

Научно-исследовательский
центр «Иннова»

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ НАУКИ

Сборник научных трудов по материалам
I Международной научно-практической конференции,
20 октября 2018 года, г.-к. Анапа



Анапа
2018

УДК 001
ББК 72
Н 34

Редакционная коллегия:

Бондаренко С.В., к.э.н., профессор (Краснодар), **Дегтярев Г.В.**, д.т.н., профессор (Краснодар), **Хилько Н.А.**, д.э.н., доцент (Новороссийск), **Ожерельева Н.Р.**, к.э.н., доцент (Анапа), **Сайда С.К.**, к.т.н., доцент (Анапа), **Климов С.В.**, к.п.н., доцент (Пермь), **Михайлов В.И.**, к.ю.н., доцент (Москва).

Н 34 Фундаментальные основы науки. Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 20 октября 2018 г.). [Электронный ресурс]. – Анапа: Научно-исследовательский центр «Иннова», 2018. – 63 с.

В настоящем издании представлены материалы I Международной научно-практической конференции «Фундаментальные основы науки», состоявшейся 20 октября 2018 года в г.-к. Анапа. Материалы конференции посвящены актуальным проблемам науки, общества и образования. Рассматриваются теоретические и методологические вопросы в социальных, гуманитарных и естественных науках.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, аспирантов, всех, кто интересуется достижениями современной науки.

Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Информация об опубликованных статьях размещена на платформе научной электронной библиотеки (eLIBRARY.ru). Договор № 2341-12/2017К от 27.12.2017 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:
www.innova-science.ru.

УДК 001
ББК 72

© Коллектив авторов, 2018.
© Научно-исследовательский центр «Иннова», 2018.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

Бордун И.А., Валиахметов А.Х., Диких Н.Е.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ УЧЕБНО-ЛАБОРАТОРНОГО
КОМПЛЕКСА (УЛК) «ГЛОРИЯ» В ИЗУЧЕНИИ ВЗАИМОИНДУКЦИИ.....5

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Волкова Л.М., Голубев А.А.

МЕТОДИКА ПРОФИЛАКТИКИ ПЛОСКОСТОПИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ
ВУЗОВ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ.....9

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Исупова М.Н.

МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ
ПРИВЛЕЧЕННЫХ РЕСУРСОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ.....14

Магомедова А.Г., Гасановна А.Д.

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....19

Огурцова Ю.С.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ
НА РЫНКЕ РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ
(НА ПРИМЕРЕ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ).....25

Сулайманов Р.Н., Алехина Е.С.

ПУТИ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАК
УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ.....34

Цурова А.А., Новикова И.В.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ:
СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОЦЕСС.....39

Тетюхина Е.П.

МЕТОДОЛОГИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ.....43

Тетюхина Е.П.

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ.....49

Тетюхина Е.П.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСЧЕТОВ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО.....57

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 621.3

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ УЧЕБНО-ЛАБОРАТОРНОГО КОМПЛЕКСА (УЛК) «ГЛОРИЯ» В ИЗУЧЕНИИ ВЗАИМОИНДУКЦИИ

Бордун Илья Андреевич

студент 4 курса Сибирского федерального университета,

Валиахметов Александр Хамитович

студент 4 курса Сибирского федерального университета,

Диких Николай Евгеньевич

студент 4 курса Сибирского федерального университета,

г. Красноярск, РФ

***Аннотация:** в статье рассмотрено явление электромагнитной индукции, лежащее в основе работы многих электромагнитных устройств, а именно в трансформаторе. Предложен способ изучения свойств трансформатора на базе УЛК «Глория».*

***Ключевые слова:** электротехника, электроника, лабораторный практикум, виртуальные измерительные приборы, лабораторная станция.*

***Keywords:** electrical engineering, electronics, laboratory workshop, virtual measuring instruments, laboratory station.*

Введение

Трансформатор используется во всех сферах как в бытовой, так и промышленной. Его широкое применение обусловлено большим перечнем выполняемых им задач, таких как преобразование одной величины напряжения (тока) в другую без электрического контакта с минимальными потерями мощности, измерение

электрических величин и так далее.

В данной статье предложен подход к исследованию явления, лежащего в принципе действия любого электромагнитного устройства. Изучение электромагнитной индукции возможно на УЛК «Глория».

Учебно-лабораторный комплекс «Глория»

Построение петли Гистерезиса осуществляется с помощью виртуального осциллографа УЛК «Глория».

Представленная блок-схема отображает (Рис 1, б.) состав лабораторной станции (ЛС).



а)



б)

Рис 1. Внешний вид комплекса (а) и его блок-схема (б)

Краткое описание компонентов:

1. Вторичный источник питания обеспечивает работу используемого аналогового и цифрового оборудования, исследуемой цепи и функциональных блоков самой станции. Блок питания станции преобразует стандартное сетевое напряжение 220 В/50 Гц переменного тока в необходимые низковольтные напряжения постоянного тока.

2. Генератор функциональных (или стандартных) сигналов используют для генерации аналоговых сигналов наиболее распространённых типов: гармонического, прямоугольного, треугольного и т.д. Использование такого

генератора существенно облегчает процесс исследования и калибровки схем.

3. Блок управления лабораторной станцией выполняет интегрирующие функции, обеспечивая взаимосвязанную работу остальных функциональных блоков, как станции, так и комплекса в целом. Для возможности измерения электрических параметров и передачи данных в персональный компьютер используют устройство сбора данных, включающие АЦП, ЦАП и каналы цифрового (дискретного) ввода-вывода.

Изучение гальванической развязки

Электрический ток первичной обмотки формирует магнитное поле, пронизывающий вторичную обмотку исследуемого трансформатора, наводя в ней ЭДС по закону Фарадея,

$$e = -\frac{d\phi}{dt}, \quad (1)$$

где e - наводимая ЭДС в вольтах, ϕ - магнитный поток в Веберах, t - время в секундах.

Как видно из уравнения (1) – напряжение на первичной обмотке обязательно должно быть переменным, так как ЭДС наводится только изменяемым во времени потоком.

Величина напряжения, наводимого во вторичной обмотке будет зависеть от количества витков на обмотках. В гальванической развязке отношение витков первичной и вторичной обмоток равно единице, поскольку целью данного трансформатора является не изменение величины напряжения или тока, а обеспечение безопасным питанием.

На рисунке 1 красной линией изображен график входного напряжения на трансформаторе, которое численно равно ЭДС, индуцируемой во вторичной обмотке (синяя линия), так как коэффициент трансформации для гальванических развязок равен единице.

Лабораторный комплекс «Глория» предоставляет возможность для более удобной эксплуатации отобразить интересующие графики в одних

координатных осях с возможностью изменения шкалы деления по оси ординат, а также развёртки. Это изображено на рисунке 1: амплитуда входного напряжения больше напряжения на вторичной обмотке в два раза для удобного анализа.

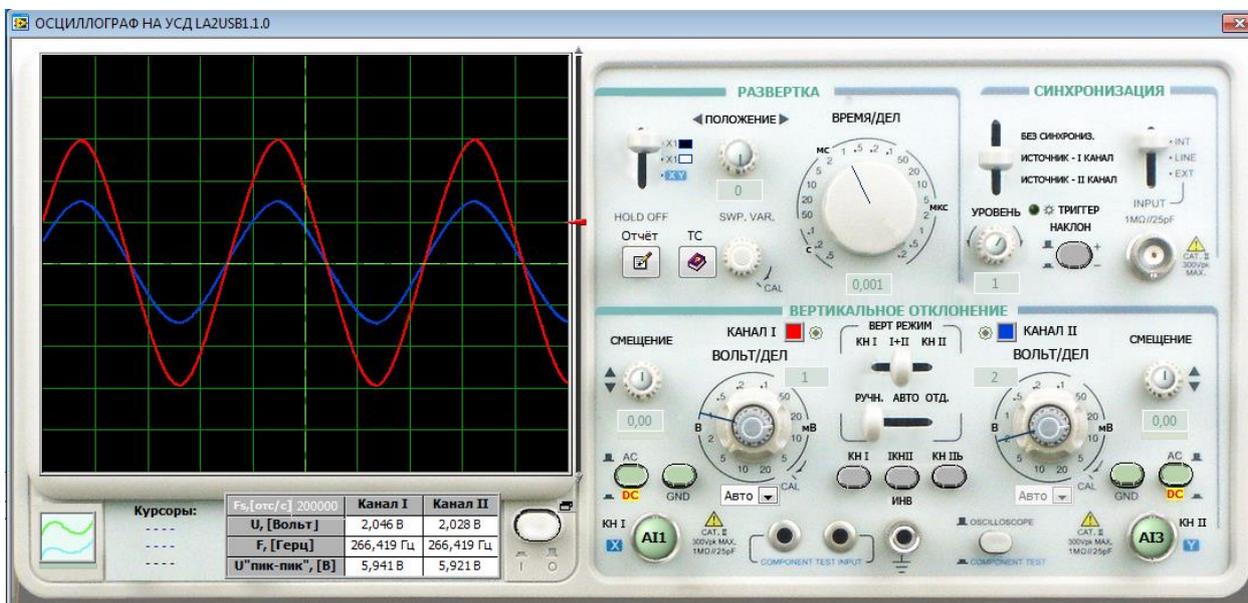


Рисунок 1. Графики напряжений первичной и вторичной обмоток

Заключение

Одним из главных критериев корректной и долгосрочной работы электротехнических устройств является разделительный трансформатор – гальваническая развязка.

Список литературы

1. Лабораторная станция: патент на промышленный образец 96858 Российская Федерация : МКПО10 05 / Р. Г. Галеев., В. Н. Тимофеев, Г. Ф. Лыбзиков, С. Ф. Заграбчук. ; заявитель и патентообладатель ФГУП «Научно- производственное предприятие «Радиосвязь» , ФГОУ ВО «Сибирский федеральный университет» . – №2015500017; заявл. 12.01.15 ; опубл. 16.01.16/

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 796.01:61

МЕТОДИКА ПРОФИЛАКТИКИ ПЛОСКОСТОПИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

Волкова Людмила Михайловна

канд. пед. наук, профессор Санкт-Петербургского государственного
университета гражданской авиации, г. Санкт-Петербург

Голубев Александр Антонович

канд. пед. наук, зав. кафедрой физической и психофизиологической подготовки
Санкт-Петербургского государственного университета гражданской авиации,
г. Санкт-Петербург

***Аннотация:** в работе рассмотрена проблема плоскостопия у студентов
авиационных вузов, разработаны физические упражнения при плоскостопии.*

***Abstract:** the paper deals with the problem of flat feet in aviation students, de-
veloped physical exercises in flat feet.*

***Ключевые слова:** плоскостопие, студент, физические упражнения, форма
стопы.*

***Key words:** flat feet, student, exercise, foot shape.*

Актуальность. В соответствии с Воздушным кодексом РФ в целях совершенствования медицинского обеспечения авиационного персонала и безопасности полетов утверждены Федеральные авиационные правила «Врачебно-лётной экспертной комиссии» (ВЛЭК), которые определяют годность по состоянию здоровья к профессиональной деятельности авиационного персонала. Годность авиационного персонала определяется в каждом случае индивидуально, с учетом

характера заболеваний (травм), степени их тяжести, распространенности, частоты обострений, степени нарушения функций пораженных органов и систем, влияния заболевания на безопасность полетов и т.п.

Перед поступлением абитуриенту нужно пройти обязательный медицинский осмотр. Студентами могут стать лишь те, кого ВЛЭК признает годными. Некоторые степени плоскостопия являются препятствием для обучения и дальнейшей профессиональной деятельности. Все это свидетельствует о необходимости применения профилактических мероприятий по плоскостопию для обеспечения годности и положительного прохождения медицинского освидетельствования.

Цель исследования – разработка эффективных физических упражнений для профилактики плоскостопия студентов авиационных гражданских вузов.

