- 4) Допущение временной определенности фактов хозяйственной деятельности - факты хозяйственной деятельности предприятия относятся к тому отчетному периоду (следовательно, отражаются в бухгалтерском учете), в котором они имели место, независимо от фактического времени поступления или выплаты денежных средств, связанных с этими фактами.

На следующем этапе учитываются все особенности организации, среди которых организационно-правовая форма; отрасль и вид деятельности; количество сотрудников, объем деятельности и охват клиентской базы; особенности управленческого аппарата; финансовые планы и стратегии; базовая составляющая (первоначальный капитал); уровень квалификации бухгалтеров.

Только проанализировав все вышеперечисленные факторы (их может быть значительно больше), бухгалтер сможет создать учетную политику организации, которая позволит сделать работу компании удобнее, эффективнее и показательнее.

Благодаря учету данных особенностей организации появится система, которая позволит уменьшить риски, исключить штрафы и увеличить выгоды любой компании, будь то крупный международный холдинг либо небольшая частная фирма.

На последнем этапе происходит проверка соблюдения основных нормативных стандартов.

Способы ведения бухгалтерского учета, избранные организацией при формировании учетной политики, применяются с первого января года, следующего за годом утверждения соответствующего организационно-распорядительного документа. Вновь созданная организация оформляет избранную учетную политику до первой публикации бухгалтерской отчетности, но не позднее 90 дней со дня государственной регистрации. Принятая вновь созданной организацией учетная политика считается применяемой со дня государственной регистрации.

Основное назначение правил, утвержденных в учетной политике, - обеспечение максимального эффекта от ведения бухгалтерского учета: своевременное и достоверное формирование финансовой и управленческой информации, оптимизация налоговых платежей законным образом, а также эффективное использование материальных и денежных ресурсов, ускорение оборачиваемости капитала. Все это позволяет влиять на размеры налоговых платежей, производимых за счет прибыли.

1. Бухгалтерский учет : учебное пособие [Электронный ресурс] URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42396/1/978-5-7996-1820-9_2016.pdf
2. Бухгалтерский учет [Электронный ресурс] URL: https://www.audit-it.ru/terms/accounting/bukhgalterskiy_uchet.html

Кузина Т.Д.

Механизм выхода и адаптации ТНК на российском рынке: методические указания для ТНК, оперирующей на рынке шинной продукции

*КУБГУ «Кубанский государственный университет»
(Россия, Краснодар)*

doi: 10.18411/sr-10-06-2021-59

Аннотация

В статье рассматривается базовый механизм адаптации транснациональных корпораций к текущим российским условиям хозяйствования как принимающей страны, а также рассмотрен подробно алгоритм действий адаптационного процесса ТНК, оперирующей на рынке шинной продукции. В результате практического применения данного алгоритма, в частности анализа экономических отечественных

условий, были выявлены конкретные инструменты адаптации корпорации Continental AG при выходе на российский рынок.

Ключевые слова: механизм адаптации, инструменты адаптации, российские экономические условия, ТНК

Алгоритм действий ТНК в процессе адаптации к российским условиям хозяйствования

Итогом адаптационных мер транснациональной корпорации к условиям принимающей страны может стать полная адаптация/умеренная адаптация/невозможность адаптации. Данные вероятности отражают конечные результаты, которые ТНК могут достигнуть путем реализации разработанного комплекса мер с учетом их интересов и влияющих, на корпорацию, факторов. Однако, стоит заметить, что не только сам комплекс мер имеет значение, но и последовательность их выполнения, поскольку адаптация корпораций на российском рынке носит характер временной продолжительности, и она представляет собой процесс из нескольких базовых этапов, имеющих особенности, связанные со спецификой российского рынка.

Рисунок 1– Модель механизма адаптации ТНК к условиям хозяйствования принимающей страны и его элементы

В общем виде механизм адаптации ТНК к условиям принимающей страны представлен на рисунке 1.

