

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ "CHRONOS"
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ
СБОРНИК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

**XIV МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
(03 апреля 2017г.)**

г. Москва- 2017

© Научный журнал "Chronos"

УДК 330
ББК У65

Сборник публикаций научного журнала "Chronos" по материалам XIV международной научно-практической конференции: «Экономика и современный менеджмент» г. Москва: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). –М : Научный журнал " Chronos ", 2017. – 48 с.

Тираж – 300 экз.

УДК 330
ББК У65

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы поданы в авторской редакции и отображают персональную позицию участника конференции.

Контактная информация организационного комитета конференции:

Научный журнал «Chronos»

Электронная почта: economy@chronos-journal.ru

Официальный сайт: chronos-journal.ru

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ	
Логинова Т.В.	
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ	4
ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ	
Загайнов С.В.	
IT СФЕРА СЕГОДНЯ: НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	10
МЕНЕДЖМЕНТ	
Вавилина А.В., Кириллова О.Ю.	
ФУНКЦИЯ КОМПЛАЕНС В СИСТЕМЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КОРПОРАЦИИ.....	14
ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА	
Хаметова Н.Г., Яковлева М.В.	
ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ.....	22
ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ	
Лудина С.В.	
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ОТМЫВАНИЯ ДОХОДОВ И ФИНАНСИРОВАНИЮ ТЕРРОРИЗМА	29
Фролкин А.В.	
РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ	36
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	
Алферова И.Е.	
ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ КАПИТАЛИЗАЦИИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ	40

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Логинова Тамара Валентиновна
*Ярославский филиал Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации
г. Ярославль, старший преподаватель*

Аннотация. Каждой фирме в рыночных условиях хозяйствования необходимо проводить серьезный анализ цены на свою продукцию (работы, услуги). Анализируя деятельность успешных компаний можно увидеть, что они, как правило, обладают и четкой политикой цен, и определенной стратегией ценообразования. Цель данной статьи – рассмотреть подходы к решению проблем формирования стратегии ценообразования компаниями, в целях принятия правильных управленческих решений в этой области.

Annotation. Each company under market conditions necessary to carry out a serious analysis of the prices of their products (works, services). Analyzing the activity of successful companies can be seen that they tend to have a clear and pricing policy, and certain pricing strategy. The purpose of this article - to consider approaches to solving the problems of formation of companies pricing strategies in order to make the right management decisions in this area.

Ключевые слова: цены, стратегия ценообразование, спрос, предложение, товар.

Keywords: pricing strategy pricing, demand, supply, product.

Эффективное управление ценообразованием оказывает существенное влияние на деятельность любой компании, в том числе и на ее доходность. Решения, принимаемые по ценообразованию, должны быть стратегическими решениями, иначе данные вопросы могут привести к возникновению различных конфликтных ситуаций внутри самой компании. Например, между руководителями финансовых служб, цель которых возместить расходы и получить прибыль, и руководителями маркетинга, которых интересует, порядок продажи продукции на рынке.

Когда преобладает первая точка зрения, решения по ценообразованию часто определяются значительными расходами, а результатом являются негибкие цены.

Когда преобладает точка зрения отделов продаж, ценообразование становится инструментом для достижения целей в области продаж, что влияет на финансовый результат деятельности компании в целом. Поэтому более приемлемым является совмещение двух этих подходов к ценообразованию.

Под политикой цен понимают общие принципы, которых придерживается каждая компания в установлении цен на свою продукцию (работы,

услуги). Под стратегией ценообразования понимается набор методов, с помощью которых эти принципы можно применить в практической деятельности компании.

К основным принципам ценовой политики компаний можно отнести следующие: цена должна быть для покупателя выгодной; ценовая политика должна разрабатываться, как элемент общей маркетинговой стратегии и должна предусматривать возможность изменений факторов, влияющих на цены и др.

При этом фирма не должна руководствоваться получением сиюминутной выгоды, продавая свои товары по максимально высокой цене, а должна разработать гибкую ценовую политику, реализация которой может принести прибыль в будущем.

Понятие цены напрямую связано с продажей товаров (работ, услуг). Цена имеет несколько аспектов: прежде всего, она облегчает процесс купли – продажи; на цену влияет взаимодействие спроса и предложения; цена – полезна в рекламе; цена может помогать или мешать сбыту продукции (работ, услуг); цена имеет отношение к стоимости и прибыли; цена может быть надежным инструментом в конкурентной борьбе; ценой можно манипулировать в стратегических целях при переходе от одной стадии жизненного цикла продукции к другой [1, с.121].

Есть два основных подхода к процессу рыночного ценообразования: это установление индивидуальных либо единых цен. Так, индивидуальная цена определяется на договорной основе в результате переговоров между покупателем и продавцом. При этом должны учитываться интересы обеих сторон.

При единой цене все покупатели вынуждены приобретать товар по одинаковой цене. Установление единых цен для всех потребителей может быть связано с особенностями рынка данного товара или с технической сложностью и значительными дополнительными расходами. Единые цены чаще всего устанавливаются тогда, когда производитель продает стандартный продукт серийного производства на массовый рынок.

Вопросы ценообразования должны рассматриваться и тогда, когда устанавливается первоначальный уровень цен, это, например, при освоении нового продукта или при продаже уже ранее производимого продукта, но продаваемого на новые географические рынки сбыта.

Чаще всего компания вынуждена продавать свои товары по той цене, которую принимает потребитель, а не по той, которая кажется ей более привлекательной. Потребителя не интересуют издержки производства, которые несет производитель. Поэтому формирование цены является достаточно сложным элементом рынка и зависит от спроса и предложения.

Особенностью рыночной цены является ее способность постоянно меняться, так же как постоянно меняются спрос и предложение. Высокая цена может устанавливаться на товары хорошего качества и с новыми потреби-

тельскими свойствами. Поэтому не случайно в странах с рыночной экономикой, разрабатываются лишь основные стратегические подходы к ценообразованию, а сами цены устанавливаются субъектами рынка.

Определяя конкурентные уровни цен, фирмы ориентируются на уже существующие рыночные цены или формируют их в соответствии с уже произведенными затратами, а также исходя из получаемой прибыли.

Наиболее распространенный подход определяется при свободном рынке, когда в основном постоянен ассортимент продукции (но при этом не исключается ее обновление), достаточное количество продавцов и покупателей. Такой подход характерен для рынка товаров легкой промышленности, продуктов питания, продажи некоторых видов оборудования, где цена, как правило, не является определяющим фактором на рынке.

Иначе обстоит дело с рынками, например, такой продукции, как автомобили, черные и цветные металлы, нефть и продукты ее переработки, где производство более монополизировано. В таких отраслях используют принципы формирования цен исходя из затрат и прибыли, при которых ценовая политика фирм или государства является определяющей [1, с. 129].

Уровень цен зависит также и от объемов производимых и продаваемых товаров. Уменьшаются объемы производства или увеличиваются запасы – уменьшается и предложение. Увеличиваются объемы производства или используются накопленные запасы – увеличивается предложение. Первый вариант компании избирают, чтобы повысить цены или не допустить их снижения, а также, чтобы сохранить прибыль или увеличить ее. Вторым вариантом используется для укрепления лидирующего положения фирмы на рынке.

Положение с ценами влияет и на спрос. При более высоком спросе выше и цена, и наоборот. Но чаще компании стараются регулировать спрос не с помощью цен, а с помощью, например, рекламы или других методов.

В современных условиях одним из вариантов политики цен является задача поддержания цен несколько ниже уровня основных конкурентов для обеспечения ускоренного роста своих продаж. Такая стратегия ценообразования определяет набор процедур и мероприятий, с помощью которых данный подход будет применяться на практике.

Если ценность товара не оправдывает для покупателя его цену, то компания не должна предлагать покупателям большие скидки, а должна находить другие пути решения проблем с ценообразованием. Например, можно изучить возможности иной сегментации рынка или использовать другие каналы сбыта своей продукции, или найти такого покупателя, который купит именно этот товар и при установленной цене.

Низкая или сниженная цена воспринимается многими потенциальными покупателями как свидетельство не очень высокой ценности товара. Поэтому низкие цены или поспешное установление скидок могут не увеличить продажи, а наоборот сократить их. Для успешной работы большое значение имеет выбор правильного сочетания между ценой и качеством товара.

Маркетинг также играет важную роль при разработке ценовой стратегии компании. К основным типам маркетинговых стратегий относятся, например, проникновение на рынок; развитие рынка; сегментация рынка; разработка нового продукта или модификация уже существующего.

При разработке ценовой стратегии важно знать конечные финансовые цели фирмы. Если этого не сделать, то ценовая стратегия может оказаться неудовлетворительной с точки зрения собственников компании. Поэтому необходимо получить ответы на следующие вопросы:

- какую минимальную прибыльность необходимо обеспечить фирме от продажи данного вида товара;

- ориентируется ли компания на получение наивысшего уровня прибыльности, на максимизацию общего объема прибыли или на получение прибыли как можно скорее для погашения задолженностей, например, по кредиторской задолженности или по заемным средствам.

Каждая компания должна знать своих потенциальных покупателей. При решении данной задачи цель состоит не только в том, чтобы выяснить, какие категории покупателей можно заинтересовать товаром компании, но также необходимо понять, почему он будет для них интересен.

При этом ценообразование выступает элементом общей маркетинговой стратегии фирмы. Приступая к решению проблем ценообразования, необходимо получить также ответы на следующие вопросы:

- должны ли цены решать задачу, связанную с проникновением на новый для компании рынок или ориентировать на новых клиентов;

- должны ли цены учитывать сегментацию рынка и обеспечивать более полное удовлетворение покупательского спроса в определенных географических сегментах и др.

При решении задачи, связанной с потенциальными конкурентами, надо определить тех настоящих и потенциальных конкурентов, деятельность которых может наиболее существенно сказаться на прибыли от продажи товаров фирмы. При этом необходимо выяснить: какие фирмы являются основными конкурентами на рынке сегодня, или могут ими стать в ближайшем будущем; можно ли на основе имеющейся информации о фирмах – конкурентах определить, какие цели они преследуют в сфере ценообразования: максимальное увеличение прибыли или объемов производства и продаж; в чем состоят преимущества и слабости конкурентов по сравнению с данной компанией.

Решению проблем, связанных с ценовой стратегией, поможет проведение различных видов стратегического анализа. Например, с помощью такого анализа можно получить информацию о возможных вариантах цены; о затратах на производство продукции; о возможном выборе того сегмента рынка, в котором фирма сможет завоевать покупателей с учетом их запросов, или в котором у нее более устойчивые конкурентные преимущества.

А, например, целью сегментарного анализа является уточнение оценки рыночных условий деятельности компании на основе перехода от рассмотрения рынка в целом к исследованию конкретных его сегментов. Специалист по ценообразованию вместе со специалистами по маркетингу должен определить, как наиболее разумно дифференцировать цены на товары компании, чтобы максимально учесть различия между сегментами: по чувствительности покупателей к разному уровню цен или по затратам фирмы для наиболее полного удовлетворения запросов покупателей из различных сегментов и др.

Целью анализа конкурентов является прогнозирование отношения конкурентов к намечаемым фирмой изменениям в ценах и тех конкретных шагов, которые они могут предпринять в ответ. На этой основе необходимо определить, как ответные меры конкурентов могут повлиять на прибыльность компании и на выгодность той стратегии, которую она собирается проводить в области ценообразования на рынке.

Изучив основные элементы и этапы разработки ценовой политики, специалист по ценообразованию осуществляет переход к подготовке проекта документа для руководства компании, описывающего наиболее приемлемую, для данной компании ценовую стратегию.

Стратегия ценообразования определяется целевым рынком, а цена тем инструментом, который используют компании для достижения своих целей. Цена влияет на характеристики товара, методы его продвижения и каналы распространения, также как и все эти факторы влияют на цену.

Руководство каждой компании должно решить, кто в организации будет отвечать за установление цен. В крупных организациях некоторые решения о ценах могут быть делегированы менеджерам нижнего звена. Руководители производственных, финансовых и бухгалтерских подразделений также оказывают влияние на ценообразование. Однако, чаще всего вопросы ценообразования и ценовую политику определяет высшее руководство компании.

Внешние факторы, влияющие на ценообразование, включают в себя состояние рынка и спрос, цены и предложения конкурентов, а также другие факторы, например, такие как экономическая ситуация в стране, интересы торговых посредников и государственное регулирование.