Задачи исследования:

- выявить студентов университета гражданской авиации, в диагнозе которых стоит та или иная степень плоскостопия;
- разработать физические упражнения для студентов при плоскостопии.

Методы. Для решения поставленных задач использовались: теоретический анализ, анализ врачебного обследования, педагогические наблюдения, тестирование, методы статистической обработки.

В исследовании участвовали студенты I-II курсов Санкт-Петербургского государственного университета гражданской авиации (37 юношей и 25 девушек в возрасте от 18 до 25 лет), занимающихся по курсу физической культуры и имеющие в анамнезе плоскостопие.

Результаты исследования. Анализ врачебного обследования студентов СПбГУ ГА свидетельствует, что у определенного количества студентов отмечено изменение формы стопы, характеризующееся опущением ее поперечного и продольного сводов, при этом поперечное плоскостопие составляет 55,23 %, продольное – 29,30 % (рис.).

При *поперечном* плоскостопии уплощается поперечный свод стопы, длина

стоп уменьшается за счет веерообразного расхождения плюсневых костей. При *продольном* плоскостопии уплощен продольный свод и стопа соприкасается с полом почти всей площадью подошвы, длина стоп увеличивается. Продольное плоскостопие имеет место в основном у девушек и находится в прямой зависимости от массы тела: чем больше масса и, следовательно, нагрузка на стопы, тем более выражено продольное плоскостопие.

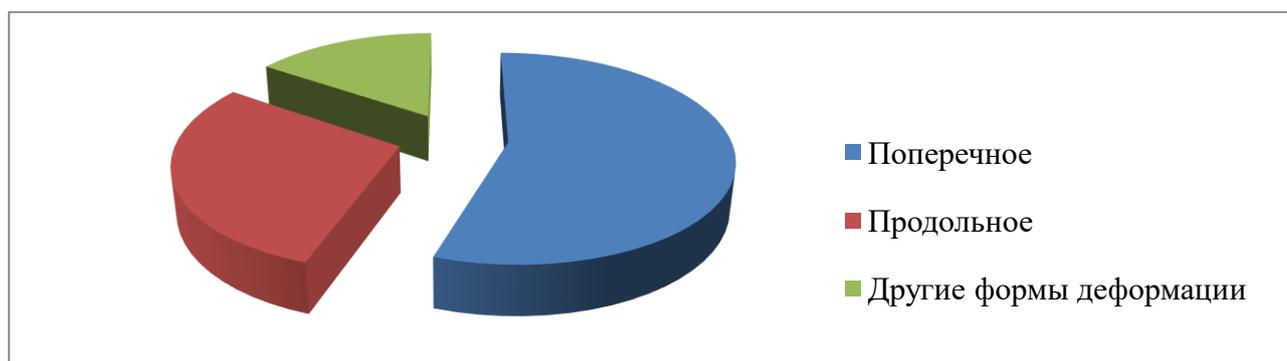


Рис. Формы плоскостопия у студентов СПбГУ ГА

Анализ специальной литературы показало, что плоскостопие – результат слабости мышц голени и стопы, суставного аппарата и костей. Причинами его развития могут быть не только увеличение массы тела, но и как недостаточная физическая нагрузка, так и перетренировка стоп. Определенное отрицательное влияние оказывает ношение нерациональной обуви (узкая, неудобная, высокий каблук).

Врачебно-летная экспертная комиссия при обследовании студентов, будущих специалистов гражданской авиации, определяет степень плоскостопия.

- **1 степень** – угол свода равен 131-140°, высота свода 35-26 мм;
- **2 степень** - угол свода равен 141-155°, высота свода 27-20 мм, могут быть признаки деформирующего артроза таранно-ладьевидного сустава;
- **3 степень** - угол свода равен >155°, высота < 20 мм; имеются признаки деформирующего артроза таранно-ладьевидного и других суставов стопы.

Плоскостопие I степени и начальная форма II степени не являются препятствием для обучения, однако, III степень плоскостопия определяет негодность к

обучению в вузах гражданской авиации и дальнейшего исполнения профессиональных функций.

В исследовании разработан комплекс физических упражнений при плоскостопии 1-2 степени для студентов СПбГУ ГА. Это различная ходьба (на носках, на пятках, на наружном своде стоп), упражнения, стоя на палке (приседания, передвижение вдоль палки), упражнения из И.П. стоя, лежа, сидя (сгибание-разгибание пальцев, круговые движения стопами, захватывание пальцами ног различных предметов, катание мяча стопой) и т.д.

Заключение. Реализация предложенной методики дала положительный результат: в процессе занятий улучшились морфофункциональные показатели студентов на статистически значимом уровне, нормализовался мышечный тонус стопы, увеличилась подвижность суставов.

Список литературы

1. Волков В.Ю. Физическая культура// В.Ю. Волков, Л.М. Волкова/ Печатная версия электронного учебника / Санкт-Петербург, 2010. (3-е изд. испр. и доп.).

2. Волков, В.Ю. Физическая реабилитация студентов с отклонениями в состоянии здоровья через личностно-ориентированную оздоровительную программу с использованием компьютерных технологий// В.Ю. Волков, Л.М. Волкова, Л.В. Митенкова/Адаптивная физ. культура. 2014. № 3 (59). С. 47-49.

3. Давиденко, Д.Н. Реабилитация здоровья студентов средствами физической культуры// Д.Н. Давиденко, Л.М. Волкова, В.Ю. Волков, Ю.Ю. Глушков, П.В. Половников, М.В. Сизова/Санкт-Петербург, 1998. – 85 с.

4. Евсеев, В.В. Физическая культура в создании среды здоровьесбережения// В.В. Евсеев, Л.М. Волкова, Е.Г. Поздеева /В сб.: Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры. СПб., 2018. С. 19-22.

5. Митенкова, Л.В. Разработка и внедрение комплексов упражнений для

студентов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата// Л.В. Митенкова, Л.М. Волкова/В сб.: Стратегические направления реформирования вузовской системы физической культуры. СПб., 2017. - С. 219-222.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 336.7

МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИВЛЕЧЕННЫХ РЕСУРСОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Исупова Марина Николаевна

магистрант экономического факультета

ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, город Киров

***Аннотация:** Представлены подходы к понятию стратегия применительно к коммерческим банкам, рассмотрены типы стратегий, выявлены их «сильные» и «слабые» стороны.*

***Abstract:** The approaches to the concept of strategy with respect to commercial banks are presented, the types of strategies are considered, their “strong” and “weak” sides are revealed.*

***Ключевые слова:** стратегии, привлеченные ресурсы, коммерческие банки, формирование ресурсов.*

***Keywords:** strategies, attracted resources, commercial banks, formation of resources.*

В условиях высокой конкуренции в банковской сфере, для того чтобы кредитные организации могли осуществлять свою деятельность максимально эффективно, необходимо постоянное исследование всех сторон их деятельности в том числе в сфере взаимодействия банков с клиентами.

В быстро меняющейся рыночной ситуации коммерческие банки должны концентрировать внимание не только на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы им

оперативно реагировать на изменения, происходящие в их окружении.

Немаловажное значение при этом играет правильно выбранная стратегия.

Стратегия рассматривается в учебной и научной литературе с различных позиций.

Так, зарубежными авторами [7, с. 32] дается следующее определение стратегии: «стратегия компании – комбинация методов конкуренции и организации бизнеса, направленная на удовлетворение клиентов и достижение организационных целей». Данное определение на наш взгляд не учитывает, что стратегия является, прежде всего, долгосрочным планом деятельности компании.

Клейнер Г. [1, с. 48] рассматривает стратегию как «согласованную совокупность решений, оказывающих определяющее воздействие на деятельность предприятия и имеющих долгосрочные и трудно обратимые последствия».

В данном определении, на наш взгляд, отсутствуют указания на цели разработки стратегии.

По мнению Помориной М.А. [5, с. 28] стратегия - это «определение основных долгосрочных целей и задач фирмы и утверждение курса действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей».

Определение стратегии Помориной М.А. на наш взгляд наиболее полно отражает суть понятия, и может быть взято за основу при формировании термина для банков.

Следует также отметить, что для банков рассмотренные выше определения могут использоваться, но требуют, по-нашему мнению, детализации и конкретизации, поскольку их деятельность на рынке имеет специфические особенности.

Особенности банков, как кредитных институтов, следует учитывать при разработке понятия «стратегия» и адаптировать его применительно к деятельности кредитных организаций.

В первую очередь при разработке стратегии необходимо учитывать особый статус банка как кредитной организации, которая имеет исключительное право привлекать средства физических и юридических лиц, размещать эти

средства за свой счет и от своего имени на принципах платности, возвратности и срочности, что предопределяет необходимость учитывать двойные риски при разработке стратегии привлечения ресурсов.

Также следует иметь в виду, что деятельность коммерческих банков строго регламентируется посредством установления нормативов деятельности банков. При этом одним из направлений регулирования является установление ликвидности, что обуславливает необходимость при разработке стратегии учитывать соответствие сроков привлечения со сроками размещения ресурсов.

Кроме этого при разработке стратегии необходимо учитывать стоимость привлечения для обеспечения максимизации процентной маржи, как главного индикатора эффективности процентной политики коммерческого банка.

В отечественной и зарубежной литературе представлены различные подходы к разработке конкурентных стратегий развития предприятий. Для банков четкой регламентации разработки стратегии нет.

Однако, как отмечалось ранее, мы можем при разработке стратегий развития банков использовать методические подходы, применительно к другим компаниям, но с учетом особенностей банков.

В основе подхода Фатхутдинова Р.А. [9, с. 35] лежит принцип формализации комплексных проблем. Суть его - «количественное определение разницы между фактическим и желаемым состоянием объекта по его параметрам, а также структуризации проблемы путем построения для ее решения дерева целей» [9, с. 36]. Причем ранжирование целей автор предлагает проводить по их актуальности, масштабности и степени риска.

В основе подхода Максютова А.А. [3, с. 104] лежит принцип установления общих направлений, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций банка.

Особую роль при этом подходе автор уделяет формированию стратегического плана развития.

Как отмечает Тютюнник А.В. [8, с. 16] процесс реализации стратегии

может быть разделён на два больших этапа: процесс стратегического планирования - выработка набора стратегий, начиная от базовой стратегии банка и заканчивая функциональными стратегиями и отдельными проектами; процесс стратегического управления - реализация определённой стратегии во времени, переформулирование стратегии в свете новых обстоятельств.

Стратегии банков по мнению Куницыной Н.Н. [2, с. 99] должны быть построены по иерархическому принципу. При этом уровни стратегий, комплексность, их интеграция очень различны в зависимости от типа и размера банка. Так, простая организация может иметь одну стратегию, а сложная - несколько на различных уровнях действия.

Перед банком стоят четыре основные стратегические альтернативы: ограниченный рост, рост, сокращение и сочетание этих стратегий. Ограниченного роста придерживаются большинство организации в развитых странах [6, с. 128].

К стратегии сокращения прибегают чаще всего в том случае, когда показатели деятельности компании продолжают ухудшаться, при экономическом спаде или просто для спасения организации. Стратегии сочетания всех альтернатив будут, придерживаются крупные банка, активно действующие в нескольких отраслях.

Выбрав определенную стратегическую альтернативу, руководство должно обратиться к конкретной стратегии.

Процедура формулирования стратегии и выбора альтернатив состоит из следующих этапов: оценка существующей стратегии; собственно, фаза формулирования; планирование риска; выбор стратегических альтернатив.

Для этого руководители должны иметь четкую, разделяемую всеми концепцию банка и ее будущего. Приверженность кого-либо конкретному выбору зачастую ограничивает будущую стратегию, поэтому решение должно подвергаться тщательному исследованию и оценке. На стратегический выбор влияют разнообразные факторы: риск (фактор жизни банка); знание прошлых стратегий; реакция владельцев акций, которые зачастую ограничивают гибкость руководств

при выборе стратегии; фактор времени, зависящий от выбора нужного момента [4, с. 22].