Согласно представленному механизму, на «входе» первоначально происходит определение факторов, благодаря которым в принимающей стране сложились те или иные социально-экономические условия и выявление их особенностей. Во время второго этапа необходимо провести оценку выявленных условий и по результатам сформировать индивидуальный инструментарий адаптации. Третий и заключительный этап отражает непосредственно сам процесс адаптации транснациональной корпорации к условиям в принимающей стране и включает принятие управленческих решений в условиях неопределенности и риска.

Реализуют все данные элементы дочерние филиалы и подразделения транснациональной компании, функционирующие в зарубежной стране с учетом имеющегося опыта, накопленным материнской компанией, и способствующим более эффективной деятельности на рынке. И как итог, после обработки входящей информации с применением международного опыта, на «выходе» мы имеем совокупность тактических и стратегических действий корпорации – элементов механизма адаптации.

Рассмотрим подробнее сами этапы адаптации транснациональных корпораций к российским условиям ведения международного бизнеса, представленного на рисунке 2.

На первичном этапе «Подготовка» также подвергаются анализу прогнозные и плановые расчеты эффективности деятельности транснациональной корпорации на выбранном рынке, с учетом привлекательности и перспективности роста рынка в фокусном экономическом секторе (продажа товаров/услуг, производство и т.д.). В то же время основная деятельность материнской корпорации может в некоторой степени отличаться от деятельности своего филиала, дочерней компании, которая планируется создаваться на территории РФ.

Рисунок 2 – Этапы процесса адаптации ТНК к российским условиям хозяйствования

Возврат на первый этап при «Оценки» говорит о том, что второй этап является комплексным и особо значимым. Например, если прогнозируется умеренный сценарий адаптации, то корпорации необходимо решить для себя, готова ли она компенсировать

издержки в долгосрочной перспективе, если нет, то стоит задуматься о выборе другого странового рынка.

Завершающий этап «Расчет эффективности» говорит сам за себя – на данной стадии проводится расчет эффективности проведенных мероприятий по адаптации. Также, по истечении определенного периода времени проводится количественная оценка степени адаптации, которую можно выразить в таких показателях как:

- доля в физическом объеме совокупного продукта в определенной отрасли/регионе;
- доля в стоимости совокупного продукта отрасли/регионе.

Методические указания по выходу ТНК, оперирующей на рынке шинной продукции, на российский рынок и адаптации к его условиям

Беря во внимание все вышесказанное предоставим методические указания для выхода на российский рынок и дальнейшей адаптации на примере ТНК, которая оперирует в автомобильной отрасли, а именно на рынке автомобильных аксессуаров. А также дадим рекомендации для более глубокой адаптации к сложившимся национальным условиям ведения бизнеса.

Корпорация Continental AG – немецкая компания по производству шин и автомобильных аксессуаров, один из лидеров на данном рынке в Европе с точки зрения узнаваемости бренда и оборотов. Головная компания находится в Германии, непосредственная деятельность также осуществляется в Бельгии, Чили, Франции, Великобритании, Португалии, Швеции, Люксембурге, Чехии, Турции, Испании, Румынии и США. Производство осуществляется в таких направлениях как: автомобильные шины (как для легковых, так и для грузовых автомобилей); диски для шин; сопутствующие аксессуары (щетки, лопатки, скребки и т.д.) [1].

Реализация продукции является исключительно оптовой продажей в адрес дилеров и розничных сетей, т.е. цепочка создания стоимости завязано на том, что товары корпорации с места производства попадают в руки конечного покупателя не напрямую, а через дистрибьюторов, а затем и дилеров и розничные сети. При этом компании, осуществляющие такую деятельность – независимые лица, т.е. не входят в структуру Continental.

Стоит отметить, что продукция рассматриваемой компании не имеет ориентации для конкретной марки автомобиля, она универсальна, а также представляет собой товары индивидуального потребления, которые имеют свои отличительные особенности по сравнению с товарами производственного/промышленного назначения. Характеристика товаров Continental представлена в таблице 1 в разрезе критериев, влияющих на их сбыт.

