

Секция ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

СОДЕРЖАНИЕ

1. [КОСВЕННЫЙ МЕТОД АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ](#)
Астанина Л.А. – студент, Дронова О. Б. – к.э.н., доцент
2. [СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТАРИФНО-ЦЕНОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОСЕТЕВОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ](#)
Бастрыкин К.В. – студент, Никитина О.Л. – доцент
3. [KPI \(KEY PERFORMANCE INDICATORS\): ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ](#)
Бородин Н.А. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
4. [УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ](#)
Булгакова В.В., Москвина Н. С. – студенты, Дронова О.Б. - к.э.н., доцент
5. [БАНКОВСКИЙ ВКЛАД КАК ИНСТРУМЕНТ АККУМУЛЯЦИИ СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ НА РЫНКЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ](#)
Бурыкина А.А. - студент, Дронова О.Б. - к.э.н., доцент
6. [ФАКТОРЫ И ПРИЧИНЫ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ](#)
Головина В.Е. – студент, Дронова О.Б. – к.э.н, доцент
7. [СОВРЕМЕННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ](#)
Гофман А.В. - студент, Мачин К.А. - к.э.н., доцент
8. [РЫНОК МАШИНОСТРОЕНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ](#)
Гусев А.П. – студент, Козлова Ж.М. – к.э.н., доцент
9. [АНАЛИЗ РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК ПО РОССИИ](#)
Данилина В.А., Плешкова А.А. - студенты, Мачин К.А. - к.э.н., доцент
10. [МЕХАНИЗМ ДЕЙСТВИЯ ФИНАНСОВОГО РЫЧАГА](#)
Ковнер А.А. – студент, Дронова О.Б. - к.э.н., доцент
11. [ОБЗОР РЫНКА МОЛОКА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ](#)
Ковнер А.А., Панина Д.Е. – студенты, Мачин К.А.– к.э.н., доцент
12. [РЕШЕНИЯ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ](#)
Королева Т.С., Гельвих С.О. – студенты, Дронова О.Б. - к.э.н, доцент.
13. [К ВОПРОСУ О МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ](#)
Краснолуцкая В.А. - студент, Козлова Ж.М. - к.э.н., доцент
14. [ПОЛИТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗАЁМНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ](#)
Морозова А.А. – студент, Дронова О.Б. - к.э.н, доцент.

15. [АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОТОВОЙ СВЯЗИ](#)
Москвина Н.С., Булгакова В.В. – студенты, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
16. [СИСТЕМА УЧЕТА ЗАТРАТ «ДИРЕКТ – КОСТИНГ»](#)
Панина Д.Е. – студент, Дронова О.Б. – к.э.н, доцент.
17. [СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ БИТКОИНА В ЭКОНОМИКЕ](#)
Панина Д.Е., Олийнек А.В. – студенты, Любичкая В.А. – к.э.н., доцент
18. [МЕТОДЫ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ](#)
Перепечина К.О. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
19. [КРИПТОВАЛЮТЫ: СУЩНОСТЬ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ](#)
Плешкова А.А. – студент, Любичкая В.А. – к.э.н., доцент
20. [ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ](#)
Попова Л.А. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
21. [СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ](#)
Припутина А.В. – студент, Белова Т.Ю. – к.т.н., доцент
22. [СПЕЦИФИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖКХ](#)
Сартакова А.В. – студент, Белова Т.Ю. – к.т.н., доцент
23. [КОНТРАКТ КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЭНЕРГЕТИКЕ](#)
Синицын Д.О. – студент, Никитина О.Л. – доцент
24. [СГОВОР: СУЩНОСТЬ И ВИДЫ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ](#)
Стеклянная Я.Ю. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
25. [СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА](#)
Степашина Е. В.- студент, Козлова Ж.М.- к.э.н., доцент
26. [ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ» В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ](#)
Ступина А.О., Стеклянная Я.Ю. – студенты, Дронова О.Б. – к.э.н, доцент.
27. [НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ](#)
Татарников Р.Д. – студент, Дронова О.Б. – к.э.н., доцент
28. [ФЕНОМЕН ЗАРАБОТКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM](#)
Торчина О.И. – студент, Пашкевич Т.В. – к.ф.н., доцент
29. [ОСНОВЫ АНАЛИЗА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ](#)
Трифорова М.А. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент

30. [АНАЛИЗ СДЕРЖИВАЮЩИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ РОССИИ](#)
Тыштыкбаева А.Е. – студент, Никитина О.Л. – доцент
31. [ВЗАИМОСВЯЗЬ СТАДИЙ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ С УПРАВЛЕНИЕМ ПЕРСОНАЛОМ](#)
Чеховских У.Ю. – студент, Козлова Ж.М.- к.э.н., доцент
32. [ОСНОВЫ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ](#)
Пашкова А.А. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент

КОСВЕННЫЙ МЕТОД АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

Астанина Л.А. – студент, Дронова О.Б. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Анализу движения денежных средств в мировой учетно-аналитической практике придается большое значение, связанное с неравномерностью денежных поступлений и выплат.

Проведение анализа движения денежных средств важно для планирования финансово-хозяйственной деятельности предприятия, направленной на перспективу, и для оценки платежеспособности.

Для проведения данного анализа, как правило, применяют прямой и косвенный методы. Разница между методами состоит в том, в какой последовательности будут происходить процедуры определения величины денежных потоков в результате текущей деятельности.

Как правило, компании предпочитают косвенный метод, по той причине, что информацию необходимую для его создания можно найти в любой системе бухгалтерского учета.

Сутью прямого метода является исчисление положительного денежного потока, который формируется при помощи выручки от реализации продукции (работ, услуг), а также денежного оттока, происходящего из оплаты счетов поставщиков и возвратом краткосрочных ссуд и займов.

Основу косвенного метода составляет идентификация и учет операций, составленных из движения денежных средств и других статей баланса, и корректировка чистой прибыли.

Использование косвенного метода в процессе анализа показывает каким образом прибыль влияет на чистый денежный поток и почему существует разница между этими двумя показателями.

Метод балансовой увязки является основой для анализа косвенным методом. Его суть представлена в ниже приведенной схеме (рисунок 1).

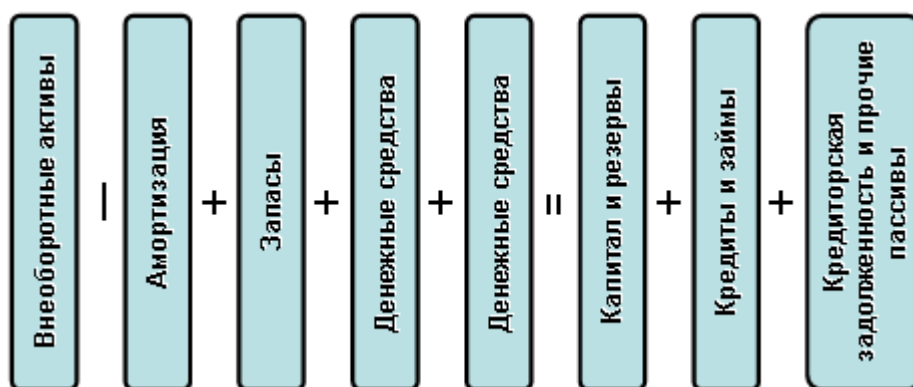


Рисунок 1 – Балансовая увязка активов и пассивов

Определение денежных средств, исходя из вышеприведенной модели, будет осуществляться следующим образом (рисунок 2). Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что существует прямая связь между увеличением денежных средств и увеличением капитала предприятия, его резервов, полученных кредитов и займов, а также ростом кредиторской задолженности. В тоже время увеличение внеоборотных активов, запасов товарно-материальных ценностей и дебиторская задолженность выказывают отрицательный эффект на денежных средствах.

Косвенный метод объясняет, почему существует расхождение между размером прибыли и изменение денежных средств за отчетный период.

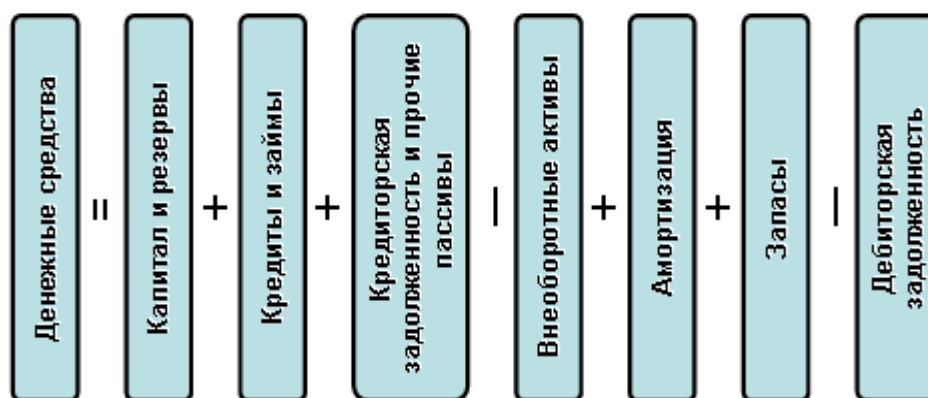


Рисунок 2 - Алгоритм определения денежных средств, на основании балансовой увязки активов и пассивов организации

Объяснением может послужить тот факт, что в процессе производственной деятельности предприятия возникают отдельные виды доходов и расходов, которые влияют на прибыль, но не затрагивают величину денежных средств организации:

1. Отражаемая в отчете прибыль (убыток) предприятия, определяемая в виде разницы между начисленными в данном периоде доходами и расходами, также учитывает:

- расходы будущих периодов;
- отложенные платежи (начисленные и увеличившие себестоимость);
- амортизация основных средств и нематериальных активов.

2. Сокращение остатков оборотных активов приводит к притоку денежных средств, а их увеличение – к оттоку. Предприятие, накапливающее товарно-материальные ценности, сталкивается с оттоком денежных средств, и его прибыль не изменится пока запасы не перейдут в производство.

3. Не смотря на кредиторскую задолженность предприятие имеет право использовать запасы, которые еще не оплачены.

4. Хотя приобретение активов долгосрочного характера и не отражается на прибыли, тем не менее их реализация изменяет финансовый результат предприятия.

5. В качестве источников увеличения денежных средств предприятия выступает не только прибыль, но также и заемные средства.

При анализе движения денежных средств производится корректировка чистой прибыли на величину этих доходов, это должно происходить таким образом, чтобы статьи доходов и расходов не влияли на величину чистой прибыли. Таким образом, величина чистой прибыли изменяется в величину изменения денежных средств от текущей деятельности.

Можно сделать вывод о том, что чистая прибыль корректируется на:

1. Изменения в запасах, дебиторской и кредиторской задолженности в отчетном периоде;
2. Не денежные статьи: амортизация, нереализованная прибыль и так далее;
3. Статьи, ведущие к возникновению денежных потоков по инвестиционной и финансовой деятельности.

Подытожив, можно сделать вывод, что денежные средства состоят в первую очередь из чистой прибыли. На втором месте расположилась амортизация, хоть она и не связана с движением денежных средств. А остальные источники образования и направления использования денежных средств являются изменениями в различных статьях баланса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анализ финансовой отчетности: Учеб. Пособие / О.В. Ефимова [и др.]. – М.: Омега-Л, 2013. – 388

2. Бычкова, С.М., Бадмаева Д.Г. Методика анализа денежных средств и денежных потоков организации // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 21. – С. 23-29.

3. Семенов, В. И. Сравнение методов оценки денежных потоков по балансу / В. И. Семенов // Справочник экономиста. – 2015. – № 5. – С. 36-49.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТАРИФНО-ЦЕНОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОСЕТЕВОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ

Бастрыкин К.В. – студент, Никитина О.Л. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Совершенствование тарифно-ценового регулирования оказывает огромное влияние на конкурентоспособность отдельных электросетевых предприятий, как на оптовом рынке, так и на розничном рынках электроэнергии. Наиболее конкурентные сетевые компании впоследствии имеют возможность приватизации менее успешных конкурентов. Поэтому разработка современных подходов к регулированию цен на тарифы электроэнергии является немаловажным фактором как для производителя, отвечающего за производство и сбыт электроэнергии, заинтересованного в первую очередь в привлечении клиентов, так и для потребителей, которые хотят приобретать электроэнергию по наиболее приемлемым для них тарифам.

В первую очередь надо понимать, что есть монопольные (транспорт, производство), а есть конкурентные (сбыт) отрасли энергетики. В настоящее время некоторые монопольные компании ведут совместную деятельность лишь с определенными сбытовыми компаниями, порождая нечестную конкуренцию и подготавливая почву для необоснованного повышения тарифов на электроэнергию. Разделение таких компаний может послужить основой для повышения конкурентоспособности сбытовых компаний в целом и остановить рост тарифов на электроэнергию [1].

Внедрение рыночных механизмов в систему тарифно-планового регулирования также будет способствовать развитию честной конкурентоспособности сбытовых компаний. В первую очередь, если обратиться к мировому опыту развития рынка электроэнергии, необходимо развивать как оптовую, так и розничную торговлю электроэнергией и мощностью. Участники таких рыночных отношений будут ориентированы в первую очередь на потребителя, получая ценовые сигналы о необходимости в том или ином объеме электроэнергии и мощности. Кроме того, это создаст стимул для экономии электроэнергии и снижении инвестиционных затрат.

Приватизация активов электросетевого комплекса также положительно скажется для развития конкурентоспособного рынка электроэнергии. Также это послужит стимулом для привлечения инвесторов, которые готовы будут вложить денежные средства в развитие электросетевого комплекса. Мировой опыт доказывает, что приватизация в электроэнергетике ведет к увеличению эффективности отрасли в целом.

Кроме того, при оценке обоснованности роста тарифов на электроэнергию является неравномерное «перекрестное субсидирование», потери от которого составили по прогнозам ПАО «Россети» на период с 2014 года по 2017 год 43,6 миллиарда рублей [2]. Его суть заключается в искусственном занижении тарифов для потребителей на низком напряжении и завышении для потребителей на высоком напряжении. На практике дела обстоит несколько иначе. Во-первых, население получает электроэнергию после понижения напряжения, что не сокращает, а увеличивает ее стоимость. Во-вторых, льготные тарифы для населения утрачивают всю свою льготность, если разобраться в технологии более подробно: промышленные предприятия оплачивают льготные тарифы для населения, а это ведет в свою очередь к повышению цены продукции сетевых предприятий и, как следствие, к увеличению

цен на электроэнергию. В этой цене уже заложена величина переплаты сетевого предприятия. Выходит, что население оплачивает свои собственные льготы [3].

Удорожанию электроэнергии также способствует федеральные законы о «последней миле» в электроэнергетике [4]. По условиям этих договоров ПАО «ФСК ЕЭС» не может владеть всеми магистральными сетями в целом, и обязана передать их часть в аренду холдингу МРСК. Идея законов о «последней миле» была в том, чтобы крупные потребители не заключали прямых договоров с ПАО «ФСК ЕЭС», что снизило бы тариф для них, но повысило бы тариф для прочих более мелких потребителей. Однако введение посредника в лице МРСК между производителем и потребителем электрической энергии приводит не только к тому, что крупные потребители обязаны переплачивать, платя и ПАО «ФСК ЕЭС» и МРСК, но и к тому, что такое положение дел заставляет крупные сбытовые компании повышать цены на свою продукцию. Это в свою очередь способствует повышению тарифов на электрическую энергию для населения.

Проанализировав основные факторы, влияющие на рост тарифов на электроэнергию можно сделать вывод, что остановить рост тарифов может государственная политика в области энергетики, направленная на реализацию программ по развитию конкурентоспособности сбытовых компаний, приватизации активов электросетевого комплекса и отмену таких государственных законов в энергетике, как «перекрёстное субсидирование» и «последняя миля».

Список литературы:

1. Орлова, Ю. А. Реформа регулирования тарифов электросетевых компаний России: условия повышения конкурентоспособности сектора / Орлова Ю. А. // Современная конкуренция. – 2014. – №4 (46).
2. Панкстыанов, Ю. Н. Совершенствование тарифной политики электросетевого комплекса / Панкстыанов Ю. Н. // Современная конкуренция. – 2013. – №3 (51).
3. Райчук, А. И. О проблеме «перекрестного субсидирования» в электроэнергетике / Райчук А. И. // Энергосовет. – 2013. – № 7 (16).
4. Проблема последней мили в энергетике: состояние и перспективы решения [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа : <http://mcep.svpressa.ru/issue/news.php?id=17474>

KPI (KEY PERFORMANCE INDICATORS): ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Бородин Н.А. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

В наше время невозможно представить развитие современного общества без повсеместного и постоянного внедрения инноваций, характеризующихся совокупными и непрерывно возникающими во времени и пространстве прогрессивными и качественно новыми изменениями.

В современных динамичных условиях ведения бизнеса, материальной и нематериальной мотивации сотрудников уделяется все больше внимания.

К сожалению, если судить по российскому, а не по иностранному, опыту, компании очень неохотно встают на инновационный путь развития. Связано это с тем, что большая часть промышленных предприятий в состоянии удерживаться на плаву, не прибегая к инновационной деятельности, в связи с чем и персонал не заинтересован в инновациях и росту производительности труда. Но об этом чуть позже.

Заработная плата – единственный действенный рычаг воздействия на трудовые ресурсы в нашей стране, способный в наибольшей мере мотивировать работника.

Оплата труда в российских организациях и предприятиях в основном базируется на тарифной системе, основными элементами которой являются оклады и премии. Но тарифная система не позволяет в полной мере творчески реализоваться работнику, поэтому для достижения гибкости при построении системы оплаты труда работников предприятий инновационного типа целесообразно использовать зарплатные схемы, построенные на иных принципах, например KPI (Key Performance Indicators), который мы разберем более подробно [1].

Показатель KPI уже несколько десятилетий успешно использовался американскими и западноевропейскими компаниями прежде чем прийти к нам.

В России KPI принято переводить как ключевой показатель эффективности. Стоит заметить, что это не совсем верно. Грамотнее будет называть его «ключевой показатель результата деятельности», потому как английское слово «performance» включает в себя как понятие эффективности, так и понятие результативности.

Но перейдем к практическому применению KPI. Этот показатель используется на предприятиях для того, чтобы было удобно измерять результаты работы как фирмы в целом, так и отдельных подразделений, а также непосредственно сотрудников. Плюс ко всему, с его помощью упрощается процесс мотивирования персонала на достижение требуемых результатов. Конечно, использование этого показателя имеет смысл в основном для тех работников, чей доход напрямую зависит от результатов труда. К примеру, в страховых компаниях – это прежде всего агенты, в торговых фирмах – менеджеры по продажам и так далее [3].

Ключевые показатели эффективности можно разделить на: запаздывающие и оперативные. Первые – отражают результаты деятельности по истечении периода, а вторые – дают возможность управлять ситуацией в пределах отчетного периода с целью достижения заданных результатов по его истечении [2].

В 2015 году исследовательским центром портала Superjob.ru был проведен опрос среди менеджеров по персоналу и других представителей кадровых служб, которые несут ответственность за подбор персонала. Опрос проводился по всей России и было опрошено 1000 респондентов. Опрашиваемым был задан следующий вопрос: «Используется ли KPI в их компании?». Результаты опроса представлены в таблице ниже [4].

Анализ таблицы показал, что 46% респондентов сказали, что KPI в их компании не используются. 23% работодателей применяют их для некоторых категорий сотрудников, 26% – для большинства работающих. 5% опрошенных затруднились с ответом.

Вариант ответа	Все	Кол-во сотрудников					
		До 50	50-100	100-500	500-1000	1000-5000	Свыше 5000
нет, не используются	46%	61%	62%	50%	31%	24%	22%
да, используются для некоторых категорий сотрудников	23%	16%	17%	25%	32%	28%	27%
да, используются для большинства категорий сотрудников	26%	15%	18%	21%	32%	43%	46%
не знаю, затрудняюсь ответить	5%	8%	3%	4%	5%	5%	5%

Чем компания больше, тем активнее она применяет научно обоснованные методы оценки труда персонала. 61% фирм численностью менее 50 человек вполне обходятся и без методик KPI, применяют их для большинства персонала лишь 15% небольших компаний. Однако только каждое пятое (22%) предприятие или организация, где трудится от 5000 человек и больше, KPI не использует. Применяют подобные показатели для оценки работы большинства сотрудников 46% крупных работодателей [4].

К сожалению, это подтверждает мое слово о том, что в современной России компании очень неохотно встают на инновационный путь развития, о чем я говорил ранее. Ведь только благодаря показателю КРІ можно было бы улучшить ситуацию на рынке труда во много раз, ведь работники бы были более мотивированными, а обычная тарифная система с окладами и премиями хоть немного бы уступила место инновационным подходам оплаты труда. Кроме того, помимо стимулирования и мотивации сотрудников, КРІ используется руководителем как инструмент анализа деятельности подчиненных, помогающий ясно увидеть, на каком этапе работы у его сотрудника провал.

В конце хочется добавить, что на мой взгляд КРІ – это ключевой показатель, без которого очень сложно работать. КРІ необходим как «воздух» для эффективности и достойной мотивации работников.

Список литературы

1. Галимова А.Ш., Галина А.Э. Мотивы и факторы сбережений и инвестиций домашних хозяйств // Евразийский юридический журнал. – 2016. – №6. – С. 224-226.
2. Галимова Л.Ф., Галина А.Э. Социальный пакет как инструмент мотивации персонала // Электронный научно-практический журнал «Экономика и менеджмент инновационных технологий». – Режим доступа: [//ekonomika.snauka.ru/2015/03/7472](http://ekonomika.snauka.ru/2015/03/7472)
3. Голованова Е.Н. Методика оценки работников инновационного предприятия по нескольким критериям эффективности использования их человеческого капитала // Предпринимательство. – 2013. – №8. – С. 11-14.
4. Superjob.ru [Электронный ресурс]/ КРІ используют почти в каждой второй компании. – Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles/111689/kpi-ispolzuyut-pochti-v-kazhdoj-vtoroj-kompanii/>, свободный.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Булгакова В.В., Москвина Н. С. – студенты, Дронова О.Б. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Ведение предпринимательской деятельности напрямую связано с рядом рисков, в которые входит риск того, что контрагенты будут не в состоянии либо ненадлежащим образом исполнять свои денежные обязательства. С целью быстрого и успешного развития организации требуется постоянное увеличение объемов производства, но это является недостаточным условием для обеспечения роста прибыли и выручки. Из этого следует, что одной из первоочередных задач компании является стимулирование роста продаж, которое в свою очередь поспособствовало возникновению такой категории как дебиторская задолженность. Несмотря на то, что данный вид задолженности может привести к банкротству, успешное управление ею позволит компании не только увеличить объемы реализации, но и приведет к получению дополнительной прибыли [1].

Дебиторская задолженность появляется вследствие заключения договора между контрагентами, а именно момент, когда передача права собственности не совпадает со временем непосредственной оплаты товаров или услуг.

Дебиторская задолженность – это сумма задолженностей, причитающейся компании от должников, полученная в ходе осуществления различных хозяйственных операций. Регулирование дебиторской задолженности – это функция финансового менеджера. Его целью деятельности – повышение прибыльности фирмы за счет оптимального управления дебиторским долгом [2].

Данные статистических исследований говорят, что около 20-25% активов большинства промышленных компаний приходится на дебиторскую задолженность, в то время как на кредитную задолженность – всего 10-15% от всего объема пассивов.

Другими словами, в условиях реальной экономики около $\frac{1}{4}$ части активов организации приходится на дебиторскую задолженность. Управляющим компании необходимо учитывать этот момент при формировании краткосрочной политики предприятия. Управляя дебиторской задолженностью, компания должна решить следующие задачи: сокращение времени между отправкой товара клиенту и получением оплаты компанией; снижение доли «плохих» долгов (то есть долгов, которые вызывают сомнения в выплате, либо уже точно известно, что платеж со стороны покупателя не будет выполнен); эффективная политика по увеличению объемов продаж и продвижению продукта на рынке.

Процесс управления дебиторским долгом включает в себя указанные ниже направления деятельности:

- контроль за образованием дебиторского долга и менеджмент его образованием;
- разработка политики по предоставлению денежных средств (кредита) потребителям;
- ранжирование и исследование клиентов по их кредитным историям;
- отслеживание проведенных расчетов по отложенным и просроченным задолженностям;
- прогнозирование сроков выплат от должников, используя коэффициент ДЗ;
- разработка способов стимуляции выплат и уменьшение процента безнадежных задолженностей.

Также, принято выделять следующий перечень факторов, влияющих на размер дебиторского долга:

- общий объем проданной продукции и процент реализованной продукции с отложенной оплатой. При увеличении объемов продаж, обычно и увеличиваются суммы дебиторской задолженности;
- условия предоставления товара потребителям;
- стратегия взимания дебиторской задолженности с должников. Предприятие, проявляя инициативу, уменьшает размеры и процент невозвратному долгу;
- требования к покупателям, с которыми будут заключены договора с отложенной оплатой. Чем лояльнее эти требования, тем более вероятно, что долг не будет выплачен [5].

Комплекс мер в управлении задолженностью дебиторов условно можно поделить на 2 большие группы: совокупность способов, которые направлены на уменьшение доли невозвратного и просроченного долга, и кредитная политика, позволяющая максимизировать эффективность использования дебиторского долга при повышении объемов реализации продукции.

Кредитная политика – комплекс мер и требований, которые определяют условия предоставления кредита и разнообразных отсрочек платежей предприятию-покупателю.

Существует три типа кредитной политики, которой могут придерживаться предприятия [2]:

1) Либеральная политика. Срок на который предприятие готово предоставлять кредит превышает 30 дней. Эта политика позволяет организации привлечь большой объем покупателей, тем самым существенно увеличить объем продаж, но существует большая вероятность возникновения «плохих» задолженностей.

2) Умеренная кредитная политика. Срок предоставления кредита – до 30 дней. Сделка должна обязательно подкрепляться гарантиями, такие действия помогают снизить риск не выплаты долга, сократить затраты предприятия на содержание долга.

3) Строгая кредитная политика. Отгрузка товара осуществляется после предоплаты, это снижает процент риска долгосрочной задолженности. Эта политика может быть выгодна только крупным фирмам, спрос которых не сократится.

Для того чтобы дать качественную оценку управлению дебиторской задолженности, приятно использовать ряд следующих показателей [3]:

1. Оборачиваемость ДЗ:

$$K_{\text{дз}} = V_p / \text{ДЗ}, \quad (1)$$

где $K_{\text{дз}}$ – оборачиваемость дебиторского долга, оборотов;

ДЗ – средний размер долга;

V_p – объем проданной продукции.

Первый коэффициент отображает динамику изменения размеров коммерческого кредита предоставленного фирмой. Если при осуществлении расчетов коэффициента выручка берется по передаче прав собственности, то повышение показателя говорит о снижении объемов продаж в кредит, а понижение показателя говорит о увеличении объемов дебиторской задолженности.

2. Формула для расчета времени погашения ДЗ:

$$K_{\text{лдз}} = T / K_{\text{дз}}, \quad (2)$$

где $K_{\text{лдз}}$ – срок ликвидации дебиторской задолженности, дн.;

$K_{\text{дз}}$ – оборачиваемость дебиторского долга, оборотов;

T – отчетный период.

Чем больше срок ликвидации кредитов, тем больше вероятность переквалификации задолженности в безвозвратную. Данный показатель необходимо рассматривать по условиям заключенных договоров.

3. Удельный вес ДЗ в общем объеме оборачиваемых средств:

$$y_{\text{дз}} = \left(\text{ДЗ} / \text{СО} \right) * 100, \quad (3)$$

где $y_{\text{дз}}$ – процент, занимаемый дебиторским долгом в объеме оборотных средств, %;

ДЗ – средний размер дебиторского долга.

Чем более высок процент занимаемый задолженностью, тем менее подвижной является структура имущества организации.

4. Удельный вес сомнительной задолженности в структуре дебиторской задолженности:

$$y_{\text{сдз}} = \left(\text{СЗ} / \text{ДЗ} \right) * 10, \quad (4)$$

где $y_{\text{сдз}}$ – процент занимаемый сомнительной задолженностью в структуре дебиторской задолженности, %;

СЗ – размер сомнительной задолженности, руб.;

ДЗ – средний размер дебиторской задолженности.

Этот коэффициент описывает «качество» задолженности, повышение показателя говорит о снижении ликвидности.

В условиях современной экономики существует множество способов менеджмента дебиторской задолженностью, интересными из которых, по мнению авторов статьи, являются факторинг и форфейтинг [4, с. 293].

Факторинг – услуга, которая связана с приобретением выгоды за осуществление продаж в кредит; это передача прав другому лицу на взимание долга. Положительной стороной системы факторинга является информирование о неоплате долга.

Форфейтинг – это выкуп долга у кредитора, который показывается в оборотном документе, на безоборотном основании, то есть форфейтер, он же покупатель долга, имеет возможности потребовать выплату долга с кредитора, когда должник не выполняет условия договора. Продажа долга форфейтеру обязательно осуществляется со скидкой.

Динамика роста дебиторской задолженности, особенно в условиях кризиса, обеспечивают существенные угрозы для продолжения деятельности фирмы. Поэтому одной из главных задач в организации значится продуктивное управление задолженностью дебиторов, которое оптимизирует ее объем, и обеспечение выплаты долга в установленный срок.

Список литературы

1. Кузьменко О.А., Латышева К.В. Управление дебиторской задолженностью // V Всероссийская заочная электронная научная конференция «Проблемы учета, анализа, аудита и налогообложения». URL: <http://econf.rae.ru/article/8442> (дата обращения: 02.11.2017).
2. Дранец Е. А. Дебиторская задолженность и методы ее управления в организации // IX Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых «Россия молодая». URL: <http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2017/RM17/pages/Articles/0702012-.pdf> (дата обращения: 01.11.2017).
3. Воробьева Е.В. Оптимизационные схемы регулирования дебиторской задолженности предприятия // Экономика и управление. – 2015. №9 (58). – с. 203-206.
4. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет (финансовый, управленческий) // 5-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА, 2016. – 584 с.
5. Капранова И. П., Соловьёва И.А. Управление дебиторской задолженностью предприятия // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – №4 (часть 3). – с. 157-159.

БАНКОВСКИЙ ВКЛАД КАК ИНСТРУМЕНТ АККУМУЛЯЦИИ СБЕРЕЖЕНИЙ
НАСЕЛЕНИЯ НА РЫНКЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Бурыкина А.А. - студент, Дронова О.Б. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В наши дни один из внутренних источников вовлечения в инвестиционный процесс государства – финансовый потенциал, который сосредоточен у населения в виде сбережений. Личные накопления граждан - это не только ресурсы, которые поддерживают ряд финансовых и нефинансовых организаций, а также их функционирование, осуществляющих посреднические функции в движении капитала, но также и для дальнейшего развития российской экономики полностью. Привлечение сбережений населения в виде инвестиций в экономику может положительно воздействовать на экономическую ситуацию в стране и снизить дефицит ликвидности и способствовать развитию производства.

