

БЕНЕФИЦИАР

журнал об экономических науках

Публикации для студентов, молодых ученых и научно-преподавательского состава на www.beneficiar-idp.ru

ISSN 2500-3798 Издательский дом "Плутон" idpluton.ru

Выпуск №72

КЕМЕРОВО 2020

11 мая 2020 г.
ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431
ISSN 2500-3798
УДК 378.001
Кемерово

Журнал выпускается ежемесячно, публикует статьи по экономическим наукам. Подробнее на www.idpluton.ru

За точность приведенных сведений и содержание данных, не подлежащих открытой публикации, несут ответственность авторы.

Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Д.С. Лежнин - главный специалист центра кластерного развития ОАО «Кузбасский технопарк», ответственный за первичную модерацию, редактирование и рецензирование статей.

Л.Г. Шутько - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Л. Л. Самородова - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Е. Ю. Доценко - кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономики и истории экономической науки, Москва, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Н. В. Долбня - доктор экономических наук, профессор ВАК, профессор Кубанского социально-экономического института.

К. У. Джумабеков - кандидат экономических наук, доцент кафедры "Технологии и экология" Школы права и социальных наук АО "Университет "НАРХОЗ";

И. В. Арутюнян - кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой экономики, управления и информационных технологий, Университет Месроп Маштоц

О. П. Полесская - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления, Брянский Государственный университет имени академика И.Г. Петровского (БГУ)

Н. С. Меркулова - кандидат экономических наук, ФГБОУ ВО Курский государственный университет, кафедра финансов, кредита и бухгалтерского учета

И. В. Синкевич - кандидат экономических наук, доцент кафедры "Экономические теории" Белорусского национального технического университета

М. У. Рахматова - кандидат экономических наук, доцент, Кыргызский Национальный Университет им. Ж. Баласагына

Садыралиев Жандаралы - кандидат экономических наук, и.о. доцента, Джалал-Абадский государственный университет

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];

Журнал об экономических науках «Бенефициар», входящий в состав «Издательского дома «Плутон», был создан с целью популяризации экономических наук. Мы рады приветствовать студентов, аспирантов, преподавателей и научных сотрудников. Надеемся подарить Вам множество полезной информации, вдохновить на новые научные исследования.

Издательский дом «Плутон» www.idpluton.ru e-mail:admin@idpluton.ru

Подписано в печать 11.05.2020 г.

Формат 14,8×21 1/4. | Усл. печ. л. 4.2. | Тираж 300.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку).

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна

Оглавление

1. УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	3
Кузнецов Д.М.	
2. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ЕГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	8
Кузнецов Д.М.	
3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	13
Лихолетова Н.В.	
4. РОЛЬ ОБЪЕМНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ЗАТРАТ НА ПУТЕВОЙ МАШИНОЙ СТАНЦИИ	20
Саулина Т.А.	
5. СОВРЕМЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ УЛУЧШЕНИЯ НАЛОГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	23
Эрназаров Н.Э., Омонов О.У.	
6. СТАТИСТИКА И ЕЁ РОЛЬ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА	26
Радченко В.В.	
7. СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ» И «РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ» ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	29
Бурик Н.А.	

Кузнецов Даниил Михайлович
Kuznetsov Daniil Mikhailovich

Магистрант Международного банковского института имени Анатолия Собчака,
Направление экономики и финансов предприятий и отраслей.

E-mail: kuzndaniil@mail.ru

УДК 336.7

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

MANAGING THE BANK'S LOAN PORTFOLIO IN THE MODERN ECONOMY

Аннотация: в условиях современного развития рыночных отношений в РФ на состояние банковского сектора оказывает значимое воздействие сильный уровень конкуренции на рынке банковских услуг, в связи с чем современные коммерческие банки вынуждены помимо уже давно существующих операций улучшать и придумывать новые услуги в сфере кредитования для собственных клиентов. Чтобы быть более конкурентоспособным на рынке банковских услуг, современным коммерческим банкам жизненно необходима разработка эффективных направлений управления их кредитным портфелем, только от его успешных результатов зависит формирование конкурентных преимуществ современного банка и его долгосрочная устойчивость. В статье рассмотрены важнейшие цели и задачи управления кредитным портфелем современного коммерческого банка, основы формирования при этом его кредитной политики как инструмента управления кредитным портфелем.

Abstract: in the conditions of modern development of market relations in the Russian Federation, the state of the banking sector is significantly affected by a strong level of competition in the banking services market, which is why modern commercial banks are forced to improve and invent new services in the field of lending for their own clients in addition to existing operations. In order to be more competitive in the banking services market, modern commercial banks need to develop effective ways of managing their loan portfolio. The formation of competitive advantages of a modern Bank and its long-term stability depend only on its successful results. The article considers the most important goals and objectives of managing the credit portfolio of a modern commercial Bank, as well as the basis for forming its credit policy as a tool for managing the credit portfolio.

Ключевые слова: банк, кредит, кредитная политика, кредитный портфель, управление кредитным портфелем.

Keywords: Bank, credit, credit policy, credit portfolio, credit portfolio management.

Введение

Вне зависимости от очевидной актуальности процесса управления кредитным портфелем коммерческого банка, не каждый современный банк осуществляет это на постоянной основе либо систематически. В связи с чем целью достижения полноты понимания всего процесса управления кредитным портфелем современного банка, является необходимым установление понятия данного процесса, его важнейших целей, факторов и элементов, учитываемых при формировании эффективного процесса управления кредитным портфелем. Цель работы – рассмотреть основные аспекты и необходимость управления кредитным портфелем банка в современных условиях.

Для начала нужно определиться, что же такое представляет из себя кредитный портфель современного коммерческого банка. Простым языком можно определить, что кредитный портфель – это все выданные клиентам кредиты. Что, конечно, же, таковым и является. Если смотреть несколько глубже, то кредитный портфель является совокупностью остатков задолженностей по всем кредитным операциям современного коммерческого банка всех клиентов (будь то юридическое или физическое лицо) за конкретный временной отрезок (на конкретную дату)[3, 125]. При этом нужно отметить, что в указанной совокупности кредитов обычно не учитывают межбанковские, то есть выданные иным банкам (корреспондентам часто). В связи с тем, что практически для всех современных банков операции по кредитованию клиентов находятся в приоритете в сравнении с иными продуктами или услугами, то особую актуальность в среде развития качественно новых услуг в сфере менеджмента предприятий приобретает именно процесс управления кредитным портфелем.

Управление кредитным портфелем современного коммерческого банка можно представить как значимую составляющую всей его деятельности, которая выполняется при осуществлении им кредитных операций с целью минимизации уровня кредитного риска. Для небольших банков данный процесс является небольшой новацией для выживания в тяжелых условиях конкурентной рыночной среды, но крупные банковские учреждения постоянно совершенствуют данный процесс, добавляя в него новые грани, повышая его качественный уровень. Проще сказать, управление кредитным портфелем является той деятельностью современного коммерческого банка, основным направлением которой выступает оптимизация всего портфеля выданных кредитов.

Из указанного выше определения вытекает основная цель управления кредитным портфелем современного банка – достижение определенного оптимального состояния кредитного портфеля. С данных позиций нужно разобраться, что же понимается под таким оптимальным состоянием. Нужно начать с общеизвестных фактов – кредитный портфель любого коммерческого банка качественным показателем (уровнем риска) и уровнем доходности, между которыми прослеживается всегда связь прямого характера: чем выше уровень риска, тем выше будет и уровень доходности портфеля[4, 152]. Представленные показатели позволяют сформулировать характеристику оптимальности кредитного портфеля современного коммерческого банка – это такое состояние его кредитного портфеля, которое обеспечивает наиболее эффективное соотношение уровня кредитного риска и уровня доходности кредитных операций. Острая необходимость эффективного управления кредитным портфелем сегодня состоит в том, что оптимальным образом сформированный кредитный портфель напрямую оказывает воздействие на степень надежности и нормативы ликвидности современного коммерческого банка, которые установлены и довольно жестко контролируются Мегарегулятором – Банком России.

В связи с тем, что в условиях жесткой конкуренции и нестабильной экономики управление кредитным портфелем имеет для коммерческого банка приоритетное значение, в качестве его основных задач могут быть рассмотрены такие[5, 58]:

- достижение на долгий и короткий период оптимального показателя соотношения дохода/риска кредитных операций коммерческого банка;
- достижение минимизации возможных потерь по кредитным операциям банка.

Под концепцией «правильно сформированного кредитного портфеля» устанавливается следующее значение:

- Решение по каждой сделке должно приниматься исходя из текущего состояния кредитного портфеля. Поэтому при создании кредитного портфеля необходимо полагаться на общее состояние портфеля и определять, увеличит ли заемщик общий риск портфеля или уменьшит его в текущий момент времени.
- Решение о кредите должно приниматься в соответствии с утвержденной кредитной политикой Банка.
- Качество кредита определяется вероятностью его девальвации, так как существует риск того, что заемщик не сможет погасить основную сумму и проценты не будут выплачены. Чтобы минимизировать кредитный риск обесцененных кредитов, все кредитные организации должны предусмотреть резерв на возможные потери по кредитам[1, 53].

При этом для классификации кредитных требований Банка для своих клиентов было использовано два критерия: финансовое состояние заемщика и качество обслуживания долга, который он предоставляет.

Таким образом, все задачи управления кредитным портфелем современного коммерческого банка тем или иным образом связаны с минимизацией риска, с необходимостью получения нужной суммы прибыли для усиления его конкурентных преимуществ.

Ключевым инструментом процесса управления кредитным портфелем коммерческого банка является формирование его кредитной политики. Остановимся более подробно на данном понятии.

Зачастую кредитную политику определяют как документ современного коммерческого банка, формирование которого происходит с учетом объективных факторов сегодняшней ситуации в экономике страны (региона). Как раз в грамотным образом сформированной кредитной политике коммерческого банка и устанавливаются важнейшие требования к выполнению им кредитных операций, к заемщикам, что и влечет за собой формирование оптимального кредитного портфеля. Также нужно сделать акцент на том, что в процессе управления кредитным портфелем коммерческого банка именно в кредитной политике установлены наиболее важные его цели,

приоритетные концепции его функционирования на кредитном рынке. Можно также отметить, что кредитная политика современного коммерческого банка охватывает множество движущих сил, разного рода нормативных документов, которые являются базисом эффективного управления кредитным портфелем.

Соответственно в качестве цели кредитной политики современного коммерческого банка как инструмента управления его кредитным портфелем выступает конечный результат его функционирования – прибыль, достигнуть которую позволяет эффективность удовлетворения клиентских потребностей в ходе кредитных операций.

Задачи кредитной политики также пронизаны задачами эффективного управления кредитным портфелем коммерческого банка: это улучшение состава кредитных продуктов банка, ускорение оборачиваемости выдаваемых кредитов, рост доли тех ссуд, которые относят к обеспеченным.

На эффективность управления кредитным портфелем коммерческого банка влияют объективные и субъективные факторы, которыми определяется его кредитная политика.

В качестве объективных факторов формирования эффективного процесса управления кредитным портфелем современного коммерческого банка в России можно отнести:

- проводимую Банком России денежно-кредитную политику;
- проводимую Правительством России финансовую политику;
- экономическое состояние регионов и отраслей хозяйства страны, которые обслуживаются данным коммерческим банком;
- клиентский состав банка, уровень их потребности в кредитовании;
- присутствие в регионе деятельности данного коммерческого банка банков, являющихся прямыми конкурентами.

Субъективными факторами формирования эффективного процесса управления кредитным портфелем являются такие:

- размер банковского капитала (в частности, его собственных средств);
- уровень квалификации сотрудников коммерческого банка, их опыт в данной деятельности;
- состав и структура пассивов коммерческого банка.

