OMEGA SCIENCE
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

OMEGA SCIENCE
INTERNATIONAL CENTER OF INNOVATION RESEARCH

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Сборник статей
Международной научно-практической конференции
4 июня 2019 г.

Часть 1

МЦИИ ОМЕГА САЙНС | ICOIR OMEGA SCIENCE
Казань, 2019

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5
П 901

П 901
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: сборник статей Международной научно-практической конференции (4 июня 2019 г, г. Казань). В 4 ч. Ч. 1 / - Уфа: OMEGA SCIENCE, 2019. – 264 с.

ISBN 978-5-907153-85-1 ч.1
ISBN 978-5-907153-89-9

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно-практической конференции «ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ», состоявшейся 4 июня 2019 г. в г. Казань. В сборнике статей рассматриваются современные вопросы науки, образования и практики применения результатов научных исследований

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками, научных и педагогических работников, преподавателей, докторантов, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку). **Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.** Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

При перепечатке материалов сборника статей Международной научно-практической конференции ссылка на сборник статей обязательна.

Сборник статей постатейно размещён в научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 981 - 04 / 2014К от 28 апреля 2014 г.

ISBN 978-5-907153-85-1 ч.1
ISBN 978-5-907153-89-9

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5

© ООО «ОМЕГА САЙНС», 2019
© Коллектив авторов, 2019

Ответственный редактор:
Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук.

В состав редакционной коллегии и организационного комитета входят:
Алиев Закир Гусейн оглы, доктор философии аграрных наук,
профессор РАЕ, академик РАПВХН и МАЭП
Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук, доцент
Алдакушева Алла Брониславовна, кандидат экономических наук, доцент
Алейникова Елена Владимировна, доктор государственного управления, профессор
Бабаян Анжела Владиславовна, доктор педагогических наук, профессор
Баишева Зиля Вагизовна, доктор филологических наук, профессор
Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук, доцент
Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук, доцент, член РАЮН
Виневская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент
Вельчинская Елена Васильевна, профессор, доктор фармацевтических наук,
академик Академии Наук Высшего Образования Украины,
академик Международной академии науки и образования
Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук, доцент
Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук, доцент
Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук, доцент
Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук, доцент
Датий Алексей Васильевич, доктор медицинских наук, профессор
Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук, доцент,
академик Международной академии социальных технологий (МАС), профессор РАЕ
Епхиева Марина Константиновна, кандидат педагогических наук, доцент, профессор РАЕ,
Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук, профессор
Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук, профессор,
Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук, профессор
Куликова Татьяна Ивановна, кандидат психологических наук, доцент
Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор
Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук, доцент
Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук, профессор
Кленина Елена Анатольевна, кандидат философских наук, доцент
Козлов Юрий Павлович, доктор биологических наук, профессор,
президент Русского экологического общества, действительный член РАЕН и РЭА,
почетный работник высшей школы МО РФ
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент
Кондрашихин Андрей Борисович, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор
Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук, профессор
Ларионов Максим Викторович, доктор биологических наук, профессор
Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук, профессор
Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук, доцент
Песков Аркадий Евгеньевич, кандидат политических наук, доцент
Половеня Сергей Иванович, кандидат технических наук, доцент
Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук, профессор
Прошин Иван Александрович, доктор технических наук, доцент
Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук, профессор, академик РАЕН
Сирик Марина Сергеевна, кандидат юридических наук, доцент

Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук, профессор
Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук, профессор
Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук, доцент
Терзиев Венелин Кръстев, доктор экономических наук, доктор военных наук профессор
Чиладзе Георгий Бидзинович, доктор экономических наук, доктор юридических наук, профессор
Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук, профессор
Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико - математических наук, профессор
Шошин Сергей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент
Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент
Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук, профессор
Янгиров Азат Вазирович, доктор экономических наук, профессор
Яруллин Рауль Рафаэллович, доктор экономических наук, профессор, член - корреспондент РАЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 33

Акиньшина А.В., студент, 1 курс, факультет «Физико - математический»
Орловский Государственный Университет им. И.С.Тургенева, Россия, г. Орел
Корнилова Е.Д., студент, 1 курс, факультет «Физико - математический»
Орловский Государственный Университет им. И.С.Тургенева, Россия, г. Орел
Научный руководитель: Мельник Т.Е.
канд. экон. наук, доцент ОГУ им. И.С.Тургенева, г. Орел, РФ

ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Аннотация

Актуальность темы исследования заключается в необходимости комплексного понимания особенностей деятельности государственных структур по предотвращению экономических преступлений.

Целью исследования является рассмотрение основ деятельности государственных органов по борьбе с экономическими преступлениями.

В ходе исследования использовались общенаучные методы (сравнение и обобщение).

Ключевые слова:

экономические преступления, предотвращение экономических преступлений

Раскрытие и предотвращение экономических преступлений – это сложный и многогранный процесс, который направлен на нейтрализацию, ослабление и устранение причин и условий преступности. Лучшего результата в процессе предотвращения экономических преступлений можно добиться только благодаря взаимодействию государственных структур друг с другом.

На рисунке 1 представлены государственные структуры по предотвращению экономических преступлений и их основные направления.

Рисунок 1 – Государственные структуры по предотвращению экономических преступлений.

Основная работа по выявлению и пресечению экономических преступлений в настоящее время проводится соответствующими подразделениями Министерства внутренних дел Российской Федерации, а именно Главным управлением экономической безопасности и противодействия коррупции (ГУЭБ и ПК) в структуре Министерства внутренних дел.

Важное значение в работе ГУЭБ и ПК МВД России по предупреждению экономических преступлений является предотвращение плановых и подготовленных экономических преступлений. [2]

Следственный комитет Российской Федерации также осуществляет действия по предотвращению экономических преступлений, в соответствии с их компетенцией. Например, в подследственность Следственного комитета РФ входят экономические преступления, имеющие налоговый состав, а также иные преступления в сфере экономики, включая преступления против интересов службы коммерческой организации. К основной деятельности ФСБ РФ относится разведывательная деятельность иностранных специальных служб и организаций [1]. Взаимодействие государственных структур основано на соответствующих соглашениях, на которые обычно распространяются основные виды деятельности и основные правила (Рисунок 2) [1].