По экономическому смыслу, сбережение населения означает «отложенное потребление», которое нацелено на будущие потребности. Выделяют две основные формы сбережений: неорганизованные и организованные сбережения. Первая форма сбережений представляет собой денежные средства населения в российской и иностранной валюте; вторая форма характеризует денежные средства для создания накоплений в виде вкладов в кредитные организации или для приобретения ценных бумаг.

В структуре использования денежных доходов сбережения населения Алтайского края в настоящее время занимает 11,9%. [2]

Сбережения населения - своеобразный фонд аккумулированных в определенных формах финансовых ресурсов, которые при определенных условиях могут трансформироваться в инвестиции. В пассивах банковской системы удельный вес средств физических лиц, привлеченных во вклады, вырос на 8,4% за период 2009-2016 гг. и составляет на момент 2016г. 29,5%, что показывает значимость источника финансовых ресурсов для банковской системы страны.

Банковский депозит крайне востребован и распространен среди российского населения, популярность чего связана с простотой. Выделяют два вида депозитов: срочные и до востребования. Срочные депозиты заключаются на определенный срок и имеют более низкую ставку. Но срочный договор не может содержать положения об отказе гражданина от права на получение вклада по первому требованию. Это обстоятельство делает оба депозита в нашей стране «до востребования», что не позволяет банкам в полной мере использовать финансовые ресурсы. Учитывая состояние экономики на конец 2016г., можно сказать, что

депозиты в нашей экономике не работают, т.е. не используются так эффективно как в странах с развитой экономикой, в том числе и банковской деятельностью. За 2016г. согласно данным Агентства по страхованию вкладов, граждане забрали из банков порядка 1,3 трлн. рублей.[1]

Но уже в начале 2017 года вклады населения в банках подросли на 9,4% и составили 18,55трлн. рублей из-за изменения стоимости курса валют.

В Алтайском крае же появилась новая тенденция в 2015г., которая отразилась в виде перехода от потребительской к сберегательной модели. Смена была характеризована высокими ставками привлечения в размере 7,2 – 12,6% в зависимости от вида выбираемого вклада, но нельзя игнорировать отсутствие ясных экономических перспектив. В общем, банки привлекли на территорию Алтайского края 32 млрд. рублей, тем самым увеличив совокупный депозитный портфель до 193 млрд. рублей или же на 20%. Сильно отразилось на «Россельхозбанке», депозитный портфель которого вырос на 64%. Приблизительно половина (31 млрд.руб.) денежных средств была привлечена населением, а не предприятиями, депозиты которых даже снизились. За этот год динамика вкладов в Алтайском крае была лучше, чем в Сибирском федеральном округе и России. Динамика вкладов сохраняется положительную динамику, которую можно обосновать тем, что население Алтайского края боится кризиса больше других регионов. [3]

Стоит отметить, что по итогам трех месяцев 2017 года среднедушевые денежные доходы жителей края увеличились на 6,2% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

В пять надежных банков города Барнаула по наличию их активов включают «Сбербанк», «Газпромбанк», «ВТБ 24», «РоссельхозБанк» и «Альфа – Банк». В таблице 1 приведены условия вкладов наиболее надежных банков Алтайского края.

Таблица 1 – Условия открытия вкладов

Место	Банк	Срок, лет	Ставка на год, %	Минимальная сумма вклада, руб.
1	Сбербанк России	1-7	0,01 - 7,1	10 000
2	Газпромбанк	0,5-1	4,7 - 8,7	500
3	ВТБ 24	От 0,5	7,25	30 000
4	РоссельхозБанк	0,5-20	0,01 – 7,3	10 000
5	Альфа-Банк	0,5-3	4,3 – 6,9	10 000

Таким образом, наиболее высокая ставка кредита в «Газпромбанк», но большинство вкладов вышеназванного банка на срок в период полтора года и до года. В «Газпромбанке» основная минимальная сумма вклада равна 10000 руб. как и в большинстве банков, но на вклад, разработанный специально для пенсионеров, был понижен до минимальной суммы 500 рублей.

Минимальные ставки в «Сбербанк» и «РоссельхозБанк», также «Сбербанк» является лидером по вкладам, сумма вкладов приближена к 10,4 триллионам рублей, в то время как у «ВТБ 24» приближено к 2 триллионам, что отражает лидерство «Сбербанк».

Банки не стремятся привлекать деньги на длительные периоды после кризиса в 2008г., когда у банков было по 3-5 летние вклады со ставкой 20% и они были вынуждены выплачивать их, в то время как в тот момент как новые вклады были почти вдвое дешевле.

Ранее было сказано, что в 2015г. был резкий рост вкладов в Алтайском крае, кризис значительно влияет на банковскую деятельность. Для удержания испуганных кризисом вкладчиков, а также сохранить приемлемые объемы привлечения сбережений населения, т.е. одного из основных источника средств экономики в современных условиях, банки вынуждены быстро реагировать на поведение своих клиентов, расширяя депозитные линейки, учитывая ожидания клиентов по ставкам, срокам, рискам и т.д. с максимальным эффектом.

Тем не менее, на данный момент сектора накоплений финансового рынка и сбережений показывает, что не могут стать источником инвестиций в достаточной степени, в том числе долгосрочных. Для преодоления этой проблемы, необходимо полностью перестроить банковский, фондовый и страховые сектора российского рынка, чтобы аккумулирование и инвестирование сбережений населения были эффективны. Данная работа не проводилась ранее, но учитывая нынешнюю ситуацию и санкции в том числе, она необходима для развития экономики России и ее регионов.

Список литературы

1. Государственная корпорация «Агентство по страхованию вкладов». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.asv.org.ru>. — Загл. с экрана.
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.— Режим доступа: www.gks.ru. — Загл. с экрана.
3. Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник. - М.: Росстат, 2016. - С. 435.

ФАКТОРЫ И ПРИЧИНЫ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ

Головина В.Е. – студент, Дронова О.Б. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

На сегодняшний день в ситуации финансовой нестабильности банкротство предприятий является основной проблемой. Банкротство большинства юридических лиц, не способных не только составлять конкуренцию на рынке, но и осуществлять свои долговые договоренности в нужный момент приводит к экономическому кризису в стране.

Банкротство – это юридически установленная неплатежеспособность предприятия; это невозможность вести экономическую деятельность из-за недостатка средств.

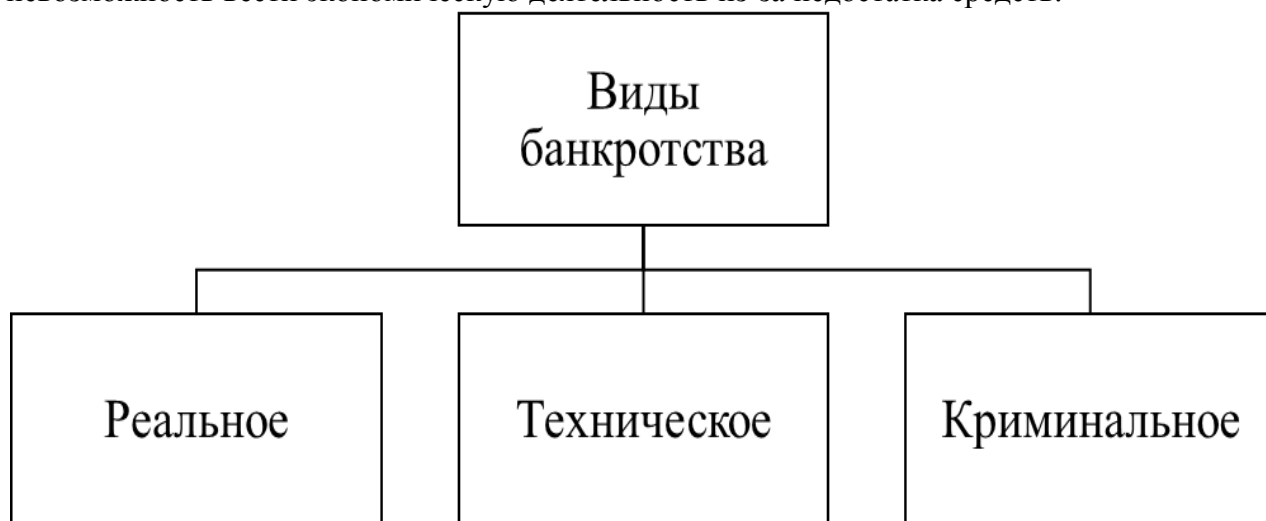


Рисунок 1 - Виды банкротства

Факторы банкротства – это настораживающее событие или зафиксированное положение, принятая тенденция, указывающая на вероятность наступления кризиса в организации, способного перейти в неплатежеспособность и последующее банкротство. В основном банкротство фирм зарождается за счет нарушения процесса воспроизводства, изменения кризисных процессов, связанных с воздействием макроэкономических и микроэкономических факторов.

Среди факторов макроуровня важно сделать акцент на действии системных факторов, обусловленных незавершенностью институциональных изменений, неразвитостью правовой

базы, неразумной государственной экономической политикой, неравноправным вступлением в глобальную хозяйственную систему.

На сегодняшний день ни одна организация не использует только внутренние собственные финансовые ресурсы для роста и поддержания своей деятельности, а предприимчиво привлекает заемные средства, которые дают возможность вести инвестиционную деятельность и преодолевать кратковременные трудности, связанные с настоящей неплатежеспособностью, обусловленной разрывом в денежных потоках. Доступность заемных средств для организации обуславливается многими факторами, среди которых важно выделить их стоимость и вероятность выхода на рынок капитала. Большие процентные ставки, связанные с нехваткой предложения финансовых ресурсов и высоким уровнем инфляции, кардинально повышают затраты производства и реализации продукции, а также могут быть недостижимы для большинства компаний с низким уровнем рентабельности.

Тем не менее, воздействие лишь макроэкономических факторов не может приводить к несостоятельности предприятия, ведь производство в стране не останавливается и рыночная деятельность не прекращается. Макроэкономические факторы влияют на всю сферу предпринимательской деятельности, но лишь часть организаций становятся банкротами и отступают с рынка. Действие микроэкономических факторов в основном поясняет эту ситуацию.

Любые отклонения деятельности предприятий от условий, требуемых рынком и его конкурентами, могут привести к банкротству. Обычно это случается тогда, когда предприятие реализует продукцию, невостребованную рынком. Помимо этого, для отечественной организации фактором кризиса и вероятного банкротства может стать его неконкурентоспособность в сравнении с иностранными предприятиями в условиях глобальной экономики.

Неспособность предприятия изучить такой важный в сегодняшних условиях фактор производства, как клиентский капитал, способствующий выработке лояльности потребителей, обеспечению стабильных потоков денежных средств, обязательно приведет к проигрышу в конкурентной борьбе.

Таким образом, разнообразное сочетание макро- и микроэкономических факторов оказывает высокое воздействие на число предприятий, находящихся в процедурах банкротства.

Усиливающие воздействия факторов причины банкротства представляют собой события или явления, вследствие которых выражаются факторы кризиса и риска банкротства. Они оказывают прямое влияние на начало и развитие кризиса, способного в дальнейшем привести к банкротству предприятия, и имеют временные рамки. [2]

Наиболее известным подходом к выделению причин банкротства является классификация, разработанная М.Д. Эйсом, согласно которой выделяется 8 основных причин банкротства предприятия:

- недостаточность опыта;
- дефицит капитала;
- неудачное месторасположение предприятия;
- неэффективное распоряжение оборотным капиталом;
- излишнее инвестирование в фиксированные активы;
- отрицательная кредитная политика;
- применение средств организации к личным целям;
- внезапный рост предприятия.

Г. Берли выделяет еще две причины – конкуренция и низкие продажи, - что говорит о стремлении рассмотрения причин банкротства как результата макро- и микроэкономических факторов развития. [1]

В экономической литературе также распространено разделение факторов банкротства компаний на количественные и качественные. К количественным факторам банкротства относятся: низкая величина показателя отношения движения денежных средств к общим обязательствам; значительная величина показателя отношения долговых обязательств к акционерному капиталу и показателю отношения долговых обязательств к общей сумме активов; незначительный доход на инвестиции; низкая величина отношения нераспределенной прибыли к общей сумме активов; невысокий показатель отношения оборотного капитала к общей сумме активов и отношения оборотного капитала к продажам и так далее.

К качественным факторам несостоятельности относится: плохая система финансовой отчетности и неспособность предприятия осуществлять контроль расходов; неопытность администрации организации; присутствие регресса в промышленности; неспособность компании получать подобающее финансирование и существенные кредитные ограничения на любое получаемое финансирование; неспособность управленцев стремительно перестраиваться в связи с изменениями на рынке и так далее. [3]

Обобщая основные концепции, можно обозначить, что причины несостоятельности могут включать в себя установленную, присущую конкретной фирме, комбинацию недостатков в ее деятельности.

Таким образом, неразрешенность большинства экономических проблем, незавершенность институциональных перестроек в России продолжают воспроизводить совокупность различных факторов несостоятельности хозяйствующих субъектов. Также, понимание этих факторов и осознание характера их влияния на деятельность компаний позволяет установить приоритеты государственной политики, а на уровне индивидуального хозяйствующего субъекта так сформировать управление существующими финансовыми, производственными, интеллектуальными и человеческими ресурсами, чтобы обеспечить устойчивое развитие и не допустить банкротства.

Так, компания Kodak, которая изобрела цифровую фотокамеру, лишилась своих позиций из-за того, что недооценила рынок цифровой фототехники. Она не успела своевременно переориентировать производство и приспособиться под новые реалии.

За первый век своей жизни на рынке Eastman Kodak добилась статуса одного из значительнейших в мире производителей фотоаппаратов, фотопленки и фотоматериалов. В 1976 году компания занимала лидирующие позиции на данных рынках в Америке.

Первопричина, по которой к новому столетию предприятие потеряло позиции лидера, элементарна: руководство по-прежнему настаивало на росте продаж пленочных товаров, в то время как многие предсказывали колоссальные перспективы цифровой фотографии.

Компания приступила к работе в цифровом сегменте только к концу 1990-х и в 2001 году выбилась на второе место в США по продажам цифровых камер. Однако, компания-лидер на рынке фотографии, в отличие от предприятий-аутсайдеров, не получала на аппаратах ни доллара, а теряла деньги — приблизительно \$60 на камере.

В течение определенного времени убытки возмещались прибылями других подразделений, но крайним прибыльным годом для компании Kodak стал 2007-й год.

Кризис в 2008 году значительно ухудшил состояние. Стоимость акций быстро падала. То есть, в 1997 году цены возрастали до \$90 за акцию, а к концу 2011-го они стали ниже \$1 за акцию. Однажды Kodak предпринимала попытки спастись за счет перепрофилирования бизнеса. Она получила \$530 миллионов с продажи портфеля патентов и освободилась от части производства. Главную роль в судьбе великой организации сыграла группа инвесткомпаний и фондов, которая пришла на выручку компании Kodak с погашением долгов, но в итоге, все ранние владельцы акций потеряли свои доли.

Из положения банкротства компания Kodak вышла осенью 2013 года. Новые собственники предприятия приняли решение о том, что не нужно преследовать конкурентов в сегменте массовой фотографии, и сосредоточили все усилия на основании бизнес-

продуктов. На сегодняшний день, компания Kodak совершенствует такие направления, как производство упаковки, типографских машин и печать электронных компонентов. Вполне возможно, что у предприятия получится занять заслуженную долю на новых рынках. [4]

Список литературы

1. Всяких М.В. Сущность и причины банкротства предприятий в условиях финансовой нестабильности / М.В. Всяких, Н.К. Орлова. – БГНИУ. – 2016г.;
2. Львова О.А. Факторы и причины банкротства компаний в условиях современной экономики / О.А. Львова, О.М. Пеганова. – Государственное управление. Электронный вестник. - №44. – 2015г. – С. 64-82.
3. Рукинов М.В. Причины и виды банкротства / М.В. Рукинов. – Проблемы современной экономики. - №1(25). – 2015г.
4. СКБ Контур – электронный журнал [Электронный ресурс]. URL: <https://kontur.ru/articles/441#>

СОВРЕМЕННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ

Гофман А.В. - студент, Мачин К.А. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

MES (сокр. с англ. Manufacturing Execution System) — исполнительная система изготовления. Системы подобного класса решают проблемы синхронизации, согласовывают, анализируют и улучшают производство продукта в рамках какого-либо производства.

Существует ряд формулировок определения MES-систем:

1. MES — информативная и коммуникационная система производственной сферы предприятия (установление APICS) [1].
2. MES — автоматизированная система управления и оптимизации производственной работы, которая в режиме настоящего времени:
 - активизирует;
 - отслеживает;
 - улучшает;
 - документирует производственные движения от начала исполнения заказа вплоть до выпуска готового продукта (определение MESA International).

Международная организация производителей и пользователей систем управления производством (MESA International) установила в 1994 г. модель MESA-11, а в 2004 г. модель с-MES, которые расширяют модели и стандарты управления производством и производственной работой, сформировавшиеся за минувшие десятилетия:

1. Стандарт ISA-95, «Объединение систем управления предприятием и научно-техническим процессом» («Enterprise-Control System Integration»), который устанавливает общий интерфейс взаимодействия уровней управления производством и компанией и трудовые процессы производственной работы единичного предприятия.
2. Стандарт ISA-88, «Руководство периодическим производством» («Batch Control»), который устанавливает технологии управления периодическим производством, иерархию рецептур, производственные сведения.
3. Сообщество Открытых Приложений (Open Applications Group, OAG): некоммерческое промышленное сообщество, имеющее своей целью продвижение концепции многофункциональной совместимости среди бизнес-приложений и исследование стандартов бизнес-стилей для свершения указанной миссии.
4. Модель процессов цепочки поставок (Supply-Chain Operations Reference, SCOR): референтная форма для управления процессами цепочки поставок, объединяющая

деятельность генпоставщика и клиента. Форма SCOR представляет бизнес-процессы для абсолютно всех фаз исполнения требований клиента. Пункт SCOR «Производство» («Make») посвящён, в основном, изготовлению.

Из числа ключевых задач MES выделяют [2]:

1. Активация производственных мощностей в базе детального пооперационного планирования изготовления.
2. Отслеживание производственных мощностей.
3. Сбор данных, связанной с созданием:
 - систем автоматизации производственного движения;
 - датчиков;
 - оборудования;
 - персонала;
 - программных концепций.
4. Отслеживание и контроль характеристик качества.
5. Обеспечение персонала и оборудования данными, необходимой для начала движения производства.
6. Установление связей между персоналом и оборудованием в рамках изготовления.
7. Установление связей между производством и поставщиками, покупателями, инженерным отделом, отделом продаж и менеджментом.
8. Реагирование на [3]:
 - 8.1 Требования согласно номенклатуре изготовления,
 - 8.2 Изменение частей, сырья и полуфабрикатов, используемых в ходе изготовления,
 - 8.3 Изменение спецификации товаров,
 - 8.4 Доступность персонала и производственных мощностей.
9. Гарантирование соотношения практическим юридическим актам, к примеру общепризнанным меркам Food and Drug Administration (FDA) США.
10. Соответствие перечисленным выше индустриальным образцам.

В практике производственного управления также широко применяется система APS. APS (Advanced Planning and Scheduling) — концепция синхронного планирования изготовления, направленная на интеграцию планирования звеньев цепи поставок, с учетом абсолютно всех отличительных черт и ограничения изготовления. Идеей и целью системы APS считается снабжение пользователя инструментом, с поддержкой которого он может контролировать и улучшить бизнес-процессы. Стратегии критической обработки имеют все шансы быть распознаны и преднамеренно оптимизированы.

Значительная часть APS-систем поддерживает интернет-ориентированные технологии, которые обеспечивают возможность удаленной работы с проектами -- визуализация проекта, введение заказов покупателей, просмотр сведений и т. д. Совместно с этим вероятно ограничение функций и прав пользователей на удаленную работу. Один из основных положительных сторон - это присутствие мощного прибора визуализации и генератора отчетов. Концепции APS предоставляют пользователям подходящие средства анализа плановой информации - разнообразные графики, диаграммы (к примеру, интерактивная диаграмма Ганта, графики загрузки машин и ресурсов, складских резервов, размера незавершенного производства и т. п.), обширный комплект встроенных отчетов, а кроме того возможность формировать пользовательские отчеты. APS-концепции готовы работать как в отдельности, так и вместе с существующей информационной сферой компании (к примеру, ERP-APS-MES).

APS состоит из трёх ключевых частей: Sales and Demand Forecasting (моделирование сбыта и спроса), Master Production Scheduling & Rough-Cut Capacity Planning (главной производственный проект и общее составление плана загрузки производственных мощностей), Production Planning&Finite Capacity Scheduling (составление плана изготовления и подробное составление плана загрузки производственных мощностей):

- Моделирование с точностью вплоть до недели или месяца на период до трёх лет.
- Поддержка большого количества потоков, к примеру, отгрузки, утеранных заявок, каналов возврата продуктов и отдельной продажи.
- Многоуровневая агрегация/волновое сглаживание, обеспечивающие прогнозирование сверху-вниз, снизу-вверх и от середины (в обе стороны).
- Корректировка мониторинга может осуществляться как на уровне редактирования числовых сведений, так и с поддержкой мыши в графическом понятии.
- Может предусматриваться вид жизненного цикла продукта, при данном берутся во внимание этапы изучения новых товаров и снятия с изготовления старых.
- Составление плана событий согласно продвижению товаров на рынок.
- Безграничное количество характеризуемых пользователем единиц измерения.
- Большое число алгоритмов и параметров расчёта пополнения резервов.
- Моделирование и наблюдение материально-производственных резервов.
- Надзор над исполнением и уведомления в графическом формате, а кроме того в виде отчётов.
- Помощь интернет-ориентированных технологий, которые обеспечивают вероятность удалённой работы с проектами (представление проекта, введение клиентских заявок, показ отчётов).

Особенности решения APS:

- Возможность применения к различным средам планирования. APS-концепции готовы учитывать и специфику «изготовления под заказ», составлять план непрерывное изготовление.
- Синхронное планирование. Это и есть основное различие от эталона MRP II. Составление плана закупок и изготовления выполняется одновременно с учетом ограничений по мощностям и ресурсам (машины, инструменты, люди), в то время как в концепциях MRP II процессы планирования требуемых материалов и требуемых ресурсов (мощностей) распределены и производятся итерационно для извлечения реального плана. В следствии, это оказывает воздействие на темп операции планирования.
- Оптимизационное составление плана. Оптимизация в концепциях APS базируется на эвристиках и на непростых точных стандартах, формируемых для определенной сферы (к примеру, металлургия, прокат — оптимизация изменений объема листов), конкретного предприятия.
- Высокая скорость формирования проектов, достигаемая за счет того, что сведения хранятся в оперативной памяти.
- Незамедлительное реагирование на перемену среды. Внезапные изменения во внешней сфере (к примеру, ликвидация заявок), в сфере производства (отклонение оборудования), которые имеют все шансы сделать созданный проект неисполнимым, эксплуатационная перепланировка, учет ограничений (и состояния) цепочки поставок гарантируют вероятность в короткий период приобрести новейший проект, откорректированный отталкиваясь из новых реалий.
- Распределенное планирование. Отдельные APS-концепции поддерживают распределенное планирование, при поддержке которого несколько человек имеют все шансы планировать одновременно, но любой из них несет ответственность за тот или иной-в таком случае определенную участок планирования (либо это отдельные машины, либо это конкретный горизонт планирования).

Список литературы

1. Стратегический менеджмент: учебник по специальности "Менеджмент организаций" / Под ред. А. Н. Петрова. - 2-е изд. - М. [и др.] : Питер, 2012. - 495 с. - (Учебник для вузов).

2. Маленков, Ю.А. Стратегический менеджмент: Учебник / Ю.А. Маленков. - М.: Проспект, 2013. - 224 с.

3. Стратегическое планирование и развитие предприятий // Проблемы теории и практики управления. – 2012. - N 6. - С. 116-123.

РЫНОК МАШИНОСТРОЕНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Гусев А.П. – студент, Козлова Ж.М. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Машиностроение — одна из стратегически ведущих отраслей Алтайского края, производящая всевозможные, орудия, приборы, а также предметы потребления и продукцию оборонного назначения [1].

Отрасли машиностроения по группам. Машиностроение делится на три группы — трудоёмкое, металлоёмкое и наукоёмкое. В свою очередь, эти группы делятся на следующие отраслевые подгруппы: тяжёлое машиностроение, общее машиностроение, среднее машиностроение, точное машиностроение, производство металлических изделий и заготовок, ремонт машин и оборудования [2].

Ведущей отраслью промышленности Алтайского края является машиностроение и металлообработка. Также в регионе представлена химическая и нефтехимическая промышленность, горнодобывающая промышленность, оборонно-промышленный комплекс. А также традиционно для Алтая – сельское хозяйство и пищевая промышленность.

Машиностроение и металлообработка

На долю машиностроения и металлообработки приходится около 21% всего промышленного производства края. Машиностроительная промышленность Алтайского края представлена более чем 30 крупными предприятиями. Крупнейшие из них:

- ОАО «Алтайвагон» - крупнейший производитель подвижного состава, производит почти 50% продукции машиностроения Алтайского края, около 20% вагоностроительного рынка России;

- ОАО ПО «Алтайский моторный завод» - крупнейший в России производитель дизельных двигателей и запчастей к ним, входит в состав ОАО «Агромашхолдинг»;

- ОАО ХК «Барнаульский станкостроительный завод» - предприятие оборонной промышленности, производитель боеприпасов и промышленной продукции (тали, промышленные цепи, станки);

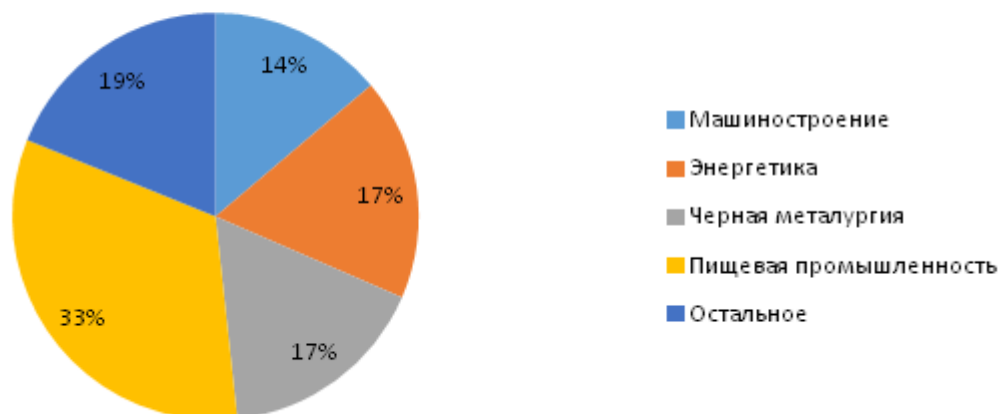
- ОАО ХК «Барнаултрансмаш» - специализированное предприятие по конструированию и производству судовых, промышленных, транспортных дизелей;

- ПК «Сибэнергомаш» - производство паровых, водогрейных, энергетических котлов, вентиляторов и дымососов, входит в ГК «Энергомаш»;

- ОАО «Бийский котельный завод» - изготовление паровых и водогрейных котлов, котельно-вспомогательного оборудования для промышленной и коммунальной энергетики;

- ООО УК «Алтайский завод прецизионных изделий» - крупнейший российский производитель распылителей и форсунок для дизельных двигателей.

Структура промышленных отраслей крупнейших предприятий Алтайского края



Алтайскому машиностроению присущ целый ряд проблем, которые можно сгруппировать в зависимости от их характера [3].

1. Проблемы, связанные с развитием машиностроительного комплекса:

- низкие темпы роста ведущих отраслей, а в некоторых случаях и спад производства;
- нарушение технологических связей;
- простои многих предприятий;
- низкие темпы обновления оборудования и выпускаемой продукции (например, 60% металлообрабатывающих станков имеет возраст более 10 лет).

2. Необходимость структурной перестройки:

- основная часть продукции Алтайского машиностроения имела оборонное значение в течение длительного времени, в связи с чем возникла необходимость обоснованного перепрофилирования отраслей;
- необходимость сокращения диспропорций в темпах роста отдельных отраслей;
- необходимость опережающего роста таких отраслей, как станкостроение, приборостроение, электротехническая и электронная промышленность.

3. Проблемы повышения качества производимых машин:

- несоответствие подавляющей части отечественного оборудования и машин мировым стандартам;
- низкая надежность производимых машин (из-за плохого качества комплектующих деталей в первый же год эксплуатации из строя выходит от 20 до 30% изделий машиностроения).

Для обеспечения своего лидерства машиностроению необходимы определенные условия. Одно из них можно изобразить соотношением: «1:2:4». Оно означает, что если темпы развития хозяйства края принять за единицу, то машиностроение должно развиваться в 2 раза быстрее, а важнейшие его отрасли (электроника, приборостроение и другие) — в 4 раза быстрее. В России это соотношение было примерно таково — «1:0,98:1».

Список использованных источников:

1. Словари и энциклопедии [Электронный ресурс]// - Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/22442>. - Загл. с экрана.
2. Алтайский край – промышленные предприятия Алтайского края [Электронный ресурс]// - Режим доступа: <http://www.metaprom.ru/regions/altay-krai.html>. Загл. с экрана.

3. Перспективы и проблемы развития машиностроения [Электронный ресурс]// - Режим доступа: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/razvitie-mashinostroeniya.html>. - Загл. с экрана.

АНАЛИЗ РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК ПО РОССИИ

Данилина В.А., Плешкова А.А. - студенты, Мачин К.А. - к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В современном мире существует огромное разнообразие транспортных средств, способных обеспечить перемещение людей и грузов из одного места назначения в другое. Одним из самых популярных и наиболее быстрых средств передвижения является самолет.

Авиационная промышленность во многом способствует росту промышленно-экономического потенциала страны, развитию научной, культурной, социальных сфер. В России авиационный транспорт выполняет функцию интегратора. В таких регионах, как Европейский, Дальневосточный, Сибирь, остается единственным магистральным видом транспорта, обеспечивающим связь с остальной территорией России.