Если не сколько глубже определять суть кредитной политики в качестве инструмента управления кредитным портфелем современного коммерческого банка, то она может быть представлена выполняемыми функциями, к которым относят:

- функцию коммерческую – она заключается в получении банковским учреждением необходимой для дальнейшего развития своей деятельности суммы прибыли от выполняемых им операций;
- функцию стимулирующую – состоит она в том, что для любого современного коммерческого банка существует стремление привлекать самые дешевые ресурсы в свою деятельность, но при этом на самый долгий срок, при этом еще и осуществить их размещение максимально выгодным образом;
- функцию контрольную – она заключается в том, что правильным образом сформированная кредитная политика современного коммерческого банка способствует осуществлению контроля процессов по привлечению и распределению кредитных ресурсов.

Все выше изложенное позволяет отметить, что кредитной политикой как инструментом эффективного управления кредитным портфелем современного коммерческого банка устанавливаются наиболее приоритетные направления его функционирования с целью увеличения уровня его эффективности и улучшения сферы его функционирования по направлению развития кредитных операций. Кредитная политика как инструмент эффективного управления кредитным портфелем современного коммерческого банка в качестве цели имеет улучшение и эффективное развитие отношений в процессе кредитования между данным банковским учреждением и клиентами. Однако нужно заметить, что сам кредит, выступая в качестве базиса эффективной процедуры разработки кредитной политики современного коммерческого банка, демонстрирует ее эффективность.

Современным коммерческим банком процедура выбора направлений управлений кредитным портфелем осуществляется на основе планируемых конкурентных стратегий, с ориентацией на прирост банковского капитала, повышение прибыльности деятельности, достижение и удержание установленных Банком России нормативов ликвидности, а вместе с тем немаловажным является уменьшение степени рисков.

Одной из главных задач банка является формирование такого вида кредитного портфеля, чтобы минимизировать свои риски и при этом быть достаточно привлекательным для всех категорий клиентов, т. е. создание оптимального кредитного портфеля, при котором аккумуляция и распределение кредитных ресурсов осуществляется таким образом, что выданные кредиты соответствуют имеющимся кредитным ресурсам по срокам и суммам, уровень доходности по ним является максимально возможным, а уровень риска приближается к минимально допустимому в данных условиях экономики.

Выделяют пять стадий формирования оптимального кредитного портфеля[2, 69]:

- 1) анализ факторов, влияющих на спрос и предложение кредита;
- 2) формирование кредитного потенциала коммерческого банка;
- 3) обеспечение соответствия структуры кредитного потенциала и выданных ссуд;
- 4) мониторинг и анализ предоставленных кредитов по различным признакам;
- 5) оценка эффективности и качества кредитного портфеля, разработка мероприятий по совершенствованию кредитного портфеля банка.

На основе этих последовательно осуществляемых этапов банк формирует свой оптимальный кредитный портфель, которым необходимо грамотно и эффективно управлять и проводить систематический анализ и корректировку.

Кредитные риски и связанный с ними рост просроченной задолженности по кредитам оказывают негативное влияние на коммерческие банки России. Это приводит к невозможности выполнения ими обязательных нормативов, установленных Банком России, и, соответственно, к отзыву лицензий. За период с 01.01.2008 г. по 01.01.2020 г. количество кредитных организаций в России уменьшилось с 1136 до 442[6]. Значительный отзыв лицензий у кредитных организаций Банком России подтверждает прогнозы экспертов о том, что в ближайшие годы в России останется около 400 банков. Для того чтобы минимизировать кредитные риски, коммерческие банки должны использовать методы управления ими, а также осуществлять мониторинг кредитных рисков. Перечислим возможные методы минимизации рисков.

В первую очередь, к ним следует отнести оценку кредитоспособности заемщика, а также установление его кредитного рейтинга. Следующим методом является диверсификация ссуд по размерам и видам, а также по группам заемщиков.

Еще одним методом минимизации кредитных рисков следует считать выдачу только на консорциальной основе крупных кредитов, которые не превышают нормативы Банка России.

Страхование кредитов и депозитов также является методом сокращения рисков.

Следующим методом является соблюдение банковских правил, которые требуют размещать кредитные ресурсы в соответствии со сроками, условиями их привлечения и объемами. Еще одним важным методом минимизации рисков является формирование резервов, которые необходимы для покрытия возможных потерь по уже предоставленным ссудам.

Проведение оценки степени риска кредитного портфеля банка имеет ряд особенностей. Так, совокупный риск имеет первоочередную зависимость от степени кредитного риска отдельных сегментов портфеля, а также от диверсифицированности структуры кредитного портфеля и отдельных его сегментов. Методикам оценки кредитного риска присущи общие черты, но в то же время им свойственны и особенности, связанные со спецификой именно кредитного риска. Банкам следует добиться и сохранять такое свойство структуры кредитного портфеля, которое позволяло бы им обладать способностью обеспечивать наибольший уровень доходности при допустимом уровне кредитного риска и ликвидности баланса. Таким образом, критериями оценки качества кредитного портфеля являются степень кредитного риска, уровень ликвидности и уровень доходности.

Заключение

Современный коммерческий банк должен иметь определенного рода конкурентные преимущества для выработки эффективной конкурентной стратегии, для чего обязан иметь значительный размер своих операций, продуктов и услуг. Это предоставит ему возможность быть уверенным в завтрашнем дне в случае спада в любой сфере кредитных операций.

Таким образом, управление кредитным портфелем современного коммерческого банка должно соответствовать его стратегии развития, тактическим целям и задачам и оказывать позитивное воздействие на результаты банковской деятельности.

Библиографический список:

1. Бледных О. И. Оценка совокупного кредитного риска банка // Проблемы современной науки и образования. - 2016. - №11 (29). - С.51-54.
2. Бусалова С.Г., Ушакова В.А. К вопросу о формировании кредитного портфеля коммерческого банка // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей IX Междун. науч.-практ. конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2018. – 68-70.
3. Деньги, кредит, банки: учебник / под ред. Л.П. Кроливецкой. – М.: КНОРУС, 2019. – 413с.
4. Лаврушин О.И., Афанасьева О.Н. Банковское дело: современная система кредитования: учеб. пособие. – М.: Кнорус, 2017. – 360 с.
5. Мартыненко Н.Н. Банковское дело. Часть 1: учебник, 2-е изд. – М.: Юрайт, 2018. – 217с.
6. Сведения о количестве действующих кредитных организаций и их филиалов в территориальном разрезе.http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank_system/cr_inst_branch_011018.htm&pid=lic&sid=itm_3982, дата обращения: 05.04.2020.

Кузнецов Даниил Михайлович.
Kuznetsov Daniil Mikhailovich

Магистрант Международного банковского института имени Анатолия Собчака,
Направление экономики и финансов предприятий и отраслей.

E-mail: kuzndaniil@mail.ru

УДК 339.137.2

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ЕГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

COMPETITIVE ADVANTAGES OF AN ENTERPRISE AS THE BASIS FOR ITS STRATEGIC DEVELOPMENT IN A MARKET ECONOMY

Аннотация: в условиях рыночных отношений только грамотным образом разработанная стратегия развития предприятия может способствовать улучшению его рыночных позиций в будущем. Зная сегодняшние конкурентные преимущества предприятия, можно выработать стратегические направления его развития. В статье представлено понятие и значение конкурентных преимуществ предприятия, их виды.

Abstract: in the conditions of market relations, only a well-developed strategy for the development of an enterprise can contribute to improving its market position in the future. Knowing the current competitive advantages of the company, you can develop strategic directions for its development. The article presents the concept and meaning of competitive advantages of the enterprise, their types.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентные преимущества, конкурентоспособность, рынок, стратегическое развитие.

Keywords: competition, competitive advantages, competitiveness, market, strategic development.

Введение

Конкуренция в качестве понятия, которым определяется соперничество между предприятиями в имеющихся конкретных условиях и по некоторым факторам, к которым относят: финансовые ресурсы, ценовую политику и кадровый потенциал субъекта экономики, применение в деятельности инноваций и пр., представляется в большом количестве классификаций. В качестве основания для проведения сравнения выступают похожие показатели уровня конкурентоспособности предприятий, которые являются конкурентами. В связи с чем усиление стратегических конкурентных преимуществ предприятий является актуальной темой в условиях современной экономики. Целью статьи является исследование конкурентных преимуществ предприятия.

Конкуренция является центром тяжести всей системы рыночных отношений. Конкуренцию ведут продавцы и покупатели между собой для того, чтобы добиться каждой собственной цели за счет их конкурентов. Та цена, которая установилась в ходе ведения данной конкурентной борьбы, выполняет функцию по регулированию спроса и предложения. В ходе соперничества на рынке происходит заключение сделок и изменение доли участия на рынке[7, 27]. Под воздействием конкурентной среды происходит формирование конкурентоспособности предприятия.

Можно представить такое понятие конкурентоспособности: она представляет собой возможность ведения эффективного характера хозяйственной деятельности предприятием и его прибыльности в условиях высококонкурентного рынка современной экономики[2, 92].

В экономических литературных источниках «конкурентоспособность» применяют к разным объектам. С экономической точки зрения наиболее значительным является конкурентоспособность товара, предприятия, отрасли, региона и страны. Конкурентоспособность применительна ко всякому предмету, к кому бы она не рассматривалась, обозначает потенциальную или реальную способность данного предмета выдержать конкуренцию[4, 83].

В условиях современных экономических отношений конкурентная стратегия представляет собой обобщенную модель действий и совокупность тех правил, которыми должна руководствоваться компания в процессе принятия решений для достижения нужного уровня конкурентоспособности и поддержание его в дальнейшем. Именно конкурентная стратегия сегодня становится главным фактором, которые определяется, сможет ли выжить данный бизнес и сможет ли он стать достаточно успешным.

Таким образом, конкурентная стратегия компании отражает:

- ее стремление к занятию конкурентной рыночной позиции в отрасли;
- образ ее действий в борьбе с конкурентами, носящих долговременный характер;
- выбор сознательно набора разного рода действия для того, чтобы доставить потребителям уникальное сочетание важных для него ценностей.

Базовая цель стратегии ведения конкурентной борьбы состоит в подавлении конкурентов по предоставлению ими потребителям тех товаров, которые пользуются большим спросом на рынке.

В качестве базиса конкурентной стратегии современной компании лежат ее конкурентные преимущества.

Конкурентные преимущества можно определить как совокупность характеристик и свойств продукции (работ, услуг), которые создают для компании определенного рода превосходства над ее конкурентами[10, 439]. Чтобы достичь конкурентных преимуществ, стратегические действия компании должны быть довольно успешными, должны быть ее защитой от влияния конкурентных сил и способствовать ее узнаваемости на рынке.

Предприятие, выступающее на рынке, как правило, находится в конкурентной среде, т.е. это сам рынок или его часть, где продавцы соперничают за право реализовывать товары потребителям. Сама среда характеризуется рыночной деятельностью некоторого числа независимых покупателей и продавцов. Продавцы борются между собой за право и возможность продать свой товар. Покупатели, в свою очередь, могут вести спор между друг другом за право покупки товара. С увеличением участников рынка острее ощущается соперничество между ними.

Решающим фактором успешности организации на рынке, является потребитель, именно он выбирается более подходящий ему товар. На основе выбора покупателей, среди компаний одного сегмента рынка, определяется конкурентная позиция каждой компании.

При наличии конкуренции, организация должна обеспечить свою конкурентоспособность, т.е. способность объекта конкурировать с похожими объектами на локальном рынке.

Конкурентная позиция демонстрирует такое положение компании в точный временной момент, однако достаточно частым образом требуется провести оценку ее изменения. В данном случае высокое значение играет конкурентное поведение компании[1, 108].

Конкурентное поведение компании представляет ее позицию, которая занята в ходе принятия маркетинговых решений касаясь действий собственных конкурентов.