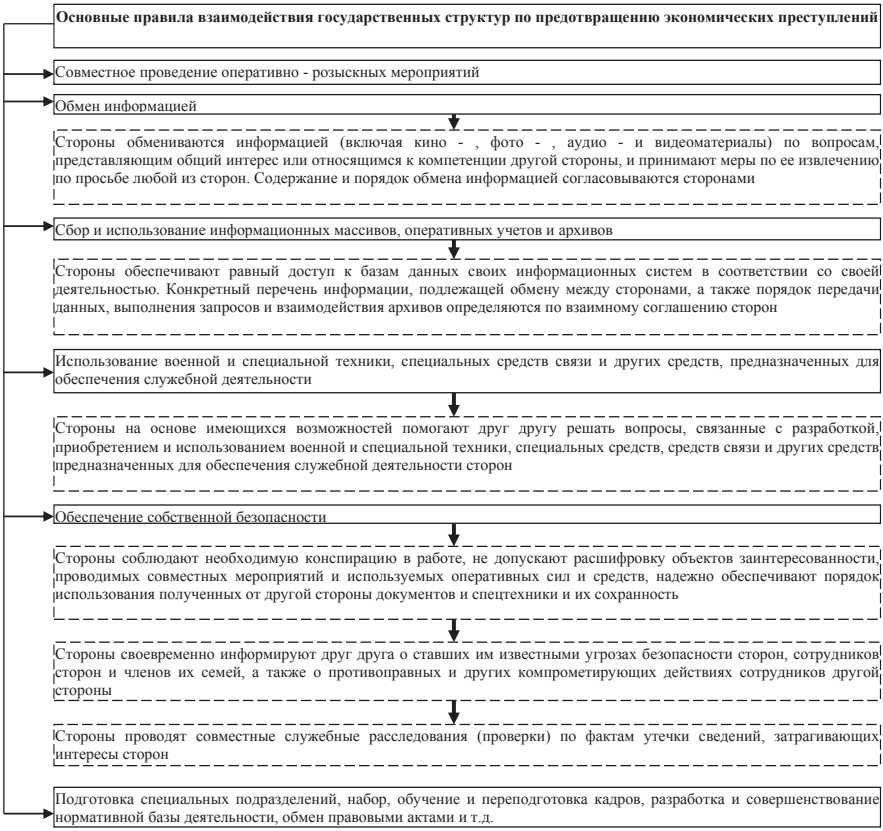


Рисунок 2 – Основные правила взаимодействия государственных структур по предотвращению экономических преступлений.

Таким образом, взаимодействие государственных структур по предотвращению экономических преступлений имеет важное значение. Только благодаря совместным усилиям можно достичь эффективного результата. Одним из ключевых показателей результативности деятельности государственных структур в борьбе с экономическими преступлениями является экономический эффект от предотвращения преступлений. При этом в настоящее время наблюдается небольшое количество нераскрытых экономических преступлений. Это говорит о том, что государственным структурам необходимо увеличить свои усилия для борьбы с данным видом преступлений.

Список использованной литературы

1. Ларичев, В.Д. Понятие и характеристика основных субъектов предупреждения преступлений в сфере экономики в современных условиях / В.Д. Ларичев, О.Ю. Исаев //. Общество и право. 2010. № 1 (28). С. 198 - 208

2. Титов, В.Г. Модель экономического преступления / В.Г. Титов // Правовая держава. 2003. № 6. С. 129 - 137.

© А.В.Акиньшина, Корнилова Е.Д. 2019

УДК33

Д.Е. Алексеев Магистрант 2 - го курса, РАНиГС
г.Брянск, РФ, E - mail: alexeev.d.e@yandex.ru
Научный руководитель: В.В. Огнева
доктор политических наук, профессор
г.Брянск, РФ, E - mail: ognevavv@yandex.ru

ПОЛИТИЧЕСКИЕ СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ РОССИИ И ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА В УСЛОВИЯХ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ

THE POLITICAL PROSPECTS OF THE SCRIPT DEVELOPMENT OF RUSSIA AND THE EURASIAN ECONOMIC UNION IN CONDITIONS OF WESTERN SANCTIONS

АННОТАЦИЯ

В.настоящей.статье рассматриваются вопросы функционирования России и Евразийского экономического союза в условиях западных санкций. Выявлены проблемы преобладающего влияния, препятствующего эффективной работе Евразийского экономического союза. Приведена характеристика модели взаимодействия государств – членов ЕАЭС в современных условиях. Проведена формулировка базовых сценариев и перспектив развития ЕАЭС в условиях западных санкций.

ABSTRACT

This article discusses the functioning of Russia and the Eurasian economic Union (hereinafter the EAEU) under Western sanctions. The problems of the prevailing influence hindering the effective work of the Eurasian economic Union are revealed. The characteristic of the model of

interaction of the EAEU member States in modern conditions is given. The formulation of the basic scenarios and prospects of the EAEU development in the conditions of Western sanctions is carried out

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Россия, санкции, евразийская интеграция, международная торговля, экспортный потенциал стран ЕАЭС

Сохранение западными странами в отношении Российской Федерации режима экономических санкций имеет важное значение для безопасности страны. Противостояние государств и столкновение их противоположных интересов сегодня является ключевой задачей в соперничестве за завоевание постсоветского и евразийского экономического пространства. Курс Соединенных Штатов Америки направлен на ослабление Российской Федерации как движущей силы евразийского противостояния и дестабилизацию республик средней Азии. Требующими решения сегодня являются вопросы возможности ЕАЭС преобразоваться в основной инструмент политического и экономического влияния в регионах, прогноза положительных сценариев развития Евразийского экономического союза в сложных политических и экономических условиях.

Развитие интеграционного объединения ЕАЭС является одним из самых перспективных направлений. Географическое расположение и историческая общность стран, а также сохранение старых хозяйственных связей позволяют Российской Федерации нивелировать последствия внешнеэкономических санкций и компенсировать ограничение выхода на западные рынки.