В конечном итоге, именно потребитель определяет, правильно ли компания сформировала цену. Потребитель сравнивает цену и ценность товара: если цена выше суммы воспринимаемой ценности, потребители не приобретут данный товар. Разные покупатели видят в различных свойствах товара различную ценность, поэтому маркетологи часто варьируют цены для разных сегментов рынка.

Оценивая рынок и спрос, компания предварительно изучает кривую спроса, которая отражает зависимость между запрашиваемой ценой и уровнем спроса на товар по этой цене. Чем более неэластичен спрос на товар, тем выше компания сможет устанавливать цену.

Покупатели также сравнивают цену товара с ценами конкурентов. Производители должны постоянно следить за ценами и характеристиками всех товаров конкурентов и использовать эту информацию при формировании собственных цен.

Экономическая стратегия компании, составной частью которой является ценовая политика, нацелена в конечном итоге на удовлетворение спроса, что предполагает знание потребительских предпочтений как потребителей, так и производителей. Самостоятельная ценовая стратегия – это процесс, требующий постоянного внимания со стороны менеджмента компании.

По мере перехода товара из одного этапа жизненного цикла в другой изменяется и стратегия ценообразования. Компании могут воспользоваться одной из нескольких стратегий, определяющих, например, соотношение между ценой и качеством или какой-то другой стратегией. В каждом конкретном случае возникающие проблемы решает сама компания, так как это влияет на положение ее товаров на рынке и на отношения с конкурентами, что является существенным при формировании конкретных ценовых стратегий.

Список литературы

1. Годин А.М. Маркетинг.- М.: Дашков и К, 2012.- 651с.

ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

УДК 004 : 338.2

ИТ СФЕРА СЕГОДНЯ: НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Загайнов Степан Валерьевич

*Студент 4 курса Факультета экономики и управления
Тихоокеанский государственный университет г. Хабаровск*

IT SPHERE TODAY: AREAS FOR DEVELOPING

Zagainov Stepan

*4th-year students of the School of Economics and Management
Pacific National University Khabarovsk, Russia*

Аннотация

В данной статье рассматриваются современные реалии мирового и российского рынка в контексте концепции цифровой экономики, систем управления, таких, как бизнес аналитика (BI), инжиниринга (ERP), и других, составляющих к настоящему времени собой понятие интеллектуальной (Smart) системы.

Abstract

This article discusses the current realities of the world and Russian market in the context of the concept of the digital economy, management systems, such as Business intelligence (BI), Enterprise Resource Planning (ERP), and other components of the present time is the concept of Intelligent (Smart) systems.

Ключевые слова: цифровая экономика, ИТ, инжиниринг, бизнес аналитика, интеллектуальные системы

Keywords: Digital Economy, IT, ERP, BI, Smart Systems

I Введение

В современном мире, под влиянием глобализации, неопределенности окружающей среды, жесткой конкуренции на рынке и повышения стандартов качества, многие компании все более и более ощущают зависимость от информационных технологий (Information Technology IT). Информационные технологии и менеджмент не так давно являлись отдельными системами, однако последние два десятилетия мы можем наблюдать тенденцию в развитии их взаимоотношений [1]. Интерес компаний в развитии информационных технологий прежде всего был обусловлен двумя причинами: 1) необходимостью в повышении производительности труда. 2) недостатком информационных технологий в управлении и структурировании накопленной информацией. В начале 90-х годов, с появлением информационной си-

системы управления (Management Information System MIS) и системы поддержки принятия решений (Decision Support System DSS), работа в офисе стала более налаженной. И все же, наличие несовершенства в системах привело к тому, что была создана система инжиниринга (Enterprise Resource Planning ERP). Благодаря данным разработкам было налажено множество рабочих процессов связанных с использованием информации [2].

В последствие, с необходимостью оптимизации бизнес процессов связанных с клиентами и поставщиками, были разработаны такие системы как: система управления отношениями с клиентами (Customer Relationship Management CRM) и система управления отношениями с поставщиками (Supplier Relationship Management SRM).

В сегодняшнем мире для компании жизненно важно использовать управление информацией в своей деятельности. Например, основываясь на информации о клиентах, оценить работу компании, и незамедлительно принять управленческое решение, что позволит компании увеличить свою конкурентоспособность на рынке. В данной ситуации используются так называемая бизнес аналитика (Business Intelligence BI) [3], при помощи которой у компании появляется возможность работать с большим объемом данных, останавливая внимание лишь на основных факторах, повышающих эффективность, используя построение различных вариантов, вариаций путей и исходов, производя оценку результатов принятых решений.

Все без исключения продемонстрированные ранее системы - отнюдь не закрытые независимые концепции, а только условно независимые разновидности информативных систем. При этом любая определенная система в силах содержать в себе единичные свойства любой из перечисленных выше. В последнее дни обозначилась направленность формирования смешанных интеллектуальных систем, когда в уже хорошо знакомые компьютерные программные средства, и комплексы, встраиваются составляющие систем синтетического интеллекта.

II ИТ сфера в России сегодня

Системы, обеспечивающие введение новейших информационных технологий управления, стремительно вводятся в практику работы отечественных компаний. Российская Федерация, вслед за результатами значительных темпов развития информационных технологий, в последнее время сумела показать снижение разрыва с развитыми государствами в уровне информатизации экономики и общества.

На протяжении последних нескольких лет Российская Федерация ставит для себя приоритетным развитие таких направлений как: повышение качества государственных услуг, программа импортозамещения, интеграция информационных систем, ориентация на конечного потребителя, оптимизация бизнес процессов и инфраструктуры, наукоемкие продукты, ИТ -аутсорсинг, ИТ -консалтинг, развитие социальных сетей, ИТ -ресурсы по запросу (Cloud), большие данные (Big Data) [4].

В такой ситуации для учебных заведений высшей школы первоочередной задачей является подготовка кадров, в соответствии с потребностями компании, при этом обладающих запасом теоретических знаний и производственных навыков.

Экспертами сервиса Онлайн- рекрутмента, таких как HeadHunter, Superjob, представителями рекрутинговых агентств, а также предположениями самих программистов, то в 2017 году наиболее востребованными станут специалисты по Big Data (так полагает 19% опрошенных). Сохранят свою популярность программисты Java и DevOps (по 15%). Появится спрос на тех, кто работает в области виртуальной реальности. За VR свои голоса отдали 7% респондентов [5].

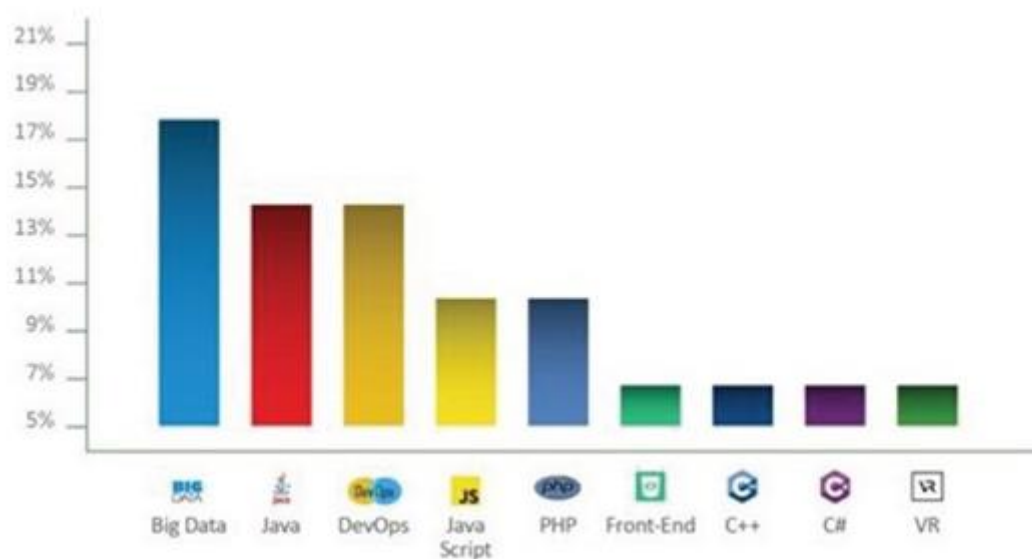


Рис. 1 – Ожидания по поводу востребованности IT-специалистов

III Будущее мировой IT сферы

Многие ведущие мировые эксперты по-разному видят будущее IT-индустрии, но выделяют общие тренды, которые будут характерны для 2017 года и в ближайшее время [6]:

- Развитие облачных технологий.
- Мобильность
- Технологии больших данных (Big Data)
- Интернет вещей
- Усиление информационной безопасности
- Умные устройства
- 3D-печать
- Вовлеченность бизнеса в IT-проекты
- Развитие онлайн-обучения

Хотелось бы более подробно остановиться на последнем направлении, и рассмотреть его на примере Тихоокеанского Государственного Университета. В 2012 году система менеджмента качества Центра дистанционных образовательных технологий ТОГУ прошла сертификацию на соответствие требованиям международного стандарта ISO 9001, и в настоящее время ТОГУ реализует стратегию формирования SMART-университета – вуза XXI

века [7]. Это обусловлено тем, что руководство ВУЗа понимает и учитывает интенсивность развития информационных технологий в мире и изменение образовательного рынка и образовательной среды. SMART система, в рамках которой в университете реализуется процесс обучения, повышает качество подготовки специалистов в соответствии с современными требованиями к знаниям и компетенциям. Мировые тенденции все ярче показывают, что будущее за гибкими моделями образовательного процесса, в котором активно используются различные средства, методы и технологии, в том числе и дистанционные.

Основными целями использования дистанционных образовательных технологий в ТОГУ являются:

- соответствие образовательной системы мировым тенденциям и росту спроса на качественные образовательные услуги;
- развитие, участие и использование возможностей единого образовательного пространства мирового сообщества;
- обеспечение принципиально нового уровня доступности качественного образования, исключая территориальные барьеры;
- создание и использование новых форм обучения для повышения качества обучения при их интеграции с другими формами обучения.

IV Заключение

Подводя итоги, хотелось бы еще раз упомянуть о том, что XXI век предоставляет множество захватывающих возможностей развития IT: от трендов, которые сейчас обсуждаются во всем мире, до новых технологий, которые находятся ещё только на стадии разработки. Однако сейчас, перед всем миром стоит задача, требующая внимания всех стран. Ведь недостаток квалифицированных специалистов, способных выполнять задачи, которые ставят перед ними новые технологии, уже ощутим и должен устраняться на образовательном, культурном и организационном уровнях [8].

Можно сделать вывод, что развитие компьютерных навыков должно стать базовым элементом обучения, наряду с такими предметами, как математика, иностранный язык или естественные науки. Это необходимо, чтобы дать следующему поколению навыки, которые помогут карьерному росту вне зависимости от выбранной профессии.

Библиография

- [1] Business communications 2014 Vol.41 No.11 p. 14-18
- [2] Бизнес-аналитика: сегодня и завтра №2 (212), февраль 2014 года
- [3] <https://spark.ru/startup/noveo/blog/12082/klyuchevie-trendi-it-v-2015>
- [4] Юргелас М.В.6 IT сфера в России сегодня - вызовы в условиях кризиса 11-2015
- [5] http://neohr.ru/rekruting/article_post/kogo-i-kak-budut-iskat-v-2017-godu-osnovnyye-trendy-dlya-it-rekrutera
- [6] <http://dailymoneyexpert.ru/how-to-save/2016/01/29/10-trendov-it-rynka-v-2016-godu-5284.html>
- [7] <http://pnu.edu.ru/ru/faculties/distance/cdot/about/>
- [8] <http://www.information-age.com/2015s-most-critical-information-technology-trends-123458793/>

МЕНЕДЖМЕНТ

ФУНКЦИЯ КОМПЛАЕНС В СИСТЕМЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КОРПОРАЦИИ

Вавилина Алла Владимировна,

*к.э.н., доцент Российский университет дружбы народов
г. Москва, Боровское шоссе, дом № 19, кв. 35*

Кириллова Оксана Юрьевна

*к.э.н., доцент, Институт международных экономических связей,
142184, г. Подольск, мкр-н Климовск,
проспект 50-летия Октября, дом 20 Б, кв. 21*

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблематике внедрения функции комплаенс в системы управления российских компаний. Авторы проводят анализ содержания данной функции и ее компонентов в российской и международной практике: раскрывают нормативную базу и корпоративную инфраструктуру комплаенс-деятельности, ее направления; приводят группировку комплаенс-рисков. В качестве организационного решения по внедрению комплаенс-функции в статье описаны элементы системы комплаенс-контроля, их компетенции и структурные подразделения системы корпоративного управления, за которыми закреплен соответствующий элемент.