Таблица 1

Характеристика автомобильных аксессуаров

Критерий	Характеристика
Потребитель	Массовый
Производство	Стандартизированное, достаточно простое в технологии
Удовлетворяемые потребности	Личные
Решение о приобретении товара	Принимается лично, зависит от наличия автомобиля, т.к. является сопутствующим товаром
Мотив приобретения	Рациональное, в большей степени не зависящее от эмоций
Влияние рекламы	Значительное

Большая доля выручки компании приходится на реализацию шин для легковых автомобилей, т.к. компания зарекомендовала себя на рынке как производитель, чья продукция соответствует всем стандартам качества и технологий, потребительским

ожиданиям в процессе эксплуатации. В связи с этим, руководством компании было принято решение о расширении своей деятельности посредством выхода на зарубежные рынки, с учетом поставленных целей:

- непосредственное расширение производства;
- увеличение уровня прибыли;
- повышение имиджа и конкурентоспособности на международном уровне;
- экономия за счет увеличения масштабов производства;
- поддержание и увеличение технического уровня производства под воздействием международной конкуренции;
- диверсификация производства.

После анализа ресурсной базы было выявлено, что поставленные цели могут быть достигнуты использованием внутренних финансовых ресурсов компании. Следующим шагом был проделан анализ отраслевой структуры и конкурентного рынка шинной продукции для прогнозирования перспектив развития в конкретной стране и возможностей осуществить вход.

Шинная промышленность – одна из важнейших отраслей химического комплекса. Она тесно связана с производством синтетического каучука. Производство шин представляет собой заключительное звено технологической цепочки: добыча нефти и газа – получение бензина – производство синтетического каучука – производство шин [2].

Российский рынок шинной продукции по степени конкурентности может быть сравним с европейским шинным рынком. Наряду с растущим импортом из стран Азии, мировые бренды локализуют производство на территории России. Так, производственные мощности в России уже есть у компаний Pirelli, Continental, Michelin, Yokohama, Nokian [3]. Среди традиционных российских производителей в данной отрасли лидерами являются Нижнекамский шинный завод, шинный холдинг «Кордиант», Алтайский шинный комбинат. Если основным драйвером российского шинного рынка, например, в 2012 г. был растущий импорт, то в 2013 – 2014 г. ключевой движущей силой рынка выступает именно производство. В 2020 году при довольно стабильных условиях среди чистых импортеров, не имеющих локализации, остаются такие крупнейшие поставщики шинной продукции как Hankook, Kumho, Goodyear, «Белшина», Bridgestone, Sumitomo, Toyo и др., которые могут понести убытки ввиду колебаний курсов валют [4].

Основные факторы, способствующие повлиять на национальный рынок шинной продукции, можно сформулировать как:

- развитие уже функционирующих на данный момент в России сборочных производств, таких как Volkswagen, Volvo, Mercedes-Benz, Renault и др.;
- развитие утилизации техники, что может повлечь за собой обновление технопарка;
- стабилизация экономики, в частности курса национального рубля;

Однако несмотря на нестабильность российский шинный рынок постепенно развивается, на смену устаревшей техники приходит более технологичная и качественная продукция, сами производители улучшают процессы работы с дистрибьюторами и дилерами, развивается розничная торговля – рост продаж через специализированные центры и развитие интернет-торговли. Российский рынок привлекателен тем, что постоянно развивается – увеличивается количество легковых автомобилей, сельскохозяйственной и другой техники, для эксплуатации которых необходимы шины, при этом как летние, так и зимние. Итогом первого этапа адаптации

стало то, что российский рынок был выбран руководством как один из перспективных для расширения производства.