По данным сайта РЖД-партнер.ru за 7 месяцев 2017 года перевозки пассажиров активно возросли на международные рейсы, на внутренних рейсах же спрос остается стабильным. При этом пассажирские авиакомпании показывают высокие темпы перевозки грузов и почты.

В 2016 году объем пассажирских перевозок показывал рост за счет внутреннего направления, то в этом году более востребованными стали международные перелеты. Вследствие восстановления чартеров в курортные страны. [1]

Российские авиакомпании на внутренних линиях в период с января по июль 2017 года перевезли на 11,8% пассажиров больше, чем за тот же период прошлого года. Общее количество пассажиров за этот период составило 34,8 млн человек, как следует из данных Росавиации.

Всего российские авиакомпании с января по июль перевезли 58,26 млн человек, что на 21% больше результата за тот же период прошлого года.[2]

На данный момент по России насчитывается 34 авиакомпании, занимающиеся пассажирскими перевозками внутри страны. Самые крупные из них: Аэрофлот, Россия, Сибирь, Уральские авиалинии, ЮТэйр, Победа. Данные по пассажиропотоку перечисленных компаний за 2016 год представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика авиакомпаний, действующих на территории России [3]

Название магазина	Пассажиропоток (чел), 2016 г.
Аэрофлот	28977880
Россия	8099498
Сибирь	9509018
Уральские авиалинии	6467188
ЮТэйр	6654417
Победа	4285937
Прочие	23594690
Всего	87588628

XV Всероссийская научно-техническая конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и молодежь»

Из данной таблицы можно сделать вывод, что наибольшую долю, занимает компания Аэрофлот, вторую строчку занимает компания «Сибирь» она больше известна, как S7 Airlines и тройку лидеров замыкает авиакомпания Россия.

Рассмотрим ключевые показатели, которые характеризуют уровень концентрации пассажиропотока на данном рынке, а также позволяют оценить влияние крупных игроков на ситуацию на рынке, их уровень рыночной власти (таблица 2).

Таблица 2 - Показатели, характеризующие уровень конкуренции на рынке авиаперевозок в РФ

Название показателя	2016 год
Индекс концентрации (CR4)	60,785
Индекс Герфиндаля-Хиршмена (HHI)	2159,769
Дисперсия рыночных долей (σ)	0,01
Индекс Холла-Тайдмана (HT)	0,387
Коэффициент Джини (G)	2,153
Индекс Ханна-Кэя (HK)	39240,867

Из полученных данных, можно сделать следующие выводы: 1) авиарынок в России является умеренно концентрированным, т.к. коэффициенты CR4 и HHI находятся в среднем диапазоне. Из этого следует, что рынок олигополистический, что на рынке конкуренция находится на слабом уровне, также это говорит о сильной рыночной власти крупных авиалиний и неравномерном распределении денежных потоков между всеми игроками рынка.

Таблица 3 – Расчет индекса Линда

	1	2	3	4	5	6	7	L
2	3,577737781				-	-	-	1,78886889
3	3,291348345	1,949590273			-	-	-	0,87348977
4	3,610845191	2,320787426	2,40116704		-	-	-	0,664399971
5	3,771918763	2,457557929	2,36690537	1,993171753	-	-	-	0,691847113

На сегодняшний день, широкое влияние на рынок авиаперевозок наибольшее влияние оказывают 4 компании: Аэрофлот, Сибирь и Россия и ЮТэйр. Данные компании занимают около 61% рынка авиаперевозок.

Таблица 4 – Рыночная доля авиакомпаний, действующих на территории России в 2016 году

Название авиакомпании	Занимаемая доля авиакомпании, в %
Аэрофлот	33,084
Россия	9,25
Сибирь	10,85
Уральские авиалинии	7,384
ЮТэйр	7,597

Победа	4,89
Прочие	26,94

На данный момент в отрасли авиаперевозок пассажиров происходят различного рода изменения. Прежде всего, изменяется бизнес–модели авиакомпаний. Существенно меняются поведенческие конкурентные стратегии.

На рынке авиаперевозок продолжилось сближение продукта традиционных сетевых авиаперевозчиков с продуктами низкобюджетных авиакомпаний. Наметившийся мировой тренд перехода продукта традиционных авиакомпаний в гибридную модель с элементами лоукоста усилился.

Элементы бизнеса, ранее присущие низкобюджетным авиаперевозчикам, теперь можно встретить и у традиционных сетевых авиакомпаний.

Наметился тренд создания новых авиакомпаний по бизнес–модели гибридного авиаперевозчика с минимальным набором услуг. В частности, в рамках разработанных ЦСР ГА (Центр Стратегических Разработок в Гражданской Авиации) стратегий и бизнес–планов новых стартапов авиакомпаний в России и СНГ реализуются конкурентные стратегии гибридных моделей, в том числе в сегменте ближнемагистральных и региональных авиаперевозок. Единственный в России низкобюджетный авиаперевозчик «Победа» перевез в 2016 году более 4,3 млн. пассажиров. Таким образом сейчас реализуется прогноз ЦСР ГА, сделанный три года назад в отношении развития рынка авиаперевозок лоу-кост: к 2035 году, повторяя среднемировой тренд развития, только на внутренних воздушных линиях (ВВЛ) объем низкобюджетных авиаперевозок должен составить 55 млн. пассажиров в год.

Следует ожидать в ближайшие годы расширения географии базирования и развития базовых аэропортов для обслуживания лоукост–авиаперевозок. Такие бизнес–проекты по созданию лоукост–аэропортов ЦСР ГА уже разрабатывал. Бизнес–модель альтернативного лоукост–аэропорта в регионе оправдана, в особенности в крупных агломерациях с сильными базовыми авиаперевозчиками в основных аэропортах.

Важно также отметить переход отрасли на uber-модель продаж услуг. С усилением роли метапоисковых систем в продажах услуг по перевозке на первый план для потребителей при выборе авиакомпании выходит фактор цены.

Авиакомпании не контролируют полностью каналы продаж, при высокой конкуренции метапоисковые системы диктуют условия формирования продукта.

Распространение uber–модели приводит к размыванию брендов региональных авиакомпаний. Вообще, если это не премиальный бренд, то пассажиров интересует перевозка в срок и по более низкой цене, а дополнительные услуги, особенно на средних и коротких расстояниях, становятся неактуальными.

Даже для крупных премиальных игроков в таких условиях эффект экономии на масштабе уходит на второй план, авиакомпании вынуждены вырабатывать более сложные конкурентные стратегии с учетом особенностей каждого отдельного направления полетов.[4]

Список использованных источников

1. РЖД Партер // Обзор рынка авиаперевозок (январь-июнь 2017) [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Режим доступа: <http://www.rzd-partner.ru/aviation/reviews/obzorgynka-aviaperevozok-yanvar-iyun-2017/> (дата обращения 5.12.2017)
2. Коммерсант // Внутренние авиаперевозки в России [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3395106> (дата обращения: 5.12.2017).
3. Статистика. Пассажиропоток авиакомпаний. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.avia-adv.ru/placement/in-flight/passenger-traffic.htm> (дата обращения 5.12.2017)

4. Центр Стратегических разработок в гражданской авиации // Стратегия успешного развития. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aviacenter.org/news?view=54325606> (дата обращения 5.12.2017)

МЕХАНИЗМ ДЕЙСТВИЯ ФИНАНСОВОГО РЫЧАГА

Ковнер А.А. – студент, Дронова О.Б. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И.Ползунова (г.Барнаул)

Финансовый рычаг является одним из механизмов управления прибылью предприятия. Прибыль предприятия является главной силой, которая движет рыночную экономику, обеспечивает интересы персонала, собственников и государства. Именно поэтому одной из важных и актуальных задач современной экономики является освоение руководителями и финансовыми менеджерами предприятия современными методами эффективного управления формированием прибыли в процессе инвестиционной, финансовой и производственной деятельности. Правильное и действенное управление формированием прибыли предполагает организацию на предприятии организационно-методических систем обеспечения этого управления, понимание основных механизмов формирования прибыли, применение актуальных методов ее анализа и планирования. Одним из таких методов является управление финансовым рычагом.

Финансовый рычаг (финансовый леверидж) – это отношение заемного капитала к собственным средствам, т.е. соотношение между заемным и собственным капиталом.

В соответствии с концепцией управления затратами, на прибыль фирмы можно оказывать влияние путем изменения структуры и объема обязательств предприятия. Такая взаимозависимость заемного капитала устанавливается путем оценки эффекта финансового рычага.

Эффект финансового рычага – это показатель, который отражает изменение рентабельности собственных средств, полученных благодаря использованию заемных средств. Он проявляется в разности между стоимостью заемного и размещенного капиталов, это, в свою очередь, позволяет увеличить рентабельность собственного капитала и уменьшить финансовый риск. Эффект финансового рычага рассчитывается по следующей формуле:

$$DFL = (1 - t) * (ROA - r) * \left(\frac{D}{E}\right), \quad (1)$$

где DFL – эффект финансового рычага, %;

t – ставка налога на прибыль, в относительной величине;

ROA – рентабельность активов, %;

r – ставка процента по заемному капиталу, %;

D – заемный капитал;

E – собственный капитал.

С помощью данной формулы расчета финансового рычага можно выделить 3 главные составляющие:

1. Дифференциал финансового рычага (ROA-r). Данный показатель дает характеристику разницы между коэффициентами валовой рентабельности активов и средним размером процента за кредит.

2. Налоговый корректор финансового рычага (1-t). Он характеризует, в какой степени проявляется эффект финансового рычага в связи с различным уровнем налогообложения прибыли.

3. Коэффициент финансового рычага (D/E). Данный показатель показывает сумму заемного капитала, который используется предприятием, в расчете на единицу собственного капитала.

Коэффициент финансового рычага – тот рычаг, который создает отрицательный или положительный эффект, который получается за счет соответствующего ему дифференциала. При положительном дифференциале любой прирост коэффициента финансового рычага будет создавать больший прирост коэффициента рентабельности собственного капитала. Положительный эффект финансового рычага основывается на том, что банковская ставка в нормальной экономической среде становится ниже доходности инвестиций.

Отрицательный эффект финансового рычага выражается, когда рентабельность активов падает ниже ставки по кредиту, что приводит к ускоренному формированию убытков. При отрицательном дифференциале прирост коэффициента финансового левериджа будет приводить к еще большему темпу снижения коэффициента рентабельности собственного капитала.

Приведенные выше выводы, свидетельствуют о том, что при постоянном и неизменяющемся дифференциале, коэффициент финансового рычага выступает основной движущей силой как возрастания суммы и уровня прибыли на собственный капитал, так и финансового риска потери этой прибыли.

Если новые заемные средства предприятия приносят ему увеличение эффекта финансового левериджа, то данное заимствование выгодно. Вместе с тем нужно обязательно следить за состоянием дифференциала, а, именно, при увеличении плеча финансового рычага банкир расположен компенсировать возрастание своего риска путем повышения цены кредита.

Риск кредитора представлен размером дифференциала, следовательно, чем ниже дифференциал, тем выше риск, и наоборот, чем выше дифференциал, тем ниже риск.

В оптимальном случае эффект финансового левериджа должен быть равен одной трети – половине уровня экономической рентабельности активов.

Рассмотрим механизм действия финансового рычага на примере крупнейшего российского энергетического холдинга ОАО «РусГидро». ОАО «РусГидро» – лидер в производстве энергии на базе возобновляемых источников, который развивает генерацию на основе энергии водных потоков, ветра, солнечной энергии и морских приливов.

Рассчитаем эффект финансового рычага в ОАО «РусГидро» на основе следующей формулы:

$$DFL = ROE - ROA, \quad (2)$$

где ROE – рентабельность капитала предприятия,

ROA – рентабельность собственного капитала.

$$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Сумма активов(пассивов)}} = \frac{35321}{816206} = 4,3\%.$$

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}} = \frac{35321}{624343} = 5,6\%.$$

Таким образом, $DFL = 5.6 - 4.3 = 1.3\%$

Данный эффект финансового рычага свидетельствует о том, что использование заемного капитала ОАО «РусГидро» позволяет увеличить прибыльность деятельности на 1,3%. Размер эффекта финансового рычага от рентабельности капитала составляет около 30%, данный эффект является оптимальным соотношением и показывает на результативное управление заемным капиталом.

Для сравнения, рассчитаем эффект финансового рычага для ПАО «Газпром» – транснациональная энергетическая корпорация:

$$ROA = \frac{634649}{18640641} = 3,4\%.$$

$$ROE = \frac{634649}{13375169} = 4,75\%.$$

Таким образом, $DFL = 4.75 - 3.4 = 1.35\%$. Коэффициент 1,3 %, свидетельствует о том, что использование заемного капитала ПАО «Газпром» позволяет увеличить прибыльность предприятия на 1,3%.

Если выше проценты и меньше прибыль предприятия, то сила финансового левериджа возрастает, следовательно, выше и финансовый риск связанный с предприятием, который выражен следующими аспектами:

1. Растет риск неуплаты кредита с процентами для банкира;
2. Растет риск падения дивиденда и курса акций для инвестора.

Эффект финансового рычага отражает эффективность использования заемного капитала предприятием для роста его эффективности и прибыльности. Увеличение прибыльности предприятия дает возможность реинвестировать средства в улучшение производства, кадрового потенциала, технологии, а также инновационного потенциала предприятия. Все эти факторы позволяют повысить конкурентоспособность предприятия. Знание механизма действия финансового рычага на уровень прибыли допускает целенаправленно управлять как стоимостью, так и структурой капитала предприятия.

Список

1. Акулов, В.Б. Финансовый менеджмент: учебник / В.Б.Акулов. – Москва: Флинта, МПСИ, 2010г. – 264 с.

ОБЗОР РЫНКА МОЛОКА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Ковнер А.А., Панина Д.Е. – студенты, Мачин К.А. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И.Ползунова (г.Барнаул)

Рынок молока и молочных продуктов является одной из важнейших составляющих продовольственного рынка как Российской Федерации, так и Алтайского края в частности. К его основным особенностям относят:

- социальная значимость молока и молочных продуктов, в связи, с чем государство обязано обеспечивать доступность данного вида продукции для населения;
- малая эластичность спроса на питьевое молоко и цельномолочную продукцию в условиях роста розничных цен на продовольствие, что позволяет говорить об его относительной устойчивости, особенно на региональных уровнях.

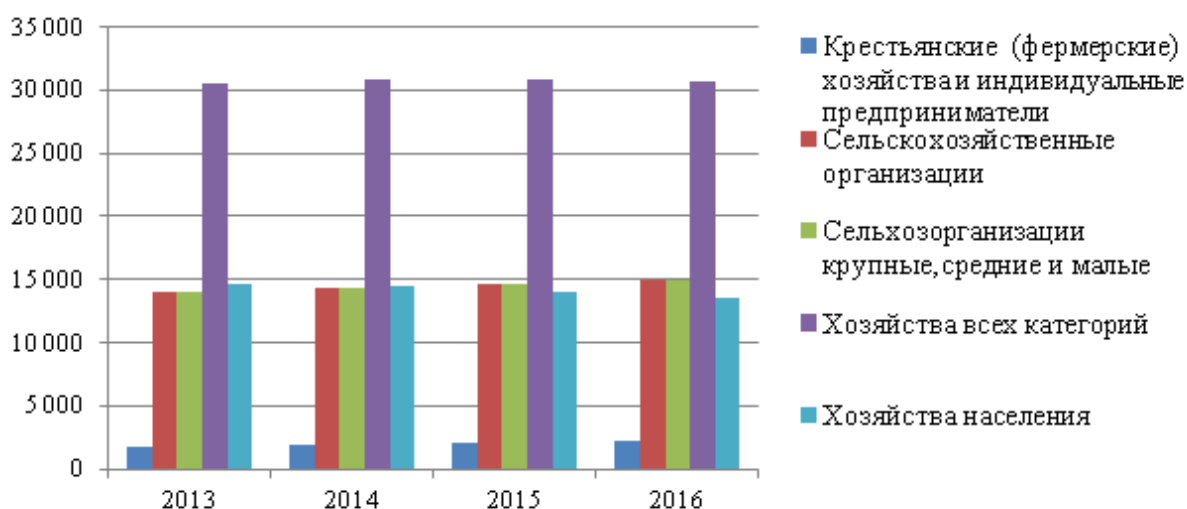


Рисунок 1 – Производство молока в Российской Федерации по категориям, тыс. тонн [3]

Как видно из гистограммы, большую долю в производстве молока занимают хозяйства всех категорий (30 724,2 тыс. тонн). Динамика производства, в целом, имеет стабильный характер – наблюдаются положительные тенденции. Это может быть обусловлено ростом продуктивности коров, а так же изменением сельскохозяйственных технологий.

В 2015 г. самообеспеченность России молочной продукцией составила 81% [2].

Государственная поддержка молочной отрасли в 2016 г. составила около 30 млрд. руб., что составило 14 % от общего объема средств государственной программы по развитию сельского хозяйства на 2013 – 2020 г. Это позволило повысить самообеспеченность молочной продукцией до 90 %.

Структура производства молока по федеральным округам представлено на рисунке 2.

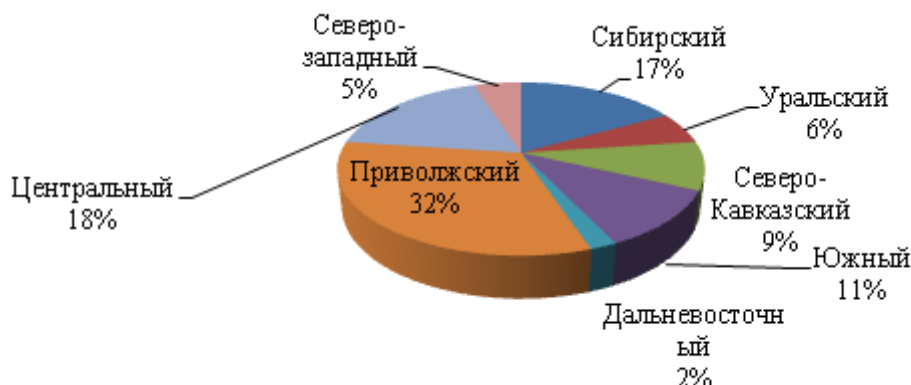


Рисунок 2 – Структура производства молока по федеральным округам в 2015 г., % [3]

Сибирский федеральный округ занимает третье место (17 %). Одним из крупнейших производителей молочной продукции является Алтайский край (26%), который вносит существенный вклад в обеспечение продовольственного рынка страны.

Проанализировав рисунок 3 можно сделать вывод о том, что Алтайский край занимает лидирующее положение по объемам производства молока в Сибирском федеральном округе и занимает 26% от всего объема производства молока в Сибирском Федеральном округе.

Проанализировав ряд диаграмм и графиков, можно сделать вывод, что в целом, производство молока стабильно, отклонения незначительны.

Стоит отметить, что поголовье коров, которое оказывает прямое воздействие на количество молока, в период с 2010 по 2014 г. оставалось практически неизменным в Алтайском крае. Однако, сложное финансовое положение большинства хозяйств, в связи с экономической ситуацией в стране, оказало негативное влияние.

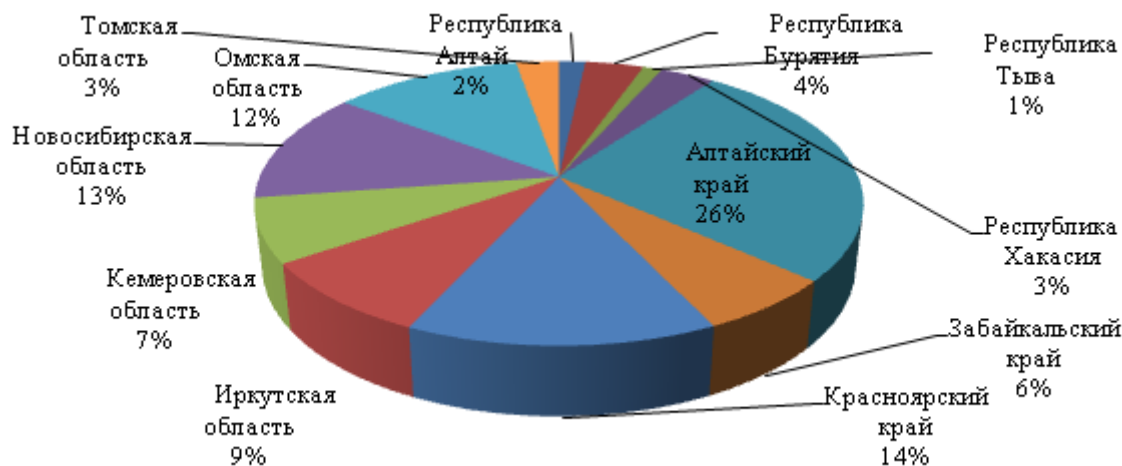


Рисунок 3 – Структура производства молока в Сибирском Федеральном округе в 2016 г., %

ГОРИЗОНТЫ ОБРАЗОВАНИЯ ВЫПУСК 20 2018

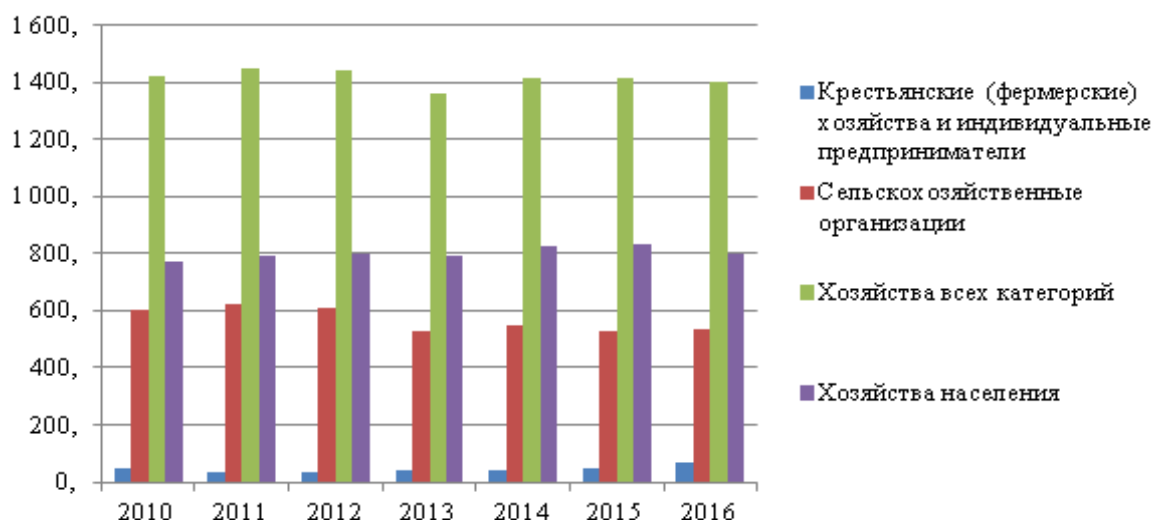


Рисунок 4 – Динамика производства молока в Алтайском крае, тыс. тонн

Так, например, поголовье молочного стада в 2015 г. сократилось на 3,3% по сравнению с 2014 г. Несмотря на это, продуктивность коров растет, что позволяет увеличивать валовые надой молока и тем самым перекрывает сокращение количества коров. Экономические санкции позволили молочной промышленности региона нарастить объемы выпуска [2].

Ниже представлены основные производители молока, представленные в магазинах Алтайского края [4].

Главными направлениями молочной отрасли, как в России, так и в Алтайском крае являются:

- увеличение продуктивности коров;
- повышение показателя товарности молока;
- снижение цен на молочную продукцию.

Уровень товарности молока в России и в Алтайском крае находится на уровне чуть менее 60%. Именно низкое поголовье коров и их низкая продуктивность, а так же низкий уровень товарности молока препятствуют развитию молочной отрасли в стране и регионе. Это в свою очередь приводит к тому, что отечественные предприятия становятся неконкурентоспособными по отношению к зарубежным компаниям.

Таблица 1 – Производители молока в Алтайском крае

Предприятие	Доли	%	Ранг
ЗАО «Барнаульский молочный комбинат» (г.Барнаул)	0,1281	12,81	1
ОАО «Сибирское молоко» (г.Новосибирск)	0,1081	10,81	2
ОАО «Сибирское молоко» (г.Новосибирск)	0,0928	9,28	3
ОАО «Лакт» (г. Барнаул)	0,0844	8,44	4
ОАО «Славгородское молоко» (г.Славгород)	0,0759	7,59	5
ЗАО «Рубцовский молочный завод» (г. Рубцовск)	0,0633	6,33	6
ООО «Компаньон плюс» (г. Бийск)	0,0522	5,22	7
ОАО «Славгородское молоко» (с.Поспелиха)	0,0422	4,22	8
«Арта» (Красноярский край)	0,038	3,8	9
ОАО «Лианозовский молококомбинат» (Московская область)	0,0295	2,95	10
Другие	0,2855	28,55	11
Всего	1	100	-

Список использованных источников

1. Итоги 2016 года: производство молока в России снизилось на 0,2% [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа: <http://www.dairynews.ru/news/itogi-2016-goda-proizvodstvo-moloka-v-rossii-snizi.html> - Загл. с экрана
2. Новости и аналитика молочного рынка [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://milknews.ru/analitika-rinka-moloka/rinok-moloka-v-Rossii/> - Загл. с экрана
3. Производство молока в хозяйствах всех [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/40694> - Загл. с экрана
4. ТОП - 50 ПРЕДПРИЯТИЙ – ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СЫРОГО МОЛОКА [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа: <http://www.dairynews.ru/news-image/2017/June/20170629/2016%20%D0%A2%D0%9E%D0%9F-50%20raw%20milk%20producers-2.pdf> - Загл. с экрана

РЕШЕНИЯ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

Королева Т.С., Гельвих С.О. – студенты, Дронова О.Б. - к.э.н, доцент.

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Развитие рыночных отношений спровоцировало увеличение значимости финансов в целом и отраслевых финансов в частности. Финансы предприятий являются основным показателем, с помощью которых можно охарактеризовать конечные результаты их деятельности. Количественные и качественные показатели финансового состояния предприятия определяют способность функционирования в экономической среде. Все это привело к увеличению значимости управления финансами в общем процессе управления экономикой.

Управление финансами осуществляется специальным аппаратом с помощью определенных методов, при этом используя разнообразные стимулы и санкции.

В качестве объектов управления выступают разнообразные виды финансовых отношений, а субъектами управления представлены те организационные структуры, которые осуществляют управление.[3]

В процессе своей деятельности финансовому менеджеру следует принимать множество решений в области управления финансами. Например, прогнозировать финансовое состояние, планировать финансовую деятельность, регулировать и контролировать денежный оборот, вести учет расходов и результатов производственной, инвестиционной и финансовой деятельности, анализировать и оценивать эффективность использования и вложения капитала, контролировать расход и поступление денежных средств на всех этапах производственно-сбытового цикла.

С точки зрения принятия финансовых решений финансовый менеджмент – управление процессами инвестирования и финансирования предприятия, управления его текущей финансовой деятельностью и финансовыми рисками.

Финансовые решения характеризуются тем, что доходы и расходы:

- разнесены во времени;
- не могут быть точно спрогнозированы.

Управление финансами - это деятельность, связанная с проведением общей финансовой политики государства, направленная на сбалансированность всей финансовой системы. Целью управления финансами является финансовая устойчивость и финансовая независимость, которая проявляется в макроэкономической сбалансированности, профиците бюджета, понижении государственного долга, твердости национальной валюты, в сочетании экономических интересов государства и абсолютно всех членов общества.[3]

Финансовая деятельность возникает вследствие отношений с иными предприятиями (поставщиками, покупателями), банковскими учреждениями, страховыми фирмами,

персоналом, аудиторскими компаниями и другими хозяйствующими субъектами. Эти отношения представляют собой совокупность выплат и поступлений денежных средств.

Рассмотрим факторы, которые влияют на принятие решений в области управления финансами: сфера деятельности предприятия, организационно - правовая форма, наличие высококвалифицированного персонала, внешняя и внутренняя среда, уровень организационно - методического обеспечения управления финансами.

Можно отметить следующие особенности финансовых решений: высокий уровень ответственности того, кто принимает решение, это обусловлено тем, что решения прямым образом затрагивают сферу денежного оборота; способность выражать решения в денежном эквиваленте; значительное влияние на итоговый результат деятельности компании; повышение конкурентоспособности предприятия путем успешного формирования и эффективного использования прибыли; особенность в необходимости учета правовой законности; обоснованность, документальное оформление, временное ограничение состояние внешней (политико - правовой) среды.[1]

Рассмотрим основные методы принятия решений в области управления финансами.

Методы финансового анализа применяются абсолютно всеми участниками коммерческой деятельности с целью принятия решений по оптимизации своих интересов. Выполняется финансовый анализ на основании данных, которые представлены в финансовой отчетности предприятия.

Собственники анализируют финансовые отчеты с целью увеличения доходности капитала, обеспечения устойчивости и стабильности положения компании. Кредиторы и инвесторы используют методы анализа с целью минимизации рисков по займам и вкладам. Таким образом, качество и верность принимаемых решений значительно зависит от качества аналитического обоснования решения.

Использование методов финансового планирования позволяет: обеспечить производственную и инвестиционную деятельность ресурсами, которые необходимы компании; установить финансовые отношения с хозяйствующими субъектами; определить пути вложения капитала, которые были бы эффективны, и оценить грамотность его использования; выявить и мобилизовать резерв с целью увеличения прибыли с помощью экономного использования денежных средств; контролировать появление и расходование платежных средств.

Что касается методов регулирования и контроля, то они ориентированы на своевременную диагностику появляющихся отклонений от планов и принятия решений по исключению недостатков или пересмотру показателей, которые были запланированы.

В качестве примеров решений в области управления финансами можно привести: принятие решения о привлечении заемных средств, об утверждении финансового плана, об оплате счета поставщика.[1]

Рассмотрим принятие решения о привлечении заемных средств на примере ООО "Авангард". Данное предприятие занимается выращиванием зерновых и прочих сельскохозяйственных культур.

Таблица 1 - Показатели ликвидности и платежеспособности ООО «Авангард»

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,11	0,01
Коэффициент текущей ликвидности	0,06	0,32	1,20
Коэффициент общей ликвидности	1,37	0,82	1,96

Исходя из совокупности представленных показателей ООО «Авангард» следует отнести ко второму классу кредитоспособности заемщика.

Для оценки эффективности использования заемных средств необходимо использовать один из методов принятия решений - анализ динамики привлечения дополнительных источников финансовых ресурсов и их использования.

Основным источником дополнительных ресурсов в ООО "Авангард" являются кредиты банков на долгосрочной и краткосрочной основе.