Таким образом, в основе выбора стратегии формирования привлеченных ресурсов, лежит условие максимального роста долгосрочной эффективности банка.

Список литературы

1. Клейнер Г. Механизмы принятия стратегических решений и стратегическое планирование на предприятиях / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2012. – №9. – С. 46–65.
2. Куницына Н.Н., Ушвицкий Л.И., Малеева А.В. Бизнес-планирование в коммерческом банке [Текст]/ Н.Н. Куницына и др., М.: Финансы и статистика, 2013. – 304 с.
3. Максютов А.А. Банковский менеджмент /А.А. Максютов, М.: Альфа-Пресс, 2011. – 444 с.
4. Панова Г. Финансовый менеджмент в банке: бюджетирование, бизнес-планирование, управление рисками / Г. Панова// Банковские услуги. - 2014. - №1. - С. 22-25.
5. Поморина М.А. Концепция стратегического финансового управления / М.А. Поморина // Управление в кредитной организации. - 2011. -№ 5. - С. 27 - 44.
6. Поморина М.А. Планирование как основа управления деятельностью банка / М.А. Поморина, М.: Финансы и статистика, 2012. - с. 384.
7. Томпсон-мл., Артур А., Стрикленд III. А., Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, 12-е издание: Пер. с англ.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 928 с.: ил. – Парал. тит. англ.
8. Тютюнник А.В. Бюджетное планирование в коммерческом банке / А.В. Тютюнник // Бухгалтерия и банки. - 2014. - № 6. – С. 16-18.
9. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. -5-е изд., испр. и доп. М.: Дело, 2002. – 448 с.

УДК 33

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**Магомедова Альбина Германова**студент-бакалавр, Дагестанский государственный университет,
г. Махачкала**Гасановна Аида Джигановна**к.э.н. доцент кафедры менеджмент, Дагестанский государственный
университет, г. Махачкала

***Аннотация:** В данной статье исследуется актуальная тема в экономической сфере – влияние санкций на экономику Российской Федерации. Рассмотрена краткая история введения санкций против Российской Федерации и их влияние на экономику российского государства. Проанализированы положительные и отрицательные явления, представлены возможные дальнейшие перспективы.*

***Annotation:** This article explores a pressing topic in the economic sphere - the impact of sanctions on the economy of the Russian Federation. A brief history of the introduction of sanctions against the Russian Federation and their impact on the economy of the Russian state is considered. Positive and negative phenomena are analyzed, possible future prospects are presented.*

***Ключевые слова:** санкции, внешняя политика, инвесторы, иностранные банки, санкционное воздействие.*

***Keywords:** sanctions, foreign policy, investors, foreign banks, sanctions impact.*

Последствия экономического кризиса 2008 года, и продолжающий спад мировой экономики до сих пор, а также введение санкций против России

способствовали спаду экономики всей страны. Необходимость возрастания государственного регулирования в решение социально-экономических проблем становится актуальным как никогда.

В настоящее время меры санкционного воздействия неоднократно обновлялись со стороны США и ряда европейских стран. Несмотря на то, что более 45 % стран, входящих в состав Евросоюза, отметили отсутствие эффективности данного инструмента, США и ЕС продолжают вести «санкционное давление» в отношении России. Эксперты в области аналитики отмечают, что влияние мер ограничительного характера на экономику Российской Федерации неоднозначно [4, с. 134].

Воздействие санкций со временем ослабевает, так как государства приспосабливаются к введенным против них санкциям. Рассмотрим виды санкций, которые напрямую касаются экономической ситуации в РФ:

- блокировка активов и запрет операций;
- запрет на привлечение финансирования;
- запрет поставок продукции военного и двойного назначения;
- запрет поставок продукции для добычи природных ресурсов;
- экономическая блокада Крыма [1, с. 27].

Своеобразным непрямым видом санкций оказалось падение мировых цен на нефть, которое больше всего ударило по российской экономике и вызвало девальвацию рубля.

Из-за введенных США санкций в отношении российского бизнеса отток частного капитала из России в 2018 г. будет на \$20 млрд больше, чем предполагалось, – около \$49 млрд, оценивают эксперты. Это существенно выше, чем в проекте обновленного макропрогноза Минэкономразвития на 2018 г., о котором сообщил «Интерфакс»: теперь министерство ждет его на уровне \$33 млрд, а не \$7 млрд. Проект уточненного прогноза был направлен в Минфин в начале апреля, рассказывал «Ведомостям» собеседник, знакомый с рабочими материалами министерства, т. е. до введения новых санкций и ослабления рубля.

Представитель Минэкономразвития не ответил на запрос в понедельник вечером [2].

Частично ужесточение санкций уже сказалось на экономике (рис 1). Приток средств нерезидентов в I квартале сократился до \$0,8 млрд против \$7,3 млрд и \$1,4 млрд соответственно в III и IV кварталах прошлого года. В этих условиях ЦБ вновь привлек краткосрочные обязательства на \$2 млрд для поддержки валютной ликвидности российских банков.

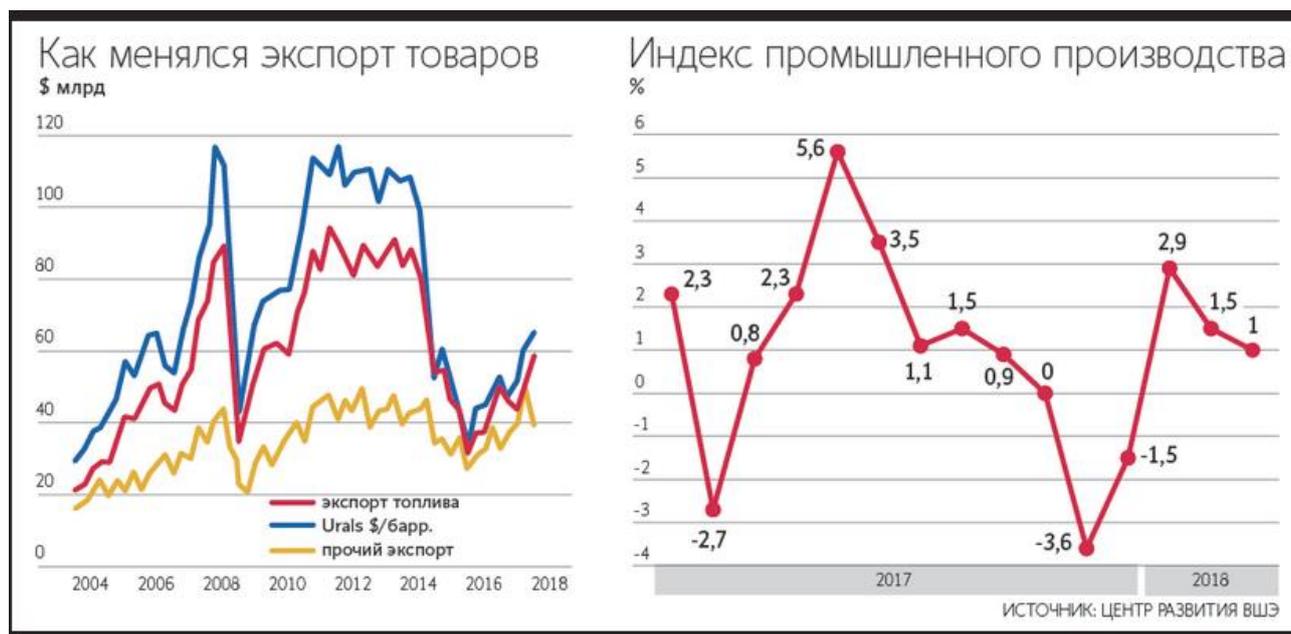


Рисунок 1. Влияние санкций на экспорт товаров и индекс промышленного производства [6]

После коррекции экономики 2018 году, в следующем не будет траектории роста выше среднемировых темпов, как в поставленной президентом задаче на 2019–2020 годы. Будет в лучшем случае стагнация [6].

Фактически российское государство перешло на самообеспечение, сумев обеспечить импортозамещение товаров иностранного происхождения достойными аналогами «собственного производства». Более того, техника российского происхождения стала пользоваться большим спросом со стороны иностранных покупателей. По итогам минувшего года, российские власти сумели сократить уровень финансовой зависимости казны государства от нефтегазовых доходов на 40 %.

В начале февраля 2018 года американские власти объявили об активации очередного пакета санкций, который предполагает ограничение деятельности в отношении российских банкиров, средний объем активов которых превосходит 1 миллиард в национальной валюте. На фоне частичного раскрытия данного санкционного пакета в течение суток российские олигархи потеряли около 1,4 миллиарда евро от стоимости своих активов. В наибольшей степени пострадали активы пятнадцати юридических лиц России. В «чёрный список» попали такие компании, как агрохолдинг «Кубань», «Базовый элемент», «Rusal plc», «НЛМК», «Лукойл», «Полюс» и многие другие компании, среднее ценовое падение активов которых варьировалось от 1,2 % до 1,6 %.

Более того, иностранный бизнес также оказался под воздействием санкционного давления на Россию, так как заграничные денежные средства, участвующие в финансировании российской инфраструктуры, также подверглись тенденции «обесценивания». Средний урон зарубежных бизнесменов и миллиардеров на фоне активации последнего пакета санкций со стороны США составил около 114 миллиардов евро.

В настоящее время администрация Центрального Банка России сделала официальное заявление, согласно которому новые санкционные меры не окажут существенного влияния на экономику государства, которая перешла на фазу активного роста. Более того, аналитические данные ЦБ РФ гласят, что иностранные инвесторы готовы сотрудничать с Россией «в обход» санкционного воздействия на базе крипто валютного сотрудничества [2].

Можно предположить оптимистический прогноз, что рост экономики обеспечит рост доходов населения, хотя и здесь оснований для радости немного. По итогам 2017 года, чиновники оценивают рост ВВП на уровне 1,4-1,8 %. Для развивающейся экономики подобные темпы роста нельзя назвать удовлетворительными. Для сравнения, предварительные оценки в США показывают, что рост ВВП по итогам минувшего года составил 2,5 %.

Чтобы понять место России в мировой экономике, достаточно оценить

вклад, который экономика страны вносит в мировой ВВП. Поводов для оптимизма здесь немного. Наша доля с каждым годом становится все меньше.

С точки зрения объема ВВП в текущих долларах экономика страны находится на 12 месте. Хотя, начиная с 1990 года ВВП России удвоился, этого оказалось недостаточно, чтобы занять весомые позиции в глобальной экономике. Доля страны мировом ВВП находится вблизи 1,7 %. На долю же США приходится почти четверть мировой экономики.

Правда, объем ВВП в текущих долларах — это не совсем объективный показатель. Такой показатель, как валовый национальный доход по паритету покупательной способности дает более реалистичную картину мира, нежели ВВП по номиналу. Здесь уже Россия находится на 6 месте в мире. Вклад страны в мировую экономику оценивается в 2,75 %. Впрочем, это все равно не так и много по сравнению с лидерами. У Китая вклад в глобальную экономику находится на уровне 17,5 %, у США – на уровне 15 %.

Если смотреть с точки зрения ВВП по ППС на душу населения, то для России показатель составляет чуть более 23 тыс. долларов в 2016 году. В Казахстане он превышает 25 тыс. долларов, в США составляет 57,6 тыс. долларов, в Люксембурге — 103,5 тыс. долларов [5, с. 93].

Таким образом, необходимо отметить, что западные санкции одновременно создали сложные условия для нашего государства, но при этом дали толчок для его развития. Руководство нашей страны начинает реально оценивать возможности нашей страны и стремится развить ее потенциал.

