включают в себя денежные выплаты на приобретение этих активов.

Финансовая деятельность включает в себя получение или погашение капитала, например, акционерного капитала и долгосрочной задолженности. Двумя основными источниками капитала являются финансирование акционеров и финансирование кредиторов. Поступление денежных средств в этой категории включает денежные поступления от выпуска акций (обыкновенные или привилегированные) или облигаций и денежные поступления от заимствования. Отток денежных средств включают в себя денежные выплаты в связи с выкупом акций, выплатой дивидендов, а также погашением облигаций и других заемных средств [9].

Денежные средства являются активом. Отчет о движении денежных средств, в конечном счете, показывает изменение денежных средств за отчетный период. Начальные и конечные остатки наличности показаны в балансе компании за предыдущий и текущий годы, а в нижней части отчета о движении денежных средств эти суммы также сопоставляются.

Отчет о движении денежных потоков показывает, почему изменение денежных средств произошло; другими словами, он показывает операционную, инвестиционную и финансовую деятельности компании (а также влияние курса иностранной валюты). На начало и конец значения баланса денежных средств и их эквивалентов связаны через отчет о движении денежных средств. Связь аналогична той, которая существует между чистой прибылью и дивидендами.

Компания докладывает об операционной деятельности на основе метода начисления в отчете о прибылях и убытках, поэтому какие-либо различия между методом начислений и кассовым методом учета приводят к увеличению или уменьшению некоторых (как правило) краткосрочных активов или обязательств в балансе. Например, если доход по данным с использованием метода начислений выше, чем денежные средства, которые фактически собраны, то результатом будет увеличение дебиторской задолженности. Если расходы, которые определены по методу начислений ниже, чем фактические оплаченные деньги по этим операциям, то результатом будет снижение кредиторской задолженности [1].

Превышение операционного денежного потока над капитальными затратами называется свободным денежным потоком (FCF). Для целей оценки компании или ее ценных бумаг, аналитику может потребоваться определить более точную меру свободного денежного потока, например, свободного денежного потока от фирмы (FCFF) или свободного денежного потока от капитала (FCFE).

FCFF является потоком денег, который доступен поставщикам долга (кредиторам) и собственного капитала (собственникам) после выплаты всех операционных расходов (в том числе налога на прибыль), а также после совершения необходимых инвестиций в оборотный и основной капитал. FCFF можно вычислить следующим образом:

$$FCFF = NI + NCC + Int*(1-Ставка налога на прибыль) - FCInv - WCInv \quad (1)$$

где: NI – прибыль;

NCC – неденежные платежи (например, амортизация);

Int – процентные расходы;

FCInv – расходы на пополнение капитальных затрат (основной капитал, например, оборудование);

WCInv – расходы на пополнение оборотного капитала.

Причина добавления процентных платежей в FCFF состоит в том, что показатель является потоком наличности, доступный, в том числе, и поставщикам долгового капитала, а также собственного капитала. Также FCFF может быть вычислен из денежного потока от операционной деятельности, например:

$$FCFF = CFO + Int (1 - \text{Ставка налога на прибыль}) - FCInv \quad (2)$$

CFO представляет собой денежный поток от операционной деятельности в соответствии с МСФО в тех случаях, когда компания отображает свои процентные расходы в разделе операционной деятельности. В соответствии с МСФО, если компания отобразила проценты и полученные дивиденды в инвестиционной деятельности, то они должны быть добавлены обратно к CFO для определения FCFF. Кроме того, если выплачиваемые дивиденды были вычтены из операционной секции, то они должны быть добавлены обратно для целей вычисления FCFF.

FCFE (Свободный денежный поток от капитала) является денежным потоком, который доступен для собственников обыкновенных акций компании после всех операционных расходов и затрат по займам (основной долг и проценты), а также после произведения инвестиций в оборотный и основной капиталы. FCFE можно вычислить следующим образом:

$$FCFE = CFO - FCInv + \text{Чистое заимствование} - \text{Чистое погашение долга} \quad (3)$$

Положительный FCFE означает, что компания имеет избыток операционного денежного потока над суммами, необходимыми для инвестиций в будущее и погашение долга. Эти денежные средства будут доступны для распространения среди владельцев. Если деятельность компании является прибыльной, а также у нее есть возможности эффективного освоения инвестиционного капитала, то в интересах владельцев реинвестировать свободные средства обратно в деятельность компании [1].

Отчет о движении денежных средств содержит информацию, которая может быть проанализирована за некоторый период времени, чтобы получить более полное представление о прошлой деятельности компании и ее перспективы на будущее. Эта информация также может

быть эффективно использована для сравнения производительности и перспектив различных компаний в отрасли, а также для сравнения компаний различных отраслей. Показатели обычно разделяют на показатели эффективности использования денежных потоков (рентабельности) и показатели покрытия денежных потоков (платежеспособности). В таблице 1 приведены расчеты и интерпретация некоторых из них.

Таблица 1.