ABSTRACT

The article is devoted to the problems of implementation of the compliance function in the management systems of Russian companies. The authors conduct a content analysis of this function and its components in Russian and international practice: disclose the regulatory framework and corporate infrastructure compliance activities, its direction; lead the group compliance risks. As organizational solutions for the implementation of compliance function this article describes the elements of the compliance control system, their competence and the structural unit of the corporate management system, which are fixed for the corresponding item.

Ключевые слова: комплаенс, внутренний контроль, комплаенс-риски, корпоративная инфраструктура

Key words: compliance, internal control, compliance risks, corporate infrastructure.

Отношение к комплаенсу как и, собственно, содержание данного понятия в российской экономической практике неоднозначно. Эксперт мирового банка Д.В. Малыхин в своей работе «Особенности организации комплаенс-контроля в российских банках» [7], определяет «комплаенс» как «способность действовать в соответствии с инструкциями, правилами и специаль-

ными требованиями». Очень часто «комплаенс» рассматривают как составную часть функции внутреннего контроля, которая направлена на «защиту интересов инвесторов, банков и их клиентов с помощью контроля над соблюдением сотрудниками банка положений действующего законодательства, требований надзорных органов, а также документов, определяющих внутреннюю политику и процедуры банка (комплаенс)» [8]. В научной литературе встречаются предложения разделять комплаенс на юридический (соответствие деятельности нормативно-правовым актам) и этический (соответствие отраслевым стандартам, закрепленным в актах саморегулируемых организаций, и внутренним нормам компании) [6]. Деление комплаенса на юридический и этический предполагает два уровня действия комплаенс-контроля. Комплаенс первого уровня заключается в соответствии внешним правилам, которые должны соблюдаться корпорацией как экономическим субъектом рынка в целом. Второй уровень предполагает соответствие требованиям системы внутреннего контроля, устанавливаемые с целью обеспечения выполнения внешних требований. Таким образом, концепция комплаенса направлена на соответствие внутренним политикам и процедурам компании, реализуется посредством создания условий, при которых участники данной корпорации будут действовать в соответствии с высокими профессиональными и этическими стандартами, регулируемые извне.

Вместе с тем, в экономиках с достаточно развитым институтом корпоративного управления данный инструмент контроля выступает одним из важнейших факторов качества и эффективности корпоративного управления. Более того, он встроен как неотъемлемая часть в корпоративную культуру компании. Принятие решений на всех уровнях и выполнение каждым сотрудником своих должностных обязанностей осуществляется в соответствии стандартам законности и добросовестности, установленным компанией для ведения своей деятельности.

В настоящее время в западных экономиках комплаенс-контроль присутствует практически во всех областях: финансовых, кредитных и страховых организациях, производственных предприятиях, в торговле, медицине и других отраслях [6]. Компании, которые следуют в своей деятельности идеологии комплаенса, соблюдают существующие нормы в следующих областях:

- противодействие отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма;
- взаимодействие с регулирующими органами;
- конфиденциальность информации;
- кодекс корпоративной этики; сообщения о нарушениях этических стандартов;
- концепция «Китайской стены» (для разграничения информационного поля в деятельности организации с целью предотвращения конфликтов интересов и создания условий для честной конкуренции);
- принятие и дарение подарков, приглашение на мероприятия [2].

К числу основных регламентирующих документов и стандартов, которые широко распространены на Западе при применении комплаенс-контроля, относятся: Закон Додда-Франка и Volcker Rule; FATCA; Вольфсбергские принципы; Закон США о борьбе с терроризмом; SOX; Директивы ЕС; документы ФАТФ, Форум финансовой стабильности Базельского комитета по банковскому надзору (БКБН), материалы работы Международной организации комиссий по ценным бумагам (IOSCO), документы Объединенной организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

Регулирование в сфере противодействия коррупции и взяточничеству осуществляется в соответствии с FCPA и Layperson's Guide, Конвенцией ОЭСР по борьбе с подкупом должностных лиц иностранных государств при совершении международных деловых операций, UK Bribery Act [2].

В Российской Федерации понятие «комплаенс» появилось с появлением крупных иностранных компаний на внутреннем рынке, где данная функция является важным элементом-регулятором деятельности компаний. Целью комплаенса является сведение к минимуму риска вовлечения компании в процессы, которые могут обернуться для нее не только финансовыми потерями, но и потерей доверия со стороны общества в лице регулирующих органов, инвесторов, партнеров, акционеров, клиентов. Комплаенс-контроль основан на системном, предварительном контроле за событиями, которые могут привести к несоблюдению установленных требований и обязательств экономическими субъектами. По оценкам Marsh Risk Consulting, комплаенс-риски входят в тройку самых разрушительных для организаций и топ-менеджеров по своим последствиям.

Все комплаенс-риски можно разделить на три группы. Первую группу составляет репутационный риск, включающий в себя опубликование негативной информации о компании, ее работниках, акционерах, членах органов управления, аффилированных лицах в средствах массовой информации. Вторая группа включает в себя регуляторный риск, который заключается в несоблюдении законодательства, а затем последующее преследование со стороны надзорных органов. Третья группа – это операционный риск, который заключается в нарушении внутренних правил и документов, в результате чего компания несет убытки. Кроме того, данный риск может быть выражен в несоблюдении требований учредительных и внутренних документов аффилированными лицами и акционерами, а также законодательства. В мировой практике в настоящее время сложились следующие направления комплаенс-контроля:

- инвестиционный, основная задача которого заключается в регулировании вопроса «правильной» и «честной» продажи инвестиционных продуктов;
- налоговый - заключается в регулировании проблемы соблюдения налогового законодательства;
- клиентский, специфика которого направлена на регулирование проблемы справедливого отношения к клиентам (Treat Customer Fairly);

– кредитный, который заключается в регулировании вопроса по справедливому кредитованию (Fair Lending Policy).

Это позволяет сделать вывод о том, что комплаенс-контроль, получивший свое распространение изначально в финансовой сфере, в настоящее время широко распространен и в других сферах экономической деятельности.

Актуальность зарубежного законодательства и норм комплаенс для российских организаций обусловлена, прежде всего, тем, что эти положения порождают систему требований инвесторов, бизнес-сообщества и служащих государственных органов иностранных государств к своим контрагентам в России.

Целесообразно подойти к организации комплаенс-функции с позиции инфраструктурного и инструментального обеспечения контрольной деятельности в системе корпоративного управления. Одним из факторов, определяющих перспективы развития корпоративных отношений и корпоративной стратегии является степень развития инфраструктуры, в частности корпоративной инфраструктуры, понимание которой в экономической литературе неоднозначно.

Корпоративная инфраструктура, на наш взгляд, представляет собой совокупность институтов, формирующих необходимые условия для осуществления корпоративного управления, содействующих внедрению, реализации принципов и стандартов корпоративного управления, а также совершенствованию корпоративных отношений. В соответствии с предлагаемым определением, к элементам корпоративной инфраструктуры можно отнести инфраструктурные единицы, объединенные в следующие «блоки»: блок источников и распространителей корпоративной информации, блок оценки качества корпоративного управления, блок комплаенс-контроля, блок подготовки специалистов, система сертификации элементов корпоративной инфраструктуры, система каналов корпоративных коммуникаций.

В этом перечне наиболее содержательным и действенным структурным элементом является блок источников и распространителей корпоративной информации и блок комплаенс – контроля. Корпорации нуждаются в разнообразной информации, а также в системе распространения собственной информации, востребованной собственниками, инвесторами, клиентами, контрагентами. Корпорации получают информацию как собранную специально для текущих или стратегических целей, так и уже имеющуюся, которая может быть использована для достижения целей и задач бизнеса. Также необходимо распространять информацию о себе среди собственников, инвесторов, существующих и потенциальных клиентов и иных внешних и внутренних пользователей. Система комплаенса контролирует процесс получения, использования и распространения информации с целью повышения репутации корпорации и обеспечения безопасности.

С точки зрения регуляторных рисков комплаенс – это состояние или поведение, соответствующее установленному руководством и внутренними

документами порядку, набору правил, требованиям, спецификациям или законодательству. Комплаенс является важным аспектом деятельности современных компаний вследствие постоянно ужесточающегося регулирования и дефицита знаний о том, что необходимо для компании, чтобы соответствовать изменениям в законодательстве.

Неблагоприятные последствия для организаций, уличенных в нарушении законов, выражаются в следующем:

- потеря международной деловой репутации;
- штрафные санкции для лиц, осуществляющих деятельность на территориях и сфере, подпадающих под их действие, а также в ограничении деловых контактов со стороны бизнес-сообщества с такими организациями из «черного списка»;
- потеря инвестиционной привлекательности для зарубежных инвесторов.

Для комплексного решения задач комплаенс-контроля целесообразно создание многокомпонентной службы. Направления работы каждого элемента должны быть направлены на выполнение особых функций, но все структурные единицы должны быть взаимосвязаны.

Таблица 1

Элементы системы комплаенс-контроля в организации [5]

Наименование структурного элемента	Компетенции	Ответственные за реализацию компетенций
Комплаенс-контроль производственной деятельности	Сбор информации о нарушениях, изменениях и отклонениях, выявление и анализ их причин; раскрытие информации о существенных событиях; соблюдение сроков представления внутренних управленческих отчетов.	Структурные подразделения (цеха, бригады), основного, вспомогательного производства, обслуживающих производств (руководители цехов, бригад, специалисты и т.д.)
Комплаенс-контроль продаж	Обеспечение соблюдения разграничений между внешними и внутренними (собственными операциями); трансфертное ценообразование; реклама и манипулирование ценами	Отдел продаж (маркетинга) (руководитель отдела продаж, главный экономист)
Комплаенс-контроль финансовых и операционных рисков и отчетности	Обеспечение достоверности информации об операциях в системах учета; компиляция сведений о нарушениях и рисках в процедурах контроля за	Бухгалтерия, планово-экономический отдел (главный бухгалтер, главный экономист)

	финансовыми рисками и при формировании отчетности; обобщение сведений о рискованных событиях и убытках, методологии их оценки	
Комплаенс-контроль деловой репутации	Выявление клиентов и операций, подверженных риску; выявление несоответствия во внутренних процедурах и действиях сотрудников, влекущее риск применения санкций и потери репутации.	Наблюдательный совет (совет директоров) (председатель наблюдательного совета (совета директоров), главный бухгалтер)
Комплаенс-контроль правовых рисков	Обобщение информации о внутренних и внешних правовых конфликтах; данные о состоянии внутренней и внешней нормативной базы; проекты нормативных документов; правовая оценка нарушений, выявляемых функцией комплаенс и иными подразделениями, на предмет принятия дальнейших юридических действий и правовых последствий, законодательства о рекламе и антимонопольное законодательство.	Юридическая служба (юрисконсульт)
Комплаенс-контроль обеспечения безопасности	Выявление сведений о возможных и выявленных злоупотреблениях, нарушениях защиты информации (в т.ч. в автоматизированных информационных системах) и активов (в т.ч. при контроле физического доступа к объектам)	Служба безопасности, различные ИТ-службы, бухгалтерия (руководители подразделений)
Комплаенс-контроль управления персоналом	Распространение кодексов поведения, закрепление необходимых требований в контрактах, а также отдельные вопросы обучения, оценки работников.	Отдел кадров (руководитель отдела кадров)
Комплаенс-контроль взаимоотно-	Предоставление документов по запросам внешних контро-	Наблюдательный совет, совет директоров,

ношений с проверяющими органами	лирующих органов, обобщение информации о нарушениях, координация усилий различных подразделений в спорных ситуациях.	исполнительные органы / председатель наблюдательного совета (совета директоров), генеральный директор, заместители генерального директора по направлениям деятельности.
---------------------------------	--	---

Данный перечень не является исчерпывающим и может быть уточнен и дополнен с учетом индивидуальных особенностей организации.

Подытоживая необходимо отметить, что многие отечественные компании считают внутренний контроль и комплаенс не очень важным компонентом успешного ведения бизнеса, поэтому не хотят тратить на внедрение и развитие комплаенс-функции ни время, ни финансы. В то же время западные фирмы на практике демонстрируют, что профессиональный комплаенс-контроль способен формировать добавочную стоимость, лояльность клиентов, заинтересованность и доверие акционеров, доверие общества в целом. При выходе на мировые рынки капитала наличие комплаенс-функции в компании рассматривается как международными регуляторами и инвестиционными финансовыми организациями, так и институциональными инвесторами. Для потенциальных инвесторов эффективно действующий комплаенс-контроль несомненно повышает уровень инвестиционной привлекательности и благонадежности компании.