По представленным данным предприятия долгосрочные заемные средства кредитов возросли на 106902 тыс. руб. в 2014 году, а согласно результатам всего года сумма заемных средств была равна 11452 тыс. руб. ООО "Авангард" погасило 5348 тыс. руб. краткосрочных и инвестиционных кредитов собственными средствами. На конец 2014 года остаток заемных средств составил 25314 тыс. руб.[2]

Рассмотрим рентабельность заемного капитала. Рентабельность продаж увеличилась, за счет этого увеличилась рентабельность заемного капитала на 0,08 .

Рентабельность заемного капитала в конце 2014 г. по сравнению с началом 2014г. возросла на 0,34.

Повышение факторов в производственно-хозяйственной деятельности позволило организации повысить результативность использования заемного капитала.

Список литературы

1. Методологические основы принятия решений [Электронный ресурс].- Электронные данные. - Режим доступа: https://studopedia.su/6_37309_metodologicheskie-osnovi-prinyatiya-finansovih-resheniy.html
2. Принятие решений о привлечении заемного капитала [Электронный ресурс]. - Электронные данные. - Режим доступа: http://studbooks.net/1621991/finansy/prinyatie_resheniy_privlechenii_zayomnogo_kapitala
3. Управление финансами [Электронный ресурс]. - Электронные данные. - Режим доступа: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=66023>

К ВОПРОСУ О МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Краснолуцкая В.А. - студент, Козлова Ж.М. - к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Работа в любой организации всегда характеризуется наличием двух сторон. Одной стороной являются сотрудники организации, которые осуществляют свою трудовую деятельность ради какой-либо личной выгоды. Другой же стороной выступает руководство, стремящееся консолидировать и направить усилия своих подчиненных для достижения определенной цели. В этом случае, руководство должно иметь некий инструмент, который мог бы быть для него своего рода рычагом давления на персонал. Этим инструментом выступает процесс, названный мотивацией. Состояние современного предпринимательства, начиная с микроуровня и заканчивая мега-уровнем, ставит перед предпринимателем достаточно жесткие требования в отношении развития конкурентной предпринимательской среды. Важно и состояние человеческих ресурсов организации, которое во многом зависит от мотивации.

Мотивация представляет собой процесс побуждения человека к действию. От нее зависит насколько сильно сотрудник будет вовлечен в трудовой процесс, в выполнение своих обязанностей, насколько активно он будет исполнять свои функции. В основе процесса мотивации лежит образ некоего материального или нематериального предмета, представляющего ценность для человека – мотив. Он определяет направления деятельности и является ее смыслом [1].

Эффективная работа в организации невозможна без грамотного использования процесса мотивации. При правильном мотивировании руководство организации способно значительно

повысить производительность труда подчиненных, и наоборот, при недостаточной мотивации персонал исполняет свои обязанности нехотя, не прикладывая достаточных усилий, что понижает производительность труда.

Не существует определенной универсальной системы мотивации. Для наиболее значительного эффекта целесообразно осуществлять индивидуальный подход к каждому сотруднику. Могут быть ситуации, при которых для одного человека будет более приемлемым материальное денежное стимулирование, а для другого – побуждение к деятельности созданием условий для чувства гордости результатом проделанной работы. Следует также учитывать системный характер развития предпринимательской среды, анализировать прошлые ситуации, принятые решения и достигнутые результаты.

Если характер работы соответствует определенным ценностям, интересам и потребностям ее исполнителя, то у него складывается положительное мнение о своей работе. Это приводит к удовлетворенности работой, что является одним из факторов повышения производительности труда. Так, можно строить систему мотивации, относительно тех интересов и ценностей сотрудников, которые подходят к той или иной работе.

Исследования в этом направлении проводил американский психолог Эдгар Шейн, который создал собственную теорию мотивации. В рамках этой теории Шейн выделил восемь основных ценностей и интересов в работе персонала, которые назвал «карьерными якорями». Для каждого якоря он определил мотивацию [4].

Основные аспекты мотивации сотрудников, согласно теории «карьерных якорей», представлены на рисунке 1.

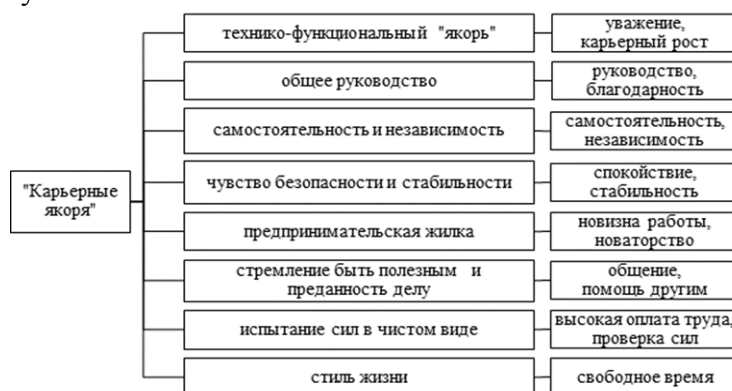


Рисунок 1 – «Карьерные якоря» Э. Шейна

Технико-функциональный «якорь». Заинтересованность сотрудника в своей деятельности. Он стремится к тому, чтобы стать настоящим профессионалом в своей работе, испытывает удовольствие при общении с такими же специалистами как он сам, пытается научиться чему-то новому и гордится своими умениями и навыками. Для мотивации таких сотрудников доктор Шейн советует руководителям поручать им интересную профессиональную работу, выполнение которой повысит их самоуважение и вызовет одобрение со стороны коллег и руководства, а также будет способствовать совершенствованию профессиональных навыков.

Общее руководство. В этом случае сотрудник проявляет желание руководить, он умеет организовывать и контролировать людей, обладает развитым чувством ответственности. Таких сотрудников рекомендуется мотивировать привлечением к деятельности по руководству персоналом, их не следует сильно ограничивать в инициативе по контролю над другими сотрудниками. Кроме того, следует выражать им благодарность за проявленную инициативу: это станет для них поводом думать, что «я, возможно, на один шаг ближе к подъему по карьерной лестнице».

Самостоятельность и независимость. Работник больше полагается на собственное мнение по качеству своей работы и срокам ее выполнения, при этом он любит выполнять

свои трудовые функции без вмешательства других людей и не завися от кого бы то ни было. Осуществление мотивации сотрудников с такими особенностями возможно посредством обеспечения относительной независимости в работе, причем лучшим вариантом было бы поставить перед ним задачу, требующую высокого уровня ответственности. Такие работники предпочитают работать самостоятельно, поэтому одиночная работа могла бы их дополнительно мотивировать.

Чувство безопасности и стабильность. В данном случае сотрудники хотят сохранить свою стабильную работу на длительный срок; они также характеризуются хорошей работой в команде. Мотивировать таких сотрудников может спокойная, тихая работа, не содержащая рисков, характеризующаяся командным выполнением и длительным сроком осуществления.

Предпринимательская жилка. Сотрудник стремится к изменениям, к чему-то новому, использует творческий подход к работе, при этом хорошо работает в команде; к решению проблем подходит со своей точки зрения и пытается их решить по-своему. Рекомендуются мотивировать таких сотрудников работой, подходящей к их широкому видению и творческой натуре. Помимо этого, их мотивирует новая, ранее не проделываемая работа, требующая новых подходов и методов. Это может быть задание по разработке инновационного проекта.

Стремление быть полезным и преданность делу. Такие работники испытывают стремление к помощи другим людям, а также любят передавать свои знания и консультировать. Для таких сотрудников подходит мотивация посредством поручения работы с клиентами, требующей активного общения с разными людьми. Таким работникам также подходят задачи по устранению конфликтных ситуаций в организации и помощи коллегам.

Испытание сил в чистом виде. Такие сотрудники имеют высокий уровень внутренней мотивации, стремятся постоянно испытывать свои силы, решать все новые и новые трудовые проблемы, при этом они готовы решать трудные задачи, связанные с высоким риском. Обычные задания для них не представляют интереса, а задания по улаживанию кризиса вполне подойдут им. Для них рекомендуется применять материальную мотивацию, т.е. обеспечивать высокую оплату труда. Кроме этого, следует выяснить, какая работа послужила бы для них источником мотивации и что могло бы проверить их силы.

Стиль жизни. Работники ценят разграничение между личной жизнью и работой, трудовая деятельность не должна мешать их жизни вне работы; трудятся в соответствии со своим идеальным, по их мнению, стилем жизни. Их мотивация обеспечивается путем предоставления достаточного количества свободного времени. Оно может быть предоставлено путем составления гибкого графика работы или неполного рабочего дня. Для таких сотрудников важна оценка работы по полученному результату, а не по затраченному времени.

Одному сотруднику могут быть присущи интересы и потребности, относящиеся к различным «якорям». В этом случае он равно ценит соответствующие работу и задания, поэтому его одинаково может мотивировать различная работа.

Для определения того, какой «карьерный якорь» характеризует сотрудника можно разработать тест, результаты которого покажут принадлежность того или иного работника к тем или иным «якорям». Тест должен содержать вопросы, отражающие основные аспекты, относящиеся к какому-либо «карьерному якорю». Примерная форма теста представлена в таблице 1. Тест призван ответить на вопрос, насколько сотрудник ценит тот или иной аспект работы.

Таблица 1 – Тест «Карьерные якоря»

	вовсе не важно крайне важно ← →									
Профессиональная деятельность	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Руководство	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Самостоятельность в работе	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Спокойная работа	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Новизна в работе	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Помощь другим	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Риск в работе	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Четкое разграничение работы и времени свободной от нее	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Анализ результатов теста покажет, к какому типу относится протестированный сотрудник. По результатам теста следует разработать систему мотивации персонала в организации, соответствующую специфики ценностной ориентации сотрудников. Определение «карьерного якоря», возможно, также и путем беседы руководителя с подчиненным. Предполагается, что программа мотивации, созданная с помощью полученных результатов, в перспективе улучшит отношение персонала к своей работе, сотрудники будут лучше понимать ради чего они трудятся, будут получать большее удовлетворение своей работой, что вследствие повысит производительность труда в организации.

Таким образом, мотивация персонала является важнейшим условием эффективности ведения дел в организации и высокой производительности труда. Руководство должно грамотно подходить к построению системы мотивирования, учитывая все факторы успешной мотивации.

Список литературы

1. Левушкина, С.В. Обеспечение устойчивости нового качества экономического развития малых и средних предпринимательских структур в кризисных условиях: теория и практика: монография. – Ставрополь: АГРУС, 2013. – 236 с.
2. Белоглазова, Т.М., Левушкина, С.В. Системы менеджмента качества: понятие, необходимость внедрения и проблемы / Т.М. Белоглазова, С.В. Левушкина // Состояние и перспективы развития аграрного сектора экономики: региональный аспект: сб. статей 72-й научно-практической конференции. – Ставропольский государственный аграрный университет, 2008. - С. 190-193.
3. Филипова, В.Н., Преображенский, А.П. Методы оценки компетенций работников в организации / В.Н. Филипова, А.П. Преображенский / В мире научных открытий. 2015. - № 3.9 (63). - С. 4115-4120.
4. Schein, Edgar H. Career Anchors (discovering your real values), Jossey-Bass Pfeiffer, San Francisco, 1990.

ПОЛИТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗАЁМНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Морозова А.А. – студент, Дронова О.Б. - к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Постоянное привлечение предприятиями заёмных средств является одним из аспектов эффективной финансовой деятельности. Применение заемных средств даёт возможность значительно увеличить масштаб хозяйственной деятельности организации, создать необходимые условия для более продуктивного применения собственного капитала, форсировать образование разнообразных целевых финансовых фондов, и в итоге – увеличить рыночную стоимость предприятия.

Несмотря на то, что фундаментом любого бизнеса является собственный капитал, на многих предприятиях в различных отраслях экономики величина заёмных средств ощутимо преобладает над величиной собственных средств предприятия.

Таким образом, управление привлечением и использованием заёмного капитала является центральной функцией финансового менеджмента, которая в свою очередь адресована на достижение высоких итоговых результатов хозяйственной деятельности предприятия.

Привлечённые заемные средства определяют комплекс всех финансовых обязательств предприятия (общую сумму долга). Эти финансовые обязательства в современной хозяйственной практике делятся на:

1) Долгосрочные финансовые обязательства. Сюда включаются все формы заёмного капитала, привлечённого предприятием на срок более одного года.

2) Краткосрочные финансовые обязательства. В эту категорию входят все формы заёмных средств, привлеченных на срок, не превышающий одного года

В соответствии с вышерассмотренной классификацией мобилизация заёмных средств является целенаправленным процессом их формирования из наиболее приемлемых источников и в наиболее подходящей форме с учётом потребности организации в заёмных средствах на данный момент времени.

Для решения ряда задач в рамках данного управления предприятию, привлекающему достаточное количество заёмных средств, необходимо разрабатывать специальную финансовую политику.

Политика привлечения заёмного капитала является составляющей единой финансовой стратегии, которая охватывает обеспечение преимущественно результативными формами и условиями привлечения заёмных средств из разных источников исходя из имеющихся у организации потребностей.

Этапы процесса формирования политики привлечения заёмного капитала:

1) Анализ привлечения и использования заёмных средств на предприятии. Целью данного этапа является определение структуры и форм привлечения организацией заёмного капитала, а также оценка эффективности их использования. В ходе анализа отслеживается динамика всей величины привлечённых заёмных средств, выявляются формы их привлечения, устанавливается состав кредиторов и предоставленные ими условия, оценивается эффективность использования заёмных средств. Исходя из этого анализа, предприятие делает выводы о необходимости привлечения заёмного капитала, о формах его привлечения, а также об источниках его формирования.

2) Определение целей привлечения заемных средств в предстоящем периоде. В рамках данного этапа могут быть следующие цели привлечения заёмных средств:

- дополнения требуемого объема постоянной доли оборотных активов. На данный момент множество предприятий, ведущих производственную деятельность, не способны финансировать данную часть оборотных активов только благодаря имеющимся собственным средствам. Существенная часть оборотных активов финансируется с помощью привлечения заёмных средств;

- обеспечение формирования переменной части оборотных активов. В финансировании этой части активов предприятие может использовать заёмный капитал как полностью, так и частично;

- формирование недостающего объема инвестиционных ресурсов. Для ускорения реализации своих проектов (новое строительство, реконструкция, модернизация) у предприятия может возникнуть необходимость в привлечении заёмного капитала;

- обеспечение социально-бытовых потребностей своих работников. Здесь заёмные средства идут на удовлетворение потребностей и нужд работников организации;

- другие временные нужды. Обычно такие нужды требуют привлечения заёмных средств в небольшом количестве и на короткий срок.

3) Определение предельного объема привлечения заемных средств. Предельно возможный объем этого привлечения зависит от двух условий:

- от предельного эффекта финансового левериджа. Так как величина собственного капитала определяется на предшествующем этапе, то объём используемых собственных финансовых ресурсов может быть установлен предварительно. По отношению к нему вычисляется коэффициент финансового левериджа (коэффициент финансирования), при котором его эффект будет максимальным. Исходя из величины собственного капитала в предстоящем периоде и рассчитанного коэффициента финансирования определяется максимально допустимая величина заёмных финансовых ресурсов, способная обеспечить эффективное использование собственных средств в предстоящем периоде;

- обеспечением удовлетворительной финансовой устойчивости предприятия. Финансовая устойчивость должна быть оценена как с позиции самого предприятия, так и с позиции кредитора, что в будущем обеспечит уменьшение стоимости привлечённого заёмного капитала.

Исходя из данных условий предприятие создает верхний предел использования заёмных средств для ведения своей хозяйственно-экономической деятельности.

4) Определение соотношения заемных средств, привлекаемых на кратко- и долгосрочной основе. Вычисление этого соотношения основывается на целях использования заемных средств в будущем периоде. На долгосрочный период (свыше 1 года) заемные средства привлекаются, в основном, для наращивания величины основных средств и формирования других потребностей инвестирования.

На краткосрочный период заёмный капитал привлекается для всех остальных целей их использования. Расчет требуемого размера заемных средств в границах каждого периода осуществляется в разрезе отдельных целевых направлений их предстоящего использования. Это необходимо для определения сроков использования привлекаемых заёмных ресурсов. В процессе этих расчетов определяется полный и средний срок использования заемных средств.

5) Принятие решения о формах привлечения заёмных средств. Организация делает выбор в пользу той или иной формы привлечения заёмного капитала основываясь на установленных ранее целях и специфики своей хозяйственной деятельности.

6) Установление состава кредиторов. Состав и число кредиторов формируется в соответствии с выбранными формами заёмного капитала. Традиционно основными кредиторами какого-либо предприятия выступают его постоянные поставщики, с которыми на продолжении длительного времени налажены прочные коммерческие связи, а также коммерческий банк, который осуществляет обслуживание данной организации в ходе расчётно-кассовых операций.

7) Создание выгодных условий для привлечения кредитов. К основным условиям относятся:

- срок предоставления кредита;
- ставка процента по кредиту;
- условия выплаты основной суммы долга;

-прочие условия, связанные с получением кредита.

8) Обеспечение эффективного использования кредита. Для того, чтобы определить является ли использование кредита эффективным, необходимо рассчитать показатели оборачиваемости и рентабельности заёмного капитала.

9) Обеспечение своевременных расчетов по полученным кредитам. Для того чтобы оплачивать крупные кредиты предприятия может заранее создать специальный возвратный фонд (резерв). Платежи для погашения кредитов вводятся в платежный календарь и проверяются в процессе мониторинга текущей финансовой деятельности.

Таким образом, политика привлечения заёмных средств даст возможность урегулировать проблемы предприятия, связанный с недостатком финансовых ресурсов для ведения продуктивной хозяйственной деятельности.

В качестве примера рассмотрим ОАО «Гостиница Барнаул». Предприятие ежегодно привлекает заёмные средства (как долгосрочные, так и краткосрочные) для своего эффективного функционирования на рынке гостиничных услуг (выборка из баланса представлена ниже).

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2014 г.
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	6 911	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	6 911	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	-	4 000	2 500
5.3	Кредиторская задолженность	1520	6 461	5 548	7 897
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	6 461	9 548	10 197

Рассчитаем показатель рентабельности привлечённых заёмных средств (эффект финансового рычага). Показатель рентабельности заемного капитала является важным показателем эффективности использования привлеченных средств.

$$\text{Крзк (2016)} = 7748 / (6911 + 6461) = 0,58.$$

$$\text{Крзк (2015)} = 10277 / (0 + 9548) = 1,07.$$

$$\text{Крзк (2014)} = 6434 / (10197) = 0,63.$$

Наблюдается тенденция увеличения показателя в 2015 году и затем в 2016 году его значительное снижение. Наиболее эффективную политику привлечения заёмных средств предприятие вело в 2015 году, что связано с ростом качества управления привлечённым капиталом, а именно в проведение капитального ремонта, что повысило процент загрузки гостиницы и, в следствие, повлияло на увеличение прибыли.

Список литературы

1. Акулов, В.Б. Финансовый менеджмент: учебное пособие / В.Б. Акулов. - 4-е изд. - Москва: Флинта, 2010. - 264 с.
2. Кириченко, Т.В. Финансовый менеджмент: учебник / Т.В. Кириченко. - Москва: Дашков и К, 2016. - 484 с.
3. Турманидзе, Т.У. Финансовый менеджмент: учебник / Т.У. Турманидзе, Н.Д. Эриашвили. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 247 с.
4. Никулина, Н.Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика: учебное пособие / Н.Н. Никулина, Д.В. Суходоев, Н.Д. Эриашвили. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 511 с.

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОТОВОЙ СВЯЗИ

Москвина Н.С., Булгакова В.В. – студенты, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

На сегодняшний день одним из наиболее быстроразвивающихся рынков, как во всем мире, так и в России является рынок услуг мобильной связи. Одной из главных причин данной тенденции является непрерывный процесс обновления и усовершенствования имеющихся технологий, а также появление новых, которые дают возможность снижения цены и повышения качества мобильной связи. Также сегодня можно наблюдать процесс появления инновационных продуктов, которые может позволить себе приобрести все большее количество населения [1].

Сейчас на российском рынке мобильной связи существует достаточно острая конкуренция. Совершенствование технологий приводит к тому, что борьба между компаниями на данном рынке происходит не только посредством изменения ценовой политики и улучшения качества предоставляемых услуг, но и приобретением мобильным телефоном новых функций, предложением со стороны операторов новых услуг своим абонентам, в связи с чем можно наблюдать рост доли доходов операторов от предоставления дополнительных услуг [2].

Анализ, проведенный J'son & Partners Consulting, показал, что в 2016 году проникновение услуг сотовой связи в Российской Федерации находилось на уровне около 178 %, что приблизительно равно 257 миллионов абонентов. Из этого следует, что прирост абонентской базы в 2016 году составил 2%. Темпы роста рынка замедляются, что является признаком насыщения рынка. Основой роста рынка сотовой связи являются пользователи мобильного интернета (рисунок 1) [3].



Рисунок 1 – Общая активная абонентская база и проникновение мобильной связи в России, млн. SIM-карт, 2013-2016 гг.

На сегодняшний день российский рынок услуг сотовой телефонной связи насчитывает 14 операторов, количество абонентов и доля рынка которых представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Структура рынка операторов сотовой связи, действующих на территории РФ 2017 год.

№	Компания	Количество абонентов	Доля рынка
1	2	3	4
1	МТС	79000000	28,32
2	Мегафон	77300000	27,71
3	Билайн	57000000	20,43
4	Теле2	41000000	14,70

XV Всероссийская научно-техническая конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и молодежь»

5	Ростелеком	14800000	5,31
6	Глобал Телеком	4000000	1,43
7	Мотив	2420000	0,87
8	Yota	1700000	0,61
9	К-Телеком	1 100 000	0,39
10	Скай Линк	250000	0,09
11	Матрикс Телеком	155640	0,06
12	Центральный Телеграф	150 000	0,05
13	Вайнах Телеком	60 000	0,02
14	Арктик Регион Связь	20000	0,01
	Итого	278955640	100

Из данной таблицы можно сделать вывод о олигополистичности рынка, которая выражается в небольшом количестве операторов и преобладании в занимаемой доли рынка 4 ведущих компаний: МТС, Мегафон, Билайн, Теле2 (рисунок 2).

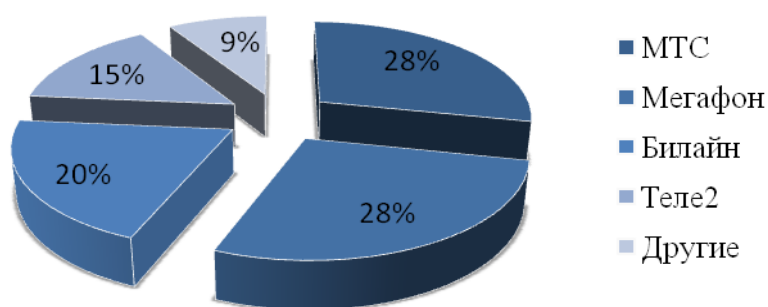


Рисунок 2 – Доли рынка операторов сотовой связи

Рассмотрим ключевые показатели, которые характеризуют уровень концентрации материально-денежных потоков на данном рынке, а также позволяют оценить влияние крупных игроков на ситуацию на рынке, их уровень рыночной власти. (таблица 2)

Таблица 2 – Показатели, характеризующие уровень конкуренции на рынке розничной торговли продовольственных товаров РФ

Название показателя	2016 год
Индекс концентрации (3)	76,46
Индекс концентрации (4)	91,16
Индекс Герфиндаля-Хиршмана	2234,93
Дисперсия рыночных долей	3,12
Индекс Холла-Тайдмана	0,243
Коэффициент Джини	0,7057
Индекс Ханна-Кэя(0,5)	25,78
Индекс Ханна-Кэя(3)	55850,80

Результаты расчетов показали, что в настоящий момент на рынке сотовой связи наблюдается высокая концентрация, что еще раз подтверждает существование олигополии в данном сегменте. Также на рынке наблюдается высокий уровень конкуренции между ведущими операторами сотовой связи и неравномерное распределение денежных потоков.

Для определения границ олигополии авторами статьи был произведен расчет индекса Линда, представленный в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет индекса Линда

k \ i	1	2	3	4	5	6	7	L
2	1,021992							0,510996
3	1,176471	1,371053						0,424587
4	1,351968	1,594898	1,734146					0,390084
5	1,662283	2,078457	2,548387	4,295608				0,661546

Нарушение непрерывности произошло на $k=5$, из чего следует, что олигополию формируют 4 фирмы: МТС, Мегафон, Билайн, Теле2, указанным компаниям принадлежат самые большие доли рынка.

Как уже отмечалось выше, одной из главных характеристик рынка сотовой связи на территории России является высокий уровень конкуренции. В конкурентной борьбе компания МТС делает упор на стратегию лидерства на основе цены, Мегафон в свою очередь придерживается стратегии минимальных цен на услуги, Билайн опирается на стратегию ценообразования на базе индивидуальных издержек, а Теле2 предоставляет самый широкий ассортимент тарифных планов по низким ценам.

На сегодняшний день мобильные телефоны – самый популярный гаджет в мире. Им пользуется практически каждый человек, из-за чего возможность расширения клиентской базы крайне ограничена. Критически изменить положение не может даже внедрение новых стандартов сотовой связи.

Оптимальным способом расширения базы клиентов для мобильных операторов может стать увеличение границ отрасли путем внедрения новых услуг: телевидение, музыкальные сервисы, мобильная коммерция. Наиболее перспективный вариант на ближайшее будущее – видео-контент. Видео-данные позволяют увеличить средний доход от одного абонента за счет повышенного расхода трафика, а также повлиять на лояльность пользователей.

Помимо медиа-сферы, в ИТ-секторе имеются мейнстримы, открывающие для операторов новые возможности. В настоящий момент это проекты в области M2M, сервисы для облачного обмена информацией, интернет-магазины и прочее. Так, для использования «умной» техники необходима не только общая сеть, но и сервисы, по средствам которых это управление будет реализовано. По подсчетам «МегаФон» на 2017 год количество устройств на M2M возросло в 2,5 раза, а к 2020 году их количество может составить 38 млн.

С развитием ИТ-технологий функции операторов связи будут расширяться. Будущая деятельность этих компаний будет направлена на оптимизацию деятельности организацией путем формирования «умной» инфраструктуры.

Список использованных источников

1. Фомина Т. А. Анализ рынка операторов сотовой связи // Молодой ученый. – 2014. – №18. – С. 466-468. – URL <https://moluch.ru/archive/77/13312/> (дата обращения: 15.12.2017).
2. Трепаков А.С. Оценка и анализ состояния и тенденций развития рынка сотовой связи России (2015-2016 годы) // Экономика, предпринимательство и право. – 2017. – Том 7. – № 1. – С. 49-64.
3. Российский рынок сотовой связи: текущее состояние и прогноз, 2013–2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://json.tv/> (дата обращения 13.12.2017)
4. Доли рынка сотовых операторов России по итогам 2016 года. Финансовые показатели и направления развития рынка телекоммуникационных услуг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1234g.ru/> (дата обращения 13.12.2017).
5. Операторы сотовой связи в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://8sot.su/ru/operators> (дата обращения 13.12.2017).

СИСТЕМА УЧЕТА ЗАТРАТ «ДИРЕКТ – КОСТИНГ»

Панина Д.Е. – студент, Дронова О.Б. - к.э.н, доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Одним из самых важных элементов работы любой компании или предприятия, на сегодняшний день, является система учета затрат и калькулирование себестоимости. Внешняя среда создает условия, в рамках которых предприятия вынуждены постоянно совершенствовать не только технологию производства, но и систему управления [1]. Таким образом, компании повышают свою конкурентоспособность, усиливают эффективность деятельности. Исследования различных систем учета затрат становится необходимым, так как применение оптимального метода становится одним из эффективных способов совершенствования деятельности предприятия.

Под методом учета затрат, как правило, понимают совокупность приемов документирования и отражения производственных затрат которые обеспечивают определение реальной себестоимости товаров, а так же дают необходимую информацию для контроля этого процесса.

Все многообразие методов можно объединить в три группы, представленные на рисунке 1 [1].

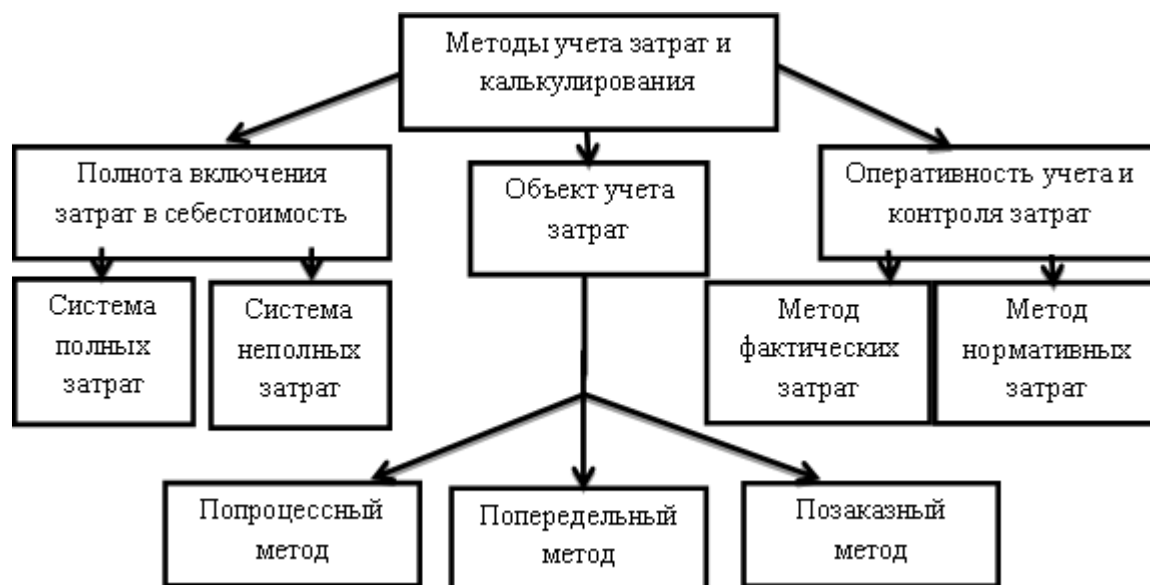


Рисунок 1 – Классификация методов учета затрат и калькулирования

Рассмотрим систему неполных (частичных) затрат, которая получила название «директ-костинг», подробнее.

Термин «директ-костинг» был введен американским экономистом Д. Харрисом в 1936 г. и буквально переводится как «прямые затраты». В узком понимании, термин используется как метод исчисления себестоимости. В широком смысле – это способ организации управленческого учета [2].