Политическая элита Соединенных Штатов Америки стремится ограничить формирование в центре Евразии сильного политико - экономического блока. В связи с этим, американские эксперты - политологи высказывают мнение о том, что введение санкций в отношении России связано с желанием ослабить её позиции в ЕАЭС и как результат обречь ее на ускоренную экономическую стагнацию и политическую изоляцию. В качестве противовеса такой позиции западные аналитики дают и более реалистичные прогнозы. Политолог Спиди Д. считает, что создание Евразийского экономического союза является для всех его участников взаимовыгодным..Наиболее благоприятной моделью взаимодействия государств участников ЕАЭС в условиях экономических санкций является стремление к взаимовыгодному и равноправному партнерству.

Отличительной особенностью в настоящее время является выраженный политический характер принятия решений стран ЕАЭС. Такое положение дел предполагает формирование нескольких блоков стран с разной иерархией национальных интересов. Первый блок стран включает союз государств: Россию, Белоруссию и Казахстан. Поддерживая политические решения руководства Российской Федерации по развитию Еврозийского экономического союза перечисленные страны стремятся удовлетворять собственные экономические интересы. Со стороны России предприняты меры по противодействию экономическим санкциями. Они направлены на поддержку отечественного производителя. Для производителей из стран ЕАЭС открыты широкие возможности для торговли на территории России.

Второй блок составляют Армения и Киргизия, недавно вошедшие в Еврозийский экономический союз. Эти государства являются наиболее уязвимым для внешнего влияния, так как имеют слабый экономический потенциал и находятся в зависимости от российских поставок. Интерес этих стран к членству в ЕАЭС связан с желанием обеспечения

собственной безопасности. Так как Еврозийский экономический союз и Организация Договора о коллективной безопасности (ОДКБ) являются основными стабилизирующими факторами в регионе, страны, не имеющие стабильной экономики и установленной политической системы, стремятся посредством присоединения к ЕАЭС обеспечить защиту собственного национального суверенитета.

К третьему блоку относится Российская Федерация. Она составляет ядро экономического союза, обеспечивающая подавляющую долю Валового внутреннего продукта. Россия имеет большой экономический потенциал, а также рычаги влияния на политику остальных стран ЕАЭС. Из этого следует, что для помощи союзу, сформироваться в качестве эффективного объединения для каждого из его участников, Россия вынуждена стремиться к лидирующей политической роли. Ярким примером этого является заключение соглашения о зоне свободной торговли между Еврозийским экономическим союзом и Вьетнамом. Вьетнам, в этом случае, не оказывает влияния на развитие евразийского интеграционного объединения, но содействует Российской Федерации в преодолении экономических санкций со стороны запада. В настоящий момент на Россию приходится более 83 % экономической активности в ЕАЭС. Исходя из этого, неизбежно возникает проблема согласования решений и интересов.3 Если в ситуации с Североамериканским соглашением о свободной торговле (НАФТА) глобальная экономическая и политическая мощь Соединенных Штатов Америки делает интеграцию привлекательной, то в случае с Евразийским экономическим союзом в глазах бывших республик союза советских социалистических республик, Россия выглядит одним из государств, претендующих на центральную роль в отдельном регионе.

На сегодняшний день для большей эффективности работы союза целесообразно снизить экономическую роль России в ЕАЭС либо посредством расширения союза и включения в него новых республик, либо путем увеличения российский инвестиций во все национальные экономики. Анализ перспектив работы Евразийского экономического союза позволяет выделить несколько базовых сценариев развития. Наиболее оптимальным сценарием развития ЕАЭС является постепенное нивелирование всех критических противоречий, связанных, в первую очередь, с экономическими санкциями и уровнем политической привлекательности объединения. Отказ от взаимных таможенных ограничений позволит перейти на новый этап поступательного развития, которое будет выражаться практической реализацией базовых документов ЕАЭС. \Следующий шаг связан с присоединением к ЕАЭС Узбекистана и Таджикистана. Это позволит существенно поднять политический вес Евразийского союза на международной арене.

Дальнейшее расширение Евразийского экономического союза является важным условием укрепления позиций интеграционного объединения на мировой арене. Стратегия наращивания товарооборота между Россией и странами ЕАЭС является основой для продолжения успешной интеграции. В отдаленной перспективе, учитывая опыт ЕС, закономерным итогом развития ЕАЭС может стать более глубокая политическая интеграция с образованием сильных наднациональных органов управления.

Однако, замедление экономического развития России снижает интерес у стран к участию в ЕАЭС. Это создает определенные трудности для распространения российского влияния в регионе. Расширение внутреннего товарооборота сдерживается за счет введения ограничительных барьеров на некоторые виды продукции. В первую очередь это связано с

тем, что Россия, Казахстан и Белоруссия, в условиях нестабильной экономической ситуации, и западных санкций, несмотря на заключенные соглашения об открытых границах, стремятся защитить свои рынки. В связи с возможным включением в евро союз новых государств и замедлением развития некоторых стран - участниц, Россия должна будет выступать в роли инвестора для менее успешных участников союза с тем, чтобы сделать ЕАЭС более привлекательным для участия в нем этих стран. Учитывая изложенное, итогом данного сценария для ЕАЭС может явиться риск пополнить обширный список интеграционных союзов, работающих лишь на формальной основе. Вместе с тем, имеющийся высокий конфликтный потенциал внутри республик и создание вокруг России кольца стран со сложной политической обстановкой позволяют проявиться факторам для смены существующего политического руководства в нескольких государствах союза, в ходе чего резко изменится их экономическая и политическая ориентация.

Страны участники ЕАЭС могут прийти к решению активизировать западный вектор развития, налаживая двустороннее партнерство с ЕС или странами Юго - Восточной Азии. Активное строительство новых интеграционных образований и перспектива вступления республик в западные структуры может подвергнуть ЕАЭС заметному противоинтеграционному воздействию, сопровождающемуся ростом центробежных сил. Итогом станет усиление геополитического и экономического влияния США и КНР на новые политические элиты стран ЕАЭС. Воздействие этих факторов будет негативно отражаться на работе ЕАЭС и в конечном итоге может привести к его распаду. В этом случае, для российской продукции закроются перспективные рынки, международный авторитет России и сама идея российской интеграции евразийского пространства дискредитируется.