Список литературы

1. Вавилина А.В. Комплаенс в системе корпоративного управления. Сборник научных статей в 3-х частях: Современные корпоративные стратегии и технологии в России /А.В. Вавилина - Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации (Фин. ун-т); [науч. ред. И. Ю. Беляева]. - Выпуск 10. Часть 3. - Социальная ответственность как успешная бизнес-стратегия. - С.75-81.
2. Дубов Д.А. Предпосылки и история возникновения комплаенс-контроля в России./ Д.А. Дубов, И.А. Астраханцева // Проблемы экономики, ф
3. Ермакова Н.А. Комплаенс-контроль в системе внутреннего контроля корпораций / Н.А. Ермакова, Ч.Ф. Ахуньянова //Международный бухгалтерский учет.– 2014 г. - Выпуск 3 (297) – С. 2-19
4. Кириллова О.Ю. Организация управления регуляторным риском в службе внутреннего контроля банка/ О.Ю. Кириллова, Р.А. Кириллов // Внутренний контроль в кредитной организации. – М.: Регламент. -2015. – № 3 (27). – С. 89-103.
5. Колесникова Е.Н. Комплаенс-контроль – новый уровень обеспечения экономической безопасности предприятия / Е.Н.Колесникова //Экономика и финансы организаций и государства.- 2012.- №4(6).- С.3-6.

6. Копытин Д.А. Что такое compliance, или Играем по правилам/ Д.А. Копытин // Кадровик. - 2010. - № 2.

7. Малыхин Д.В. Особенности организации комплаенс-контроля в российских банках. [Электронный ресурс] / Д.В. Малыхин - Режим доступа: <http://bankir.ru/technology/article/2303295> (дата обращения 02.03.2017).

8. Морковкина Е. Комплаенс-функция в кредитных организациях / Е Морковкина //«Бухгалтерия и банки». – 2005. - №12

9. Пустовалова Е.Ю. Предупрежден — значит вооружен / [Электронный ресурс]/Е.Ю. Пустовалова ./ Режим доступа:

<http://expert.ru/kazakhstan/2011/17/schejki-dlya-predatelej> (дата обращения 02.03.2017)

References:

1. Vavilina A.V. Komplaens v sisteme korporativnogo upravlenija. Sbornik nauchnyh statej v 3-h chastjah: Sovremennye korporativnye strategii i tehnologii v Rossii /A.V. Vavilina - Fin. un-t pri Pravitel'stve Ros. Federacii (Fin. un-t); [nauch. red. I. Ju. Beljaeva]. - Vypusk 10. Chast' 3. - Social'naja otvetstvennost' kak uspehnaja biznes-strategija. - S.75-81.

2. Dubov D.A. Predposylki i istorija vzniknovenija komplaens-kontrolja v Rossii./ D.A. Dubov, I.A. Astrahanceva // Problemy jekonomiki, finansov i upravlenija proizvodstvom. – 2015. – №36. - S. 19-22

3. Ermakova N.A. Komplaens-kontrol' v sisteme vnutrennego kontrolja korporacij / N.A. Ermakova, Ch.F. Ahun'janova //Mezhdunarodnyj buhgalterskij uchet.– 2014 g. - Vypusk 3 (297) – S. 2-19

4. Kirillova O.Y. Organizacija upravlenija reguljatornym riskom v sluzhbe vnutrennego kontrolja banka/ O.Ju. Kirillova, R.A. Kirillov // Vnutrennij kontrol' v kreditnoj organizacii. – М.: Reglament. -2015. – № 3 (27). – S. 89-103.

5. Kolesnikova E.N. Komplaens-kontrol' – novyj uroven' obespechenija jekonomicheskoj bezopasnosti predprijatija / E.N.Kolesnikova //Jekonomika i finansy organizacij i gosudarstva.- 2012.- №4(6).- S.3-6.

6. Kopytin D.A. Chto takoe compliance, ili Igraem po pravilam/ D.A. Kopytin // Kadrovik. - 2010. - № 2.

7. Malyhin D.V. Osobennosti organizacii komplaens-kontrolja v rossijskih bankah. [Jelektronnyj resurs] / D.V. Malyhin - Rezhim dostupa: <http://bankir.ru/technology/article/2303295> (data obrashhenija 02.03.2017).

8. Morkovkina E. Komplaens-funkcija v kreditnyh organizacijah / E Morkovkina //«Buhgalterija i banki». – 2005. - №12

9. Pustovalova E.Y. Preduprezhden — znachit vooruzhen / [Jelektronnyj resurs]/E.Ju. Pustovalova ./ Rezhim dostupa:

<http://expert.ru/kazakhstan/2011/17/schejki-dlya-predatelej> (data obrashhenija 02.03.2017)

ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

**Хаметова Нурия Гумеровна,
Яковлева Марина Валерьевна**

*Доцент, кандидат экономических наук,
Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
город Казань; студент, Казанский (Приволжский)
федеральный университет», город Казань*

Аннотация: В данной статье исследован рынок молока и молочной продукции Российской Федерации и республики Татарстан, выявлены рекомендуемые и фактические нормы потребления молочных продуктов, также проведено исследования влияния предпочтений потребителей на рынок молока, с помощью метода анкетирования.

Ключевые слова: рынок молока и молочной продукции, потребление, производство, нормы потребления.

Продукты питания являются источником жизненно-важных компонентов, однако на выбор потребителя влияет ряд факторов: цена, ассортимент и качество предлагаемой продукции. По данным статистики, реализация продовольственных товаров составляет около 70% всех объемов продаж на территории Российской Федерации.

Рынок молока и молочных продуктов – одна из важнейших составляющих продовольственного рынка. Роль данного рынка определяется не только значительными объемами производства и потребления этого продукта в стране, но и его значимостью в рационе питания человека наряду с зерном, мясом и другими продуктами.

Недостаток собственного продовольствия вызывает необеспеченность населения питанием по энергетической и биологической ценности, что приводит к напряжению на потребительском рынке и проявляется определенным негативным влиянием на здоровье людей. В связи с этим недостающую по каким-либо причинам в стране продукцию, при возможности импортируют из других стран.

Производство и импорт группы товаров молоко и молочная продукция на 2013 - 2015 год, тыс. тонн [5]

Группа товаров	Производство			Импорт			2015 в % к 2013 по импорту
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	
Молоко и молочные продукты	30529	30790,9	30796,8	9444,8	9154,9	7917,3	83,8

По данным таблицы отметим, что импорт данной группы товаров сократился на 16,2% с 2013 по 2015 год, производство, напротив, увеличилось на 267,8 тыс. тонн за тот же период. Увеличение производства молочной продукции может быть обусловлено существующим распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.06.2012 №1134-р, цель которого заключается в сохранении и укреплении здоровья, профилактике заболевания, обусловленных неполноценным и несбалансированным питанием. Задачей в области формирования рационального и сбалансированного питания является увеличение доли отечественной пищевой продукции на рынке. Ожидается, что к 2020 году отечественные производители обеспечат рынок продуктами питания и сырьем для их производства (молоком – на 90%).[3]

Для поддержания и мониторинга качества жизни населения разработаны нормы потребления продуктов питания на душу населения в год, при этом выделяют условные (минимальные) и рациональные (рекомендуемые) нормы.

Условные (минимальные) нормы установлены Федеральной службой государственной статистики (Приказ от 30 декабря 2014 г. №773), в котором представлен перечень товаров, включенных в минимальный набор потребления продуктов питания в год.[6]

Рекомендуемые нормы потребления продуктов питания утверждены Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерацией. Рекомендации по рациональным нормам потребления отвечают современным требованиям здорового питания.[1]

Таблица 2

**Рекомендуемые объемы потребления молока и молочных продуктов
на человека в год**

Группа продуктов	Рациональные нормы потребления (кг)	Минимальные нормы (кг)		Отклонение (кг)
		РФ	РТ (VIII зона)	
Молоко и молочные продукты	320-340	290	258,6	-40

Таким образом, рациональные нормы потребления, утвержденные Приказом Министерства здравоохранения, выше минимальных. Учитывая природно-климатические условия, национальные традиции и местные особенности потребления, необходимо отметить, что Правительство Российской Федерации постановило от 28 января 2013 г. №54 установить минимальные нормы потребления продовольственных товаров в год. [2]

Фактические нормы потребления должны соответствовать рекомендуемым, так как рекомендуемые нормы разработаны с целью укрепления здоровья, профилактики инфекционных заболеваний, состояний, обусловленных недостатком микронутриентов и улучшения демографической ситуации в России. Фактическое потребление продуктов питания в России и республике Татарстан имеет различия, так как имеются определенные различия в климатических условиях и доходах населения.

Таблица 3

Фактическое потребление молока и молочных продуктов, кг/г/чел [4]

Группа товаров	Российская Федерация			Республика Татарстан			2015 в % к 2013 по РФ
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	
Молоко и молочные продукты	248	244	239	364	364	362	96,4

Данные таблицы показывают, что потребление молока и молочных продуктов, как в России, так и в республике Татарстан сократилось. В целом видно, что потребление данной группы товаров в Татарстане выше, чем в РФ на 123 кг на душу населения в год за 2015 год.

Производителями молока в республике Татарстан являются сельскохозяйственные организации и крестьянские (фермерские) хозяйства.

Республика Татарстан в состоянии полностью обеспечивать себя молокопродуктами за счет местных товаропроизводителей. По статистическим

данным в Татарстане в последние годы отмечается рост потребления молочных продуктов, увеличение количества производителей, представленных на данном рынке, а также расширение ассортимента молока и молочной продукции.

Таблица 4

Реализация молока и молочных продуктов в республике Татарстан за 2013 - 2015 гг, тыс. тонн

Группа товаров	сельскохозяйственные организации		крестьянско-фермерские хозяйства	
	2013	2015	2013	2015
молоко и молочные продукты	880,3	976,5	94,1	121,4

Таким образом, реализация молока и молочных продуктов по республике Татарстан за 2013 - 2015 гг увеличилось.

Производство молока и молочных продуктов по статистическим данным в республике Татарстан за 2015 год составило 1753,7 тыс. тонн.

Таким образом, по данным таблицы 5 видно, что Республика Татарстан занимает второе место по производству молока и молочных продуктов среди остальных регионов Российской Федерации. Отставая от республики Башкортостан на 58,6 тыс. тонн и опережая Алтайский край на 338,8 тыс. тонн.

Таблица 5

Производство молока и молочных продуктов в регионах РФ за 2015 год, тыс. тонн [4]

Регионы России	Производство
Республика Башкортостан	1812,3
Республика Татарстан	1753,7
Алтайский край	1414,9
Краснодарский край	1327,6
Ростовская область	1080,6
Республика Дагестан	820,2
Воронежская область	807,7

В последние годы республика стабильно обеспечивает рост производства молока. В целом за 3 года валовый надой увеличился на 138 тыс. тонн, или на 13%. Самых высоких темпов роста за этот период почти в 1,5 раза и добились Кукморский, Мамадышский, Атнинский районы.

Проведено исследование рынка молочных продуктов республики Татарстан. В опросе, проводимого методом анкетирования, приняли участие более 500 респондентов, проживающих в республике.

По итогам опроса установлено, что молочную продукцию потребляют все опрошиваемые.