Использование метода «директ-костинг» на предприятиях заключается в отделении постоянных расходов от переменных издержек. Ключевыми понятиями данной системы являются:

- постоянные затраты (не зависят от выпускаемой продукции);
- переменные затраты (находятся в прямой зависимости от объема выпуска, в сумме с постоянными затратами образуют общие затраты);
- маржинальный доход (разница между выручкой от реализации и переменными расходами).

Таким образом, метод «директ-костинг» включает в себестоимость только переменные затраты. Они подвергаются учету и планированию относительно производства. Постоянные затраты, при этом, вычитаются из прибыли в течение отчетного периода, в котором был произведен товар. На западе данный метод еще называют методом управления предприятием, подчеркивая единство анализа, учета и принятия управленческих решений.

Говоря о нашей стране, в последнее время «директ-костинг» приобретает все большее распространение и применяется в двух вариациях [2]:

1. Простой, предусматривающий учет финансовой и управленческой бухгалтерии отдельно друг от друга. Расчет себестоимости проводится только на основе прямых переменных затрат.

2. Развитой, предусматривающий объединение производственного и денежного учета, с расчетом себестоимости по прямым и косвенным переменным затратам.

Второй вариант является более полным, так как позволяет учитывать все виды переменных затрат, что позволяет более точно рассчитывать себестоимость продукции.

В расчете себестоимости используются следующие элементы учета расходов:

- по виду трат;
- по носителям затрат;
- по месту формирования расходов;
- затраты, за отдельно взятый период времени.

Так же, в рамках метода «директ-костинг» возможно определить критический объем производства, при котором все издержки производства могут быть покрыты за счет выручки, без получения прибыли [1]. Формула имеет вид:

$$O = \frac{Z_{\text{пост}}}{(Ц - Z_{\text{пер}})}, \quad (1)$$

где O – критический объем;

$Z_{\text{пост}}$ – постоянные затраты (в целом по предприятию);

$Ц$ – цена единицы продукции;

$Z_{\text{пер}}$ – переменные затраты на единицу продукции.

Применение метода «директ-костинг» дает ряд перспективных преимуществ:

- высокая эффективность в принятии оперативных решений;
- эффективность управления ценовой политикой предприятия;
- способность выгодно комбинировать объем продукции и цену;
- возможность совершенствования ассортимента товаров;
- способность быстрой реакции на изменения рынка;
- детальное исследование работы компании с применением статистических методов и т.д.

Однако главной проблемой в применении данного метода является сложность дифференциации расходов, так как на предприятиях нет четких границ разделения постоянных и переменных расходов.

Поэтому следует периодически пересматривать принципы разделения затрат, а также вычислять маржинальную прибыль (по отдельным видам производства и в целом по организации).

Примером компании, применяющей метод «директ-костинг» является ООО «Новэкс» - компания оптовой и розничной торговли хозяйственными товарами, ведущая в Алтайском крае. Для совершенствования методов управления ассортиментом руководством компании было принято решение об использовании не только традиционных подходов, суть которых заключается в нахождение оптимального ассортимента товаров по критерию максимизации прибыли. В таких подходах содержится ряд недостатков: подразумевается зависимость прибыли исключительно от внутренних ресурсов предприятия, что справедливо только при прочих равных условиях, без учета рынка, а так же не учитывает различное поведение постоянных и переменных издержек при изменении объема продаж.

Поэтому «Новэкс» сочетают эти методы с методом «директ-костинг», где в качестве критерия финансовой привлекательности используется маржинальный доход, который позволяет учитывать цели компании, ресурсы и внешние воздействия. На наш взгляд это верное решение, которое позволяет компании эффективно осуществлять свою деятельность на рынке, стабильно развиваться и получать прибыль.

Внешние воздействия на компанию можно определить на основе коэффициента адекватности рынка [3].

$$K_{ад.р.} = 1 - \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{K_j^{\mu} - K_j^{\varphi}}{K_j^{\mu}}, \quad (2)$$

где K_j^{μ}, K_j^{φ} - нормативные и фактические значения показателей;

n – количество показателей, принятых для расчета.

Смысл коэффициента в характеристике степени приближения анализируемого товара к эталону, который соответствует наиболее конкурентоспособному товару на рынке.

Список литературы

1. Лапыгин Ю. Управление затратами на предприятии. Планирование и прогнозирование, анализ и минимизация затрат [Текст]: учеб. пособие/ Лапыгин Ю., Прохорова Н. – Изд.: Litres. – 2017. – 1214 с.
2. Арутюнян Ю.И., Тхакахова М.О., Кузьмин И.Д., Радченко А.М. Теоретические основы системы «директ-костинг» [Текст]/Ю.И. Арутюнян и [др.]// Академическая наука - проблемы и достижения: Материалы XII международной научно-практической конференции – Изд-во CreateSpace 2017. – С. 188 -190.
3. Головачев, А.С. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие/ А.С. Головачев. – Минск: Вышэйшая школа, 2015. – 688 с.:ил.

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ БИТКОИНА В ЭКОНОМИКЕ

Панина Д.Е., Олийнек А.В. - студенты, Любичкая В.А. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В век технологий, виртуальная реальность уже не кажется чем то эфемерным. Доказательством тому служат криптовалюты. Криптовалюта – это цифровая валюта, единицей которой является монета (от англ. – «coin»). Монета представляет собой информацию, зашифрованную с использованием криптографии, защищенную таким образом от подделки. Выпуск криптовалют осуществляется в виртуальной сети, поэтому никак не связан с государственными валютными системами и любой другой привычной валютой.

Майнинг – это процесс добычи криптовалюты в сети, заниматься которым может любой желающий, при наличии необходимого компьютерного оборудования и специального программного обеспечения. Вычислительные мощности оборудования решают постепенно усложняемые алгоритмы, решение которых дает право на обладание монетой – набора зашифрованной информации. Монеты хранятся децентрализованно, распределяясь по электронным криптокошелькам майнеров.

Блокчейн – некая учетная запись, которая служит доказательством наличия монеты в сети.

Преимущества и недостатки криптовалют, по сравнению с традиционными валютами, представлены в таблице 1.

Наиболее перспективные и известные виды криптовалют представлены в таблице 2. Самой популярной и известной на сегодняшний день криптовалютой является BitCoin. Ее уникальный алгоритм был разработан Сатоши Накамото в период с 2007 по 2009 г., с последующей эмиссией и добычей в сети.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки криптовалют [4]

Преимущества	Недостатки
Доступность для любого желающего, обеспеченная открытым кодом алгоритма.	Отсутствие регулирующих механизмов
Анонимность транзакций	Высокая изменчивость
Децентрализованный характер, отсутствие единого цифрового банка	Возможность негативных реакций со стороны национальных регуляторов
Эмитируется ограниченное количество монет, как следствие – не подвержена инфляции	Потеря пароля к электронному криптокошельку или его неработоспособность ведут к безвозвратной утрате всех находящихся в нем монет
Защищенность от копирования	

Таблица 2 – Основные виды криптовалют [2]

Название	Цена руб. на 04.06.17	Описание
BitCoin	145 000,00	Пиринговая платёжная система, использующая одноимённую расчётную единицу и одноимённый протокол передачи данных
Ethereum	13 150,00	Платформа для создания децентрализованных онлайн-сервисов на базе блокчейна, работающих на базе умных контрактов
Ripple	16,5	Система валовых расчётов реального времени, обмена валют и денежных переводов, разработанная компанией Ripple, именуется протоколом сделок ripple
Monero	2 400,00	Криптовалюта с открытым исходным кодом, предназначенная для анонимных денежных транзакций
Zcash	13 240,00	Криптовалюта с открытым исходным кодом, обеспечивающая конфиденциальность и выборочную прозрачность транзакций
Steem	72,5	Это токен децентрализованной социальной сети - Steemit, построенной на блокчейне, где платят вознаграждения за постинг статей, новостей и прочего контента, а так же за кураторство, то есть оценивание материала и комментирование
Lisk	76,00	Децентрализованная платформа, которая функционирует на базе распределенного реестра и может быть использована для создания приложений

Стоимость добычи на тот момент составляла от 0,1\$ за монету. Прорывом стало предоставление одной из бирж возможности обмена биткойна на реальные деньги, а так же интерес со стороны некоторых порталов подпольной торговли. Совокупность данных факторов вызвали широкий интерес и его быстрый рост. Так, в 2013 г. стоимость биткойна взлетела до 1100\$ за монету, а в 2015 г. упала до уровня 200-250\$. 2016-2017 гг. ознаменовались ростом биткойна до современного уровня более чем 7000 \$ за одну монету.

Анализируя динамику, можно сделать вывод о том, что биткойн постепенно занимает нишу средства долгосрочного сбережения.

Помимо чисто спекулятивного интереса выделяют и другие причины для роста Биткойна. Китай всегда был крупным игроком в экосистеме Биткойна, обеспечивая примерно 70% всего биткойн-майнинга (процесса, в ходе которого создаются биткойны и подтверждаются транзакции в распределенной сети) и до 90% всех торгов.



Рисунок 1 - Динамика официального курса биткойна к доллару, тыс. \$ [1]

Китайское правительство девальвировало юань в качестве меры по повышению конкурентоспособности национальной экономики с высокой долей государственного участия. И, на фоне усиления американского доллара, это сместило фокус интереса китайских спекулянтов в сторону Биткойна. Более того, Биткойн стал популярным и надежным средством для ухода от валютного контроля, введенного госорганами. Если необходимо вывести деньги из Китая, есть несколько вариантов, и один из них – Биткойн. Так что скачок спроса совершенно не удивляет: зажиточные китайцы ищут способы сбережения накоплений, отличные от вложения в юань.

Биткойн больше не торгуется «кое-как». Появились правила, институциональный интерес, формируется биржевой инвестиционный фонд. Именно поэтому некоторые мейнстрим-инвесторы проявляют интерес к использованию Биткойна в качестве альтернативы традиционным инструментам сбережения, таким как золото. В первую очередь это относится к таким инвесторам, которые планируют вложения на долгие годы и без проблем переживают ежедневные изменения стоимости.

Биткойн невозможно изъять. Если им пользоваться правильно, Биткойн действительно принадлежит владельцу в той мере, в которой валюта, хранящаяся в банках, не может принадлежать ему в принципе. Деньги в банке могут быть изъяты в одностороннем порядке: действиями банка или по запросу правительства – это особенности некоторых форм принудительной конвертации или «стрижки». Но если держать биткойны на адресе, приватный ключ к которому есть только у владельца (и этот адрес не на бирже), тогда они защищены законами математики и физики, лежащими в основе вселенной. Поэтому, несмотря на изменения курса Биткойна по отношению к доллару, у него есть вполне ощутимые преимущества: он не может быть присвоен государством или третьими лицами. Это преимущество становится все более и более привлекательным в эпоху принудительных конвертаций валют и мер по спасению экономики.

Общая картина усиливается внутренними проблемами Биткойна. На сегодняшний день он не подходит для использования в качестве транзакционной валюты. Протокол Биткойна просто не может обеспечить необходимую пропускную способность. Ведется активная работа над масштабированием, включая многообещающую технологию Segregated Witness или SegWit. SegWit позволит сжать большое количество транзакций в один пакет или «блок», тем самым увеличивая производительность без каких-либо изменений в корневом ПО. Разработка и внедрение идут медленно, а децентрализованная природа Биткойна означает, что достичь консенсуса между стейкхолдерами будет непросто. А пока эти задачи решаются, транзакционная производительность Биткойна остается недостаточной для его активного использования в сфере денежных переводов или электронной коммерции. Блоки, как правило, заполнены, так что для гарантии принятия транзакции приходится платить высокие комиссии. Это, конечно, увеличивает привлекательность Биткойна для майнеров и способствует росту его стоимости.

Мир меняется очень быстро, и, без сомнения, будет меняться и глобальная картина. Индивидуальные валюты будут появляться и исчезать, пока со дна не поднимутся несколько фаворитов. Но Биткойн крепко обосновался в особенной нише: скорее не как средство обмена, но как надежное цифровое хранилище финансов вдали от угроз девальвации, инфляции, принудительной конвертации валют и других опасностей сегодняшней нездоровой глобальной экономики.

Список литературы

1. Курс биткойна к доллару и рублю на сегодня [Электронный ресурс]: <http://bbf.ru/currency/bitcoin/> - Загл. с экрана
2. Обзор криптовалют - Crypto-currency для инвестиционного портфеля [Электронный ресурс]: <https://www.i-tt.ru/news/obzor-kriptovalyut> - Загл. с экрана
3. Рост Биткойна на фоне экономических проблем указывает на новые роли блокчейн-валют [Электронный ресурс]: <https://geektimes.ru/company/waves/blog/282360/> - Загл. с экрана
4. ONECOIN THE NEXT BITCOIN? [Электронный ресурс]: <http://onecoins.info/chto-takoe-kriptovalyuta.html> - Загл. с экрана

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Перепечина К.О. - студент, Мачин К.А. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Человек является важным звеном в экономике, несмотря на то, что идет бурное развитие средств автоматизации, механизации и других технических новшеств. Можно сказать, что человек является основной движущей силой всего производства. Поэтому важно уделять внимания аспектам производства, связанным непосредственно с трудовыми ресурсами.

Немаловажную роль в исследовании эффективности работы любого предприятия, а именно в эффективности работы трудовых ресурсов, является изучение использования рабочего времени работника на этом предприятии. Рациональное использование времени в организации помогает устранить причины потери рабочего времени. Что же такое рабочее время? Если сказать вкратце, то рабочее время – это тот промежуток времени, за который работнику необходимо выполнить свои трудовые обязанности.

Важным аспектом является определение четкого количества времени, которое необходимо для выполнения конкретной работы, а также определение его качества. Сформированные нормы труда являются лишь базой для установления производственных мощностей, пропорций развития отраслей экономики, определения соотношения использования трудовых ресурсов.

При анализе эффективности использования рабочего времени важно определить именно фактические затраты этого времени. Это помогает установить нормативы времени и их качества, а также выбрать рациональные методы работы. Таким образом, с помощью изучения фактических затрат времени решаются следующие задачи [1]:

- 1) установление существующих затрат рабочего времени на выполнение всей операции или ее составляющих элементов;
- 2) определение структуры затрат рабочего времени;
- 3) образование некой основы для расчетов затрат рабочего времени, то есть нормирования труда.

Анализ эффективности использования рабочего времени состоит из следующих этапов:

- а) подготовка к наблюдению;
- б) проведение непосредственно данного наблюдения;
- в) обработка полученных данных в ходе наблюдения;

г) анализ результатов наблюдения и разработка предложений по совершенствованию использования рабочего времени.

Выделяют несколько методов анализа эффективности рабочего времени. Рассмотрим их поподробнее.

Первый метод – хронометраж. С помощью данного метода возможно установить продолжительность элементов повторяющихся операций.

Существует три способа проведения хронометража. Первый способ – непрерывный (непрерывный). В данном случае хронометраж проводится по текущему времени, когда замеряются все составляющие, циклически повторяющиеся в определенном порядке. Иными словами, все элементы какой-то конкретной операции изучаются соответственно последовательности их выполнения [2].

Второй способ – циклический (цикловой). Этот способ подходит для изучения тех составляющих операции, которые имеют небольшую продолжительность (около 3-5 секунд), что не дает сделать замеры без объединения их в определенные группы, которые периодически в каждом цикле повторяются.

И последний способ – выборочный. Он применяется для исследования отдельных составляющих операции, когда последовательность их выполнения неважна.

Второй метод анализа эффективности рабочего времени - фотография рабочего времени. В зависимости от объекта наблюдения выделяют следующие фотографии:

а) фотография использования времени работника. Она, в свою очередь, делится на индивидуальную, групповую и самофотографию.

При индивидуальной фотографии наблюдатель устанавливает, как используется рабочее время одним работником в определенный период времени. При групповой фотографии наблюдают уже за несколькими сотрудниками, например, при бригадной организации труда. И наконец, самофотографию выполняет сам работник, фиксирующий величину потерь своего рабочего времени и причины их возникновения. Данный метод считается самым эффективным по отношению с другими по устранению потерь рабочего времени. Самофотография привлекает работников к активному участию в изучении эффективности рабочего времени, а также возможности работника внести свои предложения по устранению данных потерь [1].

б) фотография времени работы оборудования представляет собой наблюдение за его работой и перерывами в ней для того чтобы получить данные для обоснования затрат времени на обслуживание.

в) фотография производственного процесса – это одновременное исследование затрат рабочего времени исполнителей, времени использования оборудования и режимов его работы. Наблюдение может выполняться двумя наблюдателями: один наблюдает за рабочими, второй – за оборудованием.

Данный метод помогает раскрыть резервы повышения производительности труда, в следствие устранения потерь рабочего времени.

Третий метод – фотохронометраж. Данный метод можно назвать комбинированным средством анализа рабочего времени. Фотохронометраж включает в себя как фотографию рабочего времени, так и одновременно хронометраж. Фотохронометраж используется для изучения циклически повторяющихся элементов оперативного времени обслуживания рабочего места.

Немаловажную роль в изучении вопроса об эффективности использования рабочего времени на предприятии играет рациональность использования рабочего времени управленческого персонала. То, насколько рационально и эффективно используется рабочее время управленческого персонала, можно определить на основе сравнения фактических затрат рабочего времени с нормативными и определение оптимальной структуры выполняемых работ.

Коэффициент рациональности затрат рабочего времени управленческого персонала определяется как:

$$K_p = K_e * K_i * K_c, \quad (1)$$

где K_e – коэффициент экстенсивного использования рабочего времени;

K_i – коэффициент интенсивности труда;

K_c – коэффициент рациональности структуры затрат рабочего времени.

Методы анализа использования рабочего времени персонала аппарата управления делятся на три группы:

- а) личные наблюдения;
- б) данные, полученные от сотрудников;
- в) расчетные методы.

Методы личных наблюдений бывают выборочными, которые включают в себя моментальные и периодические наблюдения. А также методы личных наблюдений бывают непрерывными, состоящие из хронометража и фотографии рабочего времени. К методам, полученным от сотрудников, относятся индивидуальные и групповые беседы и самофотография рабочего времени. К расчетным методам относятся расчеты среднеарифметических, средневзвешенных и других характеристик затрат времени согласно данным количества видов выполненных работ за конкретный период времени [2].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что анализ использования рабочего времени на предприятии является неотъемлемой составной частью работы на любом предприятии. Большую ошибку совершают те предприятия, которые не уделяют этому вопросу внимания. Благодаря эффективному использованию рабочего времени персонала можно добиться четкой организации всех процессов на предприятии, успешности выполнения плана производства, увеличение выработки продукции каждого рабочего, а также повышения в целом производительности труда.

Список литературы

1. Бевзюк, Е.А. Регламентация и нормирование труда: Учебное пособие для бакалавров / Е.А. Бевзюк, С.В. Попов. - М.: Дашков и К, 2014. - 212 с.
2. Бычин, В.Б. Организация и нормирование труда: Учебное пособие / В.Б. Бычин, Е.В. Шубенкова, С.В. Малинин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.

КРИПТОВАЛЮТЫ: СУЩНОСТЬ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ

Плешкова А.А. - студент, Любичкая В.А. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

На сегодняшний день в мире происходит огромное количество денежных операций. Особое внимание финансового сектора закрепили за собой электронные и цифровые платежные операции. Актуальность исследования обусловлена активным использованием криптовалют в экономических системах в мире. В связи с этим целью исследования стало изучение основных видов криптовалют, их особенностей и проблематики функционирования в мировой финансовой системе. На сегодняшний день, данный рынок считается динамично развивающимся и сверхдоходным.

Информационной и эмпирической базой исследования послужили материалы электронных источников, посвященных обзору криптовалют в мире, таких как, например, Bitcoinist.com. Поскольку тематика работы на сегодняшний день остается одной из самых новых, большого массива статистических данных проработать не представляется возможным. Основными методами исследования работы стали системно-аналитический, сравнительный и экономический анализ.

Криптовалюту также называют электронными деньгами. Председатель совета ассоциаций «Электронные деньги» В. Достов и аналитик П. Шуст трактуют криптовалюту как «негосударственные расчетные единицы, не имеющие единого эмиссионного центра». [1]

Учет криптовалют является децентрализованным, ее функционирование происходит за счет системы блокчейнов (распределенная база данных, где содержится вся информация о транзакциях участников системы), все произведенные транзакции доступны в открытом виде, но никто не знает, кто переводит и кому переводятся средства, также ее невозможно подделать, т.к. это зашифрованные данные, которые невозможно подделать.

Сущность работы системы блокчейн раскрывается поэтапно:

1 этап – верификация (со стороны пользователя) и подтверждение транзакции. Пользователь запускает систему и активирует процесс.

2 этап – транзакция собирается в блок, который имеет свое изначальное состояние (т.е. адресацию и время) и предполагаемое конечное (в случае, если транзакция будет одобрена).

3 этап – рассылка блока всем участникам процесса для верификации данных. Все участники, получая данные о предполагаемой транзакции, не только подтверждают корректность начального состояния блока, но и записывают данные о блоке в свою цепочку.

4 этап – подтверждение блока, участниками подтверждается вся цепочка. Транзакция завершается.

Схема процесса представлена на рисунке 1. Сама концепция была разработана еще в далеком 1992 году. Она была разработана участниками движения Шифропанками. Шифропанки – неформальная группа людей, заинтересованных в сохранении анонимности и интересующихся криптографией. [2] Первоначально они общались между собой с помощью сети анонимных ремейлеров. Их целью было достижение анонимности и безопасности посредством использования криптографии.

Вейем Дайем в 1998 году была впервые описана концепция криптовалюты, которая звалась «b-money», также он предложил практический способ прихода к условиям соглашения между анонимными участниками.

Ник Сабо – ученый в области информатики, криптографии и права, в 1998 году разработал алгоритм децентрализованной цифровой валюты, которую он назвал «bit gold». Данная идея не была реализована на практике, но она послужила созданию Bitcoin.

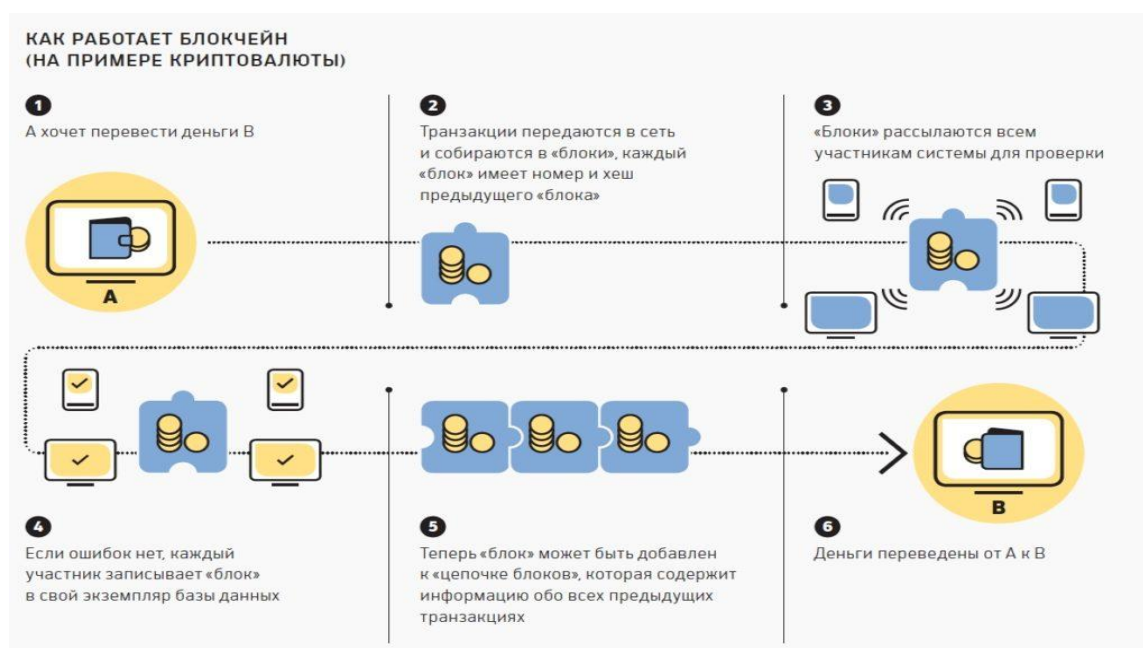


Рисунок 1 – Схема процесса блокчейн для криптовалют [7]

Биткоин был разработан Сатоси Накамото в 2008 году. Никто не знает настоящее имя этого человека, возможно, что это под этим именем работала не один человек, а группа людей. 3 января 2009 года была запущена цепочка блоков, над который на данный момент продолжают работу майнеры (люди, которые занимаются майнингом).

Майнинг – добыча цифровой валюты. Заниматься майнингом может любой человек, обладающий компьютерным оборудованием необходимой мощности и специальным программным обеспечением. Здесь подразумевается применение компьютерных мощностей для решения различных задач по формированию новых блоков криптовалютной сети. В процессе майнинга вычислительные мощности оборудования, решая алгоритмы добывают монету – набор зашифрованной информации. Подтверждением данной валюты служит блокчейн в виде учетной записи, в роли криптомонета здесь выступает в качестве набора зашифрованных данных.[3] Стоит также сказать, что 58% майнерских пулов находятся в Китае, второе место занимает США – 16%. Несмотря на рост цифровых валют, майнинг развивается неравномерно. Общая выручка от продажи биткоинов за год (рассчитывается как сумма вознаграждения за создание блока и транзакционных сборов) при конвертации в доллары в 2016 году оказалась на 223 млн.долларов ниже, по сравнению с 2014 годом. [4]

Как и у любых валют, криптовалюта имеет правовой статус, в разных странах имеются различия по ее использованию. В ряде некоторых стран разрешены операции с криптовалютой, в некоторых – операции данного вида являются незаконными. В 2015 году в Китае была опубликована статья в официальной газете «Жэньминь жибао», которая была воспринята как неофициально признание биткоина властями. В США – вторая страна по обороту криптовалюты. Но с правовым регулированием не все так просто. В некоторых штатах биткоины признаны как денежные средства, в некоторых – наоборот. Но в целом, на Федеральном уровне налоговая служба США рассматривает криптовалюту как товар и облагает ее налогом. Европейский суд в октябре 2015 года принял решение освободить операции, связанные с биткоином от Налога на добавленную стоимость. Из этого следует, что биткоин выступает в качестве валюты, а не товара. Но после парижских терактов 13 ноября ЕС пытались ужесточить меры против биткоина, т.к. в криптовалюте увидели средство финансового терроризма. Но пока что никаких запретительных мер предпринято не было. Что касается России, в июне 2017-го представители сразу трех ведомств — Центробанка, Росфинмониторинга и Минфина — заявили, что России нужна своя криптовалюта, классифицированная, предположительно, как «иное имущество». Но пока в России статус виртуальных денег не определен. Криптовалюты не запрещены, но как с ними работать, государство не регламентирует.[5] Во Вьетнаме, Боливии, Исландии, Эквадоре, Кыргызстане, Бангладеше криптовалюта остается вне закона. [6]

Число видов криптовалют постоянно меняется, на сайте altcoin.info выделяется 1220 позиций. Все обменные операции осуществляются на биржах. Обмен производится через биткойн, то есть в этой валюте считается курс остальных валют.

Следует также отметить достоинства и недостатки криптовалюты.

Таблица 1 – Достоинства и недостатки криптовалюты

Достоинства	Недостатки
Доступность денег в любое время	Сложность контролирования переводов
Возможность проверить достоверность совершенных операций	Риск запрета
Открытость кода	Нет возможности отозвать платеж
Анонимность	Зависит от текущего спроса, следовательно могут возникнуть колебания цены виртуальных денег
Взломать, подделать невозможно	При потере пароля к криптокошельку, безвозвратная потеря всех находящихся в нем криптомонет

Является независимой денежной единицей, т.е. никто не контролирует эмиссию и движение средств на счету	
Отсутствие комиссии за перевод денежных средств между странами	
Ограниченное количество выпуска валюты	

Рост популярности криптовалюты заставляют многих людей инвестировать в данный вид электронных денег. По данным на 2017 год совокупная капитализация рынка криптовалют составляет 169,3 млн. долларов, следовательно его можно считать перспективным и сверхдоходным, но помимо всего следует отметить, что он является и достаточно рискованным, так как существуют риски банкротства и обвала рынка. Поэтому необходимо применять обдуманное портфельное инвестирование.

Список использованных источников:

1. Достов В.Л., Шуст П.М. Рынок криптовалют: риски и возможности для кредитных организаций//Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. – 2014. - №1
2. Шифропанк – Википедия [Электронный ресурс] URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Шифропанк> (Дата обращения 5.11.2017)
3. Криптовалюта: отличие от обычных денег? Плюсы и минусы - Audit-it.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.audit-it.ru/terms/accounting/kriptoalyuta.html> (Дата обращения 5.11.2017)
4. Анализ рынка криптовалют от Кембриджского университета: Главное - Insider.pro.ru [Электронный ресурс] URL: <https://ru.insider.pro/analytics/2017-09-21/vsyo-cto-nuzhno-znat-o-kriptoindustrii-issledovanie/> (Дата обращения 6.11.2017)
5. Мнение: стоит ли инвестировать в криптовалюты - Insider.pro.ru [Электронный ресурс] URL: <https://ru.insider.pro/opinion/2017-10-02/mnenie-stoit-li-investirovat-v-kriptoalyuty/> (Дата обращения 6.11.2017)
6. Bitcoinist.com [Электронный ресурс] URL: [Bitcoinist.com](https://bitcoinist.com) (Дата обращения 6.11.2017)
7. Схема работы блокчейн. Коротко о главном - Cripto24.ru [Электронный ресурс] URL: [Cripto24.ru/blokchejn-tehnologii/blokchejn-shema](https://cripto24.ru/blokchejn-tehnologii/blokchejn-shema) (Дата обращения 03.04.2018)

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Попова Л.А. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Управление временем, на сегодняшний день, можно считать самым важным аспектом жизни человека. Из-за быстрого развития технологий ускоряется и темп жизни и управлять собственным временем становится все сложнее. Достижение собственных целей становится все более сложной задачей. Для того что бы эффективно распределять задачи и умело пользоваться временем и был разработан тайм-менеджмент.

Тайм-менеджмент – это технология организации времени, направленная на повышение эффективности его использования.

Организация времени – это действие, направленное на создание контроля над временем, потраченным на совершение какой-либо деятельности, результатом которого является улучшение продуктивности [1].