Объявленные экономические санкции вынуждают Россию все более активно стремиться к сотрудничеству с Китаем. В транзитном потенциале КНР заинтересованы практически все страны региона. Это может значительно ускорить создание единой транспортной сети между странами ЕАЭС. Основной опасностью реализации данного проекта для России и стан ЕАЭС является возможность экономической зависимости от КНР.1 В этом случае все интеграционное пространство будет ориентировано не на Россию, а на экономические потребности и интересы Китая. Дозирование китайского экономического и инвестиционного ресурса со значительным увеличением экспорта продукции ЕАЭС на китайский рынок будет гарантом сохранения Евразийского экономического союза как независимого игрока на международной арене.

Итогом данного сценария будет являться укрепление экономической и политической безопасности в регионе.

В последнее время руководители стран Европейского Союза начали понимать бесперспективность санкционной войны против России. Стратегические экономические интересы стран Западной Европы могут взять верх над сложившейся политической конъюнктурой, интеграция ЕАЭС и ЕС, создание Большой Европы в будущем может обрести реальный шанс на реализацию. В своих заявлениях, президент России В.В. Путин неоднократно заявлял о возможности построить общее с Европой экономическое пространство от Лиссабона до Владивостока. Совместная деятельность ЕС и ЕАЭС,

[1] Основные направления таможенно - тарифной политики на 2017 и 2018 годы // [Электронный ресурс]. URL: http: // www.minfin.ru / ru / document / ?id _ 4=64713 (дата обращения: 24.05.2019)

несмотря на долгосрочность данной перспективы, могла бы послужить эффективным инструментом противодействия всем видам западных санкций, практически исключила бы возможность их введения и расширения. Вступление ЕС в Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнёрство раньше, чем будет организовано сотрудничество с ЕАЭС, затруднило бы ее реализацию, обеспечило бы сохранение и значительное углубление политических и экономических санкций.

Главным препятствием интеграции Евразийского экономического союза и Европейского союза является несовпадение принципов, а именно: страны ЕАЭС ориентируются на принципы взаимной экономической выгоды, а для ЕС важны в первую очередь политические мотивы. Большая Европа сформируется не как слияние двух центров силы, а лишь как дальнейшее расширение ЕС на восток, переформатирование России и других стран ЕАЭС в соответствии с его собственными ожиданиями, втягивание их в свою политико - экономическую систему. Курс на равноправную интеграцию ЕС и ЕАЭС вызовет максимальное противодействие со стороны Соединенных Штатов Америки и прочих европейских стран, сторонников США.Эффективность реализации совместных масштабных инвестиционных проектов, объединяющих все инвестиционные ресурсы стран ЕАЭС, возможна при проведении совместной координации инвестиционной политики, создании в рамках функционирующих наднациональных органов объединения общей и единой стратегии модернизации национальных экономик. Учитывая рассмотренные сценарии, можно сделать вывод, что наиболее благоприятным и вероятным направлением развития ЕАЭС связанным с расширением экономического союза, будет включение в союз Узбекистана и Таджикистана. Более перспективным для реализации будет сценарий, связанный с взаимодействием союза с такими объединениями, как Европейский союз и Экономический пояс Шелкового пути. Неблагоприятный, но и наименее возможный сценарий развития ЕАЭС связан с отсутствием возможности преодоления главных противоречий, что приведет к запуску процесса дезинтеграции объединения.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. «Таможенный кодекс Таможенного союза» (ред. от 08.05.2015) (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 №17) [Электронный ресурс] // http: // www.consultant.ru / (дата обращения: 24.05.2019).
2. Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года // [Электронный ресурс] / http: // base.garant.ru / 70670880 / (дата обращения: 29.04.2019).
3. Постановление Правительства РФ от 20.12.2014 № 1427 "О внесении изменений в методику расчета ставок вывозных таможенных пошлин на отдельные категории товаров, выработанных из нефти".
4. Основные направления таможенно - тарифной политики на 2018 годы // [Электронный ресурс]. URL: http: // www.minfin.ru // (дата обращения: 24.05.2019).
5. Евразийская экономическая интеграция [Электронный ресурс]. URL: http: // eec.eaeunion.org / en / Documents / broshura26 _ ENGL.pdf (дата обращения 13.05.2019).
6. Стратегия - 2020: Новая модель роста – новая социальная политика [Электронный ресурс]. URL: http: // www.strategy2020.rian.ru (дата обращения 18.05.2019).

7. Баскакова И.А. Перспективы развития приграничного сотрудничества России и Казахстана в рамках Таможенного союза // Вестник РГГУ. 2013. № 21 (122). Серия «Международные отношения. Зарубежное регионоведение». С. 179 – 189.

8. Баскакова И.А. Опыт экономической интеграции с участием России и Казахстана в 1990 - е гг. // Вестник РГГУ. 2015. № 2. Серия «Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение». С. 44 – 54.

9. Баскакова И.А. Создание международного финансового центра «Астана» в контексте формирования общего финансового рынка стран ЕАЭС // Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение», 2017. № 4 (1). С. 90 - 97.

10. Кошкин А.П., Атоян Т.Г. 2015. Взаимодействие российской власти и бизнеса в условиях санкций. – Власть. № 1. С. 198 - 204.

11. Мухаев Р.Т. 2015. Геополитика. 2 - е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ - ДАТА. С. 837.

12. Круглый стол «ЕАЭС – новые горизонты интеграции»: РЭУ им. Г.В. Плеханова. Международный инвестиционный форум Сочи - 2015: эффект масштаба работает на интеграционные процессы ЕАЭС. // Электронный ресурс // http: // www.rea.ru / ru / news / Pages / sochi.aspx (дата обращения 11.05.2019).

© Д.Е. Алексеев

УДК 338

Ю.С. Андреева
магистрант, Университет ИТМО
г. Санкт - Петербург, РФ
E - mail: yuliya.s.andreeva@yandex.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЯХ

Аннотация

В статье рассмотрены особенности управления инновационным процессом в компаниях телекоммуникационной отрасли, выявлены важнейшие направления инновационного развития и определена их эффективность для компаний.