В рамках второго этапа был проведен анализ условий хозяйствования на российском рынке, а также влияние факторов и акторов на адаптационные возможности ТНК. Так, наибольшее влияние оказывают экономико-политический и нормативно-правовой факторы, а их акторов можно выделить органы государственной власти, местного самоуправления, защитников окружающей среды и компании – конкуренты. При таком раскладе были рассмотрены варианты типов ведения бизнеса и структуре бизнес-процессов: размещение на российской территории торгового представительства, которое бы осуществляло закупку продукции у зарубежных производителей, входящих в торгово-производственный холдинг Continental, с последующей оптовой реализацией в адрес компаний-дилеров в России. Однако, принимая во внимание значительное влияние экономико-политического фактора на адаптацию и функционирование (как например, нестабильность рубля, который влияет на совершение импортных операций), такой вариант был отвергнут, и предложен процесс по локализации собственного производства с учетом льготных инвестиционных возможностей некоторых регионов страны. Осуществление операций на территории стран, разделенных таможенными границами, только подтверждает наличие у компании международного бизнеса, а не только внешнеэкономической деятельности [5].

По результатам анализа в качестве целевой территории был выбран Северо-Западный округ, а именно Ленинградская область – одна из наиболее быстроразвивающихся регионов, с развитой инфраструктурой, открытой для инноваций и технологических производств, наличие кооперации с государственными органами.

Северо-Западный округ открыт для зарубежных инвестиций, которые с каждым годом продолжают расти, это происходит за счет не только самой привлекательности региона, но благодаря проводимых региональных политик по сопровождению инвестиционных проектов:

- система налоговых льгот (льготы на налог на прибыль, на имущество организации) и поддержки на государственном уровне (субсидии из областного бюджета на частичное возмещение затрат);
- осуществление и поддержание стабильности экономической, политической и социальной;
- поддержание открытости и прозрачности информации.

В качестве проекта в рамках мер поддержки принимается размещение новых и/или расширение существующих производств на территории Ленинградской области. Принципами поддержки являются: обязательность (если проект соответствует всем критериям закона «О поддержке инвестиционной деятельности» госорганы обязаны осуществлять меры поддержки), стабильность (защита инвесторов, на которых накладываются дополнительные обязательства, в связи с благоприятным воздействием на саму область), неухудшение условий (т.е. область не применяет нормативные акты в отношении инвестора, которые ухудшают условия сформировавшиеся на момент предоставления льгот), преференции не исключают друг друга (право инвестора получать льготы, даже при условии того, что в отношении него действуют уже меры поддержки). соответственно, при размещении производства в выбранном регионе компания может воспользоваться всеми преимуществами льгот, позволяющих сократить издержки на адаптационные мероприятия [6].

Таким образом, можно говорить о том, что адаптация возможна в полной мере и было принято решение по выходу именно на российский рынок, а именно в Ленинградской области.

На третьем шаге руководству транснациональной компании были предложены меры по реализации сценария полной адаптации к российским условиям. Данные меры учитывали степени возможности влияния факторов на процесс адаптации, т.е. чем большее влияние оказывал фактор, тем большее внимание было выделено на разработку мер, по предотвращению данных помех.

На преодоление экономико-политических факторов была определена желаемая бизнес-модель (строительство завода и торгового дома на российской территории), способствующая минимизации рисков нестабильности ситуации. В отношении нормативно-правового фактора необходимо осуществлять планирование оптимизации налогообложения. Т.к. особенно остро страны ощущают рост государственных расходов при сокращении доходов в виде налоговых поступлений., поэтому активно проводятся международные реформы, которые усиливают органы законодательной и исполнительной власти, пресекающие попытки уклонения от налогов. Зачастую многие иностранные компании, открывающие свои филиалы/представительства неполностью осведомлены с требованиями российской налоговой системы в части уплаты налогов, а потому они подвержены риску нарушения налогового законодательства. Для предотвращения подобных ситуаций может стать мероприятием по принятию в основной штат опытных специалистов в данной сфере, при этом в начале деятельности следует осуществлять подобный контроль также со стороны материнской компании. Также можно воспользоваться специалистами из рекомендованных консалтинговых фирм, затраты могут быть высоки, но это будет оправдано соблюдением российского законодательства, тем самым уже в начале зарекомендовав себя как добропорядочного налогоплательщика. С учетом норм законодательства возможно осуществить анализ выгоды, которую получают сопоставимые компании, выполняющие аналогичную деятельность и функционирующие в сопоставимых финансовых и коммерческих условиях. Это актуально в виду того, что Continental размещает на российской территории и завод по производству и торговый дом, между которыми будут, проводится сделки.