Сегодняшнее стечение обстоятельств, вызванное политическим кризисом в мире, явно указало на необходимость усиленного развития российской экономики, формирование ее самостоятельности и снижение ее зависимости от импортирующих экономик. Иначе говоря, кризис, искусственно подогреваемый западными странами, может послужить хорошим импульсом к полному обновлению экономики Российской Федерации и усилению ее положения на международной политической и экономической площадке [3, с. 235].

Список литературы

1. Волошина И. О. Санкции как мера политического и экономического давления// «Экономика». – 2017.- №5. – С. 25-32.
2. Вялых Е.К., Селина О.В. Влияние санкций на экономику Российской Федерации // Студенческий: электрон. научн. журн. 2018. № 10(30). URL: <https://sibac.info/journal/student/30/107349> (дата обращения: 05.10.2018).
3. Завадская В. В., Сарсенова Д. Р. Влияние санкций на экономику России // Молодой ученый. — 2017. — №10. — С. 232-235.
4. Сергеева О. Ю., Каримова А. А. Экономические последствия санкций для российской экономики // Вопросы экономики и управления. — 2017. — №1. — С. 134-137.
5. Ульянова О. П. Санкционное давление Евросоюза на Россию: положительные и отрицательные моменты относительно экономики РФ// «Экономика». – 2017. - №11. – С. 87-95.
6. [Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»](https://www.hse.ru/expertise/). Официальный сайт: <https://www.hse.ru/expertise/>

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Огурцова Юлия Сергеевна

студентка 3 курса магистратуры «Маркетинг-менеджмент»
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет»,
г. Тамбов

***Аннотация:** Сегодня конкуренция является неотъемлемым элементом рыночной экономики. Она способствует прогрессу, повышению эффективности деятельности, большей результативности.*

В данной статье описаны результаты анализа конкурентной среды рынка рекламных услуг города Тамбова.

***Annotation:** Today, competition is an integral element of a market economy. It contributes to progress, increased efficiency, greater efficiency.*

This article describes the results of the analysis of the competitive environment of the market of advertising services in the city of Tambov.

***Ключевые слова:** конкуренция, реклама, маркетинг.*

***Keywords:** competition, advertising, marketing.*

Конкуренция – это соперничество в одном виде деятельности между отдельными юридическими или физическими лицами, которые заинтересованы в достижении одной и той же цели. С точки зрения предприятий, такой целью является получение прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя и удовлетворение его каких-либо нужд/потребностей/желаний [1, с. 101].

Для эффективного планирования конкурентных маркетинговых стратегий

компания необходимо выяснить о конкурентах все, что только возможно [2, с. 128]. Служба маркетинга компании должна постоянно сравнивать свои товары, цены, каналы сбыта и стимулирование сбыта с теми, которые использует ее наиболее близкие конкуренты, чтобы пустить в ход против них более эффективные маркетинговые кампании [3, с. 98].

Для предпринимательской деятельности в сфере рекламных услуг в большинстве случаев характерна высокая степень конкуренции [4, с. 15].

Ниже описаны результаты маркетингового исследования конкурентной среды организации на рынке рекламных услуг в регионе – Тамбовская область.

Сегодня рынок наружной рекламы в Тамбове достаточно насыщен, чтобы обеспечить рекламодателя всеми необходимыми средствами коммуникации с целевой аудиторией. Около 50 многопрофильных рекламных агентств Тамбова оказывают широкий спектр услуг по созданию и размещению рекламы на разных носителях: ТВ, радио, наружная реклама, реклама в сети Интернет, печатная реклама, изготовление полиграфической и сувенирной продукции и т.д. К таковым относятся следующие рекламные агентства: ООО «Инфо-Ю», Gallery, группа компаний «Юлис», «Бликфанг», «ПальмиРА», «GlanceStyle», «Тритон», «ВДВ», «ЭПИцентр», «Реал», АртТрек», «Мистер POS», «Реклама68», «Сталкер», «Фiesta», Тамбов-Медиа Центр, ООО «Тамбов-реклама», «Лик», «Оранжевый кот», «Альянс медиа групп», ООО «Пиксел», «Старт Маркетинг», «Стандарт», Тамбов-Реклам-Сервис, «Открытые Коммуникации» и др.

Рассмотрим деятельность крупных конкурирующих фирм подробнее.

1. Компания Gallery осуществляет полный комплекс услуг по созданию, установке и обслуживанию более 30 видов различных рекламных конструкций: билборды, суперборды, уличную мебель, крупный формат, нестандартные носители, уличные указатели и др. Gallery является флагманом digital-направления на российском outdoor-рынке, обладает единственной в стране федеральной сетью стандартных цифровых рекламных поверхностей самого популярного среди рекламодателей формата 6х3 м. Компания имеет филиалы, которые представлены

в 90 городах России, в том числе и в Тамбове. В собственности Gallery имеется более 50 000 рекламных поверхностей. Уникальной особенностью рекламных носителей Gallery является индивидуальная разработка конструкций с учетом архитектурных, ландшафтных и индивидуальных особенностей каждого города. Это, в свою очередь, позволяет устанавливать цены на размещения рекламы ниже, чем у конкурентов.

2. Группа компаний ООО «Инфо-Ю» - ведущий оператор наружной, оказывающий широкий спектр услуг по изготовлению и размещению наружной рекламы в Тамбове и области.

Агентство является собственником более 400 рекламных поверхностей во всех районах города Тамбова и на крупнейших автодорогах области. Среди них имеются двухсторонние и четырехсторонние («чебурашки») конструкции.

Так же ООО «Инфо-Ю» является владельцем сети светодиодных экранов, расположенных в местах с большой проходимостью: гипермаркет Ашан, ТЦ «Браво Сити», район Пенсионного фонда, у ДС «Кристалл». В собственности имеется 3 односторонних и 1 двухсторонний экран.

Все рекламные поверхности «Инфо-Ю» расположены официально и имеют соответствующее разрешение, что является несомненным преимуществом.

Кроме того, компании принадлежит крупнейший информационный портал «Онлайн Тамбов.ру».

ИА «Онлайн Тамбов.ру» работает с 2010 года и на сегодняшний день является ведущим интернет-СМИ в регионе. Агентство неоднократно награждено благодарственными письмами представителей Аппарата Президента, Тамбовской областной Думы, Тамбовской городской Думы, Администрации города Тамбова, Избирательной комиссии города Тамбова, УМВД России по Тамбовской области, ГИБДД, МЧС и другими государственными структурами за информационную поддержку мероприятий и проектов различного уровня, а также освещение деятельности органов власти.

Более 600 000 посетителей в месяц регулярно читают материалы, публикуемые на портале, а широкое присутствие в социальных сетях позволяет непосредственно взаимодействовать с читателями.

Основная доля аудитории ресурса – это менеджеры среднего и высшего звена, специалисты, студенты ведущих ВУЗов, директора компаний и сотрудники администраций городов и районов области.

На портале ИА «Онлайн Тамбов.ру» возможно размещение баннерной рекламы и информационное сопровождение.

3. Рекламное агентство ООО «Реал» осуществляет полный комплекс услуг по производству наружной рекламы, используя при этом различные нестандартные конструкции из металла, пластика, композиционных материалов. В компании работают квалифицированные специалисты, которые всегда ответят на вопросы и предложат оптимальный способ реализации по наружной рекламе.

4. Рекламное агентство «Тритон» один из крупнейших тамбовских операторов наружной рекламы. Компания имеет сеть собственных рекламных конструкций различных форматов, расположенных в Тамбове.

Агентство «Тритон» стремится сделать наружную рекламу простым и доступным инструментом для каждого клиента. Деятельность компании ориентирована как малый и средний бизнес, так и на крупных рекламодателей. РА «Тритон» готовы предложить сценарий рекламной акции, масштабную разработку стратегии рекламной кампании, которая включает как оптимальный комплекс маркетинговых коммуникаций, так и полный спектр сопутствующих услуг, с целью сделать бизнес эффективным и процветающим. Дизайнеры агентства всегда предлагают креативные идеи, на основе которых разрабатываются оригинальные варианты макетов для любого вида рекламы.

5. Рекламная компания «АртТрек» создана в 2004 году и на сегодняшний день является одним из лидеров по размещению наружной и транзитной рекламы в Тамбове.

«АртТрек» предлагает нестандартные носители рекламы:

- транспаранты-перетяжки на основных, наиболее загруженных транспорт магистральных города;
- реклама на общественном транспорте (автобусы, троллейбусы), которая молниеносно завоевала популярность среди промо-носителей Тамбова;
- светодиодный видеозэкран, который расположен в центре Тамбова - отличная возможность для показа анимационных рекламных роликов, наибольший охват потребителей.

Успех региональной рекламной кампании во многом определяется обоснованностью адресной программы и оперативностью ее исполнения. Рекламное агентство «АртТрек» готово предоставить на выбор заказчика основные средства наружной рекламы, а также провести качественную региональную рекламную кампанию. В агентстве работают профессионалы, имеющие солидный опыт и налаженные связи в рекламном бизнесе. Так же стоит отметить, что именно данная компания первыми установила в городе Тамбове светодиодный экран на площади Ленина. До сих пор данный экран функционирует, хотя разрешение на размещение конструкции давно закончилось.

6. Рекламно-производственная компания «Рекламаб8» была основана в 2010 году.

Компания оказывает услуги в сфере наружной рекламы: реклама на щитах, брандмауэрах, транспарант-перетяжках, сити-форматах, остановках городского транспорта и других городских рекламоносителях.

Сотрудники агентства имеют многолетний опыт планирования и проведения рекламных кампаний. Они порекомендуют подходящий тип рекламоносителя и составят оптимальные адресные программы.

Отличительной чертой компании является успешное сочетание качества работы и коротких сроков её проведения. Благодаря таким качествам «Рекламаб8» стала для заказчиков избранным партнером, с которым легко и приятно сотрудничать.

7. Рекламное агентство «Пальмира» было создано в сентябре 2010 года и

уже зарекомендовало себя как профессионал в области производства рекламной продукции.

В компании работают штат квалифицированных печатников, шелкографов, монтажников и других специалистов производства.

«Пальмира» сотрудничает как с крупными компаниями Тамбова, так и с небольшими фирмами и частными клиентами.

Агентство предлагает широкий спектр услуг:

- текстильная продукция (футболки, шевроны, нашивки, вымпела, флажки, флаги);
- представительская продукция (ежедневники, планинги, визитницы, телефонные книги, портфели и др.);
- сувенирная продукция (ручки, брелоки, значки, объемные эмблемы, стикеры, магниты, медали, кубки наградные);
- пакеты полиэтиленовые с вырубной усиленной ручкой;
- полиграфия (визитки, листовки, буклеты, приглашения, дипломы, грамоты, конверты);
- пластиковые карты;
- наружная реклама;
- реклама на транспорте;
- лазерная гравировка;

Преимущества компании — это оперативность и качество исполнения заказов любой сложности, оптимальные цены, которые приятно удивят любого клиента.

8. «Бликфанг» - широкоформатная и интерьерная печать, УФ-печать на листовых материалах, печать на тканях, наружная реклама. Данная компания занимается именно производством наружной рекламы, поэтому многие из перечисленных компаний сотрудничают с ней.

9. Рекламное агентство «МедиаСтритс» основано в 2005 году. За эти годы накоплен большой опыт работы в разных видах наружной рекламы,

работает как не только на территории Тамбова, но в Мичуринске Липецке, Воронеже и др.

РА «МедиаСтритс» готова предложить Вам все виды рекламных услуг от дизайна до монтажа. Главное преимущество РА «МедиаСтритс» — собственные рабочие цеха, квалифицированные работники. Наличие собственного оборудования, современных инструментов позволяет выполнять работы любой сложности качественно и в срок.

10. Рекламное агентство «GlanceStyle» - это профессиональные услуги по изготовлению рекламы в Тамбове и области.