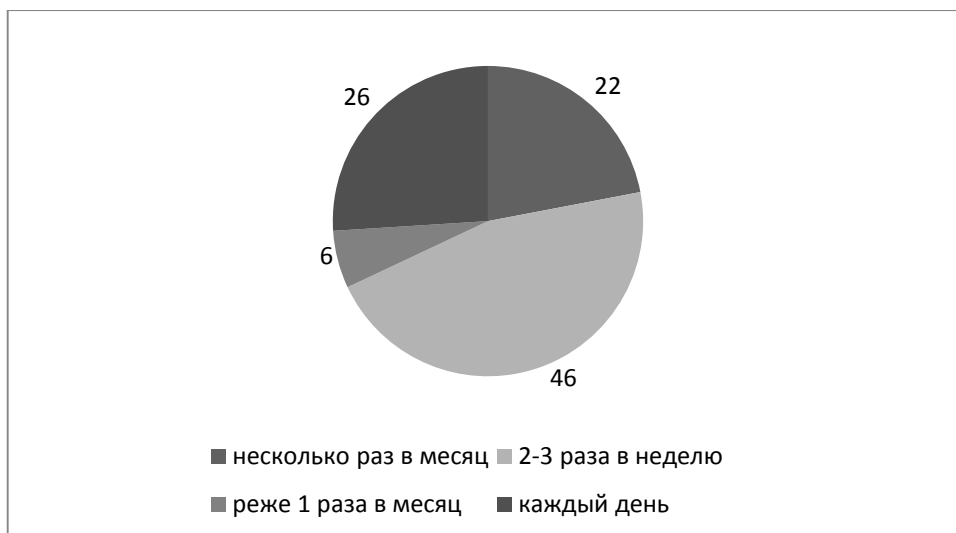


Рис. 1. Частота покупки молочной продукции, %

На вопрос о частоте покупки молочной продукции, 46% (235 человек) ответили, что покупают молочную продукцию 2-3 раза в неделю, 133 респондента (26%) покупают продукцию каждый день, 6% покупают молочную продукцию реже 1 раза в месяц. Данный вопрос показал, что молочную продукцию покупают достаточно часто.

Самым потребляемым из молочной продукции является молоко и составляет 80%, далее йогурт – 50%, творог – 42%, далее сметана и кефир – 36% и 32 % соответственно, масло сливочное – 28%, ряженка – 16%, катык – 8%, а другое – 2 %.

При этом большее число респондентов имеют молоко в своем рационе – 409 опрошиваемых. (рис.2)

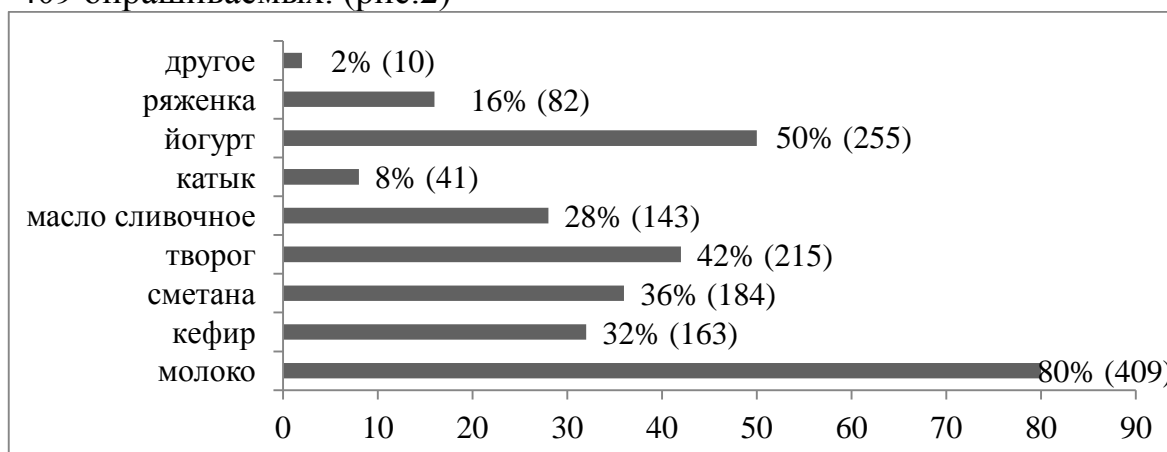


Рис. 2. Структура потребления молочных продуктов

При покупке молочной продукции, потребители обращают внимание на определенные критерии.

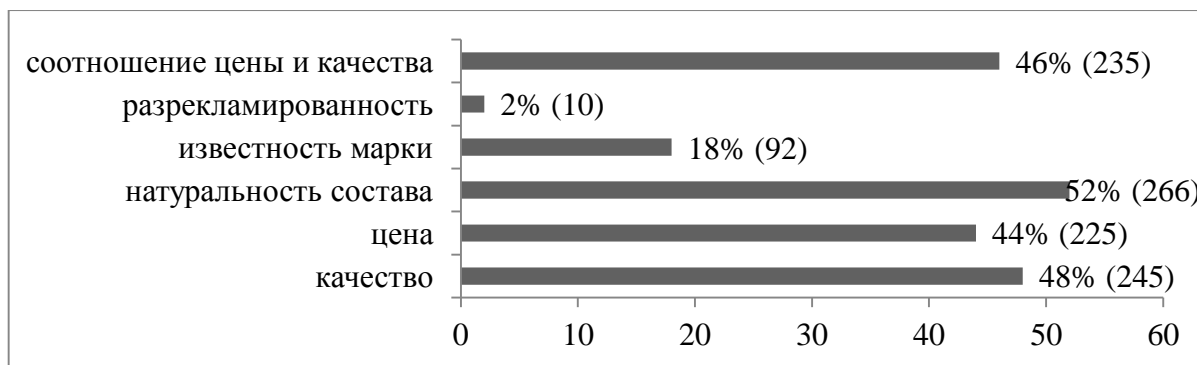


Рис. 3. Критерии выбора молочной продукции

Таким образом, по данным рис.3 видно, что в первую очередь потребители обращают внимание на натуральность состава, вторым критерием является качество продукции, далее критерий соотношения цены и качества. В последнюю очередь обращают внимание на известность марки.

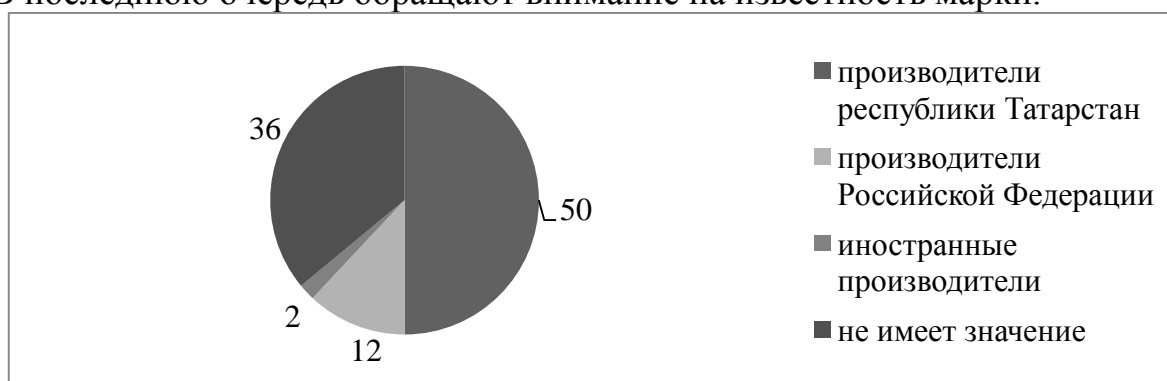


Рис. 4. Структура предпочтений по месту производства молочной продукции

50% опрошенных предпочитают молочную продукцию, произведенную в республике Татарстан, 36% ответили, что не имеет значения, где была произведена продукция, лишь 12 % и 2% потребляют молочную продукцию, произведенную в Российской Федерации и за рубежом соответственно.

Данные рис.4 подтверждают данные следующего вопроса (рис.5).

Так, наиболее популярными марками молочной продукции является «Просто молоко» (66%) , «Очень важная корова» (38%) – производители республики Татарстан. Также респонденты потребляют молочную продукции марки «Простоквашино»(24%), «Вкусняево»(14%), «Вамин»(14%).

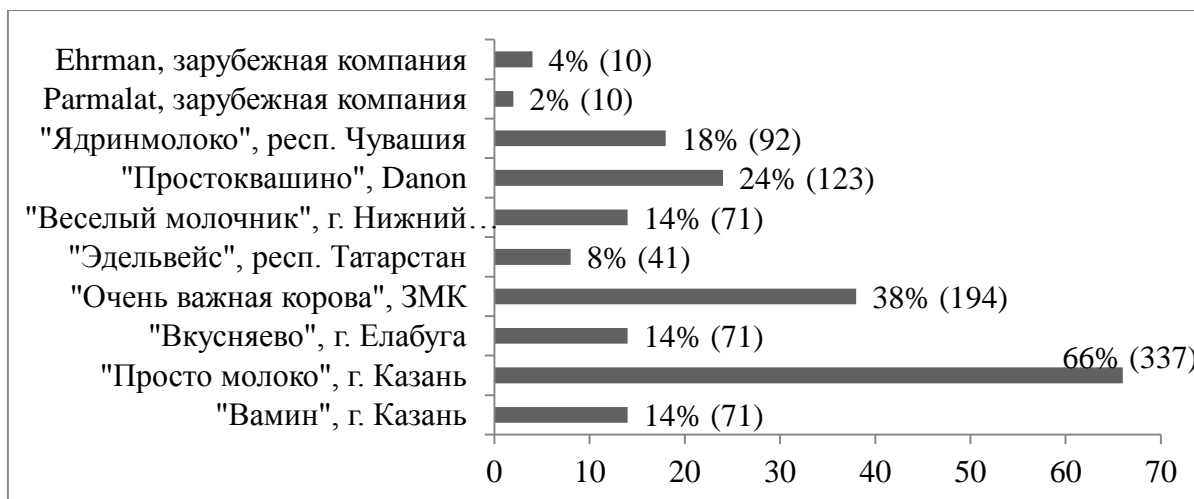


Рис. 5. Предпочтение потребителей по маркам молочной продукции

Наиболее популярными марками молочной продукции является «Просто молоко» (66%), «Очень важная корова» (38%) – производители республики Татарстан. Также респонденты потребляют молочную продукцию марки «Простоквашино» (24%), «Вкусняево» (14%), «Вамин» (14%).

В опросе приняли участие респонденты возраста от 19 до 56 лет.

Таким образом, рынок молочной продукции является одним из важнейших составляющих продовольственного рынка, республика Татарстан занимает лидирующие позиции на рынке производства молочной продукции в Российской Федерации и занимает второе место. По результатам опроса, можно сделать вывод о том, что жители республики Татарстан покупают молочную продукцию достаточно часто, обращая внимание, в первую очередь, на натуральность состава и выбирая, в основном, республиканских производителей.

Список использованной литературы.

1. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 2 августа 2010 г. № 593н «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания».

2. Постановление Правительства РФ от 28 января 2013 г. N 54 «Об утверждении методических рекомендаций по определению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения в субъектах Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

3. Распоряжение Правительства РФ от 30.06.2012 N 1134-р (ред. от 06.02.2014) «Об утверждении плана мероприятий по реализации Основ государственной политики Российской Федерации в области здорового питания населения на период до 2020 года».

4. Росстат. Потребление основных продуктов питания населением Российской Федерации.

5. Росстат. Товарная структура экспорта и импорта Российской Федерации.

6. Федеральная служба государственной статистики Приказ от 30.12.2014 N 733 «Об утверждении наборов потребительских товаров и услуг для ежемесячного наблюдения за ценами и тарифами».

ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ОТМЫВАНИЯ ДОХОДОВ И ФИНАНСИРОВАНИЮ ТЕРРОРИЗМА

Лудина Светлана Васильевна
*магистрантка, Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского
603057, РФ, Г. Нижний Новгород, ул. Пушкина, д.38, кв. 3*

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FOUNDATIONS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE NATIONAL SYSTEM OF COUNTERFEIT ACTIVITY COUNTERING AND FINANCING TERRORISM

Ludina Svetlana Vasilievna
*Undergraduate, Nizhny Novgorod State University
University of. N.I. Lobachevsky
603057, Russia, G. Nizhny Novgorod, Pushkina street, 38, kv. 3*

АННОТАЦИЯ

В статье проведен анализ мониторинга отмывания денег на финансирование терроризма в Российской Федерации и разработаны пути повышения эффективности регулирования данного явления, так как отмывание денег связано с экономико-социальными, правовыми последствиями такой деятельности, оно способствует дальнейшему росту преступности не только экономической направленности, но и иной, в том числе организованной (отмывание доходов, полученных преступным путем, является одним из элементов организованной преступной деятельности и выступает финансовым рычагом террористической деятельности).

ABSTRACT

In the article the analysis of the monitoring of money laundering, the financing of terrorism in the Russian Federation and developed ways to improve the effectiveness of regulation of this phenomenon as the laundering of money associated with the economic, social, and legal consequences of such activity, it promotes further growth of crime is not only an economic focus, but also other, including organized (laundering of proceeds of crime, is one of the elements of organized criminal activities and acts as a financial arm of terrorist activities).