Тайм-менеджмент включает в себя четыре основных принципа:

– Умение работать с целями. Нужно понимать, что цели должны быть четко обозначенными как в смысловых, так и во временных рамках.

– Расстановка приоритетов. Это является основной задачей тайм-менеджмента, так как отсутствие правильно расставленных приоритетов может привести к ухудшению качества и задержке сроков выполнения работ.

– Знание инструментов планирования. Так как их ассортимент достаточно широк, то нужно подбирать только то, что понадобится в данный момент для конкретной работы.

– Нарботка привычек.

Поначалу, технология тайм-менеджмента применялась только на фирмах и предприятиях, то есть была направлена лишь на трудовую сферу, однако, со временем, она получила развитие и стала применяться и в личной деятельности человека. На сегодня, без тайм-менеджмента не представляется возможным разработка ни одного проекта, так как управление временем является одним из основных факторов при его реализации.

Что касается личного времени, то организация досуга может благоприятно сказаться как на физическом, так и на психическом здоровье человека. При правильном распределении времени, можно даже в обычный выходной устроить себе мини-отпуск, что несомненно поднимет настроение и положительно скажется на работе [2].

Структура тайм-менеджмента основана на следующих процессах:

- Анализ.
- Разработка стратегий с учетом проведенного анализа.
- Установка целей и дальнейшего направления развития.
- Составление плана по реализации целей и расстановка приоритетов.
- Непосредственно реализация.
- Контроль за выполнением целей и общего пути развития.

На сегодняшний день существует множество школ по управлению временем. Основными темами для обучения являются:

- Основы стратегического планирования.
- Основы тактического планирования.
- Использование инструмента «MindMapping».
- Основные использования программных продуктов для планирования.
- Оценка личной и управленческой эффективности.
- Личная миссия как эмоционально мотивирующий фактор.

На современном этапе, время является важным и не восстанавливаемым ресурсом человека, а потому высоко ценится, также, как и умение им распоряжаться. Навык тайм-менеджмента дает человеку ряд преимуществ, например [3]:

- Чаще и быстрее остальных достигать поставленных целей.
- Умение выполнять несколько дел одновременно.
- Имеет больше времени на личный досуг.
- Способен увеличить свои доходы в более короткий срок.
- Меньше других подвержен болезням, а также состоянию стресса и раздражительности.
- В состоянии самостоятельно создавать для себя благоприятные условия.

Подытожив все вышесказанное можно сделать вывод, что владение технологией тайм-менеджмента является полезным навыком не только для работы, но и для досуга. Благодаря контролю над временем человек становится более успешным в меньший срок, при этом он не тратит свое здоровье и нервы.

Список использованных источников:

1. Верещагин А. Как все успевать? 4 навыка эффективного управления временем / А. Верещагин.- С-Пб: «Весь». – 2016 г. – 224 с.
2. Кеннеди Д. Жесткий тайм-менеджмент / Д. Кеннеди.- С-Пб: «Питер». - 2013 г.

3. Горбачев А. Тайм-менеджмент в два счета / А. Горбачев // С-Пб: «Питер». – 2009 г. – 256 с.

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Припутина А.В. - студент, Белова Т.Ю. - к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Рынок общественного питания в России переживает не лучшие времена. В некоторых крупных городах с рынка ушло до 30% участников, а где-то на треть снизилась посещаемость. Эта тенденция обусловлена снижением потребительской активности, вызванной падением доходов населения, действием продовольственных санкций и падением курса национальной валюты, что привело к значительному росту фудкоста компаний.

Помимо проблем, связанных с качеством исходных продуктов и ростом цен на них, повышением стоимости аренды, ресторанный бизнес в 2016 году столкнулся и с новыми законодательными нормами, требующими существенных затрат. С 1 января 2016 года предприятия общепита должны в обязательном порядке подключиться к системе ЕГАИС (единая государственная автоматизированная информационная система объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции).

Данный тренд характерен и для рынка общественного питания Алтайского края: в 2016 году оборот рынка сократился на 1,7% относительно января-декабря 2015 года [1].

В числе наиболее пострадавших сегментов российского рынка общественного питания оказались рестораны среднего ценового сегмента, число которых резко сократилось в кризисный период.

В Барнауле в 2017 году закрылись такие заведения, как «IL Патио», «Carte-Blanche», «Koster», «Шоколадница», «Гринвич», «Крем», «Арабика» и «SabWay», а на продажу выставлены «Цицаки» и «Онегин».

На выручку в ресторане влияют всего несколько показателей:

- Средний чек на стол;
- Количество посадочных мест;
- Средний чек на гостя;
- Оборачиваемость стола;
- Количество столов;
- Оборачиваемость посадочного места.

В Барнауле достаточно много заведений, где средний чек составляет 1500 рублей и более, например: «Прага», «Кефир», «Аджика», однако, многие посетители перешли на более недорогой формат общепита.

Безусловно, потребители, которые с определенной периодичностью посещают дорогие рестораны, будут всегда, но их не так много.

По мнению экспертов причиной закрытия многих ресторанов и изменения предпочтений относительно формата заведения чаще всего являются высокие цены в меню и установка на высокий средний чек.

Выше названные факторы привели к изменению структуры рынка общественного питания: возросла доля столовых, точек фаст-фуда и стрит-фуда. Реальные темпы прироста демонстрируют, именно, предприятия быстрого обслуживания, так как темп современной жизни предопределяет свои правила питания: быстро, дешево и вкусно. Доля столовых, стрит- и фаст-фуд ресторанов в общем обороте рынка общественного питания неуклонно растет.

Наряду с демократизацией рынка происходит и непрерывное увеличение доли сетевых ресторанов, открытых по франшизе. Кризис заставил инвесторов более аккуратно подходить

к выбору и покупкам франшиз, а также сместил спрос в сторону ресторанов, требующих относительно небольших вложений. Инвесторы покупают франшизы заведений быстрого питания, кофеен формата to go и небольших кафе-кондитерских. Так крупный региональный оператор «Фуд-Мастер» намерен увеличить количество ресторанов «Вилка-Ложка», запустив 10 новых заведений быстрого питания, в основном открытых за счет проданных франшиз флагманского бренда компании.

Еще одним трендом рынка общественного питания в Барнауле является рост объемов услуг «еда на вынос» и «доставка еды»: 493 компании завернут вам еду с собой, а 194 готовы доставить по указанному адресу.

Несмотря на сложности, российский ресторанный рынок является довольно перспективным и ненасыщенным. На сегодняшний день доля затрат на питание «вне дома» в структуре домохозяйств не превышает 11%, тогда как в таких странах, как США и Канада, аналогичный показатель находится на уровне соответственно 47% и 39%.

Поэтому в 2017 году отмечается положительная тенденция на рынке заведений общественного питания России: в июне рынок вырос на 2,4% в сопоставимых ценах, оборот отрасли составил 116,2 млрд руб.

Незначительная активация рынка общественного питания отмечается и в регионе: по данным Алтайкрайстата предприятиями общественного питания за 2017 год оказано услуг на сумму 9,5 млрд. рублей или 101% к аналогичному периоду прошлого года (в сопоставимых ценах) [1].

По данным органов местного самоуправления в 2017 году открыто 106 объектов общественного питания на 4074 посадочных мест. В результате обеспеченность посадочными местами по краю составила 35 мест на 1000 жителей, что соответствует уровню 2016 года. Из числа введенных в эксплуатацию наиболее крупные: банкетный зал «Kenzo» на 160 посадочных мест (г. Барнаул), кафе «Пристань» на 190 посадочных мест (г. Барнаул), банкет-hall «Мишель» на 100 посадочных мест (г. Барнаул), комплекс «Горница» с рестораном на 60 посадочных мест и гостиницей (г. Белокуриха).

По мнению экспертов рынок общественного питания в России скорее стабилизировался, чем начал полноценно расти. Значительной положительной динамики, катализаторами которой выступит рост потребительских доходов, а также внедрение культуры питания «вне дома» не стоит ожидать в ближайшее время: по прогнозам рынок общепита только восстановит свои позиции в 2018 году.

Список литературы

1. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – Барнаул, [200-]. – Режим доступа: <http://akstat.gks.ru/>. - Загл. с экрана.

СПЕЦИФИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖКХ

Сартакова А.В. - студент, Белова Т.Ю. - к.т.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) является одним из крупнейших секторов экономики России. Жилищно-коммунальный комплекс насчитывает свыше пятидесяти тысяч организаций различных форм собственности с численностью сотрудников более четырех миллионов человек. Суммарная величина объектов ЖКХ в стране превышает восемнадцать миллионов.

С вопросами в жилищно-коммунальной сфере гражданам нашей страны приходится иметь дело ежедневно: газ, тепловую и электрическую энергию, воду и иные жизненно

необходимые ресурсы поставляют предприятия ЖКХ. Эффективность деятельности и успешное развитие этих предприятий непосредственно влияет на качество жизни населения, его санитарно-гигиенические условия и в конечном итоге - производительность труда. Следовательно, оценка и управление эффективностью предприятий жилищно-коммунального хозяйства является одной из важнейших государственных задач. [2]

В настоящий момент жилищно-коммунальное хозяйство России имеет ряд проблем, обусловленных неудовлетворительностью финансового положения и высокими издержками ключевых предприятий, что приводит к неэффективному функционированию комплекса, повышению износа основных фондов, серьезным потерями энергии, воды и иных ресурсов.

Данные проблемы, предопределили специфические свойства жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ): регулярность и однородность их предоставления, местный характер производства и потребления, большая социальная значимость, функционирование при различных типах рыночных структур, а также наличие тарифной политики и ограниченной возможности выбора населением производителя услуги.

В таких условиях, для стабилизации финансового состояния и достижения устойчивого долгосрочного развития предприятиям ЖКХ необходима комплексная оценка эффективности своей текущей деятельности.

Под эффективностью деятельности понимается продуктивная работа предприятий, характеризующаяся достижением, в общественных интересах, максимальных результативности при минимальном размере средств производства и трудовых ресурсов.

Наиболее достоверной является оценка эффективности деятельности предприятий ЖКХ не только в зависимости от качественных и количественных показателей, но и с точки зрения потребителей услуг – населения конкретных территорий [5].

Исходя из специфики предприятий ЖКХ, заинтересованности в их деятельности государства и общества, выделяют различные критерии оценки эффективности деятельности этой сферы. Рассмотрим возможность использования существующих критериев оценки эффективности деятельности ЖКХ для конкретного предприятия – ООО «Коммунальное хозяйство» г. Новоалтайска. Специфика деятельности этого предприятия заключается в том, что оно предоставляет услуги в двух обширных сферах ЖКХ – санитарной очистке и сфере благоустройства.

Система оценки эффективности деятельности данного предприятия представлена в таблице 1 [3,4].

Таблица 1 – Критерии оценки эффективности деятельности ООО «Коммунальное хозяйство»

Показатели оценки	Критерии оценки
1	2
Оценка устойчивости организации	Наличие лицензии, трудовых и юридических документов; Срок функционирования предприятия на рынке, лет; Количество побед в различных конкурсах, отраслевых наград; Динамика числа, срока, средней цены заключенных контрактов, на предоставление услуг, %;
Оценка финансового состояния	Чистая прибыль и прибыль от оказания услуг, руб. и (или) %; Рентабельность - активов, продаж, услуг, %; Валовый доход предприятия, руб; Объем реализации услуг на одного работника, руб. и (или) %; Динамика дебиторской задолженности, руб. и (или) %; Динамика кредиторской задолженности, руб. и (или) %; Уровень текущих расходов, руб. и (или) %; Динамика затрат (удельных затрат) на предоставление услуг, руб. и (или) %; Динамика фактических затрат относительно уровня тарифа, руб. и %;

XV Всероссийская научно-техническая конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и молодежь»

	Уровень собираемости платежей с населения, %. [3]
Оценка состояния материально-технической базы	Величина объектов, отвечающих установленным нормативам, %; Коэффициенты износа, годности, введенных в эксплуатацию и выбывших основных фондов, %; Средний срок службы машин и оборудования между ремонтами, лет; Величина фондоемкости, фондовооруженности, %; Динамика объема услуг, приходящихся на основную деятельность относительно вспомогательной, %;
Оценка инновационной активности	Коэффициент обновления основных производственных фондов, %; Уровень инвестиционных вложений, руб. и (или) %; Уровень внедрения ресурсосберегающих технологий, материалов и оборудования, %.
Оценка социально-экономической эффективности	Изменение номенклатуры услуг; Изменение емкости сегментов, %; Динамика доли населения в оплате услуг ЖКХ, %; Наличие сертификатов соответствия предоставляемых услуг положениям технических регламентов, требованиям стандартов, условиям договоров; Число жалоб и обращений потребителей, шт.; Величина жалоб населения, в результате которых, государственными структурами, предписаны штрафные взыскания различного характера, %; [4]

Совокупность перечисленных критериев целесообразно дополнить оценкой их динамики, что позволит в полной мере оценить состояние рассматриваемого предприятия, иных организаций жилищно-коммунальной сферы, сделать более точные выводы о достигнутых результатах.

В рамках предложенной системы, оценка эффективности деятельности предприятий ЖКХ может быть произведена на основе соответствия фактических значений критериев установленным планом. Для определения степени эффективности можно воспользоваться следующей шкалой [3]:

- деятельность предприятия высокоэффективна – в случае среднего прироста фактических значений критериев относительно плановых свыше 110%;
- деятельность предприятия средней степени эффективности – в случае среднего прироста фактических значений критериев относительно плановых от 100% до 110%;
- деятельность предприятия низкоэффективна – в случае среднего прироста фактических значений критериев относительно плановых от 80% до 100%;
- деятельность предприятия неэффективна – в случае среднего прироста фактических значений критериев относительно плановых менее 80%.

Таким образом, предложенная система оценки эффективности деятельности ООО «Коммунальное хозяйство» может применяться как отдельными предприятиями ЖКХ, группой предприятий – для совершенствования своей деятельности, приведения к стандартам качества, так и органами власти - для осуществления мониторинга показателей финансово-хозяйственной деятельности жилищно-коммунального комплекса, построения рейтинга отрасли, что позволит создать благоприятные условия для повышения инвестиционной привлекательности коммунальной инфраструктуры.

Обеспечение финансовой поддержки объектов ЖКХ послужит стимулом к улучшению уровня качества предоставляемых услуг, что благоприятно скажется на финансовом обеспечении жизнедеятельности организаций, их долгосрочном развитии.

Список литературы

1. Данилова, А.С. Оценка эффективности использования ресурсного потенциала предприятий малого бизнеса // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. – Красноярск, 2010. – №21. – С.157–161.
2. Колдоба, А.А. Выбор критериев оценки эффективности деятельности компаний жилищно-коммунального хозяйства в регионе / А.А. Колдоба // Вестник Казанского технологического университета. – Казань, 2014. – №25. – С.456–458.
3. Межуева, Е.Н. Ресурсный потенциал сферы услуг: методические подходы к оценке и управлению (на примере ЖКХ) / Е.Н.Межуева // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2014. –№1. – С.230 – 247.
4. Низамутдинов, М.М., Ряховская, А.Н., Фаттахов, Р.В. Подходы к оценке эффективности деятельности ЖКХ регионов на основе комплексной системы показателей // Экономические науки. – 2009. – №11 (60). – С.159–164.
5. Шварева, О. Ю. Эффективность жилищно-коммунальных услуг: критерии и управление // Проблемы современной экономики. – 2008. – №3 (27). – С.45–48.

КОНТРАКТ КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЭНЕРГЕТИКЕ

Синицын Д.О. - студент, Никитина О.Л. - доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Прогнозируемый спрос на электроэнергию по ЕЭС России на период 2015 – 2021 годов, разработанный в рамках базового сценария долгосрочного социально-экономического развития России с учетом изменения макроэкономических показателей за 2014 год, приведён на рисунке 1 [1].



Рисунок 1 - Прогнозируемый спрос на электроэнергию по ЕЭС России

Как видно из этого графика, спрос на электроэнергию будет расти с каждым годом. Это в свою очередь приведет к необходимости модернизировать существующие электрические станции и подстанции, строить новые и реконструировать существующие электрические сети, вводить в эксплуатацию новые источники электрической энергии.

В условиях растущего спроса на энергоресурсы поставщики электроэнергии начнут увеличивать инвестиции в капитальное строительство и в реновацию. Современные проекты крупнее и технологически сложнее. Для их успешной реализации необходимо качественное сырье, передовое оборудование и высококвалифицированные специалисты. Определяющим фактором экономического успеха крупных инвестиционных проектов является умение заказчика заключать контракты на поставку товаров и услуг и контролировать их

выполнение. По некоторым данным около 3/4 проектного бюджета уходит на оплату услуг внешних подрядчиков по разработке, снабжению, строительству и управлению проектом.

На сегодняшней день растет потребность в качественном управлении строительными подрядами в энергетике. Неправильно выбранная модель взаимоотношений с подрядчиком, поспешно заключенные сделки или неверно оцененные риски заказчика могут привести к просрочкам, перерасходам, штрафам или, в лучшем случае, к упущенным возможностям. Такие ошибки и просчеты порой дорого обходятся компаниям.

Умение эффективно работать даёт некое конкурентное преимущество. Такие компании для разных проектов стандартизируют все инженерно-проектные работы, изменяют типовые модели работы с подрядчиками так, чтобы их собственные знания и навыки соответствовали уровню сложности проекта. Также они создают здоровую конкуренцию между своими поставщиками и более тщательно, чем их конкуренты, оценивают риски. Наконец, эти компании инвестируют в повышение квалификации своего персонала и поощряют сотрудничество разных подразделений, добиваясь тем самым увеличения чистой приведенной стоимости проекта и общую прибыль инвестора.

Обычно компании рассматривают каждый конкретный проект по отдельности, изолированно от остальных, и пытаются оптимизировать его разработку. Преуспевающие компании выбирают другую стратегию. Они сначала тщательно выстраивают инвестиционную стратегию, прогнозируют, как сегодняшние проекты повлияют на завтрашние, а затем уже выбирают конкретные модели управления подрядами.

Даже лучшие технические концепции и качественный бизнес-анализ проекта бесполезны, если неверно выбрана схема контракта. Основные варианты контрактных моделей в инвестиционно-строительной деятельности следующие [2]:

1. Строительство объектов хозяйственным способом;
2. Привлечение строительного генерального подрядчика;
3. Договор ЕРС;
4. Договор ЕРСМ;
5. Привлечение фи-девелопера;
6. Привлечение концессионного девелопера.
7. Реализация проектов через спекулятивный девелопмент.

Хозяйственный способ строительства – это одна из форм организации строительных работ, при которой все работы выполняются собственными силами заказчика или застройщика, без привлечения сторонних подрядных организаций. Строительство таким способом является самым дешевым вариантом достижения инвестиционных целей в области недвижимости. Строительство хозяйственным способом предполагает, что Инвестор сам выступает и в роли Заказчика, и в роли финансового оператора и управляющего проектом. При этом он имеет право заключать договора мелкого субподряда на выполнение проектных или специальных работ и предоставления непрофильных услуг, необходимых для реализации проекта. Все риски и основную нагрузку по организации и обеспечению инвестиционного проекта несет сам [2].

На практике чаще всего применяются три базовых типа сделки: договор ЕРС, договор ЕРСМ и договор генподряда (многосторонний). Ведущие компании корректируют их с учетом собственных потребностей: для них важны такие факторы, как доступность поставщика, возможность сократить затраты и сроки окончания работ, роль заказчика в проекте. Такие компании умеют определять, кто лучше всего выполнит работы на каждом этапе проекта, при этом они учитывают величину финансового риска для поставщиков.

Следующей моделью реализации инвестиционного проекта является договор генподряда. Генеральный подрядчик поручает выполнение отдельных видов работ специализированным подрядным организациям субподрядчикам. Генеральный подрядчик с согласия Заказчика привлекает к выполнению своих обязательств субподрядчиков,

полностью отвечая за результаты их деятельности, за сдачу заказчику комплектного оборудования или объекта в целом [2].

Генподрядчик может выполнять поставку строительных материалов, конструкций и оборудования для всех субподрядчиков, организуя единый центр материально-технической и производственно-технологической комплектации. В этом смысле Генподрядчик становится не только агентом по управлению строительством, но и принимает на себя часть рисков по поставкам.

ЕРС-подрядчик – это генеральный подрядчик, выполняющий за твердую цену основной объем работ инвестиционного проекта и принимающий на себя все риски его осуществления с момента проектирования и до момента передачи готового объекта заказчику, по которым он несет финансовую ответственность перед Заказчиком [2].

ЕРС-контракт используется, как правило, в тех проектах, где опытный подрядчик может с достаточной степенью точности оценить размер своих расходов, а также степень рисков. ЕРС-контракт предполагает, что основной объем работы ЕРС-подрядчик выполняет собственными силами, поэтому не предусматривается специальное вознаграждение за организацию и управление работами привлекаемых контрагентов нижнего уровня.

ЕРСМ-подрядчик – это генеральный подрядчик, полностью выполняющий инвестиционный проект и принимающий на себя риски по управлению проектом с момента проектирования и до момента передачи готового объекта заказчику (включая выполнение гарантийных обязательств) [2].

Предмет договора, так же, как и в случае с ЕРС – проектирование, оборудование, строительство и передача заказчику полностью готового объекта «под ключ». Однако отличие в том, что ЕРСМ-подрядчик является генеральным подрядчиком, т.е. договоры с субподрядчиками заключает от своего имени.

ЕРСМ-контракт предусматривает и общую стоимость проекта с учетом вознаграждения ЕРСМ-подрядчика, и фиксированный срок сдачи объекта в эксплуатацию, достижение основных технических параметров объекта. Договор ЕРСМ позволяет управлять именно проектом, а не конкретными работами. Специфические работы выполняют профессионалы. Задача ЕРСМ – оценивать потребные свойства выбираемых подрядчиков/поставщиков, распределять правильно между ними работы и зоны ответственности, а затем координировать их действия, решать спорные вопросы, планировать общую схему проекта, менять планы в случае критических изменений с минимальными последствиями.

Формы заключения договоров на основе девелопмента в энергетике практически не развиты, т.к. эти формы контракта приводят к существенному удорожанию инвестиционного проекта.

После определения модели сделки, когда нужно выбирать самые выгодные предложения подрядчиков, успешные компании используют стратегический подход и четко структурируют тендерный процесс. Они, в отличие от большинства, не просто пытаются снизить расценки, но учитывают целый ряд факторов, например, подход подрядчика к проектированию и вытекающие из этого требования к персоналу, в том числе к производительности труда. Таким образом они могут заранее оценить, как эти особенности будут проявляться на протяжении всего проекта, и в случае неблагоприятного прогноза выбрать более подходящих подрядчиков.

Разрабатывая условия контракта, опытные заказчики уделяют особое внимание рискам, влияющим на стоимость проекта, его сроки и качество работ, а также рискам, связанным с деятельностью субподрядчиков. После этого создаются реалистичные вероятностные модели, позволяющие оценивать степень рисков.

Самые сильные компании еще на ранних этапах проекта налаживают активное сотрудничество специалистов по финансам, закупкам, маркетингу, привлекают к подготовке контрактов менеджмент строящегося предприятия. Благодаря участию руководства проектные команды могут из бесчисленного числа обсуждаемых вариантов выбрать

единственно верные и отсеять решения, которые сулят временную экономию, но снижают NPV проекта. Например, специалисты по закупкам могут дать проектной команде ценную информацию о состоянии рынка, что, конечно, благоприятно отражается на экономических показателях проекта.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что для успешной реализации инвестиционных проектов в энергетике необходимо оценивать возможности предприятия и в случае необходимости использовать контрактный метод. Максимальной выгоды можно достичь, если следовать трем основным направлениям: разрабатывать оптимальную схему контракта, стимулировать конкуренцию между поставщиками и продуманно формулировать условия контракта, уравнивая интересы заказчика и подрядчиков.

Список использованных источников:

1. ПРИКАЗ МИНЭНЕРГО РОССИИ ОТ 09.09.2015 N 627 "ОБ УТВЕРЖДЕНИИ СХЕМЫ И ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ЕДИНОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ НА 2015 - 2021 ГОДЫ" [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа : <http://ppt.ru/docs/prikaz/minenergo/n-627-14397>

2. Контрактные модели реализации инвестиционно-строительных проектов [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/investor/contract_models.shtml

3. Проблемы организации и проведения подрядных торгов [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа : <https://nauchniestati.ru/primery/nauchnaja-statja-na-temu-problemy-organizacii-i-provedeniya-podrzjadnyh-torgov/>

СГОВОР: СУЩНОСТЬ И ВИДЫ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Стеглянникова Я.Ю. – студент, Мачин К.А. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В финансовой сфере, сговор – это соглашение между фирмами и компаниями о монополизации рынка, о фиксировании цены на услуги и товары, и о распределении сферы влияния на рынки между друг другом. Благодаря сговору, компании значительно увеличивают свою прибыль, устанавливают монополию на изготавливаемые ими услуги и товары, а также не дают появиться новым компаниям в данной отрасли.

Виды сговоров. При заключении соглашения, компании договариваются об одинаковой цене на товары, разделении затрат на рекламу и рынка. Данное соглашение называется картелем. Компании, которые принимают участие в таком соглашении, способны получать от этого максимальную выгоду, если же они действуют как одна фирма. Данные компании монополизировать рынки сбыта. Данное объединение в картели является противозаконным.

Молчаливый сговор - это еще один вид сговора. Ценовое лидерство является его разновидностью. Участники сговора выбирают ценового лидера, чью стоимость на товары и услуги берут за основу. Лидером обычно выбирают крупнейшую компанию из участников сговора. Более мелкие фирмы держат цены на свои товары на уровне цен товаров лидера.

Условия для сговора. В сговор обычно вступают компании, которые сотрудничают на рынке уже несколько лет. Часто бывает, что руководители этих компаний знакомы между собой. Существует ряд критериев, которые способствуют сговору [1]:

- на рынке работает ограниченное количество фирм, которые производят определенный вид товара или услуги;
- у компаний нет коммерческой тайны на процессы производства и ценообразования;
- в большинстве случаев, компании имеют похожие методы производства и издержки;
- в отрасли имеется фирма-лидер;
- новой компании сложно выйти на рынок;

- стабильность рынка услуг и товаров;
- государства незаинтересованно в централизованной борьбе против сговора такого типа.

Несмотря на то, что сговоры в финансовой сфере имеют место, однако, достаточно быстро компании выходят из соглашения или о нем становится известно.

Причины распада сговора:

- различия в уровне издержек и спросе фирм. Труднее определить единую стоимость товара или услуги, если имеется большая разница по этим двум показателям между фирмами;
- при большом количестве компаний, которые участвует в сговоре, сложно прийти к общему соглашению;
- внутри соглашения некоторые фирмы занимаются мошенничеством, к примеру, понижают цены на свои товары;
- при экономическом спаде в отрасли возможен распад соглашения. За счет конкурентов компании пытаются уменьшить влияние кризиса;
- появление в отрасли новой фирмы может привести к возможному снижению цен и возникновение конкуренции;
- антимонопольное законодательство, устанавливающее жесткие рамки для таких случаев.

Сговор на организованных рынках.

Для фирм-поставщиков такой сговор является очень выгодным. По завышенным ценам приобретают товар закупщики, и при этом не обязательно, чтобы цена соответствовала качеству. Во время приобретения товара, фирмы могут вступать в явный или не неявный сговор.

При заключении явного сговора, компании объединяются и устанавливают на одном уровне цену на свой товар, но при этом они должны ориентироваться на стоимость товара самой крупной компании в их альянсе. Во время сговора вырабатывается единая стратегия поведения фирм на рынке, при этом не возможно попадание на рынок компаний, у которых ниже цена на аналогичные товары [1].

При неявном сговоре компании самостоятельно принимают решения, но при этом ориентируются на сигналы, которые подаются компаниями, находящимися в сговоре, ориентируясь на ситуацию во время торгов.

Сговор компаний, выступающих одновременно продавцом и покупателем.

В большинстве случаев, в сговоре компания лидер является крупнейшей компанией в отрасли. Если компания выступает главным продавцом, то, скорее всего, она является и главным покупателем. Например, компания является монополистом в сфере продажи компьютерной техники. Эта же компания является главным покупателем компонентов и комплектующих компьютеров.

Для такого вида сговора характерно:

- наличие небольшого количества крупных компаний;
- существенные трудности для новых компаний при попадании в отрасль;
- компании имеют значительный ряд предложений от продавцов.

Когда на рынке доминирует несколько крупных покупателей, то это может привести к тотальному контролю рынка этими компаниями, установку своих правил. Часто продавцы не имеют альтернатив продажи своих товаров другим фирмам, не состоящим в сговоре. Если они не могут продать свой товар крупным фирмам, то продавать свой товар становится просто некому.

Сговор на рынке монополии.

Монополия дословно переводится как «один покупатель». Это такая ситуация, когда на рынке есть множество продавцов и только лишь один покупатель. Именно он диктует ценовую политику.

Наиболее характерна монополия для рынка труда. Есть множество людей, желающих устроиться на работу, и одно предприятие, которое диктует свои требования к кандидатам на должность.

Для такого сговора характерны следующие особенности:

1. Доминантой на рынке монополии является покупатель. Именно под его влиянием формируется спрос на товары, а также управление ценами.

2. У продавцов нет других покупателей, кроме доминирующей компании. Обычно такие случаи большая редкость. В реальности у всех продавцов есть альтернативные покупатели для своих товаров.

3. Выход на рынок других компаний часто бывает затруднен. Это помогает компании сохранить статус единственного покупателя на рынке. Препятствиями могут быть различного рода разрешительные документы, лицензии, патенты и прочие документы. Многие компании просто не в состоянии получить этот перечень документов.

Для государства является приоритетной задачей попытаться снизить вероятность вступления компаний в любой вид сговора. Сговоры негативно отражаются на финансовой ситуации в государстве и приводят к необоснованному удорожанию товаров и услуг [1].

Список литературы

1. Писенко К.А., Бадмаев Б.Г., Казарян К.В. Антимонопольное (конкурентное) право: учебник.-СПС.: КонсультантПлюс. 2014.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

Степашина Е.В.- студент, Козлова Ж.М.- к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Сегодня отбор персонала является одной из важных функций кадрового менеджмента.

Руководители понимают, что персонал - это «двигатель» организации и он решает все. Для того, чтобы они раскрывались полностью, необходимо подбирать ответственных специалистов, потребности и цели которых совпадают с целями организации. Естественно, для достижения такого результата, лучше всего применять современные формы и методы отбора персонала.