Самым частым образом рассматривают 5 видов конкурентного поведения компании:

- поведение независимого характера значит, что компанией принимаются собственные решения без учета конкурентных действий. Такого рода поведение является характерным для компаний-лидеров или сильных компаний, которые являются доминирующими на данном рынке;

- поведение кооперативное значит стремление прежде всего к согласию, чем к возможной конфронтации между компаниями-конкурентами. На рынках достаточно часто можно видеть как бы согласие молчаливого характера между компаниями по поводу его разделения. В более явной форме все это видно при модели олигополии, когда компаниями заключаются между собой различного рода соглашения;

- поведение, которое считается адаптивным, базируется на явности учета действий предприятий-конкурентов, оно состоит в приспособлении предприятием собственных решений к знакомым уже их действиям. Если на рынке большое количество компаний придерживаются такого рода линии поведения, то это влечет за собой его стабилизацию;

- поведение опережающего характера - самое сложное. Оно включает прогнозирование реакции компаний-конкурентов на действия данной компании, делая предположение о том, что ими будет сохранен прежний поведенческий тип. Предполагаемая реакция конкурентов в ответ принимается во внимание при принятии компаний решений в плане маркетинга;

- поведение, которое является агрессивным, вместе с тем предусматривает определенный прогноз реакции предприятий-конкурентов на решения данного предприятия. Но в отличие от опережающего поведения в данном случае предполагается, что предприятия-конкуренты будут занимать позицию самого неблагоприятного характера по отношению к предприятию. Самым частым образом такого рода поведение встречается на рынке олигополии при том совокупном спросе, который является нерасширяемым, потому что размер выигрыша любой компании в данном случае является возможным только за счет получения проигрыша иной компанией[5, 135].

Процедура выработки и реализации линии поведения компании целенаправленного характера

приобретает особенно важное значение в условиях такого рынка. Это может быть объяснено тем, что, с одной стороны, немного легче здесь разработать ее, потому что число компаний на рынке небольшое, а с другой – повышается степень важности и значительности ответных реакций компаний-конкурентов.

Конечно, чтобы создать хотя бы одно конкурентное преимущество, нужно быть уверенным, что именно оно уместно в данный период времени и на данной территории. Для этого обязательно нужно провести исследования потребителей и определить критерии, по которым они выбирают товар. Например, в регионах с высоким уровнем достатка, для потребителей является важным сервисное обслуживание, а на территориях с низким уровнем доходов, основным конкурентным преимуществом является цена. Определение и формирование конкурентного преимущества позволяют предприятиям завоевать рынок. Однако, постоянные изменения внешней и внутренней среды требуют постоянного совершенствования конкурентных преимуществ. Например, в условиях кризиса доходы населения снижаются и основным конкурентным преимуществом, на которое будут обращать внимание потребители, будет цена. После стабилизации экономической ситуации выбор потребителей будет зависеть не только от цены, но и от качества предлагаемой продукции.

Конкурентные преимущества предприятия создаются за счет преобладания сильных сторон предприятия над его слабыми сторонами и могут быть реализованы одним субъектом конкуренции перед другими в условиях рынка.

Все конкурентные преимущества делят два вида[3, 157]:

- внутренние (их достижение и реализация производится персоналом внутри компании);
- внешними (их формирование происходит во внешней среде).

Внешние конкурентные преимущества это преимущества, которые создают ценность для покупателя и увеличивают лидерство компании на рынке. К внешним конкурентным преимуществам предприятия можно отнести[6]:

1. Информационные преимущества – осведомленность предприятия о событиях на рынке, в отрасли или стране. К ним относятся: информация о состоянии и тенденциях развития определенного сегмента рынка и отрасли; информация о поведении потребителей; информация о конкурентах.

2. Ценовые преимущества – уровень и динамика цен на товары и услуги.

3. Сбытовые преимущества – степень развития системы сбыта. Например: формирование портфеля заказов; способы доставки продукции.

4. Качественные преимущества – уровень качества продукции с точки зрения её потребителей.

5. Поведенческие преимущества – степень распространения философии маркетинга среди работников предприятия. Например, нацеленность работников предприятия на удовлетворение потребностей потребителей.

6. Конструктивные преимущества – технические характеристики продукции. Например: дизайн продукции, упаковка.

7. Конъюнктурные преимущества – рыночные условия деятельности компании. Например, число конкурентов в отрасли.

8. Сервисные преимущества – уровень и качество услуг, предоставляемых предприятием при продаже и после продажи. Например, квалификация продавцов.

9. Имиджевые преимущества – общие представления потребителей о предприятии. Имиджевые преимущества формируются при длительном функционировании компании в отрасли.

10. Коммуникационные каналы и способы распространения информации о предприятии. Например, наличие горячей линии, наличие телефонов руководства.

Внутренние конкурентные преимущества представляют собой преимущества, которые создают ценность для производителя и позволяют снизить себестоимость товаров[8, 93].

К внутренним конкурентным преимуществам относятся:

1. Географические преимущества – территориальное размещение. Например, удаленность от источников материальных и человеческих ресурсов, удаленность рынков сбыта, удаленность транспортных путей.

2. Экономические преимущества – наличие источников финансирования. Например, платежеспособность, прибыльность, ликвидность, рентабельность компании.

3. Производственные преимущества – наличие преимуществ в процессе производства. Например, рациональность эксплуатации основных фондов.

4. Технологические преимущества – наличие в процессе производства и реализации достижений научно-технического прогресса. Например, использование инновационной техники.

5. Квалификационные преимущества – использование труда квалифицированных работников. Например, профессионализм, мастерство, склонность работников к инновациям.

6. Организационные преимущества – организационная структура предприятия – современность, прогрессивность, гибкость организационной структуры.

7. Управленческие преимущества – система менеджмента. Например, эффективность управления производственным процессом, эффективность управления работниками предприятия.

Формирование конкурентных преимуществ позволяет завоевать предприятием определенный рыночный сегмент. Если предприятие хочет сохранять лидирующую позицию на рынке, то оно должно не только формировать конкурентные преимущества, но и уметь изменять свои конкурентные преимущества в зависимости от внешних и внутренних условий.

Однако как бы ни характеризовались конкурентные преимущества, у компаний они могут быть только двух видов – дифференциация продукта или низкие затраты. Как раз согласно характеру конкурентных преимуществ компании и уровня привлекательности данного рынка и происходит формирование базовых типов конкурентных стратегий. М. Портером их выделяется три основных вида, они универсальны и могут использоваться с целью достижения всех конкурентных преимуществ (рис. 1).

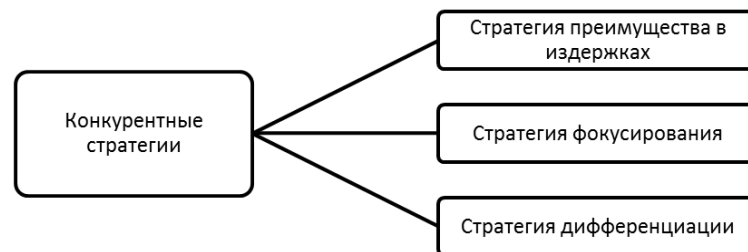


Рисунок 1 – Базовые стратегии конкурентной борьбы[9, 76]

Представленные стратегии должны быть рассмотрены более подробно.

Стратегия преимущества в издержках (иначе ее называют «Стратегией ценового лидерства») значит возможности компании к достижению самых невысоких затрат. Она может быть реализована посредством установления цен на самом низком уровне либо на уровне цен конкурентов. К примеру, открывшаяся только туристическая компания еще не может соперничать с другими туроператорами ни именем своим, ни качеством услуг, но как раз уровнем цен она соперничать способна, установив их на уровне затрат, не получая некоторый период времени прибыль с целью привлечения всех потребителей туристических услуг, являющихся чувствительными к цене.

Стратегия фокусирования (иначе называют «Стратегией лидерства в нише») значит, что все усилия компании сосредоточены на конкретной узкой группе потребителей. Ее отличают узость специализации и ограниченность рынка сбыта у небольшого числа клиентов. Можно привести пример: туроператор сформировал уникальное предложения только для активных пенсионеров тура 5 дней/4 ночи на Алтай «Время отдохнуть!» с включенной оплатой проезда в комфортном автобусе, проживанием в уютных домиках, трехразовым питанием, пешими экскурсиями с посещением высокогорных мест. Данный тур является уникальным и пользуется высоким спросом на рынке туристических услуг.

Стратегия дифференциации предполагает наделение продукции компании уникальными свойствами, которые являются самыми важными для целевой аудитории, это предоставляет возможность назначать за нее более высокий уровень цены. К примеру, туроператор «TEZ-тур» в свое время имел на побережье Турции сеть эксклюзивных отелей, что позволяло назначить высокую цену за данный турпродукт.

Процедуру разработки конкурентной стратегии компании начинают с глубокого анализа внешнего и внутреннего его окружения, особое значение при это отведено анализу отрасли и непосредственного окружения компании.

На основе указанного выше анализа определяют характер конкурентных преимуществ компании, степень привлекательности данной отрасли, на базе чего подбирают наиболее оптимальный для компании тип конкурентной стратегии, производят формирование ее целей и задач.

Заключение

Таким образом, именно определив конкурентные преимущества, компания сможет выработать эффективную конкурентную стратегию, которая позволит ей долго получать нужную прибыль и занимать значительную долю рынка.

Библиографический список:

1. Березин И.С. Маркетинговый анализ и рыночная стратегия. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 256с.
2. Васин С. Г. Управление качеством. Всеобщий подход: учебник для СПО. - М.: Юрайт, 2019. – 404с.
3. Григорова О.Н., Чиркина В.А. Конкурентные преимущества предприятия как основа разработки стратегии его развития // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2019. - №4. – С.157-159.
4. Доценко Е.Ю., Солодовникова Н.А. Экспресс-оценка конкурентоспособности бизнеса малого предприятия // Путеводитель предпринимателя. – 2019. - №42. – С.82-90.
5. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. - 2-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 315с.
6. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества предприятия. <http://topknowledge.ru/strategicheskij-menedzhment/4027-konkurentosposobnost-i-konkurentnyepreimushchestva-predpriyatiya.htm>, дата обращения: 05.04.2020.
7. Коцалап С.А., Швейда А.Р. К вопросу о повышении конкурентоспособности на предприятии // Инновационная экономика и право. - 2017. - №2. - С.27-30.
8. Мотькина М.С. Конкурентные преимущества организации // Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика: сборник статей V Междун. науч.-практ. конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2019. – С.91-94.
9. Портер. М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 453с.
10. Четыркин Г.В. Конкурентные преимущества как элемент стратегии развития организации // Наука молодых – будущее России: сборник науч. статей 4-й Междун. науч. конференции. – Курск: ЮЗГУ, 2019. – С.439-441.

Лихолетова Надежда Владимировна
Likholetova Nadezhda Vladimirovna

кандидат экономических наук, доцент кафедры Экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО Донской государственной аграрный университет, п. Персиановский

УДК 631.1

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА
ДЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**THEORETICAL ASPECTS OF STRATEGIC MANAGEMENT ANALYSIS FOR
AGRICULTURAL ORGANIZATIONS**

Аннотация: В рыночной экономике существенно повышается значимость аналитической информации сельскохозяйственных организаций, необходимой для принятия управленческих решений тактического и стратегического характера на всех уровнях управления с целью достижения непрерывности и эффективности деятельности хозяйствующего субъекта в условиях неопределенности среды в долгосрочной перспективе.

Управленческий анализ направлен на выявление и детальное понимание стратегически важных аспектов внутренней деятельности сельскохозяйственного предприятия и его стратегических проблем. Стратегический управленческий анализ по своему содержанию и назначению ориентирован на будущее. Именно стратегическое направление развития анализа актуально в современных рыночных отношениях.

Abstract: In a market economy, the importance of analytical information of agricultural organizations that is necessary for making management decisions of a tactical and strategic nature at all levels of management in order to achieve the continuity and efficiency of the economic entity in an uncertain environment in the long term increases significantly.