Ключевые слова: противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансирование терроризма, финансовый мониторинг, финансовый надзор.

Keywords: countering the legalization (laundering) of incomes obtained in a criminal way and financing of terrorism, financial monitoring, financial oversight.

В настоящее время доходы, полученные преступным путём используются для разных целей, например: для финансирования различных терактов, содержания преступных организаций, инвестиционные вложения для поддержания война на Донбассе, и т.д. Очевидно вся та часть доходов, которая подлежит инвестированию в легальные отрасли экономики и размещению на международных финансовых рынках, нуждается в отмывании (легализации).

Цель работы рассмотреть организационно – экономические аспекты по повышению эффективности национальной системы противодействия отмывания доходов и финансированию терроризма.

Чтобы рассмотреть основные пути противодействия отмыванию доходов, необходимо дать этому явлению понятие.

Легализацией (отмыванием) доходов, полученных преступным путем, согласно ст. 3 Федерального закона от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ в российском законодательстве понимается как оформление на основании законодательных актов, правомерности полученных денежных средств или имущества, от совершения различных видов преступления[3].

По мнению, немецких экспертов Кернер Х.-Х. и Дах Э. отмывание денег – это совершение операций, для сокрытия происхождения, наличия или целевого назначения вещественных ценностей, которые возникли в связи с преступлением.

А вот по –мнению ученого Беар М.Е. отмывание незаконных доходов, это «перевод преступно полученных наличных денег в другой актив, а также сокрытие настоящего источника полученных денег и создание правомерности для источника и собственности финансовых средств[2].

Российский эксперт Цоколов И.А. рассматривает легализацию (отмывание) как процесс, где личность утаивает о существовании незаконного использования доходов или незаконного источника средств, при этом маскируя этот доход и придает ему видимость законного[3].

Таким образом, по – моему мнению легализация (отмывание) денег – это придание законности источнику финансовых средств, полученный незаконным путем.

Организационно – экономическое противодействие отмывания денег для финансирования терроризма должно включать в себя комплекс экономических, организационных и правовых мер. Они включают в себя:

- на основании международных стандартов разработку нормативных правовых актов,
- контроль за деятельностью многих финансовых институтов (лизинговые компании, коммерческие банки. брокерские компании и т.д.)

– проведение организационно – разъяснительных мероприятий, какой вред приносит преступность при отмывании денег, и что в этом случае грозит преступнику.

– проводит мониторинг за подозрительными финансовыми сделками, за расходованием бюджетных средств чиновниками и т.д.

Организационно - экономическими аспектами повышения эффективности противодействия отмывания денег для финансирования терроризма занимается Росфинмониторинг.

Деятельность Росфинмониторинга по противодействию финансированию терроризма в 2015 - 2016 году осуществлялась в условиях внешних вызовов и угроз, прежде всего со стороны международной террористической организации «Исламское государство Ирака и Леванта» (далее – ИГИЛ), в том числе ее пропагандистской и организационной деятельности на территории Российской Федерации[4].

В результате совместной работы Росфинмониторинга с право- охранительными органами проведено более 7,7 тысяч финансовых расследований. При этом по линии международных террористических организаций, в том числе ИГИЛ, в проверке находилось более 3,5 тысяч лиц. Также результатом этого взаимодействия в прошлом году можно считать расширение Перечня организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризму (далее – Перечень). Всего в Перечень включено 5493 физических и юридических лиц: □ по национальному списку – 4931 физическое лицо и 70 организаций □ по международному списку – 399 физических лиц и 93 иностранных организаций.

Только в 2015 году в него включено дополнительно: □ в национальную часть – 1584 физических лиц; 9 организаций, □ в международную часть – 38 физических лиц; 5 иностранных организаций, что позволило заморозить 3019 счетов фигурантов Перечня на сумму около 37 млн. рублей[4].

В рамках комплексного решения задач по противодействию финансированию терроризма в 2016 году было продолжено активное межведомственное взаимодействие, прежде всего, по линии различных координационных органов (Совет Безопасности Российской Федерации, Национальный антитеррористический комитет, а также различные межведомственные рабочие группы). Схема по регулированию противодействия преступлениям по отмыванию денег и финансирования их на терроризм рассмотрена на рисунке 1.

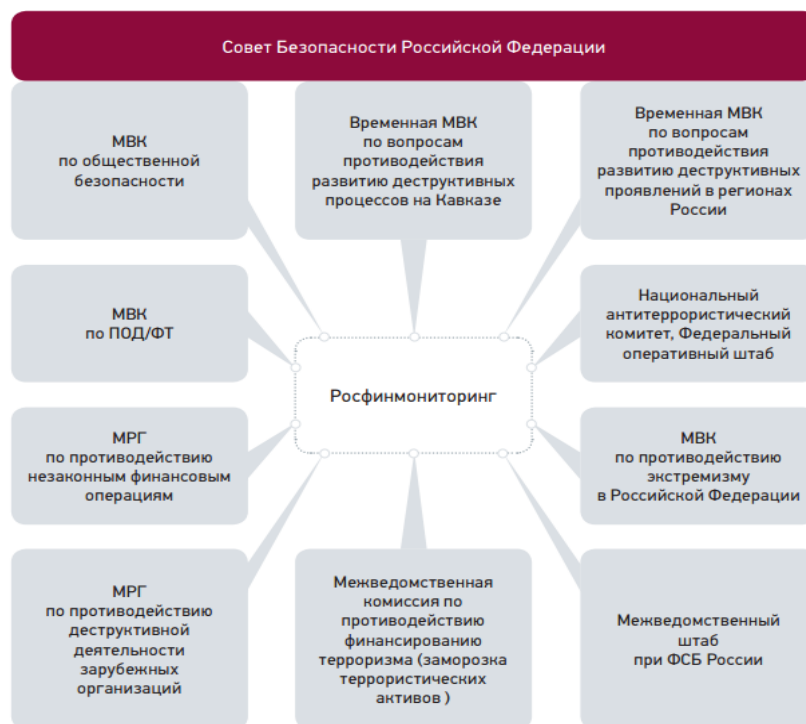


Рисунок 1 – Межведомственное взаимодействие по противодействию финансированию терроризма[4]

В 2015-2016гг проведены консультации Росфинмониторинга с частным сектором по вопросам усиления мониторинга операций, связанных с рисками финансирования терроризма. Представителям финансовых институтов была презентована «матрица индикаторов», разработанная финансовой разведкой с целью повышения качества работы организаций в направлении идентификации рисков финансирования терроризма.

Предложенный Росфинмониторингом подход подразумевает систематизацию идентификаторов по направлениям: процессы, связанные с формированием радикальной идеологии (центры радикальной пропаганды, вербовщики, неформальные группы, НКО, религиозные центры и т.д.), непосредственно террористы (действующие и вернувшиеся) и их окружение, экономика спонсорства терроризма (легальная и теневая – торговля нефтью, оружием, похищение людей и т.д.). Профиль сомнительной транзакции, предложенный финансовой разведкой, содержит четкие критерии определения степени «подозрительности» клиента с учетом географии и используемых платежных инструментов

В качестве совершенствования работы на международном уровне работа в направлении пресечения финансовой поддержки террористов строилась в рамках совместных усилий с зарубежными партнерами – как по линии ФАТФ, ЕАГ (Региональной группы по типу ФАТФ), Совета руководителей подразделений финансовой разведки СНГ (СРПФР СНГ), Группы Эгмонт, БРИКС, так и посредством постоянного расширения сотрудничества с зарубежными финансовыми разведками.

Эксперты Росфинмониторинга внесли свой вклад в исследование ФАТФ «Источники финансирования ИГИЛ», отчет по результатам которого был принят на пленарном заседании Группы в феврале 2016 года. В частности, в документ включены материалы российской финансовой разведки, раскрывающие типологию финансирования ИГИЛ с использованием некоммерческих организаций и сбора пожертвований посредством сети Интернет [4].

Среди предложений, выдвинутых Российской Федерацией в ходе чрезвычайной сессии ФАТФ, которая состоялась в Париже в декабре 2015 года, стоит особо отметить призыв сконцентрировать глобальные усилия на пресечении финансирования и предоставления любой материальной помощи ИГИЛ, обеспечении выполнения соответствующих положений Резолюции 2199 СБ ООН. Это, прежде всего, подразумевает предложение включить в стандарты ФАТФ новые обязывающие параграфы данной резолюции, которые направлены на борьбу с ИГИЛ и содержат ряд принципиально новых моментов, не охваченных ранее.

В частности, российская финансовая разведка предложила дополнить глоссарий ФАТФ новым понятием – «экономические ресурсы», которые могут быть переданы или использованы террористами, и предусмотреть их заморозку. Резолюция 2199 содержит развернутое определение этих ресурсов, к которым отнесены нефть, продукты ее переработки, другие природные ресурсы и любые другие активы, которые могут быть получены с их помощью.

Кроме того, Россия намерена добиваться применения жестких мер к финансовым учреждениям, сознательно идущим на нарушения санкционного режима. Резолюция предписывает принятие эффективных мер по перекрытию доступа ИГИЛ к мировой финансовой системе. В этой связи Российская Федерация намерена требовать установления для финансовых учреждений четких обязательств по выявлению и пресечению попыток их использования ИГИЛ для получения или перевода прибыли от реализации подлежащих замораживанию ресурсов, получения пожертвований, закупки оружия и осуществления любых финансовых транзакций.

Важным аспектом позиции России является намерение обязать международное сообщество криминализировать торговлю с «Исламским государством». Введение понятия «преступления финансирования терроризма» в уголовные кодексы стран-участниц ФАТФ позволит рассматривать покупку и продажу «террористической» нефти как сознательный акт спонсирования ИГИЛ.

В 2017 году Росфинмониторинг намерен и дальше наращивать усилия в общей борьбе с терроризмом: выявлять новые источники и каналы финансирования ИГИЛ, вырабатывать меры по их пресечению, особое внимание уделяя центрам подготовки террористов-боевиков и их финансированию.

На наш взгляд, за последние несколько лет Россия укрепила свои позиции одной из ведущих стран, поддерживающих и соблюдающих требования

ФАТФ. Безусловно, нельзя отрицать, что темпы развития теневой экономики в значительной степени возросли, однако законодатели стараются разработать максимально эффективные механизмы борьбы и пресекать этот рост. Мировое сообщество неустанно отслеживает новые формы и способы отмывания денежных средств. Самыми популярными на сегодняшний день являются принципиально новые формы отмывания денег, связанные с широкомасштабным использованием современных коммуникационных технологий - платежных карт, переводов посредством Международной межбанковской электронной системы платежей SWIFT, вкладов или снятий со счетов, покупки различных видов денежных инструментов (дорожных, банковских чеков, платежных поручений) и т.д. [5].

Перечисленные способы легализации преступных доходов не представляют собой исчерпывающий перечень, а имеют лишь ориентирующее значение.

Данные мероприятия эффективно отражаются на противодействии легализации преступных доходов, что связано с увеличением раскрытых дел, сокращением коррупционных сделок. Меры по отмыванию денег и финансированию терроризма представляют собой содействие правительства и других ключевых фигур в данной сфере в понимании природы существующих и потенциальных угроз и путем реализации эффективной стратегии по решению этих проблем.

Для эффективной реализации могут противостоять высококвалифицированные профессионалы, поэтому необходимо постоянно совершенствоваться, изучать опыт зарубежных стран, все это способствует быстрому расследованию и предотвращению преступления. Также, согласно мировому опыту, под контроль в области легализации денег необходимо поставить, следующие организации: аудиторские компании, адвокатские сообщества, консалтинговые фирмы, риелторские компании, юридические компании, занимающиеся регистрацией организаций, как в России, так и за ее пределами. Успешное противодействие легализации может осуществляться только в случае, если оно будет одновременно разворачиваться на двух уровнях - национальном и международном.

Таким образом, для России в области отмывания денег и финансирования терроризма, можно выделить следующие проблемы:

- высокие требования наличия коммерческой тайны в финансовых институтах;
- нет возможности отследить информацию о подозрительных сделках;
- нехватка профессиональных работников в этой сфере, а также обновление ежегодно новых схем по отмыванию денег;
- в связи с международной обстановкой снизилось взаимодействие зарубежных органов с российскими по контролю за преступлениями по легализации незаконных доходов для финансирования терроризма.
- при разработке организационно – экономических методов противодействия легализации доходов не используется мировой опыт.