Для каждой компании применяется именно такая система подбора персонала, которая работает именно в ее условиях. Поэтому специалисты по подбору персонала должны владеть необходимыми знаниями и навыками современных приемов, которые смогут позволить подобрать квалифицированных специалистов и успешных сотрудников.

Рассмотрим общую схему отбора персонала, которая выглядит следующим образом (рисунок 1).

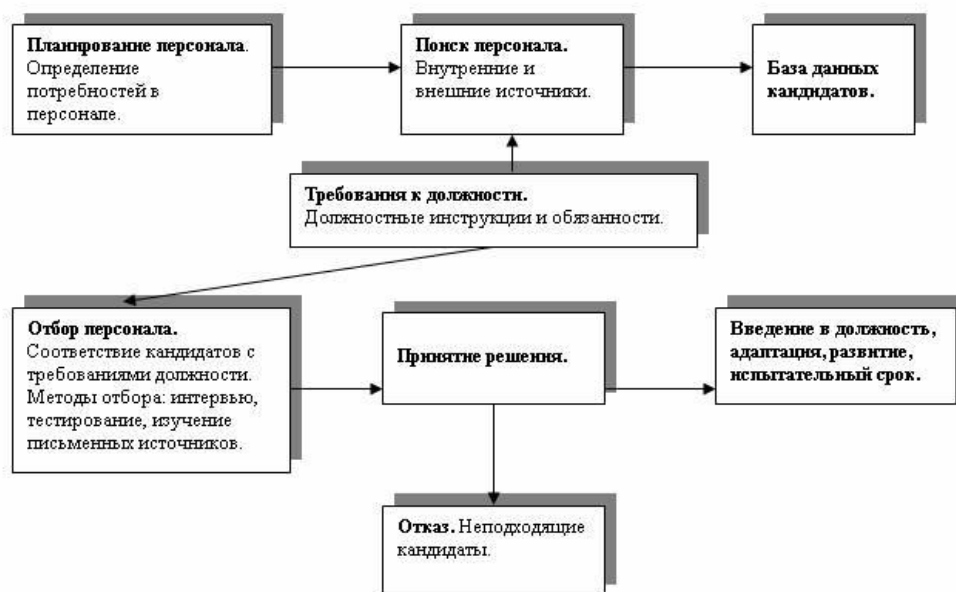


Рисунок 1 - Общая схема отбора персонала

Рассмотрим современные методы отбора персонала.

1. Рекрутинг - поиск и подбор персонала среднего и низшего звена. Как правило, проводится среди кандидатов, которые находятся в свободном поиске места работы [5]

2. Exclusive search (эксклюзивный поиск, прямой) - целенаправленный поиск и подбор персонала высшего управленческого звена. Как правило, к этому методу обращаются, если необходимо найти людей, оказывающих главное воздействие на развитие компании. Поиск ведется как среди не занятых специалистов, так и еще работающих [5].

3. Head hunting - разновидность прямого поиска сотрудников, при котором ведется своего рода «охота за головами». Это сложный процесс, который используется при поиске руководителей высшего звена, а также ключевых сотрудников [5].

Технология поиска усложняется еще тем, что необходимо предварительно собрать как можно больше информации о специалисте.

4. Preliminaring (прелиминаринг) - привлечение к работе сотрудника посредством производственной практики или стажировки перспективных молодых специалистов. Это могут быть студенты или выпускники вузов, которые станут залогом успешного развития организации в будущем [5].

Итак, какой из перечисленных методов поиска и отбора персонала можно считать самым современным и эффективным? На этот вопрос нет однозначно четкого ответа. Все они хороши по-своему и в определенное время. При выборе определенного метода поиска кандидата необходимо исходить из позиции и должности, на которую ищут, из положения дел в организации, из стратегии и сроков закрытия вакансии, из бюджета и ситуации на рынке труда.

В последнее время также получили широкое распространение такие методы, как:

Лизинг персонала – это использование временного трудового потенциала персонала, предоставляемого кадровыми агентствами на длительный срок для того, чтобы решить определенные производственные задачи и цели организации;

Аутсорсинг – это передача сторонней организации некоторых бизнес - задач, являющихся для организации непрофильными. Другими словами, можно сказать, что аутсорсинг - это использование чужих ресурсов организации для своих целей.

Временный персонал. Данное определение схоже с определением лизинга персонала, но в отличие от него временный персонал используется в тех случаях, когда организация нуждается в дополнительных сотрудниках именно на короткий период (от одного дня до нескольких месяцев).

Аутстаффинг – это оформление в штат специализированного агентства сотрудников, работающих в организации, которая по тем или иным причинам не хочет или не может больше содержать этот персонал у себя в организации [5].

Конечно, эти методы нельзя назвать способами привлечения персонала в организацию, но проблему его дефицита они решают также эффективно.

Хочется также отметить некоторые нетрадиционные и во многом спорные методы отбора персонала. Данные методы применяются очень редко, особенно в нашей стране и, как правило, требуют дополнительных материальных затрат, так как не все специалисты владеют данными методиками. Тем не менее, эти методы имеют место быть, поскольку в большинстве случаев носят под собой научное обоснование.

Рассмотрим данные методы:

Антропологический — интеллектуальные и творческие способности кандидата выявляются и оцениваются на основании строения его черепа: величины надбровных дуг, положения губ и ушей и т.д.

Графологический — анализируется почерк кандидата. На основании этого анализа делаются выводы об индивидуальных особенностях характера, темперамента и т.д. По мнению графологов, графологическая экспертиза позволяет оценить личностные и деловые качества человека по наклону букв, особенностях письма, аккуратности и тому подобное. В России этот метод слабо распространен, а саму графологию часто относят к псевдонауке.

Астрологический — анализируется знак зодиака кандидата. Некоторые эксперты считают, что по знаку зодиака можно определить личные и деловые качества кандидата, успешность его вхождения в коллектив, степень конфликтности, ориентированность к тем или иным видам работ, профессиям и должностям. В России, опять же, этот метод отбора персонала практически не применяется.

Нумерологический — кандидат оценивается по дате рождения (сами цифры, их порядок, сочетание т.п.). Для данного метода необходимы лишь дата рождения и полные фамилия, имя и отчество кандидата. Чаще всего применяется при подборе топ-менеджеров по таким направлениям, как: финансы, маркетинг, продажи.

Хиромантия — хироманты по параметрам ладони оценивают способности человека. Этот метод и можно назвать спорным, поскольку достоверно неизвестно, как параметры ладони человека влияют на его личностные и профессиональные качества. Данный метод заслуживает внимания, но применять его специалисты по подбору персонала не рекомендуют, так как желаемую эффективность он не дает.

Полиграф (Детектор лжи) — наименее нетрадиционный метод отбора персонала, но в то же время самый затратный. Имеет реальное научное обоснование. Применяется уже более 100 лет. Средний уровень достоверности работы детектора лжи составляет более 95%. В последнее время данный метод используется более часто и с каждым годом набирает всю большую популярность. Чаще всего используется при отборе в службы, связанные с государственной безопасностью, но нельзя не сказать, что и обычные организации используют этот метод в своей системе отбора [6].

Подбор кадров – ключевой элемент в деятельности кадровой службы.

Формирование сильного, стабильного коллектива – наиболее выгодное и перспективное вложение средств для любой организации. Нельзя экономить на кадровых программах, иначе в будущем можно столкнуться еще с большими затратами.

Исключение составляют ситуации, когда людей можно привлечь со стороны, например, используя метод, описанный выше - аутсорсинг персонала.

Проводя отбор персонала, следует с особым вниманием и тщательностью подходить к выбору методов и инструментов, не забывая о рисках, которые могут возникнуть при не правильном выборе метода отбора или плохо организованной программе.

Во многом техника отбора работников зависит от стадии жизненного цикла организации и её финансового положения, но при грамотном, творческом и профессиональном подходе к подбору персонала даже небольшие возможности и средства позволят подобрать на вакантную должность грамотного и нужного специалиста.

Таким образом, можно сказать, что выбор путей привлечения и отбора персонала зависит от многих факторов: состояния рынка труда, профиля вакансии, корпоративной культуры организации, ее финансовых возможностей. При этом специалисты по подбору персонала, как правило, не останавливаются на каком-то одном методе, а используют их в комплексной системе.

Список литературы

1. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров. - М.: ЭКСМО, 2013. - 410 с.
2. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом / А.Я. Кибанов. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 304 с.
3. Соловьев, Д.П. Управление персоналом (анализ работы и подготовка требований к кандидатам на должность) / Д.П. Соловьев. - Самара: СГЭА, 2014. - 80 с.
4. Управление персоналом предприятия / Под ред. Крылова А.А., Прушинского Ю. В / А.А. Крылов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 495 с.
5. Великанов, В. В., Золотарева М. Г. Современные системы отбора персонала и их классификации // Молодой ученый. — 2017. — №9. — С. 391-394.
6. Денисова, А. Нетрадиционные методы подбора персонала // Кадровый менеджмент. — 2017. — №3. — С. 12-14.

ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ» В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ступина А.О., Стеглянникова Я.Ю. – студенты, Дронова О.Б. - к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Поначалу может показаться, что в практической финансовой деятельности невозможно использовать концепцию альтернативных издержек. Следовательно, возникают вопросы, если у организации имеются бухгалтерские данные о больших затратах на приобретение, то для чего же нужно заниматься отвлеченными логическими построениями? На основании этого зарождаются дебаты о том, какой же метод нахождения затрат наиболее эффективен: «бухгалтерский» или расчет альтернативных издержек. Данная трактовка не является корректной. Отличаются данные методы своим предназначением.

Концепция «альтернативные издержки» вырабатывает теоретическую базу, потому она зачастую не представлена в форме какой она есть и финансисты, выполняя расчеты, предпочитают использовать данную концепцию, даже не зная о том, что таковая существует.

Выделяют следующий перечень форм практического применения концепции [1]:

- 1) В первую очередь, необходимо ориентироваться на денежные потоки, которые порождаются решениями при оправдании финансовых решений.
- 2) Должны учитываться те денежные потоки, влияющие на данное решение. Не должны браться в расчет поступления и расход денежных средств, которые не связаны с решением.
- 3) Будущее решение не должно оказать влияние на уже расходы прошлого периода или полученные ранее доходы.

Проекты, которые обеспечивают денежные поступления, их приведенная стоимость превосходит величину, которые связаны с альтернативными издержками и, тем самым,

способствуют увеличению стоимости предприятия. А этому, в свою очередь, содействуют денежные притоки, превышающие денежные оттоки, реализуемых решений и проектов. Проекты, у которых чистая приведенная стоимость (NPV) имеет положительное значение, должны финансироваться предприятиями в первую очередь.

В ходе разработки решения о том, как сформировать производственную программу для организации, в нее необходимо включать все изделия, которые приносят добавочные средства на возмещение постоянных расходов. На рисунке 1 изображена элементарная схема пояснения похожих решений. Можно заметить, что ни одно из изделий, которые рассчитаны на выпуск, не могут перекрыть всех постоянных издержек организации (900 тыс. рублей). Тем не менее, суммарный маржинальный доход по всем изделиям равен 1 млн. 500 тыс. рублей, т.е. организация не только покрывает свои фиксированные издержки, но и имеет прибыль в сумме 600 тыс. рублей (1500 – 900).

Важные проблемы решает информационная подсистема финансового менеджмента. Все расходы организации делятся на условно-постоянные и переменные части по отношению к объему реализации продукции. Результаты некоторых управленческих решений объединяют учет и планирование затрат. А также позволяют исключить влияние факторов на финансовые результаты данного решения. Другая отличительная черта подобной системы – это нормирование, которое позволяет охватить широкий спектр издержек предприятия, что позволяет детализировать прогноз будущих денежных оттоков и притоков. Третьей чертой особенности системы управленческого учета является увязка объектов учета со сферами ответственности конкретных руководителей, персонификация информации, что ограничивает издержки, зависящие от конкретных решений и от всех остальных, которые не имеют к нему отношения затрат. Вышеперечисленные особенности нашли применение в некоторых учетных системах: учет переменных издержек (директ-костинг), нормативный метод учета затрат на производство (система стандарт-кост).

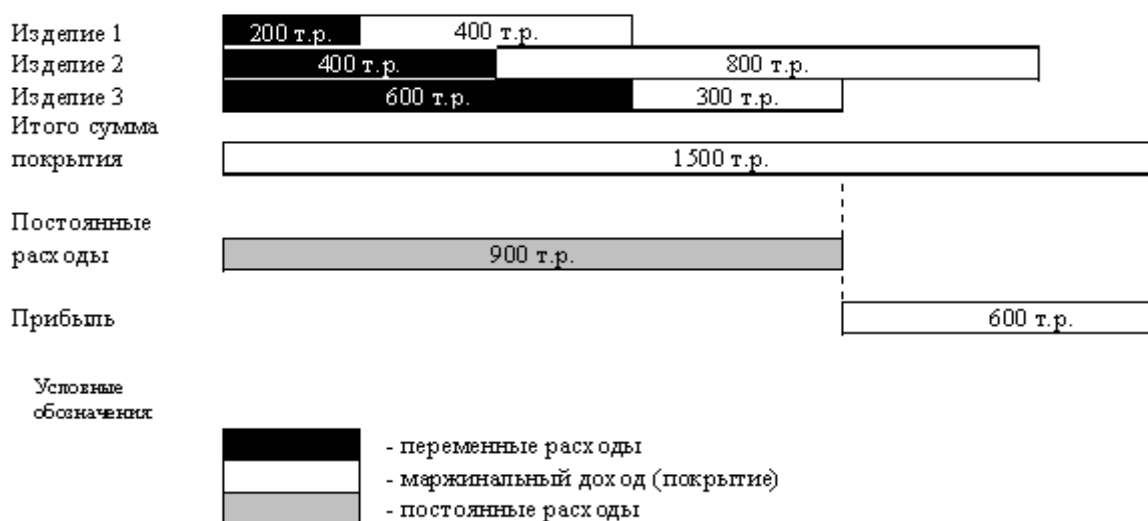


Рисунок 1 - Схема формирования производственной программы

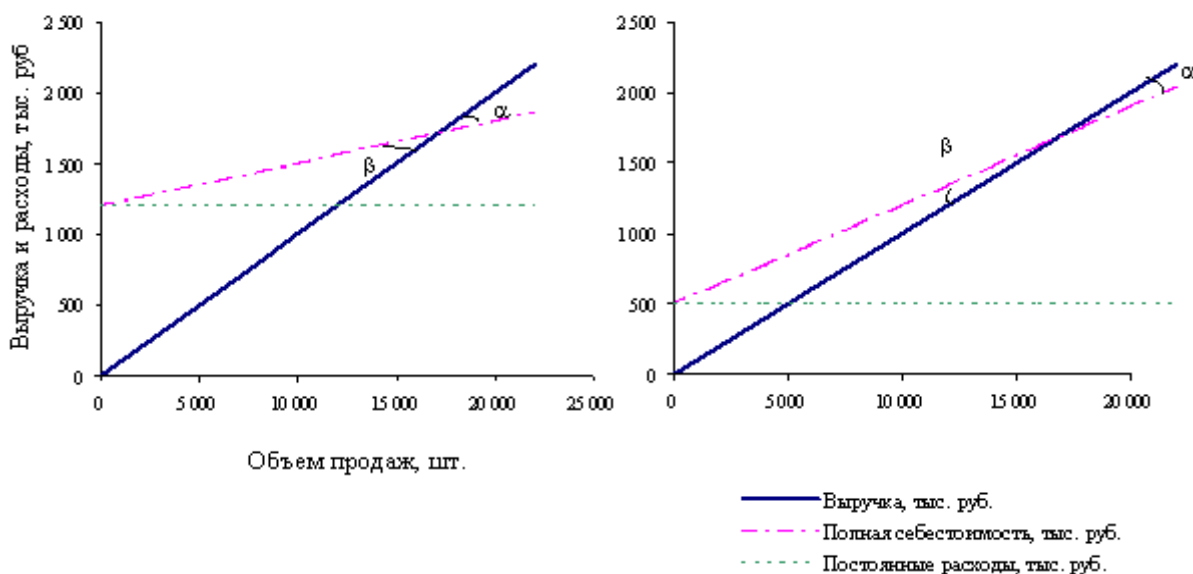
Эти системы укореняются довольно долго на российских рынках, независимо от того, что уже свыше 60 лет продолжается внедрение нормативного метода учета затрат. Одна из причин этого - недооценка финансовых и управленческих функций руководством предприятий. По сей день считается, что они являются разными видами общей бухгалтерии, а решение возникших вопросов остается за учетным персоналом организации. Но у работников другая задача – достоверный и своевременный расчет полной себестоимости по историческим затратам. Для этого существует ряд традиционных методов кулькулирования. Для бухгалтерии не имеет большого значения разграничение расходов на постоянную и переменную части. А вот разделение их на прямые и косвенные издержки – важная задача.

Сравнивая работу финансового менеджера и бухгалтера, можно сделать вывод, что они совершенно по-разному воспринимают поставленную перед ними задачу. Создан новый метод учета для бухгалтера – это другой способ распространения косвенных издержек между изделиями (или замещение его него методом директ-костинга). Потому, что введение нового метода тесно связано с дополнительными затратами, то не перспективы от такой замены, работник подсознательно оказывает сопротивление изменениям [2].

Таким образом, финансовый менеджмент, который является одним из главных пользователей информации общей бухгалтерии, также заинтересован в формировании системы управленческого учета, ориентированной на контроль альтернативных затрат.

На примере альтернативных издержек можно увидеть влияние экономической теории на работу некоторых предприятий. Финансисты, как в теоретической части, так и на практике, должны применять не только богатство накопленного опыта, но и достаточную профессиональную компетентность. В противном случае организация рискует понести ощутимые изменения в виде финансовых потерь, которые определены действием категорией непрофессиональных работников, о существовании которых финансовые руководители могут даже не догадываться. Примером подобной «отвлеченной» категории работников является производственный левверидж, который отображает риск, который понесет организация или предпринимательский риск. Его смысл заключается в том, что предприятие, вероятно, не получит предположенный объем операционной прибыли (до уплаты налога на прибыль, процентов). Бесспорно, к такому результату могут привести различные факторы: низкий спрос на продукцию, усиление конкурентных позиций, возрастающие цены на сырье и прочие. Также возрастанию операционного риска может поспособствовать достаточно высокая доля постоянных издержек. Чем выше доля, тем вероятнее предприятие понесет убытки даже с минимального спада объема продаж. С другой же стороны, в некоторых условиях небольшое увеличение объема продаж может привести к резкому росту прибыли. Операционный левверидж (по-другому – эффект операционного рычага) применяется тогда, когда у предприятия возникает цель увеличить доход. Для лучшего понимания, ниже приведена схема действия данного показателя, которая изображена на рис. 2.

На этом рисунке приведены примеры графиков безубыточности для двух предприятий, выпускающих однородную продукцию, реализуемую по одной цене. Разница заключается в затратах на их производство: у первого предприятия высокие переменные и низкие постоянные издержки, у второго – наоборот: переменные – низкие, а постоянные – высокие. У организации с более высокими стабильными расходами график безубыточности устремлен вверх. Критический объем продаж для этого предприятия будет составлять ≈ 17143 изделия ($1200 / (100 - 30)$), у второго ≈ 16667 изделий ($500 / (100 - 70)$). После минования критической точки, оба предприятия абсолютно покрывают свои постоянные издержки и начинают получать стабильную прибыль. Сравнивая данные углы, под которыми пересекаются линии полной себестоимости и выручки (α), наблюдаем, что для организации с низкими постоянными расходами этот угол более острый. То есть, увеличение зоны прибыли происходит у него намного медленнее, чем у организации с высокими постоянными затратами. Выходит, что в этой ситуации высокий уровень фиксированных издержек является достоинством: он усиливает влияние относительно небольшого увеличения объема продаж будто действие рычага.



Продажная цена 1 изделия, руб. 100
Переменные расходы на 1 изделие, 30
Постоянные расходы 1 200

Продажная цена 1 изделия, руб. 100
Переменные расходы на 1 изделие, 70
Постоянные расходы 500

Рисунок 2 - Эффект операционного рычага [3]

Список литературы

1. Липчиу, Н.В. Финансы организаций: учебное пособие. – 5-е изд. – М.: Магистр, 2015. – 254 с.
2. Любушин, Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. - М.: Юнити-Дана, 2013. - 471 с.
3. Маркарьян, Э.А., Герасименко, Г.П., Маркарьян, С.Э. Финансовый анализ: Учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2014. - 224 с.

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Татарников Р.Д. – студент, Дронова О.Б. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Во времена СССР в условиях командно-административной экономики большое внимание уделялось нормированию труда на предприятии. С целью совершенствования нормирования труда осуществлялись научные разработки норм, создавались инструкции, а также подлежали регулярной модернизации нормы труда рабочих. Данное совершенствование приводило к постоянной корректировке количества рабочих и уменьшению производственных затрат. В целом главной целью предприятий и государства выступало увеличение объемов производства посредством сокращения затрат на его осуществление. Но все же все те результаты, которых удалось добиться в данный промежуток времени, были потеряны в 90-х годах при изменении политического строя государства, одним из последствий которого стало приостановление исследований в сфере нормирования труда. Основным методом работы производства в данном периоде времени стал «метод проб и ошибок», который зачастую приводил к большим экономическим потерям предприятия. Безусловно, по истечении определенного времени рынок стал более развитым, появились законы, регулирующие рыночные отношения, а также значительно возросла конкуренция. Таким образом, перед предприятиями появилась проблема

конкурентоспособности, одним из самых эффективных способов повышения которой выступает уменьшение себестоимости продукции и увеличение производительности труда, осуществление которых возможно посредством грамотной организации и нормирования труда работников [1].

Стоит отметить, что если во времена Советского Союза нормированием труда занималось исключительно государство, то при рыночной экономике данная обязанность перекладывается на предприятие. Грамотное нормирование труда становится одним из главных факторов эффективности работы предприятия и вследствие его конкурентоспособности. Таким образом, актуальность вопроса нормирования труда обусловлена необходимостью решения проблемы конкурентоспособности российских предприятий, как на мировых, так и на отечественных рынках.

Под нормированием труда понимается деятельность, направленная на управление производством, основной задачей которой является регулирование мер труда посредством выявления затрат труда и его результатов, а также отношение между количеством рабочих и применяемыми орудиями труда [4].

Основными функциями нормирования труда на производстве являются [3]:

- рационализация организации;
- планирование труда;
- стимулирование эффективной деятельности в сфере производства;
- организация заработной платы;
- нормирование труда является стимулом к поиску и применению работниками внутрипроизводственных резервов, которые способствуют росту производительности труда;
- социальная защита наемных работников.

При осуществлении вышеперечисленных функций необходимо придерживаться следующих четырех требований [3]:

- обоснованность норм трудовых затрат;
- расширение сферы нормирования труда, обеспечивающее оценку и измерение трудового вклада каждого работника;
- обеспечение высокого качества устанавливаемых норм труда, их приближение к уровню общественно необходимых затрат;
- обеспечение равнонапряженности норм труда.

Принципы, на которых базируется нормирование труда, представлены на рисунке 1.

1	Принцип комплексности
2	Принцип системности
3	Принцип прогрессивности
4	Принцип эффективности
5	Принцип конкретности
6	Принцип динамичности
7	Принцип групповой дифференциации
8	Принцип всеобщности
9	Принцип правомерности
10	Принцип гуманизации

Рисунок 1- Принципы нормирования труда

Если принять во внимание тот факт, что периоды развития Российской и Китайской экономики имеют значительные сходства, то можно отметить, что Китай, экономика которого в настоящее время имеет высокие темпы развития, является той страной, где огромную роль играют человеческие ресурсы. При этом важно отметить то, что в этой стране значительное внимание уделяется нормированию труда, которое стало фундаментом оперативного управления и планирования китайской экономики. К основным причинам отставания России можно отнести слабую нормативно-правовую базу, отсутствие эффективной мотивации, а также роста стимулирования труда.

В настоящее время большинство российских предприятий применяют нормативы, несоответствующие современным требованиям и технологиям, использование которых приводит к производственным издержкам. При этом постоянная модернизация оборудования, оптимизация бизнес-процессов предприятия, новые технологии все это требует постоянного изменения нормативов. Также важно отметить, что в России используется устаревшие нормативы, а именно «Положение об организации нормирования труда в народном хозяйстве», утвержденном ... в 1989 году. Не стоит отрицать полезность данного документа, но также важно считаться и с реальной ситуацией, которую диктует рыночная экономика, мировой опыт, а также внешние и внутренние особенности и факторы [2].

При сравнении регулирования нормативов труда Китая и России можно отметить еще одно значительное отличие, Китай в отличие от России смог сохранить государственное управление при успешном использовании рыночных механизмов. Что помогло ему сохранить социальные гарантии для своих работников. Как показывает история, переход от командно-административной экономики к рыночной являлся болезненным и больше был похож на шоковую терапию.

Как еще одно противоречие можно выделить то, что отечественные разработки успешно используются в зарубежных технологиях нормирования труда. При этом одним из доказательств эффективности использования при формировании нормативов отечественных разработок является то, что при составлении микроэлементных нормативов отечественной системы был использован огромный объем фотографий и видеоматериалов с характерными и нехарактерными процессами производства в разных сферах. Данный исследовательский материал дал возможность сократить до минимума проблемы, с которыми столкнулись эксперты зарубежных систем. При этом как это не странно в настоящее время в России до сих пор функционируют методические рекомендации Научно-исследовательского института труда Государственного комитета СССР по труду и социальным вопросам «Применение базовой системы микроэлементных нормативов времени в организации и нормировании труда рабочих». Парадоксально, что данные нормативы еще действуют, а ведь экономика уже давно перешла от плановой к рыночной [5].

Таким образом, главной проблемой нормирования труда в России является отсутствие научного подхода и новой нормативно-правовой базы. При устранении данных основных проблем у предприятий появится возможность совершенствования нормирования труда, что станет важной основой для достижения высокой прибыли и повышения рентабельности.

Список литературы

1. Брезгина М.О., Алиев Г. Нормирование труда как фактор роста производительности труда: современное состояние и перспективы развития // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2016. – № 11.- С. 80-83.
2. Манарбеков Е.Р. Проблемы нормирования труда в современных условиях // Научные исследования и разработки молодых ученых – 2016. – №9-2.- С. 113-117.
3. Литовченко Н.Н., Поллак А.П. Основные функции и принципы нормирования труда в современных условиях // Север и рынок: формирование экономического порядка. – 2016. – № 4 (51).- С. 113-122.

4. Позолотина Е.И. Сравнение методов нормирования труда // «Human progress», 2015. - Т. 1 -№1. - С. 48-59.

5. Богатырева И.В. Проблемы нормирования труда в России // Наука XXI века: актуальные направления развития – 2016. – № 2-1.- С. 159-161.

ФЕНОМЕН ЗАРАБОТКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Торчина О.И. - студент, Пашкевич Т.В. - к.ф.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

За последние пять лет социальные медиа вошли в новый виток развития. Некогда простые площадки для общения стали настоящими платформами для торговли и продвижения. Помимо всем знакомых Одноклассников и Вконтакте, семь лет назад была создана социальная – фотосеть Instagram. Данная платформа позволила пользователю бесплатно обмениваться фотографиями и видеозаписями. Владелец смартфона впервые мог применить различные фильтры для обработки своих фото и поделиться со своими друзьями, в том числе в других социальных сетях.

Сейчас приложение Instagram актуализировано для таких устройств как: iPhone, iPad и iPodTouch, а также совместимо с телефонами на базе операционных систем Android и Windows Phone. Учитывая растущую популярность сервиса в апреле 2012 года Instagram был приобретён компанией Facebook. Цена приобретения составила 300 млн. долларов, а также 23 миллионов стартовых акций компании, что в общей сложности составило 1 млрд. долларов. Instagram в 2018 г. - эта одна из самых удобных площадок для блогерства, которое сейчас можно рассматривать как новый способ личного заработка, повышения паблисити и промоушена [2].

Однако, при вхождении на Российский рынок, данная социальная сеть вызывала сомнения в своей будущей успешности. В нашей стране Instagram развивался несколько медленнее, чем в остальных. Тем не менее, согласно данным исследования Forbes за 2017 год - о пользователях Instagram в России: сервисом для обмена фотографиями и видеозаписями пользуются около 10% Россиян, то есть 14,4 млн. человек; максимальное количество пользователей Instagram сосредоточено в г. Москва. Так, каждый четвертый житель столицы имеет аккаунт в этой социальной сети; г. Санкт-Петербург занимает второе место, каждый пятый житель культурной столицы ежедневно пользуется приложением. В городах-миллионниках проживает около 22,5% населения что составляет 52% от охвата Instagram в России.

Сейчас Instagram представляет особый интерес для представителей таких профессий как: фотографы, художники, артисты и т.д. Одним из конкурентных преимуществ Instagram является его простота и «компонент прямой визуализации», что находит прямой отклик в клиповом восприятии интернет - пользователей. Потребителям гораздо проще воспринимать фото или видео контент, по сравнению с затяжным чтением объемных текстов. Однако, разработчики предпочли диверсифицировать эти направления, добавив возможность пользователю писать свои небольшие тексты.

Одним из важных моментов исследования является не сам факт продвижения, а те возможности заработка для пользователя, которые Instagram представляет сейчас. Все же наиболее распространённым видом из них является реклама. Популярность этого вида сочетается с достаточной трудоемкостью. Пользователю требуется высокая цитируемость страницы, достигаемая в основном, за счет уникального контента. Если страница имеет большое количество подписчиков, то у участника социальной сети появляется постоянно читающая, активная аудитория. Такая популярность позволяет продвигать товары и услуги известных брендов, или продавать рекомендации для других участников социальной сети.

Существуют специально созданные порталы, где обладатели раскрученных аккаунтов и рекламодатели могут находить друг друга. К примеру, платформа EPICSTARS; DealWay; Instach [3].

Еще одним видом является продвижение собственных товаров и услуг через Instagram, этот процесс предполагает производство чего-то более осязаемого. У людей различных профессий появляется возможность демонстрировать свои продукты или открыть свой интернет-магазин. Предположим, пользователи, занятые в промышленности, могут продемонстрировать процесс изготовления товара, что повысит уровень доверия со стороны потребителей или работодателей.

На рынке труда как отдельная профессия набирает популярность специальность SMM-управленца, которая предполагает ведение и продвижение аккаунтов компаний или пользователей в социальных сетях. По данным сайта HH.ru, средняя заработная плата такого специалиста составляет от 30 тыс. рублей в месяц [2].