Management analysis is aimed at identifying and understanding in detail the strategically important aspects of the internal activities of an agricultural enterprise and its strategic problems. Strategic management analysis is future-oriented in its content and purpose. It is the strategic direction of analysis development that is relevant in modern market relations

Ключевые слова: стратегический управленческий анализ, управленческий анализ, внешняя среда, внутренняя среда, сельскохозяйственная организация

Keywords: strategic management analysis, management analysis, external environment, internal environment, agricultural organization

Стратегический управленческий анализ – это процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей сельскохозяйственной организации, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем. Необходимость данного анализа заключается в выявлении внутренних ресурсов и возможностей сельскохозяйственной организации, его стратегических задач, обеспечения и поддержания конкурентных преимуществ, удовлетворения будущих потребностей рынка. Современный управленческий анализ имея внутреннюю направленность по объекту (внутренняя деятельность предприятия), ориентирован на требования внешней среды и нацеленность на перспективу, а также на соответствие внешним требованиям и стратегическим задачам сельскохозяйственной организации.

Необходимость проведения стратегического управленческого анализа для сельскохозяйственных организаций определяется следующими факторами, во-первых, разработка стратегии развития предприятия. Во-вторых, оценка привлекательности организации. В-третьих, выявление внутренних резервов и возможностей предприятия, к изменениям условий внешней среды.

Стратегический, долгосрочный анализ отличают от краткосрочного, так как имеет иные подходы и принципы. Принимаются во внимание различные факторы, главным из которых является состояние внешней среды: рынки сбыта, уровень инфляции, усиление конкуренции и многие другие обстоятельства, характерные в особенности для сельскохозяйственного производства. По мнению М.А. Вахрушиной, цель стратегического (перспективного) анализа может быть достигнута в том случае [2, с. 35], если «основанные на нем долгосрочные управленческие решения позволят добиться

адекватности между требованиями внешней среды и возможностями организации».

По мнению И.А. Бланка, «какими бы эффективными не казались бы те или иные проекты управленческих решений в области финансовой деятельности в текущем периоде, они должны быть отклонены, если вступают в противоречие с миссией (главной целью деятельности) предприятия стратегическими направлениями его развития, подрывают экономическую базу формирования высоких размеров собственных финансовых ресурсов за счёт внутренних источников в предстоящем периоде» [1, с. 66].

Приемы и методы традиционного анализа, как правило, ориентированы на внутренние проблемы организации, в то время как методы стратегического управленческого учета и анализа направлены на внешнюю среду, и как отмечает К. Уорд, рассматриваются как учебный процесс, нацеленный на повышение качества будущих решений и использующий в качестве основного стратегического компонента своей деятельности фактор времени. Организации, применяющие такой новаторский подход к бизнесу, по мнению К. Уорда, неизбежно получают значительное конкурентное преимущество, что может выражаться в сокращении операционного цикла или опережения конкурентов в принятии решений. Сэкономленное время имеет определенную стоимость и оценку как фактор успеха, или конкурентное преимущество, что «с течением времени обернется более высокой доходностью, причем последняя должна выражаться большей приведенной стоимостью, чем приведенная стоимость приростных инвестиций», которых может потребовать бизнес [5, с. 101].

Обзор взглядов на дефиницию «стратегический управленческий анализ» [3, с. 22] представлен в таблице 1.

Таблица 1– Обзор взглядов на дефиницию «стратегический управленческий анализ»

Авторы	Определение
Виссема Х.	Стратегический управленческий анализ – анализ внутренних и внешних факторов, важных для разработки целей стратегии
Хорин А.Н.	Стратегический управленческий анализ выражается в процедуре поиска и отбора стратегических альтернатив
Лапаев С.	Стратегический управленческий анализ – процесс комплексного исследования влияния факторов внешнего делового окружения и факторов внутренней среды на текущую конкурентную позицию организации и выявление условий и возможностей ее дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования
Мельник М.В., Егорова С.Е.	Стратегический управленческий анализ – это система методов изучения маркетинговой деятельности, позволяющая получить информацию о существующих закономерностях развития исследуемых объектов, исходя из влияния как ранее действующих, так и новых факторов
Сизов В.С.	Стратегический управленческий анализ – процесс определения важнейших факторов внешней и внутренней организационной системы, комбинирование которых порождает стратегические инициативы, направленные на достижение организацией своих целей

Цель стратегического управленческого анализа для сельскохозяйственных организаций – информационное обеспечение стратегического управленческого решения.

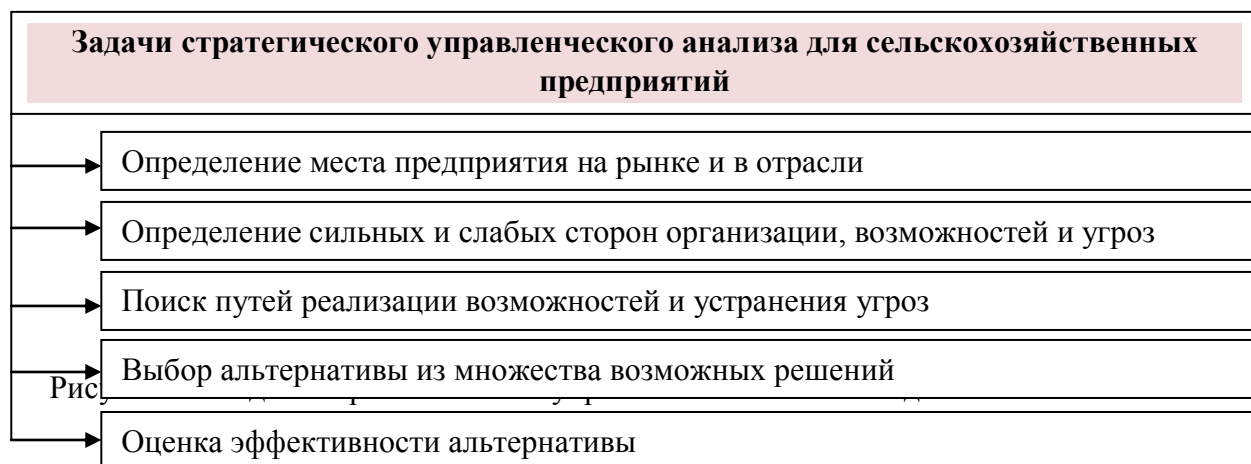
Принципы стратегического управленческого анализа для сельскохозяйственных предприятий следующие:

- принцип научной обоснованности;
- принцип верификации, достоверности информации;
- принцип эффективности анализа;
- принцип системности;
- принцип комплексности

Следует отметить, что основной принцип стратегического управленческого анализа – принцип научной обоснованности, так как он предполагает научное предвидение, планирование социально-экономических преобразований сельскохозяйственных организаций. Его основное

содержание заключается в требованиях, чтобы все управленческие действия осуществлялись на базе применения научных методов и подходов. Для проверки истинности теоретических положений используется принцип верификации. А чтобы узнать смогут ли затраты на проведение анализа дать многократный эффект необходимо проверить эффективность анализа. Для исследования объекта как системы с выделением всех ее свойств и взаимосвязей элементов применяется принцип системности. Далее на основании принципа комплексности проводится анализ как внешней, так и внутренней среды сельскохозяйственной организации в совокупности.

Задачи стратегического управленческого анализа для сельскохозяйственных организаций представлены на рисунке 1.



Методика стратегического управленческого анализа состоит из следующих основных блоков:

1. Определение цели и задач анализа
2. Формирование системы анализируемых показателей.
3. Сбор данных, их переработка и интерпретация.
4. Составление необходимых таблиц, графиков, расчетов, включая факторный анализ.
5. Оценка полученных результатов.
6. Разработка вариантов предложений для принятия адекватных управленческих решений.

В современной теории и практике стратегического анализа выделяют следующие методологические подходы:

– аспектный подход – предполагает выбор одного из составляющих аспектов проблемы по принципу актуальности, либо по принципу выбора ресурсов. Данный подход может рассматривать проблему социальную, психологическую, экономическую и т.д.;

– системный подход – предусматривает максимально возможный учет всех аспектов проблемы в их взаимосвязи и целостности. Данный подход состоит в определении характера между всеми аспектами, свойствами, характеристиками системы.

Управленческий анализ интегрирует три вида внутреннего анализа – ретроспективный, оперативный и перспективный, каждому из которых свойственно решение собственных задач (рис. 2).



Рисунок 2 – Содержание управленческого анализа

Внешний анализ должен быть целенаправленным и содержательным, так как его движущей целью должно стать желание повлиять на стратегию, генерировать и оценить различные ее варианты. На рисунке 3 показана структура внешнего анализа для сельскохозяйственной организации.

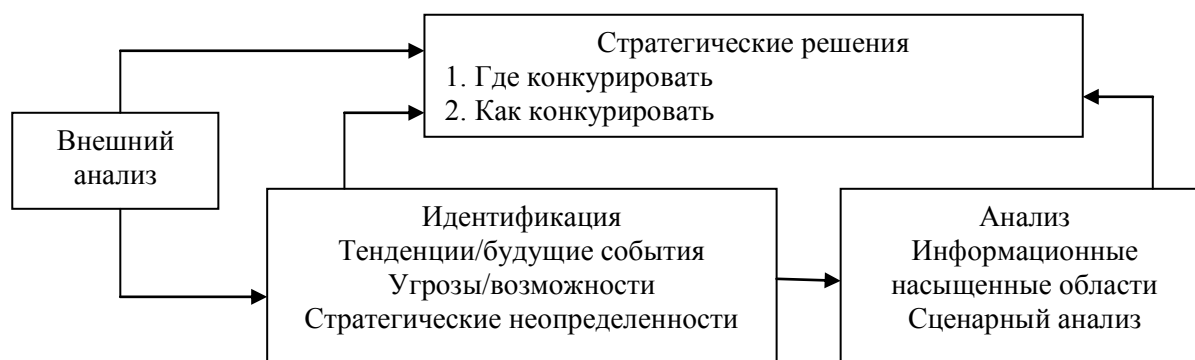


Рисунок 3 – Структура внешнего анализа для сельскохозяйственной организации

Как видно на рисунке 3 внешний анализ непосредственно влияет на стратегию посредством предложения различных вариантов стратегических решений или воздействия на выбор между ними. Если быть более конкретным. Он должен воздействовать на решение об инвестициях, выбор функциональных стратегий и создание устойчивых конкурентных преимуществ. Концепция стратегических неопределенностей имеет большое значение для внешнего анализа. Концептуально отличные от стратегических решений стратегические неопределенности связанные с конкретными факторами, от которых зависит результативность стратегии.

Методом стратегического управленческого анализа сельскохозяйственной организации называется совокупность различных приёмов и способов, при помощи которых отражаются внутрипроизводственные объекты управленческого процесса [7, с. 133].

Выделяют следующие методы стратегического управленческого анализа: ситуационный анализ; портфельный анализ; кабинетные исследования: работа с бухгалтерскими документами, статистической и другой внутрифирменной информацией; наблюдения и опросы работников предприятия по специальным методикам (диагностические интервью); «мозговой штурм», конференции и другие методы коллективной работы; экспертные оценки; математические методы:

факторный анализ, расчёт средних показателей, специальных коэффициентов и т.д. [8].

Управленческий анализ – набор методик исследования информации для принятия управленческого решения. Стратегический управленческий анализ является одним из видов управленческого анализа. Сравнение методов управленческого и стратегического управленческого анализа для сельскохозяйственных организаций представлено на рисунке 4.