Компания имеет собственное производство, несколько цехов, общей площадью 800 кв.м. для изготовления наружной рекламы. Благодаря собственному производству и квалифицированным сотрудникам, агентство может предложить не только стандартные виды услуг: печать баннеров, изготовление вывесок, световых букв и коробов, но и выполнение индивидуальных заказов.

11. Рекламное агентство «ЭПИцентр» предлагает полный цикл услуг в области рекламы и маркетинга.

Осуществляет проведение комплексных рекламных кампаний в Тамбове от создания идеи и планирования всех этапов проведения кампании до реализации и оценки эффективности кампании, например:

- размещение рекламы на радио, ТВ, в прессе, наружной рекламы и рекламы в общественном транспорте;
- изготовление рекламы (от макетов для прессы и баннеров до радио- и видеороликов);
- организацию промо-акций;
- проведение маркетинговых исследований;
- создание нового бренда (в том числе нейминг, разработка фирменного стиля, идеи для рекламного продвижения и др.);
- разработку интернет-сайта компании.

«ЭПИцентр» работает на тамбовском рынке уже более 10 лет. В момент

создания компания была ориентирована в первую очередь на проведение различных видов исследований, поэтому появилось название «ЭПИцентр» - Центр Экономических и Политических Исследований. Но потребности компаний, реализующих рекламную деятельность в Тамбове, не ограничивались проведением исследований, поэтому круг возможностей «ЭПИцентра» расширился до полного комплекса рекламных и маркетинговых услуг. Специалисты компании имеют богатый опыт в сфере маркетинга и рекламы, поддерживают прямые контакты с лучшими производственными компаниями региона, что позволяет изготавливать рекламные продукты качественно и в сжатые сроки. Нарботанные связи с представителями всех СМИ Тамбова позволяют размещать рекламу и информационные материалы максимально эффективно и выгодно для клиентов.

В ходе анализа деятельности практически всех рекламных агентств Тамбова были получены данные об оказываемых ими услугах, которые впоследствии систематизированы в диаграмму (рис.1).



Рисунок 1 - Услуги рекламных агентств в г. Тамбове

Из диаграммы видно, что большая часть рекламных агентств Тамбова оказывает услуги по созданию наружной рекламы и полиграфической продукции.

Это объясняется дешевизной и доступностью данного вида продукции.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что большим спросом среди рекламодателей пользуется наружная реклама, которая, к тому же, в сравнении с ТВ рекламой является более доступной, а обилие рекламных возможностей агентств позволяет выбрать оптимальный вариант для размещения.

Список литературы

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика // Центр экономики и маркетинга. 2014. С. 101.
2. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе // Market DS. 2013. С. 128.
3. Носова Н.С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы // Дашков и К. 2013. С. 98.
4. Бондарская Т.А., Бондарская О.В. Анализ качества услуг на региональном рынке // Социально – экономические явления и процессы. 2016. Т. 10, №10. С. 11-20.

УДК 3.331.1

ПУТИ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАК УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Сулайманов Руслан Надирович

Студент 2 курса магистратуры,
факультет «Экономика, сервис и предпринимательство»

Алехина Е.С.

кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Управление и предпринимательство»
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ в г. Шахты, Россия

***Аннотация:** В статье рассматриваются критерии рациональной структуры управления и принципы совершенствования структуры управления строительной организации в целях повышения ее конкурентоспособности.*

***Abstract:** The article discusses the criteria for a rational management structure and principles for improving the management structure of a construction organization in order to increase its competitiveness.*

***Ключевые слова:** методы управления, персонал, строительное предприятие, пути рационализации.*

***Keywords:** management methods, personnel, construction enterprise, ways of rationalization.*

В современном мире организационные структуры управления достаточно различны, но рациональной структуры управления которая бы подходила абсолютно для всех типов организаций до сих пор не существует. Рациональная

организационная структура предприятия призвана не допускать повторения одних и тех же функций на различных уровнях принятия того или иного управленческого решения [1].

Как и в любой структуре между всеми структурными элементами управления должна соблюдаться сфера разграничения полномочий и ответственности. В то же время эти разграничения не должны основывать инициативу звеньев управления. Критерии рациональной структуры управления представлены на рисунке 1.

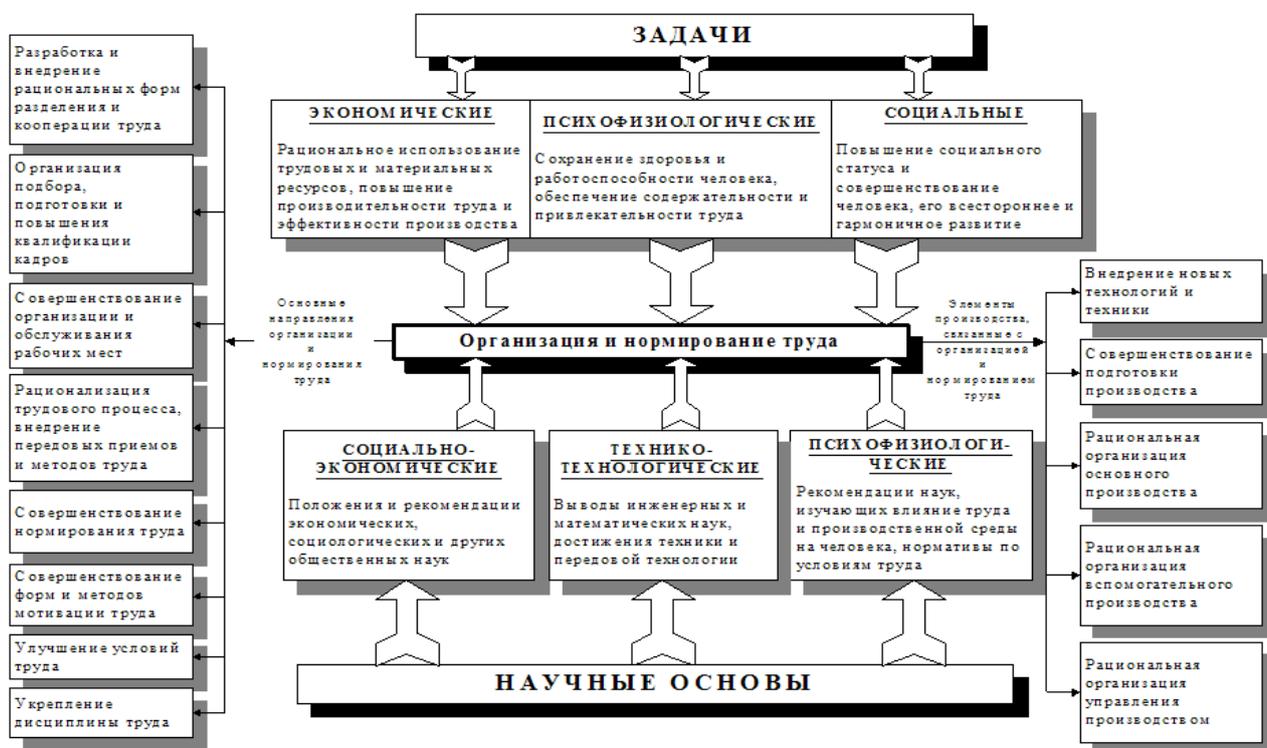


Рис. 1 - Критерии рациональной структуры управления [1]

Рассмотрим в статье для примера строительную организацию ООО «Экопромстрой». Для устранения данных недостатков в структуре управления ООО «Экопромстрой» необходимо провести ряд мероприятий по ее совершенствованию. По нашему мнению при совершенствовании структуры управления необходимо следовать следующим принципам (рисунок 2).

Следует правильно определить количество подчиненных, которыми может эффективно руководить один человек, т.е. норму управляемости. Каждое

производственное и функциональное звено должно иметь ограниченные функции, не затрагивающие функции других подразделений на одном уровне управления [2].

Организационная структура управления должна реагировать на изменения внутренней и внешней среды с наименьшими затратами, т.е. обладать свойством рациональной самоадаптации.

Помимо указанных принципов при совершенствовании структуры управления необходимо учитывать влияние внутренних и внешних факторов.



Рис. 2 - Принципы совершенствования структуры управления ООО «Экопромстрой»

Для повышения эффективности функционирования организационной структуры управления ООО «Экопромстрой» в целях повышения конкурентоспособности предлагается провести следующие мероприятия:

1. Создать маркетинговую службу на предприятии. Маркетинговая служба

на предприятии призвана не только отслеживать конкурентов в строительной отрасли, но и способствовать продвижению товара на рынке недвижимости.

2. Создать информационно-аналитический отдел. Создание информационно-аналитического отдела на ООО «Экопромстрой» несет в себе определенные затраты, но правильный сбор информации необходим руководству предприятия для реализации тех или иных управленческих решений.

3. Сократить штат аппарата управления и общую численность административного персонала. Проанализировав кадровый состав ООО «Экопромстрой» выяснили, на 16 человек управленческого персонала (это составляет 40 % от общей численности) приходится 24 рабочих (60 %), если даже учесть, что организация вынуждена прибегать к услугам подрядчиков, руководству ООО «Экопромстрой» рекомендуется отправить 2 штатные единицы на переобучение (менеджер по персоналу и маркетолог), либо сократить штат аппарата управления.

4. Создать на предприятии адаптационную систему, которая способствовала бы повышению эффективности работы аппарата управления при постоянно меняющихся внутренних и внешних условиях функционирования предприятия. Основной целью системы является выработка способностей адаптации организационной структуры управления к постоянно меняющимся условиям функционирования предприятия.

5. Учитывая опыт участия предприятия в тендерных торгах и конкурсах необходимо, для более стабильного и уверенного участия в подобных мероприятиях, дополнительно приобрести сертификат качества ISO9000 это даст компании ряд преимуществ.

6. Ввести штатную единицу (менеджер по управлению персоналом).

В процессе анализа управленческой структуры ООО «Экопромстрой», выяснили, что на данном предприятии отсутствует кадровый работник. В целях оптимизации кадровой работы предлагается принять на работу в организацию специалиста с высшим образованием менеджера по направлению «Управление персоналом». Введение должности квалифицированного менеджера по управлению

персоналом позволит проводить набор, отбор и наем более качественного персонала, что обязательно должно будет улучшить и качество предоставляемых услуг организацией, и увеличить объем услуг, получить большую прибыль.

7. Разработка и внедрение программы развития корпоративной культуры [2]. Внедрение и развитие корпоративной культуры необходимо, т.к. от этого зависит финансовое состояние предприятия его доходность и прибыльность, что напрямую связано с принадлежностью сотрудников к определенной компании и приверженности установленных целей.

8. Внедрение системы комплексной автоматизации. Системы автоматизации кадровой работы предназначены для автоматизации управления персоналом на предприятиях, в учреждениях и организациях различных форм собственности.

Исследования показывают, что существующие системы достаточно полно автоматизируют либо документооборот отдела кадров, либо работу по поиску и подбору кандидатов, управлению персоналом в целом [1].

Как показала практика в современном мире, что ни одна система управления не может функционировать достаточно успешно, без эффективных методов управления призванных к побуждению каждого конкретного работника работать производительно и качественно для достижения конкретно поставленной цели. Разработка методов управления персоналом, позволяющих в наибольшей степени соединить интересы и потребности работников со стратегическими задачами предприятия, является ключевой задачей кадровой службы и руководства предприятия.

Список литературы

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2016. – 202 с.
2. Алехина Е.С., Сысоева Е.И. Формирование конкурентной стратегии коммерческого предприятия / Материалы международной научно-практической

конференции «Научно-технический прогресс как фактор развития цивилизации», г. Магнитогорск 14.11.2017 г.