Ключевые слова:

Управление инновациями, телекоммуникации, инновации, высокоскоростные сети

На данный момент телекоммуникационная отрасль является основой глобального информационного пространства, способствующей развитию как личных, так и деловых отношений. В условиях постоянного спроса на более быстрые и качественные услуги связи рынок телекоммуникаций сталкивается с рядом проблем. В условиях постоянного совершенствования техники менеджменту организации необходимо быть достаточно гибкими и успевать за инновационным развитием. Именно поэтому вопрос создания и

совершенствования системы управления инновациями компании телекоммуникационной отрасли можно назвать достаточно актуальным.

Для глобального рынка телекоммуникаций, объем которого в 2018 года вырос до 3,9 трлн. долларов США, характерны такие тенденции, как цифровизация телекоммуникационных компаний, развитие интернета вещей, включая проекты «Умных городов» и услуги «Умного дома», рост потребления видеоконтента, а также активное тестирование и развитие сетей 5G. Также осуществляют разработки в области цифровой безопасности, защиты данных и облачного видеонаблюдения. [2]

На мировом рынке телекоммуникационных услуг, в том числе в России, отмечается снижение роли традиционных услуг и стремительный рост популярности платформенных решений. Главную роль в трансформации отрасли играет быстрое развитие технологий и распространение решений в сферах интернета вещей, искусственного интеллекта и использования больших данных,

Меняется потребительское поведение: наблюдается стремительное развитие визуальных каналов коммуникаций, расширение использования социальных сетей и повышение значимости персонифицированных решений.

Можно выделить некоторые общие цели компаний телекоммуникационной отрасли, отраженные в «Государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 гг.)» и «Стратегии развития отрасли ИТ в РФ на 2014 - 2020 гг. и на перспективу до 2025 г.»:

- получение гражданами и организациями преимуществ от применения информационно - коммуникационных технологий путем обеспечения равного доступа к информационным ресурсам, развития цифрового контента, применения инновационных технологий, радикального роста эффективности государственного управления при обеспечении информационной безопасности;
- развитие телекоммуникационного рынка до полноценной отрасли национальной экономики за счет создания высокопроизводительных рабочих мест и обеспечения выпуска высокотехнологичной и конкурентоспособной продукции;
- информатизация крупнейших отраслей экономики РФ и предоставление качественных ИТ для роста производительности труда;
- обеспечение высокого уровня информационной безопасности государства, организаций и граждан.

Далее выявляются важнейшие направления инновационного развития компаний телекоммуникационной отрасли.

1. Проникновение новых технологий

На данный момент компании осуществляют активную деятельность по замене устаревшего оборудования, кроме того, используют современные технологии в сфере передачи данных. Используется передовое оборудование, как в области сетей связи, так при строительстве, модернизации, эксплуатации дата - центров. Деятельность компаний отрасли ориентируется на применение инновационных технологий.

Освоение новейшего оборудования и применение методологии жизненного цикла в закупочной логистике позволяет организациям снизить затраты на эксплуатационное обслуживание, расходы на тепло и электроэнергию, топливо для транспортных средств,

применяемых при текущем ремонте сетей и объектов связи, увеличение доступности и качества предоставляемых услуг.

2. Развитие проводных высокоскоростных сетей

Для снижения стоимости строительства сети доступа в регионах с достаточно невысокой плотностью населения создаются разнообразные технические решения. Компании применяют некоторые методы развития сети доступа:

- кластерный подход, с помощью которого возможно осуществлять стандартизированную комплексную застройку;
- при строительстве магистральных участков сети применяется технология пассивных оптических сетей (PON);
- выработка методики стандартизированных типовых подключения и единообразие оборудования – возможность применения рамочных договоров и минимизации закупочных цен;
- применение автоматизированной системы ведения строительства.

3. Развитие технологий фотоники

Компании выделяют как одно из основных направлений работы в рамках модернизации сетей связи и применения новых технологий – минимизация затрат на передаваемый 1 терабайт информации и повышение эффективности инвестиций в существующие магистральные и зоновые линии связи. Главная цель развития этого направления – это рост плотности и дальности передачи информации в оптическом волокне и сокращение затрат. В настоящее время большинство компаний развивают магистральную сеть, применяя высокоскоростные каналы на скорость 100G, с перспективой перехода к скорости в 400G и 1 Тб / сек. Также следует отметить и слияние управления оборудованием магистральной транспортной сети в единую инфраструктуру, путем построения иерархической модели управления на базе контроллеров программно - конфигурируемых сетей (SDN) с единым управлением каналами и сервисами. [1, с. 558].

В результате формирования новых систем управления инновационными процессами в телекоммуникационных компаниях возможно повышение маржинальности услуг связи, путем:

- снижения капитальных затрат на развитие инфраструктуры за счет выработки технических решений по построению унифицированных платформ предоставления услуг;
- снижения операционных издержек на содержание инфраструктуры связи за счет повышения уровня автоматизации управления инфраструктурой;
- разработки конвергентных услуг (комплексные услуги, включающие традиционные услуги связи и новые услуги: медиа контент и ТВ, облачные услуги: SaaS, PaaS, IaaS, хранение данных, социальные сети).

Также благодаря модернизированию системы управления инновациями возможно снижения времени вывода новых услуг на рынок благодаря:

- Повышению эффективности бизнес - процессов внутри компаний;
- Унификации организаций предоставление услуг в разных регионах;
- Снижению большого количества узкоспециализированного оборудования разных производителей и разнородных технических решений предоставления услуг;

- Созданию единой системы управления услугами, телеком - оборудованием, ИТ - системами и т.д.

При этом главным положительным моментом в результате совершенствования управления инновационными процессами в телекоммуникационной компании будет являться: разработка новых и доработка существующих технических политик, а также технико - экономическое обоснование реализации новых проектов по развитию сетей связи и ЦОДов компаний.

Наличие у организации на телекоммуникационном рынке эффективной системы управления инновациями способствует устойчивому инновационному развитию. Основными направлениями развития компаний данной отрасли являются освоение новых технологий, развитие проводных высокоскоростных сетей и развитие фотоники. Следует также отметить, что усиление конкуренции, вывод на рынок новых тенденций развития способствует развитию самой отрасли.