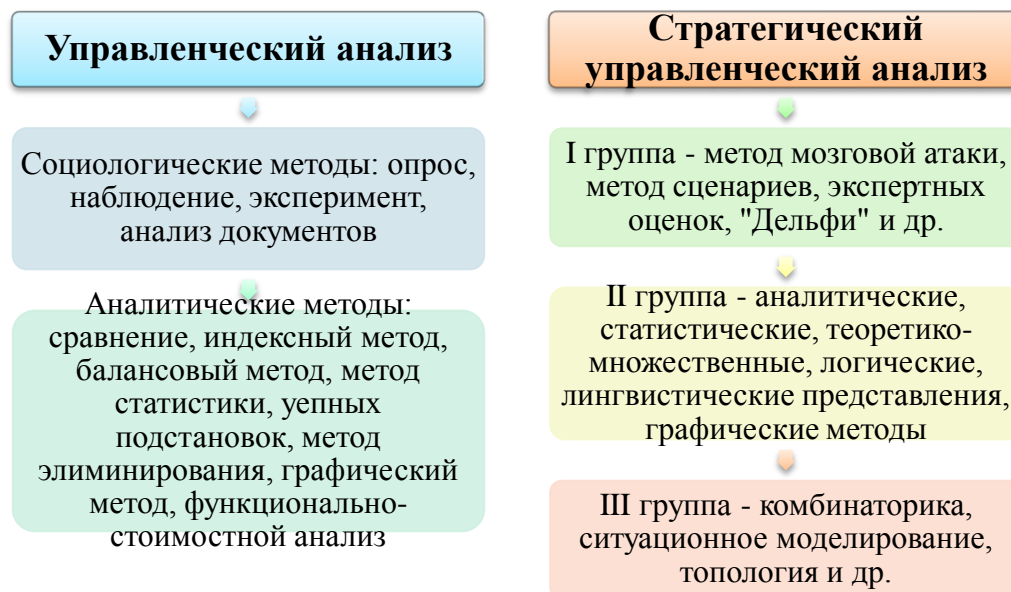


Рисунок 4 – Сравнение методов управленческого и стратегического управленческого анализа для сельскохозяйственных организаций

Как видно из рисунка, методы управленческого анализа для сельскохозяйственных организаций подразделяются на две большие группы: социологические и аналитические методы.

Как отмечает К. Фляйшер, анализ сценария – это предположительный инструмент планирования для анализа окружающей среды в турбулентных и стремительно меняющихся условиях. С помощью упорядоченного, но тем не менее творческого подхода, анализ сценария представляет собой сочетание количественного и качественного анализа, который представляет многие возможные варианты будущего изменения окружающей среды, сокращает эти многие сценарии до управляемого числа возможностей, объединяет анализ чувствительности для определения зависимых взаимосвязей переменных, изолирует тенденции и схемы для взаимосвязи «слепых» зон при принятии стратегического решения и предоставляет основу для принятия

SWOT-анализ представляет собой один из наиболее перспективных методов анализа, используемых при обосновании дальнейшего развития предприятия. Наиболее полно его возможности реализуются при обосновании стратегических решений, хотя он может успешно применяться при разработке и контроле за выполнением бизнес-планов.

ABC-анализ может быть использован как в стратегическом, так и в текущем и оперативном анализе при обосновании решений соответствующего горизонта. Он полезен практически во всех функциях управления. Особо полезным ABC-анализ может быть в процессе управления затратами по элементам, местам возникновения и объектам калькулирования. В стратегическом планировании наибольший результат ABC-анализ дает при сегментарном анализе сбыта продукции и разработке на этой основе маркетингового плана (в разрезе по видам продукции, клиентам и рынкам сбыта).

Социологические методы представлены:

методом сравнения – получение информации от непосредственных участников исследуемых процессов или явлений;

методом наблюдения – протяженный сбор информации, осуществляемый одновременно с развитием исследуемых явлений (проблем);

методом эксперимента – проверка жизнеспособности исследуемого явления (проблемы);

методом анализа документов – использование всей полноты информации, которая может содержаться в документе.

Аналитические методы включают в себя:

метод сравнения – сравнение сопоставимых показателей для определения отклонений от плановых показателей, установление их причин и выявление резервов;

индексный метод – разложение по факторам относительных и абсолютных отклонений обобщающего показателя;

балансовый метод – сопоставление взаимосвязанных показателей с целью выяснения и измерения их взаимного влияния, а также подсчета резервов повышения эффективности производства;

метод статистики – отражение цифровых показателей, характеризующих протекание различных процессов, состояний объектов с установленной для целей исследования периодичностью;

метод цепных подстановок – получение скорректированных значений обобщающего показателя путем сравнения значений двух стоящих рядом показателей в цепи подстановок;

метод элиминирования – выделение действия одного фактора на обобщающие показатели организационной деятельности;

графический метод – средство иллюстрации процессов, исчисления ряда показателей, оформления результатов анализа;

функционально-стоимостной анализ – выбор наиболее оптимальных вариантов, определяющих решения в сложившихся или планируемых условиях [6].

Совокупность методов стратегического управленческого анализа для сельскохозяйственных организаций можно разделить на три группы.

I группа – методы, основанные на выявлении и обобщении мнений опытных специалистов-экспертов: метод «мозговой атаки», метод «сценариев», метод экспертных оценок (включая SWOT-анализ), метод «Дельфи» и т.д.

II группа – методы формализованного представления системы управления, основанные на использовании математических, экономико-математических методов исследования:

– аналитические (интегральное исчисление, дифференциальное исчисление, методы математического программирования, теории игр);

– статистические (математическая статистика, теория вероятности, теория массового обслуживания, методы статистических испытаний и др.);

– теоретико-множественные, логические, лингвистические представления;

– графические (диаграммы, графики, гистограммы и др.).

III группа – комплексированные методы, представляющие собой интеграцию методов I и II групп: комбинаторика, ситуационное моделирование, топология и др. [4, с. 156].

З.В. Удалова отмечает, что в настоящее время широкое распространение в крупных коммерческих организациях получает стратегическая отчетность, включающая в себя отчетность о стоимости организации, бизнес – перспективах, рисках и финансовых результатах, о корпоративной ответственности. Составить такую отчетность невозможно без использования таких методов стратегического анализа, как SWOT – анализ, факторного анализа, GAP – анализ, CVP – анализ, Диаграммы «Ишикава» [9, с. 122].

Таким образом, стратегический управленческий анализ является необходимым инструментом, который оказывает непосредственное влияние на эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации, является основой выбора и реализации управленческих решений, адекватных условиям и требованиям бизнес-среды, необходим при разработке антикризисных мероприятий для предупреждения банкротства и обеспечения стратегической устойчивости бизнеса. Внедрение стратегического управленческого анализа при помощи методических приемов, помогут сельскохозяйственной организации оценить систему обеспечения управленческого персонала предприятия информацией об издержках, затратах и себестоимости продукции, а также систему управления бюджетом и систему оценки деятельности подразделений организации.

Библиографический список:

1. Бланк, И.А. Управление прибылью [Текст] / И.А. Бланк. – К.: «Ника – Центр», 1998. – 355 с.
2. Вахрушина, М.А. Управленческий анализ: вопросы теории, практика проведения: [Текст]: монография / М.А. Вахрушина, Л.Б. Самарина. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 144 с.
3. Зенкина, И.В. Стратегический анализ в коммерческих организациях: теория и методология [Текст]: монография / И.В. Зенкина. – Ростов н/Д: Ростовский гос. экономический ун-т (РИНХ), 2010. – 203 с.

4. Игнатъева А.В. Исследование систем управления [Текст]: учебное пособие для вузов/ А.В. Игнатъева, М.М. Максимцов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 – 260 с.
5. Кит, У. Стратегический управленческий учет [Текст] / Кит Уорд; [Пер. с англ. Е. Осмоловский]. - М. : Олимп-бизнес, 2002. – 435 с.
6. Методы управленческого анализа [Электронный ресурс]: Режим доступа: URL: <http://www.rusconsult.ru> (дата обращения: 25.04.2020)
7. Пласкова, Н.С. Экономический анализ [Текст]: учебник / Н.С. Пласкова - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Эксмо, 2009. – 702 с.
8. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: http://library.tuit.uz/skanir_knigi/book/strateg_manag/strateg_manag2.htm (дата обращения: 22.04.2020)
9. Удалова, З.В. Современные концепции формирования учётно-аналитического обеспечения управления сельскохозяйственными организациями (теория и методология) [Текст]: монография / З.В. Удалова. – Ростов н/Д: Из-во ЮФУ, 2011. – 205 с.

Саулина Татьяна Александровна
Saulina Tatyana Aleksandrovna

Магистрант Челябинского государственного университета, экономический факультет

УДК 332.872.4

РОЛЬ ОБЪЕМНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ЗАТРАТ НА ПУТЕВОЙ МАШИНОЙ СТАНЦИИ

ROLE OF BY VOLUME INDEXES IN DISTRIBUTION OF OPERATING COSTS AT THE GROUND MACHINE STATION

Аннотация: Определение объемных показателей предприятий железнодорожного транспорта является важным и необходимым этапом.

Abstract: Determination of by volume indexes of enterprises of railway transport is the important and necessary stage.

Ключевые слова: Путевая машинная станция; эксплуатационные расходы; затраты; статические показатели.

Key words: Ground machine station; running expenses; expenses; static indexes.

Путевая машинная станция (ПМС) является предприятием в сфере транспортных услуг, выполняет ремонтно-путевые работы на сети железных дорог. Данное предприятие входит в целую систему организаций, обслуживающих железную дорогу, и, в частности, земляное полотно.

В связи с этим основными видами деятельности данного предприятия являются:

- капитальный, средний и другие виды ремонтов;
- ремонт и укладка стрелочных переводов;
- сборка стрелочных переводов;
- проведения работ по модернизации и реконструкции железнодорожного пути;
- организация внедрения новых технологий и технологических процессов;
- разработка мероприятий, обеспечивающих снижение себестоимости выполняемых работ (услуг, продукции) и повышение рентабельности производства;
- научно-техническая деятельность, разработка и внедрение новых технологий, оборудования и средств механизации в целях развития производственных мощностей Филиала;
- реконструкция станций и сооружений;
- плано-предупредительная выправка пути машинами;
- обслуживание железнодорожных путей и контроль состояния материалов верхнего строения пути;
- работы по снегоборьбе;
- изготовление, ремонт и техническое обслуживание железнодорожных сооружений, подвижного состава, устройств, установок, машин, механизмов, оборудования, технических и транспортных средств;
- сварка, шлифовка и иная обработка рельсов, металлических элементов стрелочных переводов в стационарных и полевых условиях;
- погрузочно – разгрузочные работы, в т.ч. с опасными грузами и иные транспортные работы и услуги;
- реализация старогодних материалов верхнего строения пути, заготовка и переработка металлолома (черных и цветных металлов);
- перевозка рельсового проката и рельсовых плетей.

Путевая машинная станция оснащена укладочными (разборочными) кранами циклического действия для снятия с балластной призмы изношенных рельсовых звеньев и укладки новых, щебнеочистительными машинами, электробалластерами, путевыми стругами, выправочно-подбивочными машинами, путевыми рельсосварочными машинами (ПРСМ), выправочно-подбивочно-рихтовочными машинами, транспортными и грузоподъемными средствами, автотракторной техникой, рельсовозными составами.

Эксплуатационные расходы данного предприятия состоят из следующих элементов затрат: затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, расходы на материалы и прочие материальные затраты, топливо, электроэнергию, амортизацию основных фондов отчисления в ремонтный фонд, прочие затраты. Группировка расходов по элементам затрат осуществляется как при составлении плана, так и при учете фактических затрат.

Группировка затрат по экономическим элементам позволяет решать целый ряд управленческих задач:

- составлять нормативные калькуляции себестоимости продукции, как плановые, так и отчетные, так как нормирование осуществляется в основном по конкретным ресурсам, то есть именно в разрезе элементов затрат;
- выявлять наиболее значимые ресурсы с позиций формирования затрат компании;
- проводить анализ эффективности использования конкретных видов ресурсов;
- разрабатывать и осуществлять экономическую оценку мероприятий, направленных на повышение эффективности.