УДК 331.108

**УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ:
СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОЦЕСС**

Цурова Асет Ахметовна

студентка 4 курса,

Научный руководитель: **Новикова Ирина Владимировна**

докт. социол. наук, профессор

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь

***Аннотация:** Статья посвящена актуальным вопросам управления персоналом в современной организации: стратегический подход, персонала о важности таких механизмов, как подбор, адаптация, обучение сотрудников; сформулированы современные принципы отбора и построения системы управления мотивацией.*

***Abstract:** The article is devoted to topical issues of personnel management in modern organization: a strategic approach, personnel of the importance of such mechanisms as selection, adaptation, training of employees; formulated the modern principles of selection and construction of system of motivation management.*

***Ключевые слова:** Оптимизация, управление персоналом, организация, кадры, стратегия управления.*

***Keywords:** Optimization, personnel management, organization, personnel, management strategy.*

Оптимизация занятости, адекватное обеспечение рабочего процесса необходимыми человеческими ресурсами дает положительный результат только при продуманной и адекватной стратегии управления персоналом. Правильно разработанная стратегия управления персоналом обеспечивает эффективные управленческие решения, которые повышают конкурентоспособность предприятия на рынке.

Освоение и развитие современных способов управления персоналом российских организаций находится в начале долгого пути развития. Современный Трудовой кодекс [3], многочисленные нормативно-правовые акты, различные разработки исследователей пока не очень результативны.

Проведенные и проводимые радикальные экономические реформы привели к негативным хозяйственным изменениям: спад производства, обеднение народонаселения, безработица, забастовки, неблагоприятные демографические сдвиги и т.д. Разрыв традиционных экономических связей ещё более усилил проявление имеющихся отрицательных последствий. Также негативную роль, влияющую на практику управления в России, сыграли мировые финансовые кризисы, приведшие к тому, что большинству российских предприятий в нестабильных экономических условиях пришлось делать упор на выживание, в ущерб качеству управления организацией.

Но проблемы выживания и процветания компании как раз и зависят от качества управления. Чтобы решить данные проблемы, необходимо обновлять экономические стратегии предприятий в тесной совокупности со стратегией управления персоналом [1].

В сравнении с «застойным периодом» российской экономики, отличительной чертой руководства которой являлась централизация и тоталитарная идеология, перед современными хозяйствующими субъектами возникли совершенно новые задачи: улучшение методов эффективного стимулирования персонала, привлечение «мозгов» – нового креативно думающего и действующего персонала, индексация заработной платы в

соответствии с инфляцией, повышение квалификации имеющегося персонала до современных требований, развитие организационной культуры и т.д.

Но заявленные требования входят в противоречия с имеющейся «классической», «традиционной» организацией труда на предприятиях и понятиями о труде работников, заставших «советские» правила. Во многих организациях обязанности по подбору, мотивации, контролю, учету персонала возлагают на отдел кадров, в котором, зачастую, работают люди предпенсионного возраста, и вся вышеозначенная работа сводится только к приему и увольнению персонала. Все остальные функции возлагаются на самого руководителя, либо экономическую службу. В результате, вся работа по совершенствованию процесса управления персоналом оказывается неэффективной.

Совершенствование управления персоналом должно начинаться со стратегии развития организации во всех сферах работы с персоналом.

Первоначально необходимо провести работу по планированию персонала. Прежде всего, это проведение ревизии персонала, планирование его естественного движения – выхода на пенсию, болезни, учебы, декрета, службы в армии и т.д.; список свободных вакансий и необходимого персонала; проверка потенциала уже имеющегося коллектива.

Для этого существует несколько путей, среди которых: тщательный подбор персонала, систематическое повышение его квалификации, создание условий максимально эффективного проявления его способностей и наработка методики оценки собственно эффективной работы коллектива [2].

При поиске новых сотрудников, в качестве критериев подбора кадров должны учитываться культивируемые в организации ценности, правила поведения. Найти кадры, способные эти ценности и правила разделить, является не менее важной задачей, чем набрать профессионалов, обладающих необходимыми знаниями, опытом, навыками и деловыми качествами.

Меры по адаптации новых кадров в трудовом коллективе является важным

этапом, который должен быть включен в процесс поиска и их отбора.

Далее, для освоения необходимых знаний, умений, навыков, изучения нормативно-правовой базы (в том числе внутрикорпоративных документов: этического кодекса, коллективного договора и проч.) необходимо осуществлять обучение работников для их успешной работы.

Социальное развитие напрямую связано с профессиональным и определяет, прежде всего, продвижение по службе (карьерный рост).

Современные условия развития общества, качественные перемены и глубокие экономические и социальные преобразования на основе перехода к рыночным отношениям и преодоления отрицательных последствий административно-командной системы, потребовали от руководящего звена организации коренных изменений стилей и методов управления, результатом которых должно стать наиболее полное использование профессионального и творческого потенциала работников, рациональная организация их труда и повышение эффективности, а так же компетентности, дисциплины.

Новый подход к управлению персоналом базируется на признании приоритета личности перед производством, перед прибылью, перед интересами предприятия, фирмы, учреждения. В соответствии с ней все системы управления нацелены на более полное использование способностей работника в процессе производства.

Таким образом, стратегическая политика предприятия в отношениях с персоналом должна осуществляться на принципах единой для всех сотрудников системы мотивации, ее прозрачности, объективности, гибкости, индивидуального подхода; открытости и взаимного уважения, содействия раскрытию способностей персонала.

Список литературы

1. Галушка И. Эффективность систем управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.xserver.ru/user/effsu/>

2. Мишин В., Асташкина И. Стадии и этапы исследования систем управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.inventech.ru/lib/analisis/analisis0025/>

3. Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30.12.2001. № 197-ФЗ// принят ГД ФС РФ 21.12.2001.

УДК 336

МЕТОДОЛОГИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

Тетюхина Елизавета Петровна

студентка учетно-финансового факультета

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени
И. Т. Трубилина», город Краснодар

***Аннотация:** Изучена методология планирования прибыли организации с помощью трех основных метода планирования прибыли, рассмотрены этапы метода прямого счета в предстоящем периоде.*

The organization's profit planning methodology was studied using the three main methods of profit planning, the steps of the direct counting method in the forthcoming period were considered.

***Ключевые слова:** прибыль, планирование прибыли, методология, метод прямого счета, метод взаимосвязи выручки, аналитический метод, плановая прибыль, себестоимость, цена.*

***Keywords:** profit, profit planning, methodology, direct account method, revenue interrelation method, analytical method, planned profit, cost price.*

Планирование прибыли организации предусматривает разработку

прогнозов по размеру прибыли и направлениям применения прибыли, текущее и оперативное планирование и распределение прибыли, а также ее формирование и использование. Эти прогнозы разрабатываются на несколько предстоящих лет, которые устанавливают систему долгосрочных задач, таких, как планирование и распределение прибыли в соответствии со стратегическим развитием организации.

Рассмотрим 3 основных метода планирования прибыли:

- 1) метод прямого счета;
- 2) метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли (метод «директ-костинг»);
- 3) аналитический метод.

Метод прямого счета часто используется в организациях. Данный метод наиболее распространен в организациях в современных условиях хозяйствования, его используют при обосновании создания нового или расширения действующего производства. Применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции.

Рассмотрим этапы метода прямого счета в предстоящем периоде (рисунок 1).

Сущность метода прямого счета заключается в том, что прибыль, которая рассчитывается по отдельным видам хозяйственной деятельности, исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции (в соответствующих ценах, за вычетом НДС и акцизов) и полной ее полученной себестоимостью.

Плановая прибыль (П) рассчитывается по формуле [1]:

$$П = (О \times Ц) - (О \times С), \quad (1)$$

где, О - объем выпуска продукции в планируемом периоде
в натуральном выражении;

Ц - цена на единицу продукции (за вычетом НДС и акцизов);

С - полная себестоимость единицы продукции.



Рисунок 1 - Определение планируемой прибыли методом прямого счета

Прибыль по товарному выпуску (Пт) планируется на основе сметы затрат на производство и реализацию продукции, в которой определяется себестоимость товарного выпуска планируемого периода и рассчитывается по формуле [2]:

$$Пт = Цт - Ст, \quad (2)$$

где, Цт - стоимость товарного выпуска планируемого периода в действующих ценах реализации (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

Ст - полная себестоимость товарной продукции планируемого периода.

Прибыль на реализуемую продукцию (Пр) в общем виде рассчитывается по формуле [3]:

$$Пр = Вр - Ср, \quad (3)$$

где, Вр - планируемая выручка от реализации продукции в действующих ценах (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

Ср - полная себестоимость реализуемой в предстоящем периоде продукции.

Более детально прибыль от объема реализуемой продукции в плановом периоде определяется по формуле [4]:

$$Пр = Пон + Пт - Пок, \quad (4)$$

где, Пон - сумма прибыли остатков нереализованной продукции на начало планового периода;

Пт - прибыль от объема выпуска товарной продукции в плановом периоде;

Пок - прибыль от остатков нереализованной продукции в конце планового периода [5].

Данная методика расчета применима для укрупненного прямого метода планирования прибыли, когда легко определить объем реализуемой продукции в ценах и по себестоимости. Но его целесообразно применять, когда необходимо продумать финансовое планирование прибыли на небольшой срок.

Аналитический метод планирования прибыли используется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу в целях его проверки и контроля.

Аналитический способ планирования прибыли базируется на создании многофакторных моделей. Данный метод учитывает влияние разнообразных факторов на результаты работы организации. Этот метод предоставляет

возможность провести многовариантный расчет прибыли в зависимости от перемен в объеме продажи продукции в натуральном выражении, предполагаемых ценах, в расходах. В результате, возможно рассмотреть различные варианты деятельности организации - от крайне оптимистического до крайне пессимистического.

Прибыль определяется не по каждому виду выпускаемой в предстоящем году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно.

На первом этапе мы рассчитываем базовую рентабельность как частное от деления ожидаемой прибыли за отчетных год на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период.

На втором этапе определяем объем товарной продукции в плановом периоде по себестоимости отчетного года и прибыль на товарную продукцию исходя из базовой рентабельности.

На третьем этапе учитываем влияние на плановую прибыль различных фактов (снижение или повышение себестоимости сравнимой продукции, повышение ее качества и сортности, изменение ассортимента, цен и т. д) [6].

Преимущество этого метода состоит в том, что он позволяет определить влияние отдельных факторов на плановую прибыль.

Основой метода «директ-костинг» является группировка затрат на переменные и условно-постоянные. Связь между объемом продаж (тыс. руб.) и структурой издержек (тыс. руб.).

При использовании метода директ-костинг (по неполной себестоимости) означает, что в себестоимость включаются все расходы, кроме общехозяйственных. Общехозяйственные расходы в себестоимость продукции (работ, услуг) не включаются и списываются непосредственно на выручку от реализации. Система «директ-костинг» дает возможность установить связи и пропорции между затратами и объемами производства.

В управленческом учете затрат система «директ-костинг»

предусматривает классификацию затрат на постоянные (так называемые расходы периода) и переменные (прямо относящиеся на себестоимость производимой продукции и изменяющиеся в зависимости от объема выпуска готовой продукции).

При этом готовая продукция и незавершенное производство оцениваются только в сумме переменных производственных затрат, а постоянные затраты отчетного периода в общей сумме относятся на финансовый результат организации и не распределяются по видам продукции.

Организация будет получать прибыль, если объем реализации продукции будет превышать некоторый критический объем выручки.

Список литературы

1. Баканов, М. И. Теория экономического анализа: учеб, для вузов / М. И. Баканов. - 3-е изд., перераб. - М.: Финансы и статистика, 2008. – 425 с.
2. Бариленко, В. И. Анализ финансовой отчетности: учеб, для вузов / В. И. Бариленко. - М.: КноРУС, 2008. - 416 с.
3. Бочаров, В. В. Финансовый анализ: учеб, для вузов / В. В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.
4. Донцова, Л. В. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова, – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2008. – 144 с.
5. Кирьянова, З. В. Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие / З. В. Кирьянова, Е. И. Седова, - М.: Юрайт, 2011. – 432 с.
6. Комплексный экономический анализ: учеб, для вузов / С. И. Жминько, В. В. Шоль, А. В. Петух и др.; Под ред. проф. С. И. Жминько. - М.: Форум, 2011. – 368 с.