В отличие от перечисленных выше, одним из самых доступных является вид заработка, построенный на системе социального инжиниринга, который предполагает обоюдную «накрутку» или небольшое вознаграждение за отзывы, подписки и лайки среди пользователей Instagram. Данный вид заработка не требует от соискателя раскрученной страницы или навыков работы менеджером. Главное - уметь пользоваться компьютером и иметь интернет.

Для проверки этого вида заработка был проведен эксперимент, целью которого являлось измерение его доходности. Каждая из платформ предлагает регистрацию, в виде разрешения доступа к вашей странице. Были выбраны наиболее простые из них, на которых всё сводится к «скликиванию» лайков. Каждая из подобных систем предлагает свой минимум вывода денежных средств. Так, на бирже V-LILE- вывод доступен с 15 рублей, а VKTarget- с 25 рублей. Сервис SMMOK-IN позволяет выводить суммы от 20 рублей. Эксперимент проходил в течение 72 часов.

По итогам эксперимента можно сделать следующие выводы: снять свои средства позволили лишь две платформы: SMMOK-IN и V-LILE, 23 и 19 рублей соответственно. Даже с учётом того, что на Бирже VKTarget сам коэффициент оплаты выше, количество заданий в разы меньше, поэтому за три дня не удалось заработать достаточную сумму для вывода средств. Следовательно, можно судить о том, что данный вид заработка требует автоматизации. Предположим в виде программы «бота», которая могла бы совершать действия за пользователя. Но, даже с учетом разработки подобных программ, этот вид не является доходным, а представляет собой лишь фикцию для «парсинга» - сбора прямых данных пользователей в базы данных, во время регистрации, для дальнейшей перепродажи на вторичном рынке контактов. Более того, подобные платформы имеют мобильные приложения – аналоги, которые так же могут собирать информацию о номерах мобильных телефонов. В последствии решивший воспользоваться данным видом может получать нежелательные СМС сообщения или принимать звонки от неизвестных организаций, с которыми прежде не контактировал. С другой стороны, данный вид может стать некой альтернативой для небольшой накрутки и продвижения собственных страниц. В источниках данный вид принято называть «серым» способом раскрутки [1].

Instagram в 2018 г. – это социальная сеть нового информационного времени, требующая от своих участников все большей уникальности предлагаемого контента. С помощью Instagram каждый может стать режиссёром, оператором, художником, фотографом, стоит только понять специфику и начать действовать. Пользователь может применить свои таланты и создавать уникальные предложения абсолютно самостоятельно, повысив свою узнаваемость и найдя свою целевую аудиторию. Существуют различные виды заработка с помощью Instagram, однако использование «серых» способов раскрутки страницы вряд ли принесет большие доходы. Скорее, эти способы подходят для небольшого поднятия рейтинга и узнаваемости своей страницы.

Список литературы:

1. BIZHINT.NET- «Как заработать с помощью Instagram?» [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа : <https://bizhint.net/zarabotok-v-internete/sos-seti-smm/zarabotok-v-sotsialnyh-setyah/zarabotok-v-instagram>
2. Instagram - Википедия [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram>
3. «Forbes»- «Исследование аудитории инстаграм: сервисом пользуется каждый десятый в России, большинство - женщины» [Электронный ресурс]. – Загл. с экрана. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/tehnologii/343331-issledovanie-auditorii-instagram-servisom-polzuetsya-kazhdy-desyatyy-v-rossii>

ОСНОВЫ АНАЛИЗА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Трифорова М.А. - студент, Мачин К.А. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В современном деловом мире особое значение уделяется оценке уровня работы и квалификации персонала. Все чаще экономически эффективные фирмы стремятся поставить кадровую работу на прочную научную базу, накопленную отечественным и зарубежным опытом. Одной из самых распространенных проблем, возникающих в развитии деятельности предприятий, является проблема, связанная с их обеспечением трудовыми ресурсами.

Трудовые ресурсы - это категория населения, которая обладает соответствующими психофизиологическими характеристиками, умственными способностями и знаниями, необходимыми для выполнения трудовой деятельности. К данному виду ресурсов относятся не только занятые в экономике люди, но и те, кто не задействован в ней, но способен трудиться. Персоналом называется совокупность всех физических лиц, которые состоят в регулируемых договором отношениях с предприятием. От качества трудовых ресурсов зависит результат деятельности организации и ее конкурентоспособность на рынке.

Принято разделять весь персонал предприятия на две большие группы: непромышленные и промышленно-производственные работники.

К непромышленному персоналу относятся занятые обеспечивающей производство деятельностью и непроизводящие основную продукцию или услуги.

Промышленно-производственный штат включает в себя лиц, занятых трудовыми операциями, связанными с основной деятельностью организации. Данный штат, в свою очередь, подразделяется еще на две группы: рабочие и служащие.

К рабочим принято относить сотрудников, выполняющих обслуживание производственного процесса, контролирующих работу средств труда, непосредственно воздействующих на предметы труда и перемещение изготавливаемой продукции.

В составе служащих выделяются руководители и специалисты.

Основой высокой трудовой отдачи персонала различных категорий является создание оптимальных условий труда на предприятии. Работоспособность каждого сотрудника и, соответственно, результаты его труда напрямую связаны со множеством факторов, среди которых наиболее значительными являются: психологический климат в коллективе, оснащенность рабочего места необходимыми средствами труда, соответствие уровня квалификации работника к уровню его обязанностей, мотивация и другие. Все эти факторы, в итоге, формируют отношение персонала к своей работе, и, следовательно, к деятельности всего предприятия [4].

Достаточная обеспеченность фирмы необходимыми трудовыми ресурсами и их оптимальное использование есть обязательное условие для эффективной работы предприятия, при которой наблюдается высокий рост производительности труда и объемов выпускаемой продукции.

Основными задачами анализа трудового потенциала являются:

- оценка обеспеченности организации трудовыми ресурсами;
- изучение состава персонала, численности сотрудников, их динамики;
- анализ факторов производительности труда;
- изучение фонда рабочего времени, выявление его потерь и резервов наилучшего его использования;
- определение причин, влекущих изменения в показателях производительности труда и объема выпускаемой продукции.

При анализе обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами чаще всего рассчитываются следующие показатели [1]:

1. Коэффициент оборота по приему рабочих ($K_{пр}$):

$$K_{пр} = \frac{\text{Количество принятых сотрудников}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}; \quad (1)$$

Данный коэффициент показывает, какую долю занимают работники, которые были приняты в течение отчетного периода от числа работников, состоящих в списках на конец предыдущего (базисного) периода. Рост значения коэффициента оборота свидетельствует о положительной динамике развития предприятия или отдельного подразделения. Снижение показателя свидетельствует об устойчивости коллектива и статичности развития организации.

2. Коэффициент оборота по выбытию ($K_{выб}$):

$$K_{выб} = \frac{\text{Количество выбывших сотрудников}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}; \quad (2)$$

Коэффициент оборота по выбытию показывает удельный вес уволенных сотрудников в средней численности персонала предприятия в отчетном периоде и характеризует интенсивность процесса увольнения сотрудников на предприятии.

3. Коэффициент текучести кадров ($K_{т}$):

$$K_{т} = \frac{\text{Число выбывших сотрудников}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}; \quad (3)$$

Данный коэффициент показывает долю выбывших сотрудников по собственному желанию и в связи с нарушением трудовой дисциплины в среднесписочной численности отчетного периода.

4. Коэффициент постоянства кадров рассчитывается как отношение численности работников, состоящих в списочном составе за весь отчетный год, к среднесписочной численности работников за отчетный год.

5. Коэффициент стабильности кадров рассчитывается как доля рабочих со стажем работы на предприятии пять и более лет к общей численности работающих. Данный показатель отражает факт- на сколько устойчив кадровый состав предприятия.

Вышеуказанные коэффициенты изучаются в динамике. Благодаря им можно определить причины текучести кадров. Наиболее распространенными причинами для увольнения являются: увольнение по собственному желанию сотрудника, в связи с нарушением условий трудового договора, по сокращению штата, переезд работника на другое место жительства.

6. Выработка продукции в единицу времени (B):

$$B = \frac{\text{Объем произведенной продукции}}{\text{Затраты рабочего времени в исследуемый период}}; \quad (4)$$

Текущий показатель также называется производительностью труда и характеризует эффективность производственной деятельности в течение определенного периода времени. На предприятиях анализируется среднегодовая, среднедневная, среднечасовая выработка продукции на одного рабочего, а также рассчитывается выработка продукции на одного

работающего. Эти показатели определяются как частное от деления объема произведенной продукции в рублях или в нормо-часах на численность рабочих или всего промышленно-производственного персонала.

7. Трудоемкость выпускаемой продукции (T_e):

$$T_e = \frac{\text{Затраты рабочего времени}}{\text{Объем изготовленной продукции}}; \quad (5)$$

Трудоемкость показывает долю затрат рабочего времени на единицу или весь объем изготовленной продукции. Рассчитывается и трудоемкость одного рубля продукции. В таком случае фонд рабочего времени на производство всего объема продукции делится на стоимость произведенной продукции. Высокая трудовая отдача работников достигается за счет внедрения достижений науки и техники, механизации и модернизации производства, совершенствование организации труда и, как результат - снижается трудоемкость изготавливаемой продукции [2].

Таким образом, своевременный и тщательный анализ обеспеченности предприятия кадрами позволяет изучить динамику движения сотрудников, оценить выполнение производственного плана, установить причины изменения производительности труда. Это позволяет кадровой службе предприятия оперативно определить нехватку сотрудников, которая затрудняет процессы производства и разработать мероприятия по повышению эффективности трудовой деятельности персонала [3].

Список использованных источников

1. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учебник/В.Р.Веснин. - М.: Проспект, 2013. -320 с.
2. Ильин, А.И. Планирование на предприятии: учебное пособие/ А.И. Ильин.- 9-е изд., стер. - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2014. – 668 с.
3. Самраилова, Е.К. Анализ эффективности использования персонала в организации: учебное пособие- практикум/ Е.Н. Самраилова, С.А. Шапиро, А.Б.Вешкурова.-М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. -210с.
4. Ульянова, В.Г. Основы менеджмента. Часть 2: учебное пособие/ В.Г. Ульянова; Алт. гос. техн. ун-т им И. И. Ползунова. – Барнаул, 2013. -248с.

АНАЛИЗ СДЕРЖИВАЮЩИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ РОССИИ

Тыштыкбаева А.Е. – студент, Никитина О.Л. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Электроэнергетика относится к базовым отраслям и имеет важнейшее межотраслевое значение, поскольку уровень и качество энергоснабжения определяют условия производственной деятельности и бытового обслуживания населения. А так как потребление электроэнергии с каждым годом растет, важно чтобы и отрасль соответственно развивалась, наращивала мощности, улучшала качество, при этом не завышала цены. Это возможно в условиях оптимальной работы и при устранении всех факторов сдерживающих развитие электроэнергетики России.

На данный момент можно выделить следующие сдерживающие развитие отрасли факторы:

- высокая степень изношенности основных фондов;
- перекрёстное субсидирование;
- избыток тепловой мощности;
- проблема неплатежей;
- вынужденная генерация;
- высокие потери тепла.

Проанализируем каждый фактор отдельно и сделаем соответствующие выводы.

Одним из сдерживающих факторов является высокая степень износа основного генерирующего и сетевого оборудования. Снижение потребления электроэнергии на фоне спада промышленного производства в 1990-х годах, а также нерегулярный и неполный характер расчетов за предоставленную электроэнергию способствовали систематическому дефициту собственных средств, выделяемых на обновление основных фондов электроэнергетики. В результате много лет сектор электроэнергетики не получал достаточного объема инвестиций, что на текущий момент привело к критическому износу оборудования. На рисунке 1 представлена возрастная структура генерирующего оборудования на 2017 год.

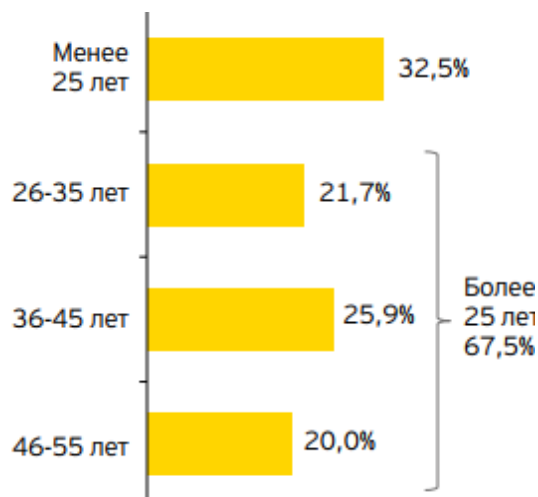


Рисунок 1 – Возрастная структура генерирующего оборудования на 2017 год

Согласно Генеральной схеме размещения объектов электроэнергетики до 2035 года, около 46% установленных мощностей в России были введены до 1980 года, то есть имеют возраст более 36 лет. При этом свыше 90 ГВт мощности паротурбинного оборудования выработали парковый ресурс, а до 2025 года нормативный ресурс выработают еще 30 ГВт мощности тепловых электростанций. Несмотря на программы ДПМ для традиционных и возобновляемых источников энергии, доля вновь введенного энергетического оборудования в России за последние годы остается достаточно низкой. Дефицит инвестиций в обновление основных производственных фондов, а также в их реконструкцию и модернизацию может привести к техническим ограничениям и снизить надежность энергоснабжения потребителей.

Перекрестное субсидирование – это ценовая дискриминация, при которой для одних покупателей (потребителей) цена устанавливается ниже предельных издержек за счет других покупателей (потребителей), для которых цена устанавливается выше предельных издержек (при этом средние цены соответствуют средним издержкам). Данный механизм вносит значительные искажения в конечную цену электрической и тепловой энергии и в тарифы на услуги по ее передаче. Наиболее ярким примером тарифной политики последних лет является перекрестное субсидирование между категориями потребителей, приводящее к перераспределению платежного бремени, часть которого переносится с населения на промышленность. Указанное перераспределение реализуется через стоимость услуг по передаче электроэнергии для промышленных предприятий и групп. Стоит отметить, что помимо этого существуют и другие виды перекрестного субсидирования: межтерриториальное, между видами товаров (тепловая и электрическая энергия). Такое субсидирование реализуется на оптовом рынке электроэнергии (мощности) с применением тарифов по регулируемым договорам. Однако данные виды субсидирования по объему в денежном выражении значительно уступают перекрестному субсидированию между промышленностью и населением. Перекрестное субсидирование населения в существенной

ГОРИЗОНТЫ ОБРАЗОВАНИЯ ВЫПУСК 20 2018

мере негативно влияет на отрасль. Среди его основных недостатков можно выделить: стимулирование крупных потребителей к уходу из «большой» энергетики и к постройке собственных генерирующих объектов, что приводит к росту тарифной нагрузки для остальных потребителей, снижению эффективности энергокомпаний и необходимости консервации мощностей; отсутствие адресности при распределении субсидий (ввиду того, что размер субсидии до 2013 года был пропорционален потреблению электроэнергии, наиболее обеспеченные домохозяйства получали значительно больший объем социальной помощи, чем домохозяйства с меньшим уровнем дохода); непрозрачность распределения нагрузки по перекрестному субсидированию между группами потребителей. Для обеспечения прозрачности и справедливости распределения нагрузки по перекрестному субсидированию, постепенного снижения его объема и изменения его структуры с целью обеспечения более эффективной адресной поддержки малоимущих и социально защищаемых категорий потребителей в 2013 году Правительством РФ была принята Стратегия развития электросетевого комплекса Российской Федерации. [2]

По данным Министерства энергетики, за последние 30 лет почти в два раза уменьшился отпуск тепла в системах централизованного теплоснабжения. Это привело к возникновению существенного избытка мощностей ТЭЦ и котельных: 30% и 15% от установленной мощности соответственно. По мнению Минэнерго, в схемах теплоснабжения принимаются следующие неэффективные решения: часто вместо недозагруженных ТЭЦ загружаются менее эффективные и более затратные котельные, тарифы, на тепло которых могут превышать тариф ТЭЦ более чем в три раза; часто для обеспечения теплом новых потребителей вместо увеличения нагрузки на действующие ТЭЦ за счет реконструкции и строительства тепловых сетей принимается решение о строительстве и вводе в эксплуатацию новых источников тепловой энергии, что приводит к дополнительному росту тарифов и бюджетных субсидий. Таким образом, неэффективное использование тепловых мощностей увеличивает нагрузку на потребителя и препятствует обновлению основных фондов.

Значительным сдерживающим фактором, влияющим на развитие отрасли в целом, является проблема неплатежей. По данным Ассоциации «НП Совет рынка», на конец октября 2017 года на оптовом рынке задолженность составила 65,2 млрд. руб., а на розничном — 243 млрд. руб. Если на оптовом рынке электроэнергии есть ряд законодательных мер, которые позволяют воздействовать на неплательщика, то на розничном рынке такой механизм практически отсутствует. Фактически отключить электроэнергию населению и приравненной к нему группе потребителей не представляется возможным из-за особого статуса предоставляемой услуги — ее высокой социальной значимости.

Сокращение доли выработки тепловой энергии на ТЭЦ приводит к тому, что наиболее экономичные и надежные теплоисточники в массовом порядке становятся неэффективными на рынке электроэнергии, где они сначала получают статус генераторов, работающих в вынужденном режиме, а впоследствии выводятся из эксплуатации. Мощности, работающие в режиме вынужденной генерации, оплачиваются по существенно более высокой цене, чем рыночная цена, что приводит к росту расходов потребителей. В 2016 году средняя цена мощности, работающей в режиме вынужденной генерации, превысила цену мощности, отобранной в рамках КОМ, на 135% в первой ценовой зоне и на 63% — во второй.

Объемы реконструкции и реновации тепловых сетей недостаточны для поддержания их в требуемом техническом состоянии, что приводит к значительным потерям энергии при передаче. Нормативный срок службы теплосетей — 25 лет, поэтому необходимый уровень обновления фондов в теплоснабжении должен составлять в среднем 4% в год при текущем уровне обновления лишь 2,7% в год. По данным Министерства энергетики, около 70% теплосетей работают с превышением нормативного срока службы, а 20% котлов и турбин тепловых электростанций служат более 50 лет при норме в 40 лет. В период с 2007 по 2013 год аварийность в теплосетях увеличилась на 45%. Износ тепловых сетей приводит к

высоким теплотерям: в России они достигают 20-30%, что практически в четыре раза выше, чем в европейских странах. В 2016 году потери в системе тепло- снабжения, по данным Росстата, составили 132,3 млн. Гкал.

По данным Министерства энергетики, для того, чтобы российская система теплоснабжения стала надежной и приблизилась по эффективности к европейским стандартам, до 2025 года нужно вложить в отрасль 2,5 трлн. рублей. Из них около 40% требуется потратить на обновление генерирующих объектов, 30% – на обновление теплосетей, а оставшуюся треть средств планируется направить на оптимизацию операционных расходов, на диспетчеризацию, автоматизацию, создание системы раннего диагностирования, повышение квалификации персонала, создание удобной инфраструктуры для работы с потребителями и выполнение других задач. Таким образом для развития отрасли электро- и тепло- энергетики России необходима модернизация оборудования, вывод объектов вынужденной генерации, а так же в переходе к новой технологической парадигме в электроэнергетике, то есть к технологическим изменениям предусматривающим разномасштабные комплексные системы и сервисы интеллектуальной энергетики, построенные на основе открытой сетевой архитектуры и создание новой технологической платформы на базе «умной» инфраструктуры рыночной экосистемы активных потребителей и других субъектов распределительной энергетики. [1]

Список использованных источников:

1. Княгина В.Н. Цифровой переход в электроэнергетике России : Экспертно-аналитический доклад [Текст] / В. Н. Княгина, Д. В. Холкина. – Москва : Изд-во Центр стратегических технологий, 2017. – 48 с.
2. Золотова И. Ю. Перекрёстное субсидирование в электроэнергетике : эмпирический анализ [Текст] – Москва : ЭКСМО, 2017. – 48 с.

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТАДИЙ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ С УПРАВЛЕНИЕМ ПЕРСОНАЛОМ

Чеховских У.Ю. – студент, Козлова Ж.М. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Каждая стадия жизненного цикла организации требует принятия определённых управленческих решений особенно в области управления персоналом.

Люди – движущая сила любой организации. От того, насколько эффективно фирма работает со своим персоналом, зависит продуктивность его труда, а значит и успех организации в целом. Именно это определяет актуальность данной темы.

Жизненный цикл организации имеет следующий вид: создание и становление, рост, когда фирма активно заполняет выбранный ею сегмент рынка, зрелость, когда фирма пытается сохранить имеющуюся долю рынка под своим контролем и старость (упадок), когда фирма быстро теряет свою долю рынка и вытесняется конкурентами. В дальнейшем организация либо ликвидируется, либо вливается в более крупную, либо разбивается на более мелкие организации, которые в зависимости от ситуации могут оказаться на стадиях роста или зрелости [1].

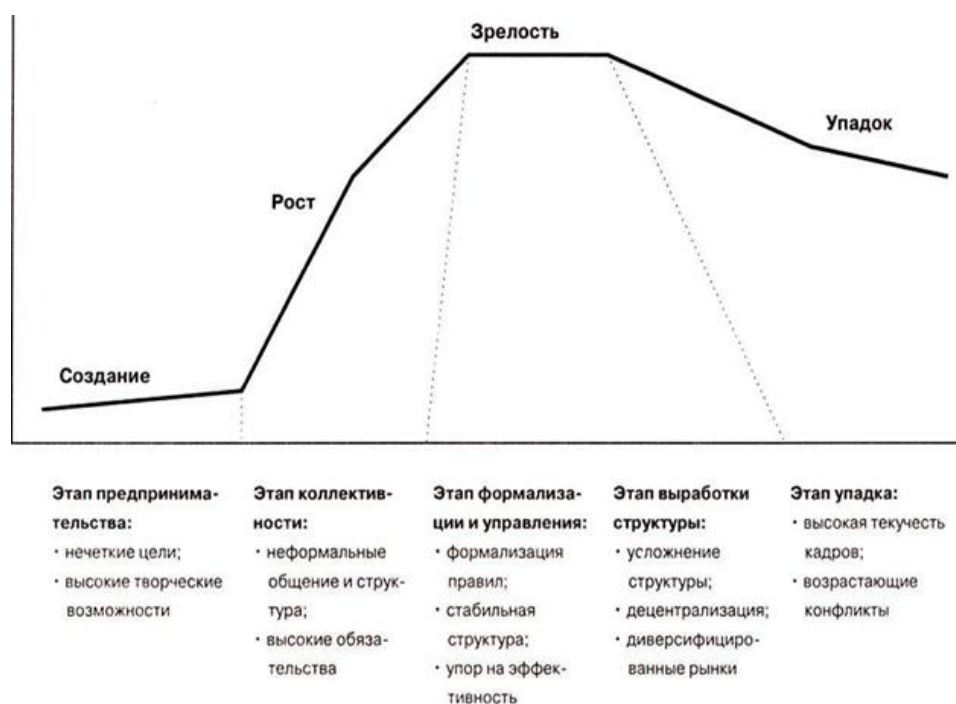


Рисунок 1 - Диаграмма. Жизненный цикл организации

В период своего становления фирма презентует себя на рынке товаров или услуг. Для выживания организации необходимо принятие глобальных решений, многие из которых будут иметь высокую степень риска. Руководство должно быть нацелено на поиск новаторов, инициативных, контактных работников с большим энтузиазмом, готовых рисковать и не боящихся ответственности [2].

Фаза роста – это период окончательного становления коллектива. На этой стадии формируется базис организационной культуры. Менеджеры должны прививать сотрудникам компании ценности организации, её миссию. Известно, что проведение всеобщих мероприятий способствует сплочению коллектива, налаживает взаимодействие между сотрудниками. Большую роль играют складывающиеся в процессе функционирования традиции фирмы. Работники должны осознавать, что трудятся ради достижения общих глобальных целей организации, они должны чувствовать себя незаменимым членом команды.

На стадии зрелости происходит стабилизация развития организации. Чтобы сохранить ценных высококвалифицированных специалистов, управленцам необходимо активно внедрять различные системы стимулирования и мотивации сотрудников, создавать все условия для их комфортного пребывания в организации. Это поможет закрепить за организацией ценные кадры, а также повысит эффективность труда работников [3].

Стадия спада характеризуется резким падением сбыта и снижением прибыли. Организация ищет новые возможности и пути удержания рынков. В коллективе нарастают конфликты, увеличивается текучесть кадров. В это время период от работников требуется самоотверженность, готовность переносить временный дискомфорт. Здесь сказывается личностная мотивация сотрудника, его приверженность ценностям организации.

Данная фаза цикла также предполагает анализ накопленных проблем, так как упадок организации может быть связан именно с деятельностью в области управления персоналом. В этом случае необходим поиск альтернатив решения ситуации и введение всех определённых действий по этой проблеме.

Таблица 1 - Соотнесение стадий жизненного цикла и особенностей персонала

Стадия. Цель	Характеристика особенностей персонала
Формирование. «Заявка» на рынке товаров/услуг	Работники должны быть новаторами, инициативными, контактными, с долговременной ориентацией, готовыми рисковать, не боящимися ответственности. Малая сменяемость ведущих сотрудников
Интенсивный рост. «Размножение систем»	Организационная закреплённость, тесное взаимодействие, гибкость в изменяющихся условиях, проблемная ориентация персонала
Стабилизация. Закрепление на рынке, достижение максимального уровня рентабельности	Служащие, достигающие максимальных результатов (количества и качества) при невысоком уровне затрат и низком уровне риска
Спад. Прекращение нерентабельного, затратного производства. «Возрождение»	Работники, не приверженные фирме, готовые работать короткое время, узко ориентированные

На каждой стадии развития организация реализует специфическую стратегию управления персоналом. Учёт различий каждой стадии цикла позволяет более чётко сформулировать цели компании и определить эффективные пути их достижения.

Список используемых источников

1. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом / А.Я. Кибанов. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 304 с.
2. Базаров Т. Ю., Еремин Б. Л., Малиновский П. В., Малиновская Н. М. Управление персоналом: учебник для вузов. - М: Юнити-Дана, 2015. – 561 с.
3. Руденко Л. Г. Планирование и проектирование организаций: учебник. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 240 с.

**ОСНОВЫ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ
НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Шашкова А.А. - студент, Мачин К.А. - к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Для успешного функционирования и развития предприятий необходимо обеспечить их достаточным количеством квалифицированных специалистов. Одна из основных задач для каждого предприятия - анализ эффективности использования трудовых ресурсов.

Трудовыми ресурсами является та часть населения, которая владеет достаточными умственными, физическими способностями для какой-либо сферы деятельности. Значительную часть затрат предприятия составляют трудовые ресурсы, поэтому эффективное их использование позволяет предприятию повысить объёмы производства, улучшить качество продукции, и тем самым увеличить прибыль.

Для принятия эффективных управленческих решений необходимо провести анализ использования трудовых ресурсов. П.Э. Шлендер, Ю.П. Кокин считают целесообразным использовать факторную модель анализа трудовых ресурсов, состоящей из показателей: среднечасовой выработки, количество отработанных дней одним рабочим, продолжительность рабочего дня. Анализ использования трудовых ресурсов представляет собой алгоритм действий, включающий:

1. Исходные данные (бухгалтерская отчётность, нормативно-правовое регулирование, статистическую отчётность и т.д);

2. Методологический аппарат (методический инструментарий, аналитические коэффициенты, пороговые индикаторы, аналитический аппарат);

3. Аналитические инструменты (программные продукты, анализ и диагностика, информационное обеспечение) [2].

Для использования в анализе методологического аппарата необходима методическая база, которая основывается на эмпирических, теоретических и математико-экономических методах исследования. При использовании данных методов исследования рассчитываются следующие показатели:

- коэффициент оборота по приёму рабочих;
- коэффициент оборота по выбытию;
- коэффициент текучести кадров;
- коэффициент неизменности состава персонала;
- динамика фондов оплаты труда;
- динамика производительности труда;
- динамика реальной и номинальной заработной платы.

При анализе наличия и использования трудовых ресурсов выполняется оценка обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, т.е. отношением количества работников в действительности с плановой необходимостью работников. Нарращивание производства, повышение выработки труда, использование более совершенной техники позволит частично решить проблему недостатка трудовых ресурсов [1].

Социальное развитие предприятия влияет на социальную защищённость персонала. Оценка социальной защищённости позволяет определить уровень условий труда на предприятии, потребность в повышении квалификации персонала, а также возможно выявить факторы, оказывающие влияние на текучесть кадров. Таким образом, оценку социальной защищённости персонала необходимо проводить, учитывая три фактора:

1. Повышение квалификации работающего персонала;
2. Совершенствование условий труда;
3. Развитие социально-культурных и жилищно-бытовых условий.

На темпы роста производства значительное влияние оказывают непрямые затраты – затраты рабочего времени в процессе производства неисправной или забракованной продукции. Для того, чтобы избежать потерь рабочего времени, необходимо провести анализ фонда рабочего времени. При данном анализе используются показатели:

- среднегодовой численности работников;
- отработанных за год одним рабочим (дней, часов);
- продолжительность рабочего дня;
- фонд рабочего времени (в том числе сверхурочного).

Производительность труда характеризует эффективность использования рабочего времени, результативность затрат труда. Анализ производительности труда позволяет понять какие факторы влияют на выработку, трудоёмкость продукции и каким образом максимально эффективно использовать рабочее время, с минимальными затратами труда. Для оценки данного показателя используют системы обобщающих (выработка продукции на одного работника в натуральном выражении, выработка продукции на одного работника в стоимостном выражении, частных (трудоёмкость продукции) и вспомогательных (затраты времени на выполнение одного вида работ) показателей. Также, на производительность труда влияет показатель трудоёмкости продукции, который характеризует затраты рабочего времени на единицу или весь объём изготовленной продукции [3].

Анализ трудовых ресурсов – это сложный процесс, требующий тщательного изучения всех факторов на каждом этапе анализа. Эффективность использования трудового потенциала зависит от тщательного анализа трудовых ресурсов, который позволит принимать грамотные управленческие решения и влиять на развитие и конкурентоспособность предприятия.

Список литературы

1. Дубровин И. А., Каменский А. С. Экономика труда //Учебник/И.А. Дубровин, А.С. Каменский.-М.: Дашков и К. – 2013/
2. Шлендер П. Э., Кокин Ю. П. Экономика труда: Учебник/Под ред. проф. П.Э. Шлендера и проф. Ю.П. Кокина //М.: Юристъ. – 2013.
3. Черникова С. А., Исаков Ю. А. Трудовые ресурсы как фактор производства //Российское предпринимательство. – 2014. – №. 5 (251).