Планирование и учет эксплуатационных расходов ведутся в соответствии с «Номенклатурой расходов по основной деятельности железных дорог Российской Федерации». В этом документе выделяются расходы по двум видам деятельности: основной и вспомогательной. В эксплуатационные расходы включаются расходы по основной деятельности, связанные с перевозками.

В состав эксплуатационных расходов входит:

- Амортизация техники и транспортных средств. Амортизация будет учитываться тогда, когда рассчитывается она линейным способом. В рамках этого метода рассматривается весь период эксплуатации объекта;
- Обслуживание и ремонт оборудования;
- Коммунальные услуги. Подразумевается сумма, списываемая с прибыли компании;
- Обеспечение работы вспомогательного производства, ответственного за обслуживание оборудования;
- Зарплаты, траты на социальные нужды. Включают в себя заработок всех сотрудников, включая тех, кто работает на неполную ставку;
- Траты на внутреннюю транспортировку материалов, товаров;
- Расходы, сопряженные с эксплуатацией оборудования;
- Налоговые отчисления. Это налог на зарплату или недвижимость, если последняя включена в состав ОС;
- Материалы. Имеются в виду траты на приобретение, транспортировку. Эти расходы входят в себестоимость продукции;
- Запчасти. Входят в перечень только в том случае, если они относятся к нуждам основного производства.

Группировка специфических (прямых производственных) расходов по видам деятельности. Все виды деятельности ОАО «РЖД» разделяются на следующие две группы:

- 1 Осуществление перевозок, инфраструктуры и локомотивной тяги;
- 2 Виды деятельности, не связанные с осуществлением перевозок, предоставлением услуг инфраструктуры и локомотивной тяги.

К первой группе относятся виды деятельности «Грузовые перевозки», «Предоставление услуг инфраструктуры», «Предоставление услуг локомотивной тяги», «Пассажирские перевозки в дальнем следовании», «Пассажирские перевозки в пригородном сообщении».

Ко второй группе – виды деятельности «Ремонт подвижного состава», «Строительство объектов инфраструктуры», «Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы», «Предоставление услуг социальной сферы», «Прочие виды деятельности».

Путевая машинная станция относится ко второй группе, в данной группе обеспечен первичный постатейный раздельный учет прямых производственных расходов по видам деятельности на местах. Поэтому доходы, расходы и финансовый результат по видам деятельности, определяются в рамках каждого структурного подразделения. При этом статистические показатели,

на основе которых осуществляется распределение, формируются только на уровне предприятия в целом. Таким образом распределение эксплуатационных затрат становится более точным достоверным, основываясь только на приведенных километрах данного структурного подразделения.

Путевые машинные станции по сети Российских железных дорог делятся по группам. В свою очередь, группа ПМС, также устанавливается в зависимости от объемов выполняемых работ. В качестве критериев для разбивки ПМС на группы используют три основных показателя:

- виды капитального ремонта пути;
- нормативный объем ремонтно-путевых работ, км.
- специализация по видам деятельности производственной базы.

Условия для разбивки ПМС на группы приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Условия для разбивки ПМС на группы

Группа ПМС		
I группа	II группа	III группа
Виды ремонтно-путевых работ		
КРН, КРС, РС, Н, Ксп	КРН, КРС, РС, С, Н, Ксп*	РС**, С
Нормативный объем ремонтно-путевых работ на один ПМС		
не менее 100 километров (с учетом объема работ по укладке стрелочных переводов)	не менее 50 километров (в том числе объем работ по укладке стрелочных переводов)	не менее 30 километров
Специализация по видам деятельности производственной базы ПМС		
все виды деятельности	все виды деятельности (за исключением сборки рельсошпальной решетки на новых материалах)	складирование щебня и демонтаж рельсошпальной решетки

* не более одного специализированного на капитальном ремонте стрелочных переводов ПМС II группы в ДРП;

** кроме работы в длительные закрытия.

Примечания: 1. Группа путевой машинной станции определяется на основе плановых объемов работ.

2. В расчетах принимать 1 стрелочный перевод за 0,3 километра пути.

Таким образом, проанализировав вопрос особенности управления и распределения эксплуатационных расходов на Путевой машинной станции, можно утверждать, что распределение эксплуатационных расходов данного предприятия напрямую зависит от объемных показателей, что обеспечивает эффективный и качественный результат производственного процесса.

Библиографический список:

1. Толстолесова, Л. А. Методы учета и управления затратами предприятия [Текст] / Л.А. Толстолесова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. - 2013. - №32. - С. 32-41.
2. Витченко М.Н. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий железнодорожного транспорта», Маршрут.
3. Мокеева, Е. В. Современные методы учета и управление затратами в условиях промышленных предприятий / Е.В. Мокеева // Российский экономический интернет-журнал. - 2010. - № 2. - С. 225-234.

Эрназаров Н.Э.
Ernazarov N.E.

Ассистент кафедры "Финансы" Самаркандский институт экономики и сервиса,
E-mail: n.ernazarov@list.ru

Омонов О.У.
Omonov O.U.

Студент группы МК-317 Самаркандский институт экономики и сервиса

УДК 336.22

СОВРЕМЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ УЛУЧШЕНИЯ НАЛОГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

THE IMPORTANCE OF IMPROVEMENT OF TAX ADMINISTRATION IN THESE DAYS

Аннотация: Эта статья объясняет важность совершенствования налогового администрирования и текущих экономических реформ в секторе. Есть научные предложения по повышению эффективности налоговой системы.

Annotation: This article outlines the importance of improving tax administration and the current economic reforms in the sector. There are scientific proposals to improve the efficiency of the tax system.

Ключевые слова: Налог, налоговая политика, налоговое администрирование, налоговая нагрузка, производство, налог, реформа, эффективность, конкурентоспособность, концепция, концессия.

Keywords: Taxation, tax policy, tax administration, tax burden, production, levy, reform, efficiency, competitiveness, concept, concession.

Introduction.

The main focus of the tax system reforms in our country is to increase the efficiency of tax collection in tax policy, reduce the tax burden, simplify the tax system and reduce tax returns. As a result, recently, positive results have been achieved and the implementation of the Concept of tax policy improvement in the Republic of Uzbekistan has resulted in a reduction in the tax burden on the Salary Fund, the optimization of taxes on working capital, and through these actions the system was revised.

In our viewpoint, the tax administration is tax by the participants of the relations between taxpayers by the tax authorities to check compliance with the tax laws, tax law compliance and control, control over the execution of activities aimed at improving the provision of organizational, methodological and analytical activities of the competent state bodies.

The development of the manufacturing sector in the economy, in order to stimulate the production of export products to improve tax administration and one of the most pressing issues today, this work is carried out in the country, including improving tax administration strategy. The main objective of the strategy to improve tax administration as an important factor in enhancing the competitiveness of the economy, businesses and investors, as well as to create conditions for the automated processes of taxation[1], the tax authority of the state of modern services focused on tax services of the organization can see this strategy today.

The analysis of the literature on the topic

Today, the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated February 7, 2017, No. P-4947, approved the Strategy of actions for further development of the Republic of Uzbekistan for 2017-2021. The third priority of the Strategy is to continue the policy on tax burden reduction, simplification of the tax system[2], improve tax administration and expand the incentives, which are aimed at improving tax administration and accelerating the development of the country. The main normative document defines the Tax Code of the Republic of Uzbekistan in the new edition the creation of a normative document regulating tax relations in accordance with economic mechanisms.

Improvement of tax administration is becoming more and more important to focus on the effectiveness of reforms in the sector. The President's Address to the Parliament stated that "the establishment of the Fiscal Institution under the State Tax Committee to radically change the outlook of tax officers and train qualified personnel"[3] to address the problems that are being addressed in this area.

Tax policy should ensure a steady flow of tax revenue without worsening the economic situation and

international competitiveness of the country[4]. In addition, taxes are an important part of the state budget, in order to meet the needs of the public by the government or local authorities imposed predetermined sum payments[5]. As we reported above, the tax system is improved as a result of the reforms carried out in the country.

Research methodology

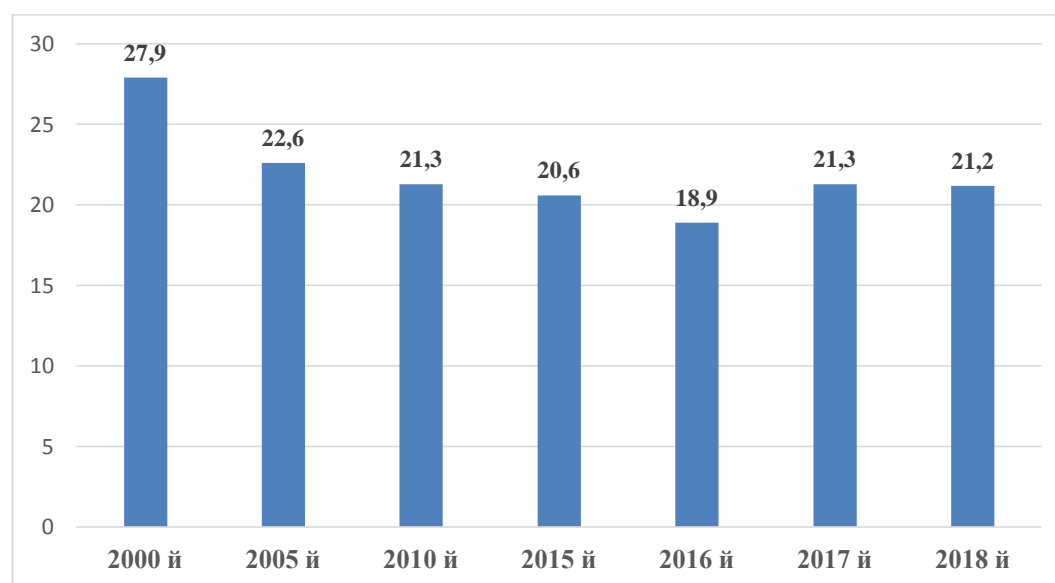
The theme of the article is dedicated to the importance of improving tax administration, the first priority is based on the topic of scientific research in this area was studied. Industry-related development trends were analyzed using systematic, comparative, grouping methods.

Analysis and Results

Improvement of tax administration is intended to improve the efficiency of the tax system and at the same time provide for budget revenues, the size of which depends on the growth of GDP and the tax burden imposed on tax rates. Macroeconomic stability has been observed in Uzbekistan in recent years. In particular, the real GDP growth was 7.8% at the end of 2016, while the tax burden was 18.9%, and by 2018, the real GDP growth was 5.3% and the tax burden was 21.2%.(1-diagram)

1-diagram

The dynamics of the GDP of the Republic of Uzbekistan and the tax burden indicators,% of GDP[6]



In 2019, revenues of the State Budget and State Targeted Funds will amount to 137 trillion soums (26.1% of GDP), which is 27% more than in 2018. In 2018 revenues amounted to 108 trillion soums or 26.5% of GDP. Thus, the tax burden on the economy decreased by 0.4%.

According to international practice, numerous exemptions and exceptions to the general taxation regime violate the principle of fairness to economic activity participants who do not use tax incentives because the privileged regime provided to certain taxpayers undoubtedly imposes additional tax burden on others. Inadequate competition in the markets where privileges are available will reduce the quality of the products. While some companies are dependent on dependence, others are more profitable[7].

Conclusions and Suggestions

In the area of tax administration, it is desirable to implement the following proposals for finding effective sources of funding for the programs of social and economic development of the country:

- introduction of modern information and communication technologies into the activity of tax authorities;
- introduction of external control mechanisms for the activities of tax authorities to ensure completeness of revenue to the State Budget;
- access to public services in cooperation with ministries and agencies in tax administration;
- Creation of legislative base to reduce the tax base on corporate income tax and single tax payment on the amount of funds allocated for the purchase of software;
- tax administration in order to prevent tax offenses and increase the legal awareness of taxpayers is of vital importance in ensuring tax administration in our country.

