

бежать негативного настроения сотрудников и уберезит предприятие от лишних вложений.

При внедрении систем контроля рабочего времени и мониторинга производительности персонала, необходимо придерживаться следующего алгоритма:

Необходимо начать процесс внедрения с проведения разъяснительных тренингов, донеся до персонала итоговую мысль, что данное решение не метод контроля, а инструмент повышения эффективности.

Сосредоточить внимание персонала на положительных сторонах внедрения данных систем (возможность премирования и справедливая оценка трудовых затрат).

Внедрение должно быть постепенным и плановым начиная с положительных для коллектива предприятия новшеств, с оглаской на социальную напряженность коллектива

Руководители должны понимать механизм и правильно использовать данный инструмент в процессе повышения эффективности планирования.

Очевидно, что при правильном внедрении автоматизированных систем учета рабочего времени эффективность труда работников однозначно возрастет. Более того, как показывает практика, система учета рабочего времени может стать впоследствии важным элементом построения системы управления подразделениями компании

В итоге учет рабочего времени позволяет диагностировать системные проблемы организации. Компании, раньше других пришедшие к пониманию преимуществ контроля за затратами на управление персоналом и рабочим временем подчиненных, имеют больше шансов выиграть в конкурентной борьбе на потребительском рынке.

Список литературы

1. Arnold S. (1962). Control in organizations: individual adjustment and organizational performance. NY: Sage Publications
2. Brooks, Chad (2014). Does Your Business Need Time Tracking Software? Business News Daily.
3. Claessens, B.J.C., Roe, R.A. & Rutte, C.G. (2009). Time management: logic, effectiveness and challenges. London, UK: Routledge
4. North: J (2004). God's Clock maker; Richard of Wallingford & the invention of time; NY
5. Project Management Institute (2004). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)
6. Raymund Flandez (2004). Unanet's Software Lets Managers Watch Work in Progress. Washington Post.

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ РФ

Токарева Ю.А., Лунина Т.А.

Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирск, e-mail: julia_tokareva94@mail.ru

В последние годы проблеме экономической безопасности стало уделяться все большее внимание. Экономическая безопасность рассматривается не только на уровне страны (это наиболее изученная область), но и на уровне, предприятия, личности. Несмотря на относительную изученность вопроса экономической безопасности страны, единого понимания сущности данного явления нет.

Существует несколько точек зрения в определении понятия экономическая безопасность. Одним из первых отечественных ученых, введшим понятие «экономическая безопасность» в область экономики, является академик Л. И. Абалкин. Он определил это явление как «...совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию». Со временем появилось множество различных определений данного понятия. Например, Л.П. Гончаренко, считал, что «экономическая без-

опасность – это состояние экономических, юридических, организационных связей материальных и интеллектуальных ресурсов организации, при котором гарантируется стабильность ее функционирования, финансово-коммерческий успех, прогрессивное научно-техническое и социальное развитие»¹. Со всем другой подход содержится в трактовке экономической безопасности, приведенной В. Забродским и Н. Капустиным, раскрывающей ее сущность как количественную и качественную характеристику свойств организации, отражающих способность «самовывживания» и развития в условиях возникновения внешних и внутренних экономических угроз². В связи с вышесказанным можно сделать вывод о том, что точной трактовки определения «экономическая безопасность» в настоящее время не существует. Моя позиция больше склоняется к мнению Л.П. Гончаренко, дополняя лишь тем, что все вышеперечисленное автором, а именно состояние экономических, юридических, организационных связей материальных и интеллектуальных ресурсов организации это совокупность всех ресурсов, в которых организация может функционировать в условиях конкуренции и риска.

Уровень экономической безопасности является одним из основных показателей инвестиционной привлекательности и надежности предприятия. Уровень экономической безопасности предприятия — это характеристика его жизнеспособности.

Услуги связи — это специфичный вид бизнеса. Главная его особенность в том, что оператор связи не может работать, опираясь только на своё собственное оборудование и линии связи. Он вынужден использовать всю инфраструктуру связи, имеющую множество различных собственников. Он не в состоянии заключить договор с каждым оператором, ресурсы которого использует, поэтому свобода договора в данной области относительно невелика. Отрасль связи подвергается особенно подробному регулированию со стороны государства. В частности, устанавливаются единые правила присоединения сетей связи и пропуска трафика, единые правила эксплуатации средств связи, жёсткие технические требования к оборудованию и т.п.

В Концепции развития рынка телекоммуникационных услуг Российской Федерации выделяются следующие виды операторов: 1) традиционный оператор связи — оператор связи, созданный на базе государственных предприятий связи в результате процесса их приватизации и реорганизации; 2) новый оператор связи — индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, получившие лицензию на оказание услуг связи после 1990 г., при этом ранее не оказывавшие услуги связи на сети связи общего пользования. В России среди сотовых операторов выделяются три компании — МТС, Мегафон, Билайн. Они имеют наибольшее число абонентов. Остальные сотовые операторы имеют значительно меньше клиентов и представлены только в отдельных регионах РФ. Популярными операторами, но не входящими в «большую тройку», можно назвать Tele2 и Ростелеком.

Состояние экономической безопасности предприятия необходимо проводить по определенной системе основных показателей. Они должны отражать отраслевую специфику и условия деятельности предприятия. К ним отнесены: производственные, финансовые и социальные показатели.

Производственные показатели включают в себя динамику производства (рост, спад, стабильное состояние, темпы изменения), оценку конкурентоспо-

способности продукции, стабильность производственного процесса (ритмичность, уровень загруженности в течение определенного времени), темп обновления основных производственных фондов (реновации) и т.д. Финансовые показатели включают в себя уровень инновационной активности (объем инвестиций в нововведения), уровень рентабельности производства, долю обеспеченности собственными источниками финансирования оборотных средств, материалов, энергоносителей для производства и т.д. Социальные показатели включают в себя уровень оплаты труда по отношению к среднему показателю по промышленности или экономике в целом, структуру кадрового потенциала, уровень задолженности по зарплате и т.д.