Показателей движения денежных средств

Показатели	Формула	Что измеряет
Показатели эффективности использования денежных потоков		
Денежный поток к выручке	$CFO \div \text{Выручка}$	Денежные средства, полученные на рубль дохода
Денежный поток к активам	$CFO \div \text{Средняя сумма активов}$	Денежные средства, полученные от использования всех ресурсов компании
Денежный поток к собственному капиталу	$CFO \div \text{Средняя сумма собственного капитала}$	Денежные средства, полученные от использования капитала собственников
Денежный поток к прибыли	$CFO \div \text{Операционную прибыль}$	Способность основных операций генерировать прибыль
Денежный поток на акцию	$(CFO - \text{дивиденды по привилегированным акциям}) \div \text{число обычных акций в обороте}$	Операционный поток на акцию
Показатели платежеспособности		
Уровень покрытия долга	$CFO \div \text{Общий долг}$	Финансовый риск и финансовый левередж
Уровень покрытия процентных платежей	$(CFO + \text{Процентные платежи} + \text{Налоговые платежи}) \div \text{Процентные платежи}$	Способность удовлетворения процентных обязательств
Уровень реинвестирования	$CFO \div \text{Денежные средства, уплаченные за долгосрочные активы}$	Способность приобретения активов за счет операционных денежных потоков

Таблица 1. (продолжение)

Показатели	Формула	Что измеряет
Уровень покрытия долгосрочного долга	$CFO \div$ Денежные средства, уплаченные за долгосрочные обязательства	Способность покрытия долгосрочных обязательств за счет операционных денежных потоков
Уровень дивидендов	$CFO \div$ Выплаченные дивиденды	Способность выплаты дивидендов за счет операционных денежных потоков
Уровень инвестирования и финансирования	$CFO \div$ Отток денежных средств по инвестиционной и финансовой деятельности	Способность приобретения активов, покрытия долга и выплаты дивидендов за счет операционных денежных потоков

Как было сказано выше, CFO (Cash Flow From Operating Activities) – денежный поток от операционной деятельности

Отчет о движении денежных потоков обеспечивает важную информацию о денежных поступлениях компании и ее денежных выплатах в течение отчетного периода, а также информацию об операционной, инвестиционной и финансовой деятельности компании. Несмотря на то, что отчет о финансовых результатах отображает меру успеха компании, денежные средства и движение денежных средств также имеют важное значение для долгосрочного успеха компании. Информация об источниках и направлениях использования денежных средств помогает кредиторам, инвесторам и другим пользователям отчетности о движении денежных средств оценить ликвидность компании, платежеспособность и финансовую гибкость. Основные особенности заключаются в следующем:

- деятельность, которая приводит к движению денежных потоков, подразделяется на три категории: операционная деятельность, инвестиционная деятельность, а также финансовая деятельность.

Компании могут использовать прямой или косвенный метод для представления информации об операционном денежном потоке:

- прямой метод описывает приток операционных денежных средств независимо от источника (например, денежные средства, полученные от клиентов, денежные средства, полученные от инвестиционного дохода) и отток операционных денежных средств

зависимо от направления использования (например, денежные средства, уплаченные поставщикам, денежные средства, уплаченные за использование кредитных ресурсов) [3].

• косвенный метод отображает связь между чистой прибылью и чистым денежным потоком от операционной деятельности путем корректировки чистой прибыли на неденежные изменения и сокращение или увеличение оборотного капитала.

Эффективность работы предприятия полностью зависит от организации системы управления денежными потоками. Данная система создается для обеспечения выполнения краткосрочных и стратегических планов предприятия, сохранения платежеспособности и финансовой устойчивости, более рационального использования его активов и источников финансирования, а также минимизации затрат на финансирование хозяйственной деятельности.

Список литературы:

1. Карпова Т.П., Карпова В.В. Учет, анализ и бюджетирование денежных потоков: учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2016 - 304 с.
2. Ковалева Н.А. Финансовое планирование и прогнозирование на предприятии: учебное пособие. - Ростов н/Д: Рост. гос. строит. ун-т, 2012 - 103 с.
3. Ковалева Н.А., Скирта А.В., Матвеев А.Н. Актуализация подходов к применению традиционных методов и приемов финансового анализа организации // Современная актуарная наука, страхование и финансы: сборник научных трудов по материалам I Междунар.науч.-практ. Конференции 31 октября 2016 г. Казань: НОО «Профессиональная наука», 2016 - С. 45-49.
4. Косиняева Н.С., Сидорин А.А. Основные направления оптимизации денежных потоков // Молодой ученый - 2016 - № 12 (116). - С. 42-44.
5. Косорукова И.В., Прокимнов Н.Н. Прибыль и денежный поток в оценке стоимости бизнеса // Российское предпринимательство - 2013 - № 18(240). - С. 53-60.
6. Курбатова О.Р. Денежные потоки организации как объект управления // Вестник Владимирского Государственного Университета им. А.Г и Н.Г. Столетовых. Серия: экономические науки - 2014 - № 1. - С. 82-89.
7. Лукаевич И.Я., Жуков П.Е. Управление денежными потоками: Учебник. - Инфра-М, 2016 - 184 с.
8. Ревинская Л.Ю. К вопросу о денежных потоках компании и денежных потоках холдинга // Экономические науки России и за рубежом - 2015 - № 11. - С. 29-43.
9. Торженова Т.В. Денежные потоки организации и их анализ // Сборник научных работ студентов Рязанского Государственного Агротехнологического Университета им. П.А. Костычева - 2012 - С. 192-195.

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам IX международной
научно-практической конференции*

№ 7 (9)
Сентябрь 2017 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 28.09.17. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 7,875. 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