Для создания в России эффективной системы борьбы с отмыванием денег, базирующейся на международном опыте, необходимо предпринять следующий комплекс мер:

- фиксирование информации об операции таким образом, чтобы в случае необходимости было возможно воспроизвести все детали операции с учетом специфики деятельности организации;
- формирование и развитие нормативно-правовой базы в этой сфере с использованием положений преимущественно гражданского, банковского и валютного права;
- проводить постоянное обучение специалистов, которые борются против отмывания денег, как в экономической сфере, так и в правовой, предоставлять возможность получить опыт у зарубежных коллег;
- расширить контроль над организациями, которые могут участвовать в отмывании денег.

Проведенный нами анализ конкретных примеров и выявление проблем противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма, которые содержатся в научной работе, будут полезны не только финансовым организациям, а также нефинансовым фирмам и специалистам (бухгалтерам, юристам, риэлтерским конторам и т.д.), осуществляющим реализацию превентивных мер, включая комплексную проверку клиентов и составление отчетов о подозрительных сделках.

Список литературы:

1. Национальная система ПОД/ФТ. http://www.finmonitoring.info/encyclopedia/aml_cft_national_system.html. 15.05.2013.
2. Жубрин Р.В. «Противодействие легализации преступных доходов (зарубежный и российский опыт)»: Монография. - М.: АПКИППРО, 2010. – 29с.
3. Зубков В.А., Осипов С.К. Международные стандарты в сфере противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма. Учебное пособие. М.: Международный учебно-методический центр финансового мониторинга, 2013. – С. 4, 156.
4. Публичный отчет о работе Федеральной службы по финансовому мониторингу в 2016 году//http://www.smyslovy.ru/docs/otcher_rfm_2015.pdf.
5. Родичев М.Л. Появление и развитие законодательства о противодействии легализации преступных доходов // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. N 1. С. 41 - 46.

References:

1. National AML / CFT system. [Http://www.finmonitoring.info/encyclopedia/aml_cft_national_system.html](http://www.finmonitoring.info/encyclopedia/aml_cft_national_system.html). 05.15.2013.
2. Zhubrin RV "Counteraction to the legalization of criminal proceeds (foreign and Russian experience)": Monograph. - M.: АПКИППРО, 2010.-29с.

3. Zubkov VA, Osipov SK International standards in the field of combating money laundering and the financing of terrorism. Tutorial. Moscow: International Educational and Methodological Center for Financial Monitoring, 2013. - P. 4, 156.

4. Public report on the work of the Federal Service for Financial Monitoring in 2016 // http://www.smyslovy.ru/docs/otcher_rfm_2015.pdf.

5. Rodichev M.L. The emergence and development of legislation on combating the legalization of criminal proceeds // Journal of Legal and Economic Research. 2013. N 1. P. 41-46.

РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Фролкин Антон Вячеславович

*Аспирант, Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова», Москва*

В статье рассмотрено текущий механизм финансирования высшего образования Российской Федерации. Даны основные характеристики и выводы относительно финансового менеджмента учебных заведений высшего образования.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансовый механизм, университет

This study provides information about current financial mechanism of Russian higher educational system. Main features and conclusions about universities' financial management are given.

Key words: financial management, financial mechanism, university

В настоящий момент в России преобладает смешанная модель финансирования услуг высшего образования. Это означает, что наряду с государственным финансированием вузы имеют возможность самостоятельно извлекать средства о собственной деятельности. Бюджетная реформа 2010 года предоставила бюджетным и автономным учреждениям большую степень свободы в части распоряжении денежными средствами. Тем не менее, остаются особые требования, отличные от требований к иным организационно-правовым формам (например, составлять иные формы финансовой отчётности). Соответствие этим критериям и умение эффективно осуществлять свою деятельность в новых экономических условиях – текущая задача бюджетных и автономных учреждений, в том числе вузов.

С их точки зрения социальная услуга превратилась в товар – объект, удовлетворяющий потребность покупателя в приобретении благ [1, с. 9]. Соответственно, отношения между учреждением, государством и потребителями услуг приобрели вид «заказчик-исполнитель», (например, платные

образовательные услуги, согласно Постановлению Правительства РФ от 05.08.2013 №706 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг», должны оказываться на тех же условиях, что и оплачиваемые за счет субсидий) [2].

Повышение конкуренции, в том числе на мировой арене, также входит в число задач провидимой политики государства в сфере социальных услуг [6]. Постановление Правительства РФ от 16.03.2013 № 211 (ред. от 26.12.2014) «О мерах государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров» определяет размер бюджетных ассигнований, направленных на поддержание конкурентоспособности (12 млрд. рублей в 2015 году, 12,5 млрд. рублей в 2016 году, 13,1 млрд. рублей в 2017 году), методику расчета доли каждого вуза и т.д. Другим примером следствия провидимой реформы является присоединение России к Болонскому процессу в 2003 году, а также объединения и сокращения вузов с целью избавления от неэффективных. Как и в СССР, активно проводится концепция непрерывного образования. Например, Министерством здравоохранения издан Приказ «Об утверждении Положения о модели отработки основных принципов непрерывного медицинского образования для врачей-терапевтов участковых, врачей-педиатров участковых, врачей общей практики (семейных врачей) с участием общественных профессиональных организаций», в котором содержится список вузов, участвующих в реализации данных принципов, их содержание и финансовое обеспечение. Подразумевается обучение врачей за счёт бюджетных ассигнований на добровольной основе [4]. Государство посредством различных программ стимулирует университеты к повышению качества образовательных услуг.

В настоящее время экономические условия таковы, что, сохраняя за собой регулирующую и контролирующую функции, государство постепенно снижает финансирование государственных заданий, перекладывая денежную нагрузку на учреждения. Данная тенденция усиливается тем, что в 2014-2016 гг. произошли события, негативно сказавшиеся на динамике доходов бюджетов Российской Федерации, и государство стало проводить политику сокращения расходов.

По закону «Об образовании» (ст. 99) нормативы затрат на оказание государственной или муниципальной услуги в сфере образования включают в себя затраты на оплату труда педагогических работников «с учетом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу» [7]. Сумма затрат, соответственно, определяется исходя из государственных стандартов образования, где перечислены установленные для бакалавров, специалистов и магистрантов предметы. Согласно Распоряжению Правительства №285 «Об утверждении Правил установления организациям, осуществляющим образовательную деятельность, контрольных цифр приема

по профессиям, специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам профессий, специальностей и направлений подготовки для обучения по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, а также о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации», количество контрольных цифр по специальностям устанавливается исходя из пожеланий утвержденного перечня организаций и исполнительных органов власти, «осуществляющих функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в установленных сферах деятельности», и объем контрольных цифр приема составляется с учетом их предложений. Также анализируются потребности рынка труда, желаемые ориентиры развития образования и темп роста реального сектора экономики. Речь идет о количестве необходимых бакалавров, специалистов либо магистрантов. Результаты Министерство образования и науки посылает в вышеуказанные органы на корректировку, после чего промежуточный вариант возвращается назад. Следующим этапом идет повторное рассмотрение и корректировка [3]. После утверждения контрольных цифр приема проводится конкурс, в котором могут участвовать все аккредитованные вузы исходя из установленных лицензиями специальностей. Оценивается материальный и человеческий потенциал вуза, его развитие (например, доля денежных средств, направленная на модернизацию оборудования). Существует специальная формула, по которой рассчитывается потенциал образовательных организаций, в которой государство постаралось включить все наиболее важные факторы, влияющие как на деятельность учреждений, так и на экономику страны в целом [5].

Всё это позволяет сделать вывод, что университету для дальнейшего развития необходимо наладить систему управления финансовыми потоками таким образом, чтобы быть способным, во-первых, стимулировать работников повышать качество труда, во-вторых, обновлять материально-техническую базу в целях повысить свою конкурентоспособность. В современных условиях, когда государство требует выходить на мировой уровень, а вузам приходится конкурировать в том числе с частными университетами, качественный финансовый менеджмент – определяющий фактор в их финансово-хозяйственной деятельности.

Список литературы:

1. Минько Э.В., Минько А.Э. Бесплатное и платное высшее образование в России: динамика, роль и оценка // *Alma mater* (Вестник высшей школы). – 2015. № 5. – С. 7-19.
2. Постановление Правительства РФ от 15 августа 2013 № 706 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг» [электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – 2017. – Режим доступа:

<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=150870>
(дата обращения: 24.03.2017).

3. Постановление Правительства РФ от 27.03.2015 № 285 «Об утверждении Правил установления организациям, осуществляющим образовательную деятельность, контрольных цифр приема по профессиям, специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам профессий, специальностей и направлений подготовки для обучения по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, а также о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации» [электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – 2017. – Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=208299#0>
(дата обращения: 24.03.2017).

4. Приказ Минздрава России от 11.11.2013 № 837 «Об утверждении Положения о модели отработки основных принципов непрерывного медицинского образования для врачей-терапевтов участковых, врачей-педиатров участковых, врачей общей практики (семейных врачей) с участием общественных профессиональных организаций» [электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – 2017. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=629285#0>
(дата обращения: 24.03.2017).

5. Приказ Минобрнауки России от 01.04.2015 № 340 «Об утверждении Порядка проведения конкурса по распределению контрольных цифр приема по профессиям, специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам профессий, специальностей и направлений подготовки для обучения по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета» [электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – 2017. – Режим доступа:

<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=179137>
(дата обращения: 24.03.2017).

6. Распоряжение Правительства РФ от 30.04.2014 № 722-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности образования и науки» [электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – 2017. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162797 (дата обращения: 24.03.2017).

7. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 19.12.2016) «Об образовании в Российской Федерации» [электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – 2016. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=201647#0>
(Дата обращения: 11.02.2017).

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ,
ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ**

**ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ КАПИТАЛИЗАЦИИ
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ**

Алферова Ирина Евгеньевна

*канд. наук гос. управления, доцент кафедры финансов
Донбасского государственного технического университета,
г. Алчевск*

**FORMATION OF MARKET CAPITALIZATION
OF METALLURGICAL COMPANIES**

Alferova Irina E.

*PhD of state management, Associate Professor, Department of Finance,
Donbass State Technical University, Alchevsk*

Аннотация. В статье проанализированы изменения рыночной капитализации ведущих предприятий черной металлургии Российской Федерации. Рассмотрены особенности формирования рыночной стоимости рыночной стоимости и ее составляющих. Дана качественная оценка рыночной капитализации крупнейших компаний и оценка влияния результатов их деятельности на капитализацию металлургической отрасли в целом. Проанализирована зависимость показателя капитализации от суммы чистых активов предприятия. Дана оценка влиянию гудвилла и ожиданий рынка на биржевую цену акций.

Ключевые слова: рыночная капитализация, рыночная стоимость компании, чистые активы, гудвилл, перманентный капитал, цена акции.

Abstract. The article analyzes the changes in the market capitalization of the leading companies of the Russian Federation's steel industry. The features of the formation of the market value of market value and its components are considered. A qualitative assessment of the market capitalization of the largest companies and an assessment of the impact of their performance on the capitalization of the metallurgical industry as a whole are given. The dependence of the capitalization indicator on the amount of net assets of the enterprise is analyzed. The estimation of influence of goodwill and market expectations on stock exchange price is given.

Keywords: market capitalization, market value of the company, net assets, goodwill, permanent capital, share price.

Согласно рейтингу самых дорогих публичных компаний российских компаний в секторе черной металлургии наибольшей рыночной стоимостью по состоянию на конец 2015 года обладала компания ПАО «Северсталь»

(более 7 млрд. долл. США) [1]. Рыночная стоимость компании в данном рейтинге определялась на основании расчета показателя рыночной капитализации, который представляет собой произведение количества выпущенных акций на цену одной акции, сложившуюся на бирже. Рейтинг капитализации крупнейших российских компаний черной металлургии приведен в табл. 1.

Табл. 1.