В данной статье я бы хотела рассмотреть наиболее важные экономические показатели таких компаний как МТС и Мегафон.

МТС – бесспорный лидер в России среди операторов «большой тройки» по абсолютным значениям выручки, в том числе выручки как от мобильного, так и от фиксированного бизнеса, у компании выручка составила 324,1 млрд. руб., у компании Мегафон – 234,9 млн. руб. Чистая прибыль также у компании МТС выше, чем у Мегафон, у первой выручка составила – 36,1 млрд.руб., у второй – 22,4 млн. руб. Динамика абонентской базы мобильного бизнеса – один из ключевых показателей работ компаний, у компании МТС это 108,8 тыс.чел., у компании Мегафон – 75,4 тыс.чел. Сравнивая эти три показателя видно, что МТС опережает своего конкурента, что говорит о масштабах компании, ее месте на рынке мобильных услуг. Также одним из важнейших финансовых показателей является показатель OIBDA (прибыль от операционной деятельности до вычета амортизации основных средств и нематериальных активов). Показатель OIBDA представляет важную информацию, поскольку отражает фактические результаты деятельности Компании, включая способность финансировать капитальные затраты, сделки приобретения и осуществлять иные инвестиции, а также возможность брать займы и обслуживать долг. У компании МТС данный показатель составил 121,5 млрд.руб., у компании Мегафон – 32,2 млн. руб.. Помимо показателя OIBDA существует Рентабельность OIBDA – операционная прибыль до вычета износа основных средств и амортизации нематериальных активов, у компании МТС данный показатель составил 45,7%, а у компании Мегафон – 39,8%. Сравнив все показатели можно сделать вывод, что в очередной раз подтверждает МТС – лидер в России по абсолютным значениям OIBDA.

Далее мне хотелось бы сравнить социальные показатели двух компаний. Экономически активная численность работников компании МТС по состоянию на 31 декабря 2015 года составила 30 815 человек, в компании Мегафон на ту же дату численность работников составила 31 576 человек, что

незначительно выше. Доля работников младше 35 лет в компании МТС составила 76%, в компании Мегафон 74%, что говорит о том, что в обеих компаниях основной контингент это молодые сотрудники. Текущее число кадров в 2015 году по сравнению с 2014 годом в МТС составила 3,8%, в Мегафоне – 4,4%. Также обе компании утверждают, что у них работают высокопрофессиональные сотрудники. В компании МТС сотрудники проходят различные тренинги, семинары, обучение, в том числе дистанционные и обучение на рабочем месте. Мегафон по обучению своих сотрудников информацию не предоставляет.

Сравнивая производственные показатели, а конкретно долю производства двух компаний, у обеих компаний абонентская база на конец 2015 года выросла на 2,7 млн. абонентов у МТС и составила 77,3 млн. человек, и на 2,6 млн. у компании Мегафон и составила 74,8 млн. человек по России. Доля рынка абонентов компании Мегафон составила 29,7%, у компании МТС – 33,8%. Более подробно хотелось бы остановиться на конкурентоспособности компаний МТС и Мегафон. Среди основных факторов конкурентоспособности МТС следует выделить: широту охвата сети и внутрисетевого роуминга, традиционно высокое качество услуг связи, выгодные тарифные предложения, учитывающие потребности абонентов, широкий спектр дополнительных услуг. Кроме того, следует отметить активное развитие собственной сети центров продаж и обслуживания, которые позволяют реализовывать собственные уникальные продукты и услуги, оказывать качественный сервис клиентам и положительно влияет на степень узнаваемости бренда МТС. Эти факторы позволяют компании постепенно увеличивать уровень доходов как за счет роста абонентской базы, так и за счет увеличения интенсивности потребления дополнительных услуг, имеющих большую доходность. Помимо перечисленного Компания отслеживает возможности неорганического роста, как на рынках присутствия, так и за его пределами. МТС обладает достаточным опытом интеграции приобретенных компаний, что позволяет эффективно включать их в структуру бизнеса и максимально быстро получать положительный экономический эффект. Компания Мегафон в свою очередь стремится удовлетворить потребности потребителя услуг сотовой связи, внедряя новые тарифные планы и демократично снижая цены на сотовую связь.

Таким образом, проведя анализ экономических показателей двух крупных компаний МТС и Мегафон, можно сказать что показатели у обеих компаний достаточно высокие, что говорит о том, что данные компании обладают устойчивой экономической безопасностью.

Список литературы

1. Гончаренко Л.П. Экономическая и национальная безопасность. – М.: Экономика, 2008. – 543 с.
2. Забродский В. Теоретические основы оценки экономической безопасности отрасли и фирмы / В. Забродский, Н. Капустин // Бизнес-информ. – 1994. – № 3. – С. 35–37.

Секция «Актуальные вопросы формирования и представления бухгалтерской отчетности»,

научный руководитель – Ремизова А.А., канд. экон. наук, доцент

МОДЕЛИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Кузнецова Е.И., Жукова О.С.

РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, Москва,
e-mail: katrineku96@mail.ru

В настоящее время деятельность любого предприятия основана на ведении финансового учета. По показателям финансовой отчетности пользователи

могут получить достоверную и объективную информацию о состоянии и деятельности любого предприятия. Для обеспечения информационных потребностей пользователей каждая страна самостоятельно разрабатывает стандарты финансового учета. В каждой стране данный процесс эволюционировал в разные временные периоды и разными темпами. По подсчетам ученых, к концу 60-х годов 20 века уже насчитыва-