Список литературы:

1. Florina M. Achieving strategic agility through business model innovation. The case of telecom industry // Proceedings of the 12th International Conference on Business Excellence, pp. 557 - 567.

2. The mobile economy 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https: // www.gsma.com / r / mobileeconomy, свободный. – (дата обращения: 03.06.2019).

© Ю.С. Андреева, 2019

УДК 338

А. А. Ашуба
студент 3 курса ЮРИУ РАНХиГС,
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: Ashuba.amanda@mail.ru
М. А. Мурадян
студент 3 курса ЮРИУ РАНХиГС,
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: van - mari@mail.ru
Научный руководитель: И. Н. Нестеренко
канд. экон. наук, доцент ЮРИУ РАНХиГС,
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: irina _ nik76@mail.ru

КОНСАЛТИНГ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЛАСТЯХ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация

Стремительно развивающиеся технологии не обходят стороной ни одну сферу человеческой деятельности. Инновации коснулись технологических процессов, рынков сбыта и, конечно же, пожеланий и предпочтений клиентов. Именно поэтому большинство

организаций и компаний, желая оставаться, так сказать, «в тренде», вынуждены постоянно совершенствовать тактику и стратегию.

Ключевые слова:

Консалтинг, управленческий консалтинг, управленческая проблема, анализ рынка, сбыт.

Поскольку управленческие консалтинговые услуги – это отдельное направление бизнеса, то и участвуют в нем люди – профессионалы в своей области. Вот это и является основным стимулом обращений в консалтинговые компании. Здесь логика очень близка к бытовому здравому смыслу. Ведь можно и самому починить крышу, машину, телевизор… но специалист это сделает лучше и с гарантиями (мы имеем ввиду именно специалиста, не рассматривая качество компаний – однодневок). Точно так же и в бизнесе **– система управления предприятием** ничуть не проще машины, телевизора, а многократно сложнее. Таким образом, первая и главная причина обращений - качество предлагаемых услуг**.**

Запрос на услуги консалтинговых компаний появился еще в начале 90 - х. По мере роста экономического благосостояния в нулевых сфера B2B начала наращивать темпы развития. И уже в 2018 оду консалтинговым компаниям удалось заработать более 100 млрд. руб.[1] Сегодня спрос на услуги остается стабильным несмотря на экономический кризис.

Консалтинг – это особой тип услуг в сфере, смысл которых заключается в предоставлении консультаций руководителям предприятий. Основная задача этой деятельность – помощь в достижении поставленных задач. Консалтинг ориентирован на решение управленческих проблем в сферах кадровой политики, маркетинга, финансов информационной безопасности и стратегического планирования. [2] После либерализации экономики России спрос на этот тип услуг постепенно увеличивался. И сегодня годовая выручка консалтинговых компаний (далее КК) превышает 100 млрд. руб.

В России за консалтинговыми услугами обращаются государственные структуры и частные предприятия. Начиная с 2015 года, КК постоянно оказывают помощь компаниям при реализации инфраструктурных проектов (строительство магистралей, объектов ЖКХ и т.д.). [1] Руководства крупных частных компаний в основном сосредоточенно в Москве, поэтому в регионах КК могут рассчитывать только на средний и малый бизнес.

На российском рынке в консалтинговые услуги входит:

1) Помощь в решении организационных проблем и вывод предприятия из кризиса.
2) Оптимизация документооборота и решение проблем с внутренним администрированием.
3) Контроль финансового оборота и оптимизация налоговой нагрузки.
4) Анализ рынка.
5) Оптимизация производства.
6) Аудит информационных систем организации.

В прошлом году самой популярной услугой консалтинговых компаний была разработка стратегии продвижения на рынке. На втором месте оказалась помощь в

выводе предприятий из кризиса. Ввиду нелегкой экономической ситуации и увеличения налоговой нагрузки, в 2019 году эксперты предрекают сохранение трендов. Свои позиции также укрепит информационный, управленческий и финансовый консалтинг.

Ассоциация консультантов Италии презентовала исследование ASSOCONSULT, которое показало, что на рынке в ближайшее время вырастут запросы на проекты по направлениям [3]:

- стратегия;
- корпоративные финансы;
- финансы и контроллинг;
- риск - менеджмент;
- организационное проектирование;
- управление изменениями;
- продажи и рынки;

В ближайшее время сократятся запросы, по направлениям:

- разработка программного обеспечения;
- аутсорсинг;
- связи с общественностью;
- коммуникации;
- юридические и налоговые консультации.

Очень любопытно сопоставление трендов с фактической статистикой за 2016 - 2017 гг. Так, чемпионом по приросту консалтинговых услуг стал сектор IT - услуг (+29,3 %) и операционный консалтинг (+24,1 %), а наиболее значительный спад в управлении изменениями (- 21,3 %) и маркетинге (- 13,2 %).[3]

Таким образом, необходимость проведения управленческого консалтинга появляется тогда, когда намечаются изменения в деятельности предприятия, ухудшаются общие результаты этой деятельности (включая кризисные ситуации) либо неясность перспектив дальнейшей работы. В такой ситуации консультирование носит многофункциональный и междисциплинарный характер. Работа консалтингового консультанта включает в себя взаимодействие различных видов деловой активности, затрагивает технологические, экономические, финансовые, юридические, психо - социологические, политические и другие аспекты деятельности компании. По данным такого анализа консультант составляет рекомендации, которые касаются основных целей, деловой политики и стратегии общего планирования, структуры и контроля за работой организации.

Список использованной литературы

1. Г. А. Гаврилов Оценка эффективности управленческого консалтинга как фактора обеспечения высокого уровня конкурентоспособности образовательных организаций // Московский экономический журнал. 2019. №3. С.25 - 29.

2. Ефремов В. С. Управленческий консалтинг как бизнес. // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. №4. С.34 - 47.

3. Ассоциация консалтинговых компаний [Электронный ресурс]. URL: http: // asconco.com / index.php / feaco (дата обращения: 20.05.2019).