Капитализация компаний черной металлургии

№	Компания	Капитализация на конец 2015 г., млн. долл.	Капитализация на начало 2015 г., млн. долл.	Изменение капитализации за год, %	Доля компании в общей капитализации, %	
					на начало 2015 г.	на конец 2015 г.
1	ПАО «Северсталь»	7 028,9	7 406,6	-5,1	36,6	41,3
2	ОАО «НЛМК»	5 163,5	6 930,9	-25,5	34,3	30,3
3	ОАО «ММК»	2 831,1	2 084,8	+35,8	10,3	16,6
4	ЕВРАЗ	1 635,0	3 617,3	-54,8	17,9	9,6
5	ПАО «Мечел»	370,9	181,7	+104,1	0,9	2,2
	Всего:	17 029,4	20 221,2	-15,8	100,0	100,0

В данный рейтинг вошли крупнейшие металлургические компании России: публичное акционерное общество «Северсталь», открытые акционерные общества «Новолипецкий металлургический комбинат», «Магнитогорский металлургический комбинат», международная вертикально-интегрированная металлургическая и горнодобывающая компания ЕВРАЗ (ее металлургический сектор, представленный Нижнетагильским и Западно-Сибирским металлургическими комбинатами) и холдинговая горнодобывающая и металлургическая компания «Мечел». ООО УК «Металлоинвест» в рейтинг публичных организаций не вошел.

Лидером сектора черной металлургии по рыночной стоимости выступает «Северсталь». Ее ближайшим конкурентом с капитализацией в 5,2 млрд. долл. является «Новолипецкий металлургический комбинат». Отрыв между компаниями 36%. Впрочем, эти две лидирующие компании показали отрицательную тенденцию в 2015 году. Цена их акций на фондовой бирже упала на 5,1% и 25,5% соответственно. Третий в рейтинге по итогам 2015 года – «Магнитогорский металлургический комбинат» с рыночной стоимостью 2,8 млрд. долл. В последнем отчетном году деятельность менеджмента компании была позитивно оценена рынком, что спровоцировало рост ее стоимости на 35,8%. В результате, отрыв от ближайшего конкурента (ОАО

«НЛМК») сократился с 3,3 раза до 1,8 раз. Обратная ситуация характеризует деятельность металлургического сектора ЕВРАЗ, который оценивается на рынке в 1,6 млрд. долл. Его рыночная стоимость за год сократилась в 2,2 раза. Как следствие, ЕВРАЗ переместился в рейтинге на одну строчку вниз, уступив позиции «Магнитогорскому металлургическому комбинату». Если на конец 2014 года ЕВРАЗ опережал в стоимости ММК на 74%, то в 2015 году, наоборот, его рыночная стоимость на 42% ниже, чем у ММК. Последний в данном рейтинге – холдинг «Мечел». Его капитализация значительно ниже предыдущих предприятий, но данная компания показала ажиотажный рост курса акций на рынке в 2015 году – в 2 раза.

Понятие капитализации существует не только для отдельных компаний, но и для целых отраслей и даже для всех компаний страны в целом. Поэтому для нас будет допустимым рассчитать общую сумму капитализации по пяти крупнейшим компаниям, задействованным в черной металлургии. Это дает нам возможность рассчитать удельный вес каждой компании и, соответственно, ее долю влияния в формировании рыночной капитализации отрасли.

Черная металлургия РФ (по основным металлургическим компаниям, акции которых котируются на бирже) может быть оценена в 17 млрд. долл. В 2015 году наблюдалась нисходящая тенденция снижения рыночной стоимости сектора черной металлургии на 15,8%. Ведущую роль в капитализации сектора играет ПАО «Северсталь», удельный вес которого достигает 41,3%. Отметим, что роль этого комбината возрастает не смотря на незначительные негативные колебания курса акций в последнем году. Высокой остается доля участия в капитализации «Новолипецкого металлургического комбината» (30,3%). И наконец, возрастает роль «Магнитогорского металлургического комбината», за счет повышения инвестиционной привлекательности которого формируется 16,6% рыночной капитализации сектора черной металлургии РФ.

Структурировано рыночную капитализацию можно рассматривать как совокупность трех основных элементов: стоимость активов, гудвилл и стоимостная оценка рыночных ожиданий [2]. Данный подход позволяет рассчитать долю чистых активов в общей сумме рыночной капитализации компании, а также оценить степень влияние на формирование показателя капитализации субъективных факторов – репутации компании и ее менеджмента, ожиданий рынка. Также представляет интерес сопоставление рыночной капитализации компании с ее совокупным капиталом и объемом собственных финансовых ресурсов. Показатели качественной оценки рыночной капитализации крупнейших компаний черной металлургии РФ приведены в табл. 2.

Пересчет рыночной капитализации компаний, приведенной в долларах США, производим по курсу ЦБ РФ на отчетную дату [3].

Отношение капитализации к совокупному капиталу предприятия позволяет оценить его стоимость в процентах по отношению к стоимости активов такого предприятия. По данному показателю «Северсталь» показал позитивную динамику. По отношению к активам предприятия его стоимость на рынке существенно выросла, что похвально характеризует работу его менеджмента. Рыночная стоимость ПАО «Северсталь» на начало года равнялась 89,1% стоимости совокупных активов. За год капитал предприятия практически не изменился, соответственно, не наблюдалось существенных изменений в стоимости имущества компании, но при этом произошел рост капитализации (в рублевом эквиваленте).

Табл. 2.

Качественная оценка рыночной капитализации компаний черной металлургии

Показатель	ПАО «Северсталь»	ОАО «НЛМК»	ОАО «ММК»	ЕВРАЗ	ОАО «Мечел»	Всего по группе
Изменение капитализации за 2015 год, %	22,9	-3,5	75,9	-41,4	164,4	9,1
Капитализация в %-х к совокупному капиталу (активам)						
2014 г.	89,1	77,6	40,6	49,0	4,1	59,1
2015 г.	106,2	66,6	67,0	29,1	10,2	51,9
Соотношение капитализации и собственного капитала						
2014 г.	3,33	1,24	0,98	1,31	0,13	1,43
2015 г.	4,20	1,15	1,43	0,67	0,57	1,51
Соотношение капитализации и перманентного капитала						
2014 г.	1,12	0,93	0,53	0,73	0,06	0,77
2015 г.	1,75	0,79	0,93	0,46	0,16	0,87
Доля чистых активов в капитализации, %						
2014 г.	30,1	80,7	102,7	76,7	774,6	69,9
2015 г.	23,8	87,2	70,1	149,2	174,8	66,1
Доля гудвилла и ожиданий рынка в капитализации, %						
2014 г.	69,9	19,3	-2,7	12,7	-362,4	31,0
2015 г.	76,2	12,8	29,9	-49,2	-74,8	33,9
Превышение стоимости чистых активов над рыночной стоимостью компании, раз						
2014 г.	-	-	1,03	-	7,75	-
2015 г.	-	-	-	1,49	1,75	-

Справедливо будет отметить, что Северсталь – единственная среди металлургических компаний, рыночная стоимость которой превысила общую

стоимость совокупных активов. Противоположная ситуация наблюдалась на «Новолипецком металлургическом комбинате» – рост капитала, снижение абсолютной и удельной капитализации. В исследуемом периоде произошло наращение совокупного капитала предприятия, но ожидаемых изменений капитализации это не повлекло. Обратные положительные явления характеризуют деятельность «Магнитогорского металлургического комбината». По показателю удельной капитализации завод занимает первенствующие (после Северстали) позиции (соотношение рыночной стоимости предприятия и совокупных активов составляет 67%). Причина – рост курса акций на фондовой бирже при незначительном изменении капитала. Отметим, что рост стоимости компании за год в рублевом эквиваленте составил 75,9%. На рыночную стоимость компании не повлияла даже девальвация рубля. Также следует обратить внимание на группу ЕВРАЗ, которая стремительно сдает позиции на фондовой бирже. Удельная капитализация металлургического сектора ЕВРАЗа снизилась в 2 раза (с 49% до 29%). В результате тех изменений, которые происходили в деятельности пяти ведущих компаний черной металлургии, средний показатель капитализации в %-х к совокупному капиталу снизился незначительно (на 7 процентных пунктов) и составляет 52%.

Следующий качественный показатель – соотношение рыночной капитализации и собственного капитала компании. Он показывает, во сколько раз рыночная стоимость компании превысила ее собственный капитал. Это показатель характеризует прирост благосостояния собственников фирмы, и чем он выше, тем привлекательнее компания для инвесторов. По этому показателю безусловным лидером является ПАО «Северсталь», стоимость которого превысила объем собственных финансовых ресурсов в 4,2 раза. Несмотря на негативные явления в деятельности компании, снижение суммы капитализации, анализируемый показатель увеличился. Однако следовало бы более подробно проанализировать причины такого стремительного роста коэффициента, спровоцированного снижением суммы собственного капитала. Предварительный анализ показал, что сокращение нераспределенной прибыли в составе собственного капитала было следствием выплаты дивидендов владельцам компании, что объясняет положительную реакцию фондового рынка, которая нашла свое проявление в росте курса акций. По остальным компаниям черной металлургии изменения показателя соотношения капитализации и собственного капитала менее значимы. Отметим только, что рыночная стоимость НЛМК и ММК выше суммы средств, принадлежащих собственникам компаний. А капитализация предприятий ЕВРАЗа и «Мечел», наоборот, неудовлетворительна – в случае продажи компании собственники не смогут получить собственные средства, принадлежащие им, в полном объеме. В частности ЕВРАЗ оценивается на рынке лишь в размере 67% собственного капитала, а ОАО «Мечел» еще меньше (57%). Отметим, что данный показатель холдинга «Мечел» в предыдущем

году составлял всего 13%. Но изменение данного показателя не следует оценивать однозначно позитивно, поскольку происходило в условиях сокращения собственного капитала и нераспределенной прибыли в результате убыточной деятельности компании. В среднем по отрасли черной металлургии рыночная капитализация в 1,5 раза превышает объем собственных финансовых ресурсов.

Показатели, характеризующие формирование (структуру) рыночной стоимости компаний, - это доля чистых активов в капитализации, а также доля гудвилла и рыночных ожиданий. В среднем по отрасли формирование рыночной стоимости предприятий на 66 – 70% происходит за счет стоимости чистых активов. Капитализация всего комплекса предприятий черной металлургии РФ в 1,4 – 1,5 раза превышает совокупную стоимость их чистых активов, остающихся в распоряжении собственников после погашения всех краткосрочных и долгосрочных обязательств. Следовательно, 31 – 34% рыночной капитализации сформировано за счет положительной оценки перспектив развития отрасли на фондовом рынке.

На среднеотраслевом уровне находятся показатели структуры капитализации ОАО «ММК». Немного уступают среднеотраслевым показатели ОАО «НЛМК». И наконец, значительно выше среднего уровня ПАО «Северсталь», рыночная стоимость которого в 3 – 4 раза превышает его чистые активы. Сумма капитализации «Северсталь» лишь на 24 – 30% состоит из стоимости имущества, принадлежащего предприятию и сформированного за счет собственных финансовых ресурсов, оставшиеся 70 – 76% «удорожания» компании формируют положительные оценки культуры ведения бизнеса, ее репутации и ожидания инвесторов в отношении инвестиционной и спекулятивной привлекательности ценных бумаг акционерного общества как товара на фондовом рынке.

Рыночная стоимость компании не должна быть ниже стоимости ее чистых активов. Иначе, в случае реализации ее акций, компания будет продана «за бесценок». Особенно характерно это проявляется на результатах оценки бизнеса ОАО «Мечел». Стоимость чистых активов компании в 2014 году превышала ее рыночную стоимость в 7,75 раз. В 2015 году ситуация изменилась в лучшую сторону, но чистые активы по-прежнему превышают сумму рыночной капитализации в 1,75 раз. Впрочем, если динамика снижения данного показателя сохранится, у компании есть все шансы повысить свою инвестиционную привлекательность. Негативные явления в деятельности металлургического сектора холдинга ЕВРАЗ отразились на структуре его рыночной капитализации. На конец анализируемого периода стоимость его чистых активов в 1,5 раза превысила рыночную стоимость компании.

Таким образом, в практике формирования рыночной капитализации металлургических компаний довольно часто наблюдается ситуация, при которой неудовлетворительная оценка действий руководства компании, репутации, а также негативные ожидания потенциальных инвесторов приводят к падению курса акций компании на фондовой бирже. Такая негативная

оценка проявляется в отрицательном значении показателя «доля гудвилла и рыночных ожиданий» как составного элемента рыночной капитализации.

Список литературы

1. Рейтинг самых дорогих публичных российских компаний – 2016 / сайт Рейтингового агентства «РИА Рейтинг» медиагруппы МИА «Россия сегодня» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.riarating.ru>

2. Финансовый словарь: Рыночная капитализация / сайт «Южной аналитической компании» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://1fin.ru/?id=281&t=72>

3. Официальные курсы валют на заданную дату, устанавливаемые ежедневно // Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/currency_base/