УДК 336

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

Тетюхина Елизавета Петровна

студентка учетно-финансового факультета

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени

И. Т. Трубилина», город Краснодар

***Аннотация:** В статье изучено планирование прибыли от реализации продукции на примере сельскохозяйственной организации. Проведена оценка финансовых результатов организации, рассчитан анализ структуры выручки от реализации продукции и изучено влияние каналов реализации ПАО «Родина» на среднюю цену реализации продукции в 2015 г.*

The article examines the planning of profits from the sale of products on the example of an agricultural organization. An assessment of financial results of the organization, the analysis of the revenue structure from product sales was calculated and the impact of the sales channels of PJSC “Rodina” on the average sales price of products in 2015 was studied.

***Ключевые слова:** прибыль, планирование прибыли, цена, себестоимость, сельскохозяйственная организация, анализ структуры выручки.*

***Keywords:** profit, profit planning, price, cost, agricultural organization, analysis of the structure of revenue.*

Получение прибыли является основной целью любой коммерческой организации. Каждая организация, будь это сфера услуг или производство, стремится максимально увеличить финансовый результат. В связи с этим планирование прибыли занимает одно из важнейших мест в системе планирования.

Прибыль планируется от:

- продажи продукции и товаров;
- реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера;
- реализации основных средств;
- реализации другого имущества и имущественных прав;
- оплаты выполненных работ и оказанных услуг и т.д.;
- внереализационных операций.

Методы планирования финансовых результатов в настоящее время не регламентированы. Традиционно применяют метод прямого счета, так как он достаточно прост в расчетах, или аналитический метод. Используются также метод совмещенного счета, в этом случае применяются элементы первого и второго метода [8].

Расчеты рекомендуется выполнять отдельно по видам деятельности, что позволяет представить развернутый анализ по разным видам деятельности организации. Это позволяет облегчить расчеты, повысить их точность. Имеет значение для предполагаемой величины налога на прибыль, так как доходы от некоторых видов деятельности не облагаются налогом на прибыль, а другие облагаются по повышенным или пониженным ставкам.

Для того, чтобы спланировать финансовое состояние, определить финансовую устойчивость и платежеспособность организации используем оценку финансовых результатов ПАО «Родина».

Для демонстрации оценки финансовых результатов ПАО «Родина» используем данные таблицы 1.

Таблица 1 – Оценка финансовых результатов ПАО «Родина»

Показатель	2013 г.		2014 г.		2015 г.		Темп роста, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Выручка	625353	100,00	1033089	100,00	1448718	100,00	231,66
Себестоимость продаж	534109	85,41	728824	70,55	1022184	70,56	191,38
Валовая прибыль (убыток)	91244	14,59	304265	29,45	426534	29,44	467,47
Коммерческие расходы	36338	5,81	67397	6,52	20899	1,44	57,51
Прибыль (убыток) от	54906	8,78	236868	22,93	405635	28,00	738,78

продаж							
Проценты к получению	872	0,14	2737	0,26	7144	0,49	819,27
Проценты к уплате	66065	10,56	68152	6,60	131788	9,10	199,48
Прочие доходы	96155	15,38	96563	9,35	105719	7,30	109,95
Прочие расходы	27409	4,38	42737	4,14	124239	8,58	453,28
Прибыль (убыток) до налогообложения	58459	9,35	225279	21,81	262471	18,12	448,98
Текущий налог на прибыль	185	0,03	2998	0,29	204	0,01	110,27
Прочее	123	0,02	-	-	-	-	-
Чистая прибыль (убыток)	58151	9,30	222281	21,52	262267	18,10	451,01

Годовая выручка за последний год составила 1 448 718 тыс. руб., что существенно (на 415 629 тыс. руб., или на 40,2 %) выше значения выручки за 2014 год.

За 2015 год прибыль от продаж составила 405 635 тыс. руб. Финансовый результат от продаж за весь рассматриваемый период резко вырос (на 168 767 тыс. руб., или на 71 %).

Чистая прибыль за исследуемый период 2013-2015 гг. увеличилась в 4 раза или на 204116 тыс. руб.

Изучая расходы по обычным видам деятельности, следует отметить, что организация не использовала возможность учитывать общехозяйственные расходы в качестве условно-постоянных, включая их ежемесячно в себестоимость производимой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг). Поэтому показатель «Управленческие расходы» за отчетный период в Отчете о финансовых результатах, отсутствует.

Ниже на рисунке 1 наглядно представлено изменение выручки и прибыли ПАО «Родина» в течение всего анализируемого периода.

За 2013-2015 гг. мы наблюдаем постепенное увеличение чистой прибыли в ПАО «Родина», что свидетельствует о планомерном развитии организации.

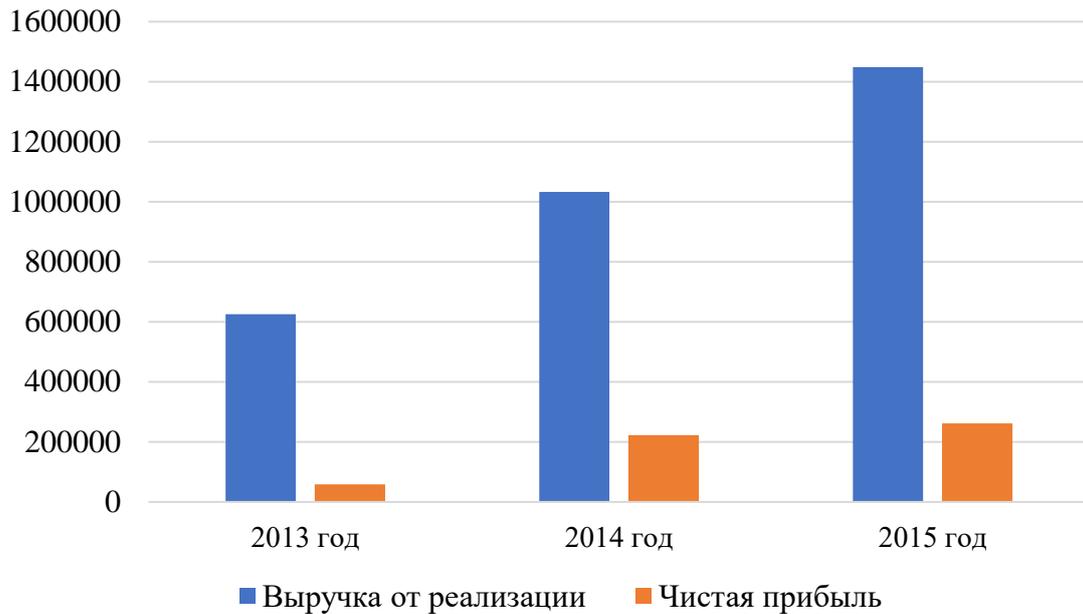


Рисунок 1 – Динамика структуры выручки и чистой прибыли

Далее рассмотрим основные виды деятельности общества, обеспечивающие не менее чем 10 процентов выручки (доходов) за 2015 год, в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ структуры выручки от реализации продукции в ПАО «Родина», тыс. руб.

Вид хозяйственной деятельности	2014 г.	2015 г.	Темп роста, %
Производство молока	448670	668691	149,04
Производство живой массы КРС	49604	95432	192,39
Производство пшеницы	186300	188047	100,94
Производство подсолнечника	82048	134602	164,05
Производство сахарной свеклы	155298	131861	84,91

Выручка от продажи молока за 2015 г. увеличилась на 49,04 % по сравнению с 2014 г. за счет увеличения объема реализуемого молока. Выручка от продажи живой массы КРС за 2015 г. возросла на 92,39 %, или на 45828 тыс. руб. по сравнению с 2014 г. за счет увеличения объема реализации. Выручка от продажи пшеницы за 2015 г. почти не изменилась по сравнению с 2014 г. Выручка от

продажи подсолнечника за 2015 г. возросла на 64,05 % по сравнению с 2014 г. за счет увеличения площади посева выращенного подсолнечника. Выручка от продажи сахарной свеклы за 2015 г. уменьшилась на 15,09 % по сравнению с 2014 г. за счет уменьшения объема продаж, в связи с уменьшением площади посева в 2014 г.

Финансовые результаты организации складываются под воздействием многих факторов и в них обобщаются результаты производственной и снабженческо-сбытовой деятельности, умелого использования рыночной конъюнктуры, маневренности собственными и заемные источниками формирования имущества организации и его отдельных частей, полнота использования ресурсного потенциала, системы материального стимулирования работников и другие факторы [5].

На величину цены единицы продукции оказывают влияние, следующее факторы: качество реализованной продукции, рынки ее сбыта, конъюнктуры рынка, сроки реализации, инфляционные процессы. Рассмотрим влияние каналов реализации на среднюю цену реализации в ПАО «Родина» в таблице 3.

Таблица 3 - Влияние каналов реализации ПАО «Родина» на среднюю цену реализации продукции в 2015 г.

Вид продукции	Продано Всего, ед.	В том числе по каналам реализации	
		Организациям, пред- принимателям, на рынках	На оплату дивиден- дов, доходов по паям
Зерновые и зернобо- бовые, вкл. кукурузу на зерно	270633	310984	23798
Сено	-	5557	-
Мука, крупа, отруби и др.	-	220	-
Сахар	-	684	-
Масла растительные	-	150	-
Молоко	189577	189577	-

Так как рассматриваемая организация основывается на производстве сельско-хозяйственной продукции, то очевидно, что основным каналом реализации ПАО «Родина» является продажа организациям, предпринимателям и на рынки.

На оплату дивидендов, доходов по паям реализовано всего 23798 тыс. руб. продукции зерновых из общей суммы.

В современных условиях хозяйствования используются 3 метода планирования прибыли:

- метод прямого счета;
- аналитический метод;
- метод совмещенного счета.

Метод прямого счета наиболее распространен в организациях в современных условиях хозяйствования. Он применяется при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Сущность его заключается в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах и полной ее себестоимостью за вычетом НДС и акцизов [3].

Расчету прибыли предшествует определение выпуска сравнимой и несравнимой товарной продукции в планируемом году по полной себестоимости в ценах отчетного года, а также остатков готовой продукции на складе и товаров, отгруженных на начало и конец планируемого года.

Аналитический метод применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу в целях его проверки и контроля. При аналитическом методе прибыль определяется не по каждому виду выпускаемой в планируемом году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно [1].

Кроме изложенных выше методов планирования прибыли существует так называемый метод совмещенного расчета. В этом случае применяются элементы первого и второго способов. Так, стоимость товарной продукции в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента, цен и другие, выявляется с помощью аналитического метода.

Расчет плановой прибыли должен быть экономически обоснованным, что

позволит осуществлять своевременное и полное финансирование инвестиций, прироста собственных оборотных средств, соответствующих выплат рабочим и служащим, а также своевременные расчеты с бюджетом, банками и поставщиками.

Рассчитаем плановую прибыль организации ПАО «Родина» методом прямого счета по каждому виду продукции. Расчеты плановой прибыли по каждому виду продукции продемонстрируем в таблице 4.

Таблица 4 – Планирование прибыли по видам продукции ПАО «Родина» на 2016 г.