Учитывая все вышесказанное, фрагмент представленного ранее механизма адаптации для компании Continental AG при решении выхода на российский рынок представлен на рисунке 2.

Рисунок 2 – Адаптационные инструменты корпорации Continental AG при выходе в российские экономические условия

И конечно, необходимо учитывать тот факт, что компании являются единицами производственно-торгового холдинга и взаимозависимыми «сестринскими»

компаниями, а потому необходимо определиться с уровнем цен при совершении сделок, а именно трансфертных цен. При этом стоит остерегаться занижения стоимости в сделках, поскольку это может сказать о том, что корпорация злоупотребляет своими преимуществами, пытаясь повлиять на финансовый результат сделки, что противоречит основе рыночной экономики сокращает поступления в бюджет. Приблизительный ценовой диапазон продукции, объекта сделок между заводом и торговым домом, может стать ценовым ориентиром при формировании себестоимости.

Подводя итоги всему вышесказанному, можно говорить о том, что транснациональной компании необходимо последовательно, с применением полного анализа, проходить все 4 этапа по разработке и реализации входа и последующей адаптации на территории принимающей страны: подготовка, оценка, реализация и расчет эффективности, чтобы сформировать индивидуальную эффективную стратегию, удовлетворяющую в полной мере интересам ТНК и стране-партнеру.

1. Легковые шины Continental официальный сайт Россия. URL: <https://www.continental.ru/car> (дата обращения: 31.04.2021)
2. Клепиков, Д. Н. Развитие Отечественной шинной промышленности / Д. Н. Клепиков, З. В. Вдовенко // Успехи в химии и химической технологии. – 2016. – Т. 30. – № 5(174). – С. 37-39
3. Где в России производят шины иностранных брендов? URL: <https://www.drive2.ru/o/b/571063250796414343/> (дата обращения: 01.05.2021)
4. Анализ российского рынка автомобильных шин 2019. URL: <https://prcs.ru/analytics-article/rossijskij-gynok-avtomobilnyh-shin/#:~:text=Объем%20рынка%20автомобильных%20шин%20в,на%20рынке%20занимает%20имп> ортируемая%20продукция (дата обращения: 31.04.2021)
5. Варфоломеева, В. А. Инвестиционная политика Российской Федерации в 2017-2020 годы / В. А. Варфоломеева, А. В. Игишев // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 9-1(67). – С. 72-76.
6. Инвестиционный портал Ленинградской области. URL: <http://lenoblinvest.ru> (дата обращения: 02.05.2021)

Сагайдак А.А., Селянский М.С.

К вопросу устойчивого развития сельских территорий

*Государственный университет по землеустройству
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/sr-10-06-2021-60

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы социально-экономического развития сельских территорий. Дается оценка социально-экономических показателей развития села в период действия федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года». Рассматриваются и оцениваются мероприятия, предусмотренные государственной программой Российской Федерации «Комплексное развитие сельских территорий».

Ключевые слова: федеральная целевая программа, государственная программа, Российская Федерация, сельские территории, сельскохозяйственные товаропроизводители, социально-экономическое развитие, государственное управление, трудовые ресурсы

В Указе Президента Российской Федерации В.В.Путина от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» в целях осуществления прорывного развития Российской Федерации, увеличения численности населения страны, повышения уровня жизни граждан, создания комфортных условий для их проживания, а также раскрытия таланта каждого человека