© А. А. Ашуба, М. А. Мурадян

УДК338

А.Е.Баштовая
Студентка 2 курса,
Биотехнологического факультета,
Направление товароведение
Поселок Персиановский,
Октябрьский район Ростовская область, Россия
E - mail: an _ bashtovay@mail.ru

КОНСАЛТИНГОВЕ УСЛУГИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

KONSALTINGOVE SERVICES AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT OF THE ECONOMY

АННОТАЦИЯ: в данной статье раскрывается смысл понятия «Консалтинг». Описываются истоки зарождения консалтинга, показана значимость консалтинговых услуг для российских предпринимателей, на примере девятнадцатого ежегодного рэнкинга ведущих консалтинговых групп и компаний 2017 года. А также приведена таблица 20 крупнейших консалтинговых групп и компаний России по итогам 2017 года.

ABSTRACT: this article reveals the meaning of the concept of "Consulting". The article describes the origins of consulting, shows the importance of consulting services for Russian entrepreneurs, on the example of the nineteenth annual ranking of leading consulting groups and companies in 2017. And also the table of 20 largest consulting groups and companies is given Russia at the end of 2017.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Консалтинг, услуги, рэнкинг, экономика, консалтинговые услуги.

KEYWORDS: Consulting services, ranking, economics, consulting services.

Что сложного в продаже товаров и услуг? Зачем предприниматели пользуются консалтинговыми услугами? Консалтинг – что это такое? Чтобы ответить на поставленные вопросы необходимо раскрыть значение, еще одного, немало важного вопроса: «чем товары отличаются от услуг?».

Товар является материальной вещью, которую можно увидеть, почувствовать, понюхать, оценить ее качество. Товары бывают: твердые, мягкие, жидкие, газообразные. А что с услугами? Тут намного сложнее. Услуга нематериальна, ее нельзя потрогать, оценить. Потребитель покупает результат деятельности, оценивает ее полезность, процесс выполнения - сервис.

Консалтинг - деятельность, направленная на управленческое консультирование по широкому кругу вопросов связанных с финансами, маркетингом, юридическим делом, оказываемое внешними консультантами для решения различных проблем.

Началом появления консалтинга считается индустриальное развитие двадцатого века, когда в крупных кампаниях не хватало информации, сведений и знаний, которые могли бы поднять экономику с колен. Именно в те года появились первые консультанты, а именно, Гаррингтон Эмерсон, Фредерик Тейлор и Артур Д. Литтл, известные в области научной

организации труда и эффективности производства. В 1914 была создана Эдвином Бузом первая консалтинговая компания в мире – «BoozAllenHamilton»[1,с.74].

«Чем обосновывается потребность российских предпринимателей прибегать к консалтинговым услугам?».

На первых этапах появления консалтинга в России, было не достаточного количества необходимой информации или знаний, что могло привести к кризису. На данный момент технологический и информационный мир достаточно динамично развивается, очень быстро изменяется курс рубля. В условиях конкурентного рынка многие сильные и развитые компании испытывают трудности. Для того чтобы эти трудности не привела к гибели предприятия существуют консалтинговые фирмы. Кроме многие фирмы пользуются консалтинговыми услугами когда необходимо оптимизировать издержки, или для улучшения имиджевой политики.

Основными видами консалтинговых услуг являются[2,с.20]:

Реализация оценочных мероприятий, создание организационной структуры, вывод компании из кризисной ситуации, потенциальный поиск новых партнеров.

Приведение в норму документооборота, офис - менеджмента и контроль внутренних организационных моментов.

Контроль налогообложения и финансовых резервов, снижение себестоимости и увеличение прибыли.

Формирование корпоративной культуры, создание программы поощрений, проведение тренингов.

Анализ конъюнктуры рынков - исследование рынка и адаптация компаний под рыночные стандарты.

Ускорение производственного цикла и повышение производительности компании, автоматизация производства, промышленный инжиниринг.

Разработка, восстановление и аудит информационных систем компании.

Специализированные услуги – инженерный, экологический, юридический, информационный консалтинг, консалтинг по телекоммуникациям, по управлению электроэнергетикой, консалтинг в государственном секторе.

В Москве 22 мая 2018 года рейтинговое агентство RAEX проводило девятнадцатый ежегодный рэнкинг ведущих консалтинговых групп и компаний 2017 года. Это мероприятие определило, что суммарный объем выручки крупных российских консалтинговых групп и компаний рэнкинга увеличился на 10 % , что позволило перекрыть инфляцию.

Самое динамичное изменение в 2017 году отобразили услуги в области управления персоналом. Итоговая полученная прибыль в этом сегменте увеличилась на 53 % и достигла 1,6 млрд рублей. Повышение темпов роста на 24 % , что и составило 9,6 млрд. рублей, были характерны и для услуг в области финансового управления.

Ведущую доля – 67 % совокупных доходов обеспечила ИТ - консалтинг, выручка которых увеличилась на 7 % . Значительная роль этой суммы приходится на разработку и системную интеграцию, а меньшая – на управленческое консультирование.

Весомый доходов продемонстрировал сектор консультаций по стратегическому планированию и организационному развитию, маркетингу и PR.

Динамика сектора услуг оценки снизилась на 4 % . На долю налогового и юридического консалтинга из всей выручки по итогам рэнкинга 2017 - го пришлось 7 % , то есть рост за год на 5 % .[4,с.1 - 3].