Наименование показателя	Объем выпуска продукции в планируемом периоде, (т) 2016 г.	Цена на единицу продукции (за вычетом НДС и акцизов), тыс. руб. 2016 г.	Полная себестоимость продукции, тыс. руб. 2016 г.	Плановая прибыль 2016 г.
Пшеница озимая	23235	9,29	132681,88	215853,15
Ячмень озимый	3827	8,94	22280,75	34213,38
Кукуруза	26435	8,18	85413,08	216238,3
Подсолнечник	47732	4,64	94972,25	221476,48
Сахарная свекла	60548	2,25	93038,26	136233
Привес КРС	1402	95,53	67334,75	133933,06
Молоко	38518	22,88	471813,87	881291,84
Итого	X	X	X	1839239,21

В планируемом периоде ПАО «Родина» в 2016 году предполагается увеличить объем выпуска по всем видам продукции, за счет более высокой цены на продукцию, так как более высокая цена требуется, чтобы стимулировать увеличение производства, поскольку по мере расширения отрасли удельные издержки растут.

Увеличение объема выпуска продукции в 2016 году можно быть достигнуто расширением количества покупателей, расширением рынка сбыта.

Объем выпускаемой продукции может увеличиться за счет роста производительности труда, что снижает долю расходов по управлению и обслуживанию производства, и уменьшения себестоимости продукции животноводства и растениеводства.

Одной из мер увеличения объема выпуска продукции, и уменьшения

себестоимости продукции может являться роботизация производства. Для того, чтобы снизить уровень себестоимости продукции, можно частично роботизировать работу производства. В результате произойдет уменьшение доли условно-постоянных накладных расходов на единицу продукции, сокращения непроизводительных расходов, таких, как оплата сверхурочных работ, оплата простоев рабочих, снижение потерь от брака, а также удельных затрат по содержанию и эксплуатации оборудования. Снижение себестоимости продукции достигается за счет экономии на заработной плате работников, однако процесс роботизации производства достаточно затратный и дорогостоящий.

Планируемая прибыль на 2016 г. по всем видам продукции, по расчетам таблицы составила 1839239,21 тыс. руб., что на 390521,21 тыс. руб. больше по сравнению с 2015 г. Таким образом, причинами увеличения прибыли может стать уменьшение себестоимости продукции, увеличение производства, привлечение новых каналов сбыта, привлечение новых технологий производства.

Список литературы

1. Вакуленко, Т. Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т. Г. Вакуленко, Л. Ф. Фомина. - 4-е изд., перераб. и доп. - СПб.: Изд. дом Герда, 2014. - 288 с.
2. Горелик, О. М. Парамонова, Л. А. Управленческий учет и анализ: учеб. пособие / О. М. Горелик, Л. А. Парамонова - М.: 2015. - 256 с.
3. Донцова, Л. В. Никифорова Н. А. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова - М.: Питер, 2015. - 160 с.
4. История экономических учений: Учебник / Я. С. Ядгаров. – 4-е изд., перераб. и доп. -М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 480 с.
5. Ефимова, О. В. Мельник, М. В. Анализ финансовой отчетности / О. В. Ефимова, М. В. Мельник - Омега-Л, 2013. 400 с.
6. Ковалев, А. И. Анализ финансового состояния предприятия / А. И. Ковалев, В. П. Привалов. - 4-е изд, испр. и доп. - М.: Центр экономики и маркетинга,

2013. - 204 с.

7. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры /В. В. Ковалев: М.: Финансы и статистика, 2014. - 560 с.

8. Макарьева, В. И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации: учебное пособие / В. И. Макарьева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 364 с.

УДК 336

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСЧЕТОВ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

Тетюхина Елизавета Петровна

студентка учетно-финансового факультета

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени
И. Т. Трубилина», город Краснодар

***Аннотация:** В исследование изучены особенности учета расчетов в соответствии с МСФО, рассмотрена дебиторская и кредиторская задолженность в соответствии с МСФО.*

In the study studied the features of the account of calculations in accordance with IFRS, considered receivables and payables in accordance with IFRS.

***Ключевые слова:** учет расчетов, МСФО, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, финансовые активы, авансы выданные.*

***Keywords:** accounting, IFRS, receivables, payables debt, financial assets, advances paid.*

В нынешнее время большинство государств стараются построить национальную систему бухгалтерского учета с учетом международных стандартов

финансовой отчетности. Ведение такого учета в форме некоего тандема благоприятен для более крупных организаций, которые расширяют свою сферу деятельности как внутри РФ, так и за ее границей.

Одним из моментов необходимости ведения бухгалтерского учета по международным стандартам заключается в том, что МСФО упрощают выход на рынок, способствуют снижению затрат на привлечение капитала.

Согласно МСФО дебиторская задолженность и ссуды выделяются в отдельный класс финансовых активов и определяются как «непроизводные финансовые активы с фиксированными или определяемыми платежами, которые не котируются на активном рынке» (согласно параграфу 9 МСФО (IAS) 39). Исключения составляют активы, которые предназначены для продажи, или товары (для торговых компаний), если компания планирует их выбытие в ближайшем будущем.

Этот класс финансовых активов может включать:

- торговую дебиторскую задолженность;
- инвестиции в долговые инструменты и банковские депозиты;
- заемные активы [6].

Если финансовые активы котируются на рынке, то по МСФО (IAS) 39 они не могут быть классифицированы как ссуда или дебиторская задолженность.

Авансы, выданные и переплата по налогам, как в российской отчетности, так и в отчетности по МСФО обычно раскрываются в разделе «Дебиторская задолженность». Однако если следовать определению дебиторской задолженности, приведенному в МСФО (IAS) 39, то перечисленные статьи не являются дебиторской задолженностью.

Авансы, выданные и переплата по налогам, по сути, относятся к расходам, которые временно учтены на балансе до момента совершения хозяйственной операции. Они классифицируются как «расходы, оплаченные авансом».

Если эти статьи имеют значительную величину и существенны с точки зрения отчетности в целом, то они в обязательном порядке будут раскрываться

непосредственно в балансе. Но обычно такие статьи, как авансы и переплата по налогам, незначительны, поэтому показываются в балансе вместе с торговой и прочей дебиторской задолженностью и только в пояснениях к отчетности раскрываются отдельно.

Кредиторская задолженность определяется как «обязательство оплатить товары или услуги, которые были получены или поставлены и на которые либо были выставлены счета-фактуры, либо они были формально согласованы с поставщиком» (согласно параграфу 11а МСФО (IAS) 37).

Порядок раскрытия информации в финансовой отчетности по дебиторской и кредиторской задолженностям излагается в МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты-раскрытия и представление информации» (Financial Instruments: Disclosure and Presentation) [5].

Для признания дебиторской и кредиторской задолженностей в учете используются общие критерии признания активов и обязательств. Чтобы актив или обязательство были признаны таковыми, необходимо одновременное соответствие следующим критериям:

- существует высокая вероятность получения (оттока) экономических выгод, связанных с данным активом (обязательством);
- стоимость актива или обязательства может быть надежно оценена.

Степень вероятности поступления (выбытия) экономических выгод оценивается руководством компании самостоятельно.

Дебиторская и кредиторская задолженности оцениваются одним из следующих методов:

- исторической стоимости;
- справедливой стоимости;
- чистой стоимости реализации;
- амортизированной стоимости.

При первоначальном признании дебиторская и кредиторская задолженности оцениваются по справедливой стоимости (по стоимости сделки), включая

затраты по совершению сделки, которые напрямую связаны с приобретением или выпуском финансового актива или финансового обязательства [4].

После первоначального признания дебиторская и кредиторская задолженности оцениваются по амортизируемой стоимости с применением метода эффективной ставки процента. При этом под амортизируемой понимается стоимость финансового актива или обязательства, которая была определена при его первоначальном признании, за вычетом стоимости его погашения, суммы накопленной амортизации, начисленной с разницы между первоначальной стоимостью и стоимостью на момент погашения.

Эффективная ставка процента - это ставка, которая позволяет привести планируемые суммы денежных выплат (поступлений до погашения) к дисконтированной балансовой стоимости финансового актива или обязательства. По методу эффективной ставки процента рассчитывается и начисляется процентный доход или расход на выплату процентов в течение рассматриваемого периода. При расчете учитывается списание безнадежной задолженности или признание резерва под обесценение дебиторской задолженности. Для кредиторской задолженности расчет амортизированной стоимости проводится аналогичным образом, но зеркально по отношению к финансовому активу [3].

При отражении активов и обязательств необходимо помнить, что первостепенное значение в данном случае имеет принцип консерватизма, согласно которому величина активов не должна быть завышена, а величина обязательств занижена, поэтому в этой статье большое внимание уделено учету дебиторской задолженности. Для соблюдения этого принципа финансовые активы также преимущественно оцениваются по справедливой стоимости, а обязательства – по амортизационной стоимости.

В МСФО нет стандарта, регламентирующего учет дебиторской и кредиторской задолженности как таковых. Принципы учета вытекают из многих отдельных стандартов (МСФО (IAS) 18, МСФО (IAS) 11, МСФО (IAS) 32 и МСФО (IAS) 39 и т.д.), а вопросы учета дебиторской и кредиторской задолженностей,

так или иначе, затрагиваются практически во всех стандартах.

Синтетический и аналитический учет дебиторской и кредиторской задолженностей должен быть организован таким образом, чтобы обеспечивать прозрачность и простоту формирования необходимых раскрытий информации в финансовой отчетности, а также управление этими активами и обязательствами [2].

При разработке аналитических процедур для целей МСФО важным моментом является создание подробного плана счетов, который позволял бы легко формировать не только саму отчетность, но и необходимую дополнительную информацию. В качестве примера можно привести аналитический учет первого уровня, когда для каждой операции в компании дается унифицированное определение (торговая задолженность, авансы на капитальное строительство, авансы поставщикам на поставку материалов, на предоставление услуг). Это определение позволяет корректно группировать данные учета для целей подготовки отчетности по МСФО, в том числе отчета о движении денежных средств.

Цель инвентаризации по МСФО – это выявление просроченной дебиторской задолженности для работы с сомнительными долгами и подтверждение балансовых данных на определенную дату. Кроме требований, указанных в МСФО, организация предоставляет любую дополнительную информацию, необходимую пользователям финансовой отчетности для понимания ее финансового положения и результатов деятельности за отчетный период. Состав такой информации определяется профессиональным суждением руководства, которое несет ответственность за составление данной отчетности. Эти сведения являются неотъемлемой частью отчетности и должны соответствовать финансовому положению и деятельности компании [3].

Таким образом, учет дебиторской и кредиторской задолженностей влияет на величину оборотного капитала организации, позволяет эффективно использовать временно свободные средства и не допускать появления безнадежных долгов.

В МСФО нет специального стандарта, посвященного дебиторской и

кредиторской задолженностям, однако при составлении отчетности необходимо соблюдать консерватизм, чтобы не ввести в заблуждение ее пользователей.

Список литературы

1. Бариленко В. И. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. изд. 4 - е перераб./ под общ. ред. В. И. Бариленко.- М.: КНОРУС, 2015.- 234 с.
2. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: учебник. – 4-е изд., доп. и перераб./ М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 416 с.
3. Гиляровская Л. Т., Экономический анализ – под ред. Л. Т.Гиляровской, Москва, ЮНИТИ – 2014 г.
4. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности: учебник изд. 5 - е доп. и перераб. / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2012 г. - 368 с.
5. Зонова А. В., Бачуринская И. Н., Горячих С. П. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие./ А. В. Зонова, И. Н. Бачуринская, С. П. Горячих. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер, 2011 - 480 с.
6. Ковалёв А. И., Привалов В. П. Анализ финансового состояния предприятия./ А. И. Ковалев, В. П. Привалов – М.: Центр экономики и маркетинга, 2014. – 208 с.

«Фундаментальные основы науки»
I Международная научно-практическая конференция
Научное издание

Научно-исследовательский центр «Иннова»
353440, Россия, Краснодарский край, г.-к. Анапа,
ул. Крымская, 216, оф. 32/2
Тел.: 8 (918) 38-75-390; 8 (861) 333-44-82
Подписано к использованию 26.10.2018 г.
Объем 1,86 Мбайт. Электрон. текстовые данные