In conclusion, the ongoing tax reform in our country will improve the tax administration and ensure

its transparency, which is of great importance today.

Literature:

1. Enclosure No. 1 to the Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan dated July 10, 201 No PP-4389 "On Additional Measures to Improve Tax Administration".
2. The Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated February 7, 2017 № P-4947 "On the strategy of action for the further development of the Republic of Uzbekistan".
3. Statement of the President of the Republic of Uzbekistan Sh.Mirziyoev to the Oliy Majlis. January 24, 2020
4. Jugoslav A., Miloje J., Jasminka M. "Local Tax Policy in the Development of Municipalities in Serbia" // Procedia - Social and Behavioral Sciences .Volume 221,2016, Pages 262 - 269
5. Hajdúchová I., Sedláčiková M., Vízslai I., "Value-Added Tax Impact on State Budget Expenditures and Results" // Procedia Economics and Finance. Volume 34, 2015, Pages 676-681
- 6.<http://www.stat.uz> - Based on data from the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan.
- 7.https://www.norma.uz/en/bizning_comments/2019__with_economic_default_engine_

Радченко Виктория Васильевна
Radchenko Viktoriya Vasilevna

Студентка Белгородского государственного
национального исследовательского университета, специальность таможенное дело
E-mail: radchenko_vika@bk.ru

УДК 311

СТАТИСТИКА И ЕЁ РОЛЬ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

STATISTICS AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF MODERN SOCIETY

Аннотация: В статье статистика рассматривается как наука. Обосновывается ее роль и значение в развитии современного общества.

Abstract: The article considers statistics as a science. Its role and significance in the development of modern society is justified.

Ключевые слова: статистика, предмет, особенности статистики

Keywords: statistics, subject, features of statistics

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современных условиях развития общества гораздо сильно вырос интерес к статистике как науке и ее обширному применению на практике. В настоящее время уже никто не может отрицать важность и недооценивать роль статистики в общественной жизни. Статистические данные помогают сформировать адекватную картину текущего состояния дел в стране. Это означает, что при обнаружении каких-либо несоответствий или отклонений становится возможным своевременно принять ряд корректирующих мер и значительно улучшить ситуацию.

Возникновение статистики, как и любой другой науки, произошло из практических потребностей людей. Появление и развитие капитализма требовало колоссальной и достоверной информации о состоянии производства, источниках сырья, рынках труда и сбыта продукции и т. д. Накапливается опыт сбора, систематизации и обработки первичных статистических данных. Существует необходимость в их анализе для выявления закономерностей социального, общественного развития.

Значительная роль в развитии отечественной статистики принадлежит таким ученым, как Е. Ю. Чупров, Янсон, В. С. Немчинов, С. Г. Струмилин, Д. П. Журавский и др.

Термин "статистика" был введен немецким ученым, профессором философии и права Готфридом Ахенвалем в 1746 году. С тех пор статистика занимает видное место как наука о массовых явлениях и является важным подспорьем в решении как государственных, так и экономических проблем.

Статистика - это такая наука, которая занимается получением, анализом и обработкой количественных данных о различных явлениях, происходящих в природе и обществе. Одной из главных задач статистики является правильная обработка информации. Из статистики вытекает множество других задач: получение и хранение информации, генерация прогнозов, оценка их достоверности. Ни одна из этих целей не может быть достигнута без обработки данных.

Статистика - это отрасль знаний, охватывающая общие вопросы, связанные со сбором, измерением и анализом массовых статистических данных. Благодаря этим данным можно анализировать деятельность и функционирование любых отраслей экономики. Статистика, как и любая другая наука, возникла из практических потребностей людей.

Есть известная поговорка о роли статистики в системе других наук, которая звучит так: "Статистика — царица всех наук." Это утверждение говорит о том, что выводы и позиции большинства общественных наук основаны на статистической базе - изучении множества явлений с использованием статистических методов.

Статистика играет важную роль в современном обществе. Таким образом, особое внимание уделяется демографической статистике. Демографические данные востребованы на всех уровнях управления экономикой. Для разработки макроэкономических программ на социальном уровне необходима информация о фактической и перспективной численности населения, его составе, расположении на территории страны и т.д. Для разработки эффективной политики занятости

необходимо знать численность трудоспособного населения, формировать пенсионные системы обеспечения - численность пенсионеров, планировать развитие дошкольного образования - численность детей соответствующего возраста.

Статистика позволяет решить целый ряд проблем для менеджмента:

- постоянный контроль за ситуацией, отслеживание положительных и отрицательных тенденций;

- оценка любой операции на основе критериев ее успешности;

- разработка дальнейшей стратегии развития на основе статистических данных;

- дает менеджеру чувство уверенности и безопасности, используя надежные данные;

- оперирование только теми фактами, которые имеют достоверное происхождение;

- выделить области, которые больше всего нуждаются в исправлении или улучшении.

Предметом статистики являются размерные и количественные отношения между массовыми социальными явлениями, закономерности их формирования, развития и взаимосвязи.

Особенности статистики:

1. Статистика изучает количественную сторону общественных, социальных явлений, так же она изучает не индивидуальные, а массовые явления.

Изучение количественной стороны общественных, социальных явлений неразрывно связано с их качественным содержанием. Количественное измерение не существует без качественной определенности. Иными словами, при группировке населения по возрасту статистика показывает качественно различные контингенты: дошкольный, школьный, трудоспособный и пенсионный возраст. А поскольку явления общественной жизни постоянно изменяются и развиваются с течением времени, статистика также изучает изменение количественной стороны явлений в динамике.

2. Статистика изучает массовые общественные, социальные явления, например те, которые состоят из довольно большой популяции, ряда единиц или фактов, существенные свойства которых имеют сходства.

Теория статистических методов направлена на решение реально существующих задач. Следственно в ней постоянно ставятся новые математические задачи статистического анализа данных, разрабатываются и обосновываются новые методы. Обоснование часто осуществляется математическими средствами, то есть путем доказательства теорем. Наибольшую роль играет методологическая составляющая – как ставить задачи, какие предположения лучше предпринять для дальнейшего математического изучения. Значительна роль современных информационных технологий, и частности компьютерного эксперимента.

В условиях трансформации общественно-политической роли статистики как фактора формирования общественного сознания особенно важно значительно повысить прозрачность и доступность сводной статистической информации при сохранении принципа конфиденциальности отдельных данных. Это одно из самых необходимых направлений демократического общества. Расширение публикации статистической информации позволяет лучше видеть ситуацию на местах в отдельных регионах, акцентировать внимание на недостатках и упущениях для их устранения.

Статистика сталкивается с проблемами теоретического обоснования объема и структуры статистической информации, которая отвечает новейшим и перспективным условиям развитой экономики, а также перехода к функциональным принципам управления.

Одной из важнейшей задачей статистики является расчет прожиточного минимума и определение численности населения. Сбор информации о распределении пенсионеров по размеру пенсий, работающих на предприятиях всех форм собственности – по уровню получаемой заработной платы, рабочему времени, отпускам.

Статистика многообразна, она может быть банковской, медицинской, финансовой, социальные и так далее.

О роли и значении статистики в развитии общества, в научном познании окружающего мира, в управлении предприятием свидетельствует система и виды статистических показателей.

Без статистической информации невозможно знать закономерности природных и общественных массовых явлений, их прогнозирование, а следовательно, регулирование или непосредственное управление, будь то на уровне отдельного предприятия, города или региона, на государственном или межгосударственном уровне.

Для поиска путей решения проблем статистики происходит сбор и систематизация информации о реформируемых объектах и процессах, совершенствуются методы сбора, обработки и

анализа данных. Государственные и ведомственные органы статистики Российской Федерации решают целый комплекс статистических задач:

модернизируют различные методы сбора и обработки данных, разрабатывают специальные методы статистического наблюдения;

разрабатывают методы изучения финансовых и нефинансовых активов статистики, статистики экспорта и импорта;

совершенствуют системы экономического и статистического образования в России, созданием вводных курсов;

совершенствуют государственные и корпоративные систем статистического мониторинга социально-экономических условий в России.

Статистика - это наука, которая является неотъемлемой частью жизни каждого общества, определяет динамику развития, упадка и роста общественных, социальных явлений. Она решает определенные задачи за счет наличия и развития статистических методов, а также за счет развития информационных технологий. Статистика позволяет получать объективные данные, группировать их, представлять в виде таблиц и интерпретировать. Благодаря статистическим исследованиям можно не только оценить явления или предмет исследования, но и проверить теоретические предположения и найти истину.

Библиографический список:

1. Батракова Л.Г. Социально-экономическая статистика [Текст]: Учебник / Л.Г. Батракова. – М.: Логос, 2015. – 480 с.
2. Трусова Н.М. Статистика [Текст]: Учебно-методический комплекс для студентов специальности 080507 «Менеджмент организации». – Кемерово: Кемеровск. гос. ун-т культуры и искусств, 2015. – 43 с.
3. Покровский В.И. О значении и о задачах статистики // Сборник материалов для статистики Тверской губернии. 1874.
4. Денисенко Р. М. Статистика: место и роль в развитии общества. // Сибирский торгово – экономический журнал. - 2016. - №1 (19).
5. Статистик - это кто? Социальная, экономическая и правовая статистика // URL: <http://fb.ru/article/156203/statistik---eto-kto-sotsialnaya-ekonomicheskaya-i-pravovaya-statistika> (дата обращения: 20.04.2020).

Бурик Наталья Александровна
Burik Nataliya Alexandrovna

преподаватель кафедры менеджмента в производственной сфере
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк
E-mail: na_ta_lya@bk.ru

УДК 338.2:006.015.5

СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ» И «РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ» ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

CORRELATION OF THE CONCEPTS OF «EFFICIENCY» AND «PERFORMANCE» OF THE ENTERPRISE

Аннотация: В статье проанализированы основные подходы к определению эффективности и результативности деятельности предприятия и рассмотрена необходимость комплексного подхода к оценке эффективности.

Abstract: The article analyzes the main approaches to determining the efficiency and effectiveness of an enterprise and considers the need for an integrated approach to assessing effectiveness.

Ключевые слова: результат, эффект, результативность, эффективность, затраты, предприятие

Keywords: result, effect, performance, efficiency, costs, company

На современном этапе в научной и общеобразовательной литературе значительное внимание уделяется понятию эффективности. Заинтересованность ней возникает на разных уровнях управления экономикой - на микроуровне (эффективность работы отдельных предприятий), и на макроуровне, где влияет на качество государственной, экономической, бюджетно-финансовой, социальной политики.

В самом общем виде эффективность отражает соотношение затрат и результатов функционирования любой системы, однако единого подхода к понятиям эффективности функционирования системы и эффективности управления ею не существует.

Как экономическая категория эффективность тесно связана с другими категориями: эффект, результат, результативность. В толковании данных понятий, как в отечественной, так и зарубежной литературе наблюдаются существенные терминологические разночтения, поэтому необходимо более четкое разграничение данных понятий и критериев их оценки.

Эффект (в переводе с лат. – исполнение, действие) – результат, следствие каких-либо действий [1]. Эффект от функционирования предприятия трактуется как показатель, характеризующий результат его функционирования [2]. Показатели эффекта относятся к абсолютным, объемным показателям; их можно складывать в пространстве и времени.

Экономический эффект – количественная и качественная характеристика влияния элементов экономической системы на результативность ее функционирования.

В отличие от технического, технологического и других неэкономических эффектов, экономический эффект существует преимущественно в денежной форме и является денежным доходом. Поэтому в определенном смысле понятие «экономический эффект» и «денежный доход» тождественны. В зависимости от способа измерения различают валовой эффект, условно чистый эффект, чистый эффект. Под валовым экономическим эффектом понимают валовой доход фирмы (или другого субъекта экономики) как сумму валовой выручки от реализации продукции или услуг. Под условно чистым эффектом – валовой доход минус эксплуатационные расходы. Под чистым эффектом – условно чистый эффект минус налоги и приравненные к ним расходы.

Как правило, эффект не связывают с усилиями, которыми он достигнут. Относительно цели конкретного действия эффект может нести как положительную, так и отрицательную направленность [3].

С категорией эффекта тесно связано понятие эффективности. Шермет А.Д., Сайфулин Р.С. [4] отмечают, что эффективность является одной из самых сложных категорий экономической науки. Она выступает основой построения количественных критериев ценности принимаемых решений, используется для формирования материально-структурной, функциональной и системной

характеристик хозяйственной деятельности.

Определение понятия «эффективность» различными авторами приведены в табл.1.

Таблица 1

Подходы к определению понятия «эффективность»

Автор	Определение понятия «эффективность»
Д. Риккардо [5]	экономическая категория, которая определяет соотношение результата к определенному виду расходов
Г. Эмерсон [6]	основная цель управления, которая определяет связь с функциональностью предприятия
В. Парето [7]	ситуация, когда все выгоды от обмена сторон исчерпаны
П. Друкер [8]	способность «делать вещи правильно», то есть получать результаты с наименьшими затратами ресурсов
М. Мескон, М. Альберт и Ф. Хедоури [9]	внутренняя экономичность, которая измеряет наилучшее использование ресурсов
П. Дойл, П. Стерн [10]	эффективность связана с удовлетворением нужд потребителей и является внешним показателем, в то время как производительность описывает соотношение результата и внутренних затрат
М. Ротбард [11]	эффективность не имеет смысла вне контекста преследования специфических целей
Дж. Ван Гиг [12]	степень достижения ряда целей
В. Андрейчук [13]	результативность определенного действия или процесса, которая измеряется соотношением между полученным результатом и затратами (ресурсами), которые его вызвали
С Мочерный [18]	способность приносить эффект, результативность процесса, проекта и т.д., которые определяются как отношение эффекта, результата к расходам, которые обеспечили этот результат

В рыночных условиях понятие «эффективность» тесно связано с использованием финансовых и производственных ресурсов, в основе чего находится понимание того, что целью любого предприятия является получение более высокого результата деятельности, получение которого возможно только при условии эффективного формирования и оптимального использования различных видов ресурсов. Отсюда большая часть определений, которые встречаются в экономической литературе, сводятся к тому, что эффективность рассматривается как отношение результата деятельности (процесса, операции, проекта) к затратам, которые сделали возможным его получение.

У некоторых авторов, которые формулируют понятие эффективности (табл.1) как отношение эффекта к затратам или ресурсам, которые были потрачены на его получение. То есть критерии эффективности формируются на основе затратного (потребленные ресурсы) и ресурсного (применены ресурсы) подходов. Затратный подход отражает эффект, полученный с каждой единицы совокупных расходов или отдельных затрат живого или овеществленного труда. Например, Гойко А.Ф. разделяет понятие эффективности расходов (отношение результатов производства к фактически израсходованным средствам) и понятие эффективности использования ресурсов, которое является отношением результатов производства к авансированным основным и оборотным средствам. Однако следует отметить, что они тесно взаимосвязаны, поскольку текущие расходы зависят от размера и структуры имеющихся фондов и скорости их оборота [14].

Ресурсный подход призван характеризовать эффективность использования ресурсов: трудовых, материальных, финансовых. Однако, как отмечают В.В. Ковалев и О.М. Волкова [15], несмотря на то, что различия между категориями «ресурсы» и «расходы» очевидны, очевидность имеет лишь приблизительный характер. Так, для осуществления своей деятельности любое предприятие использует материальные, трудовые, финансовые и другие виды ресурсов, которые используются в процессе потребления и при определении их в стоимостном выражении трансформируются в текущие расходы предприятия.

К. Прокофьева выделяет два основных подхода к определению сущности категории «эффективность». Первый подход характеризует «эффективность» в значении результативности, то есть отвечает на вопрос, какие результаты достигнуты и по какой цене, сколько ресурсов было потрачено на достижение полученных результатов. В этом подходе эффективность рассматривается как соотношение результатов и затрат. Критериями первого подхода является:

«Результаты-расходы». Но возникает вопрос, позволит ли полученный результат достичь цели, и насколько близки мы к достижению цели? Наличие этих вопросов обусловило существование второго подхода, который характеризует «эффективность» с позиции достижения цели, он отвечает на вопрос, достигли ли мы поставленной цели, насколько мы к ней приблизились. Критериями подхода является «результат-цель».

Таким образом, можно сделать выводы, что функция достижения цели имеет значение при определении эффективности. Подход к рассмотрению «эффективности» с позиции достижения цели не противоречит подходу к рассмотрению «эффективности» в значении результативности, он имеет более сложный характер, критериями этого подхода является соответствие фактического результата поставленной цели. Эффективность, рассмотренная с позиции достижения цели, характеризует качество полученного результата. В зависимости от подхода это понятие определяет результативность объектов (систем) различного уровня – общества, предприятия, системы управления.

Афанасьев М.В. и Гончаров А.Б., под эффективностью понимают комплексное отражение конечных результатов использования рабочей силы (работников) и средств производства за определенный промежуток времени. Похожее определение дает и Бойчик И.М. Для нее, эффективность производства – это обобщенное и полное отражение конечных результатов использования средств, предметов труда и рабочей силы на предприятии за определенный промежуток времени. А общую экономическую эффективность производства она еще называет общей производительностью производственной системы [16].

Итак, как видим, что существует много подходов к определению понятия «эффективность». Одни авторы и ученые связывают эффективность с эффектом, другие рассматривают как соотношение результата и затрат. При этом эффект рассматривается как определенная форма результата. Но большинство ученых отождествляют понятия «эффективность» и «результативность». Тем не менее, это не совсем правильно, поскольку результативность – это достижение определенного результата, с помощью которого устанавливаются главные и второстепенные цели, а также определяется стратегия функционирования на основе анализа показателей эффективности, а эффективность характеризует взаимосвязь между затраченными ресурсами и достигнутыми результатами.

Деятельность любого предприятия должна быть как результативной, так и эффективной. По словам П. Друкера, результативность является следствием того, что создаются нужные, полезные вещи; а эффективность – следствие того, что эти самые вещи создаются правильно. И первое, и второе является одинаково важным [8].

Отделение же понятие «эффективность» как экономической категории произошло в начале XIX в. в трудах Д. Рикардо, который разделил понятия «эффективность» и «результативность», предоставляя «эффективности» специфическое значение, которое выражается сопоставлением результата и определенного вида расходов [5].

Разграничение понятий «результативность» и «эффективность» было утверждено и в ISO 9000:2007, где результативность (effectiveness) определяется как степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов, а эффективность (efficiency) – это соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами.

С. Коваль считает, что результативность выступает одним из базовых критериев оценки эффективности, а абсолютным показателем результативности является результат. Результативность определяется как «соотношение полученных последствий и введенных причин (или причин, приведших к этим последствиям), которые определяются с помощью соотношений прибыли к затратам, объема производства или времени и т.д.» [17].

По мнению А. Жучковой, результативность как агрегирующий показатель включает в себя три составляющие: эффективность, экономичность и адаптивность и позволяет осуществить комплексную оценку деятельности предприятия [17]. При этом она отмечает, что результативность деятельности – это комплексная оценка эффективности, экономичности, конкурентоспособности и

устойчивости экономического и финансового развития хозяйствующих субъектов.

Л.А. Насакина, чтобы развести термины «эффективность» и «результативность», предлагает соотношение результата к затратам относить к результативности как некий коэффициент полезного действия, а эффективность понимать, как показатель верности выбранного направления. В то же время диаметрально противоположного мнения придерживается О.Ю. Шашина, трактуя эффективность как соотношение затрат и ресурсов, а результативность, как направление развития для целей реализации стратегических задач.

Существуют определенные различия между показателями результативности и эффективности. Оба показателя являются качественными. Но, если определенный показатель эффективности рассматривается как ключевой показатель деятельности предприятия, то он может считаться количественным. Результативность оценивается с точки зрения сопоставления результата с целевыми значениями, а эффективность – с затраченными ресурсами. Соответственно, показатель результативности направлен на увеличение и(или) улучшение результата, а показатель эффективности – уменьшение расходов и(или) увеличение эффекта. Однако это некорректно, поскольку результативность и эффективность показатели относительные.

Достаточно критически высказывается об отождествлении эффективности и результата Г.В. Черевко, а именно: если результатом производственного процесса окажется продукт, который не соответствует требованиям и не имеет применения, где же здесь будет эффективность? Результат есть, но он отрицательный, поэтому эффективности нет.

Исходя из вышесказанного можно отметить, что категории «результативность» и «эффективность» имеют самостоятельное значение, одинаково важно для проведения оценки деятельности предприятия, и нельзя заменить одно понятие другим, а повышение как эффективности, так и результативности производства является одной из самых актуальных проблем, успешное решение ее дает огромные возможности для дальнейшего развития экономики страны и повышения уровня жизни населения.

Библиографический список:6

1. Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ / Ю.П. Сурмин. – К.: МАУП, 2003. – 368 с.
2. Орлов П.А. Экономика предприятия. – Харьков: РИО ХГЭУ, 2000. – 401 с.
3. Лямец В.І., Тевяшев А.Д. Системний аналіз. Вступний курс. – 2-е вид., перероб. та допов. – Харків: ХНУРЕ, 2004. – 448 с
4. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА – М, 1996. – 176 с.
5. Ricardo D. Nachala politicheskoi ekonomii i nalogovogo oblozheniya [On the Principles of Political Economy and Taxation]. Moscow, Eskmo Publ., 2007, 960 p.
6. Emerson H. Dvenadtsat' printsipov proizvoditel'nosti [The Twelve Principles of Efficiency]. Moscow, Biznes-Infom Publ., 1997, 200 p.
7. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента. М.: Дашков и К, 2008. 556 с.
8. Савенко Н.В. Економічна сутність ефективності виробництва підприємства і аналіз підходів до її визначення. Інноваційна економіка. 2009. № 2. С. 153–162.
9. Поршнева А.Г. Качество, результативность и эффективность менеджмента [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/kachestvo_menedzhmenta/
10. Doyle P., Stern P. Marketing Management and Strategy. Pearson Education Ltd, 2006, 446 p.
11. Shiryayev I.M. [Classification of approaches to the definition of efficiency of economic institutions]. Journal of Institutional Studies, 2014, no. 2, pp. 91–109. (In Russ.)
12. Kolodiichuk V.A., Kolodiichuk I.A. [Socio-economic aspects of the efficiency category]. Universum: ekonomika i yurisprudentsiya, 2015, no. 2. (In Russ.) [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://7universum.com/pdf/economy/2\(13\)/Kolodiychuk.pdf](http://7universum.com/pdf/economy/2(13)/Kolodiychuk.pdf)
13. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, практика, аналіз: монографія. Київ: КНЕУ, 2005. 292 с.
14. Гойко А.Ф. Методы оценки эффективности инвестиций и приоритетные направления их реализации. – Киев: ВІРА-Р, 1999. – 320 с.
15. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ПБОЮЛ Гриженко Е.М., 2000. – 424 с.
16. Орлов П.А. Экономика предприятия: Учеб. пособие. – Х.: РИО ХГЭУ, 2000. – 401 с.

17. Рябкова О.В. Сутність результативності та ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Рябкова. – Режим доступу : http://mev-hnu.com/load/2013/7_konkurentnij_potencial_pidpriemstva_metodi_ta_mekhanizmi_pidvishh.

18. Економічна енциклопедія: У 3-х т. Т.1 / Редкол.:...Мочерний С.В. (відп. ред.) та ін. – К.: Академія, 2000. – 864 с.

Научное издание

Коллектив авторов

ISSN 2500-3798