Таблица 1 . Топ - 20 крупнейших консалтинговых групп и компаний России по итогам 2017 года

Место по итогам 2017 г.	**Место по итогам 2016 г.**	**Группа компаний / компания**	**Суммарная выручка от консалтинга за 2017 г. (тыс. руб.)**	**Темпы роста выручки за год (%)**
1	1	«ЛАНИТ»	17 076 519	26,8
2	-	EY*	9 773 760	н. д.
3	2	PwC*	8 656 918	15,7
4	6	«КПМГ»*	6 021 408	26
5	5	«Группа Техносерв»	5 813 761	15,8
6	3	«КРОК»*	5 425 307	- 25,8
7	7	«Ай - Теко»	4 211 220	6,8
8	8	«Группа Борлас»*	4 121 615	8,1
9	10	«БДО Юникон»*	3 429 815	1,7
10	-	«Аплана»	2 609 000	16,3
11	18	«Что делать Консалт»*	1 560 935	87,5
12	14	«ФОРС»*	1 338 508	- 16
13	13	«Консист Бизнес Групп»	1 328 897	- 22,3
14	15	«Нексиа Си Ай Эс»*	1 323 738	- 9,7
15	16	«Интеркомп»*	1 166 429	6,3
16	25	MOLGA Consulting*	945 071	49,2
17	23	ITPS	769 779	1,6
18	21	SCHNEIDER GROUP*	732 435	- 6,4
19	17	«НЭО Центр»*	686 269	- 27
20	20	«АНТ - Консалт»*	674 363	- 14,2

Консалтинговые услуги являются неотъемлемой частью современной мировой экономики. Не маловажное значение играют в российском экономическом секторе.

Список использованной литературы:

1. Грабоздин Ю.П. Сущность и специфика консультационных услуг // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. – № 2 (29). – С. 74 - 80.
2. А. Парабеллум, Т. Коробейникова, С. Савинов Быстрые деньги в консалтинге. Москва: ООО «Издательство АСТ», 2015. - С. 20.
3. Ханферян В. Консультант в стране советов // Российская газета. – 2015. – № 6677. – 20 мая. – С. 14.
4. Ханферян В. Обзор рынка крупнейших консалтинговых групп и компаний России по итогам 2017 года: советы на будущее [Электронный ресурс] // Рейтинговое агентство RAEX. – 2018.

© А.Е.Баштовая

УДК 338.5

Билялова А.И.
Студентка 3 курса
ГБОУ ВО РК «КИПУ»
Г. Симферополь, РФ
E - mail: aishuha @ mail.ru
Мерджанова Л.З.
К.э.н., доцент
ГБОУ ВО РК «КИПУ»
г. Симферополь, РФ

ВОЗДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РФ

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные теоретические аспекты сущности ценообразования. Определены основные цели и способы государственного регулирования цен, а также определены основные формы воздействия государства на ценообразование в РФ

Ключевые слова:

Цена, ценообразование, государственное регулирование, свободная цена, котировальная цена, декларированная цена.

Воздействие государства на процессы ценообразования стало одним из важных и систематически применяемых методов экономической политики.

Сложившаяся система государственного регулирования цен наряду с другими формами отраслевой государственной политики представляет собой попытку воздействия на стоимостные пропорции и распределение национального дохода между отдельными отраслями и категориями населения страны. Роль этой формы регулирования в последние десятилетия резко усилилась в связи с развитием инфляции. Ценовая политика становится одной из самых важных сфер экономической деятельности государства.

Одним из самых главных принципов рынка является соотношение спроса и предложения. На базе данного принципа рынок формирует цену на товары. Под государственным ценообразованием понимается формирование цен через государственные органы.

Главной же целью государственного регулирования цен является поддержка равновесия в экономике, а также обеспечение общественного производства.

Государство может ставить различные цели, но для их реализации необходимо располагать разными ресурсами, которые бы гарантировали достижение цели. Такими ресурсами могут быть [1]:

1. Государственный бюджет;
2. Государственная собственность;
3. Информационные данные;
4. Внешнеэкономическая торговля;
5. Законодательная база;
6. Силовые структуры.

Государство воздействует на цены проводя их регулирование, в результате которого существуют как положительные, так и отрицательные моменты.

Регулирование цен представляет собой фиксацию государством верхнего предела цены, выше которого, при любом спросе на рынке, поднимать цены нельзя.

Воздействие государства на цены бывает двух видов, как уже было сказано ранее: прямое и косвенное.

В целом можно выделить такие способы государственного регулирования в стране в зависимости от вида цен и роли государства, которые представлены в таблице 1[3].

Таблица 1. – Способы государственного регулирования

Виды цен	Роль государства	Формы государственного воздействия
Фиксированные государством цены	Цены устанавливаются государством	— цены установленные государством; — «замораживание» свободных мест на рынке; — фиксация монопольных цен
Регулируемые государством цены	Государство определяет нормы для предприятия, а затем само предприятие определяет и устанавливает цены на продукцию	— установление предельных цен; — установление предельных нормативов или коэффициентов; — установление предельных значений для розничной цены; — установление граничного уровня одноразового повышения цен; — контролирование со стороны государства за монопольными ценами; — регулирование цен на рынке с помощью установленных цен государственным предприятием.

Свободная цена	Государством устанавливаются правила деятельности на рынке, вводя ряд запретов на недобросовестную конкуренцию	— запрет на горизонтальное и вертикальное фиксирование цен; — запрет на проведение ценовой дискриминации; — невозможность осуществления демпинговой политики; — запрет на недобросовестную ценовую рекламу

Формами прямого вмешательства государства называют:

1. Общее замораживание цен – эти меры применяются при высоком уровне инфляции в стране.

2. Фиксация цен и тарифов – такие фиксированные цены утверждаются и контролируются органами власти. В случае введения фиксированных цен предприятия не имеют права превышать установленный уровень.

3. Установление предельных цен или коэффициентов, то есть установление граничных цен, выше или ниже которых нельзя изменять цену.

4. Установление предельного норматива рентабельности – в данном случае в цену учитывают прибыль с размером этого норматива рентабельности.

5.Установление фиксированных или предельных размеров снабженческо - сбытовых иторговых надбавок, наценок, скидок – такие мероприятия проводятся на определенной территории и регулируется органами местной власти.

6. Декларирование цен – устанавливается на отдельные виды продукции. В случае применения этого метода, необходимо предоставлять декларацию в органы ценообразования от субъектов, которые выпускают и реализуют такие товары.

7. Установление рекомендательных цен – проводится для наиболее важных видов продукции, и если цена будет превышать уровень рекомендуемой, то могут быть применены меры, к примеру повышение налогообложения и т.д.

Формами косвенного регулирования цен будут [2]:

1) развитие здоровой конкуренции в стране;

2) эффективное использование тарифов, пошлин;

3) разработка программ государством для развития производства товаров и услуг, предоставляемых населению;

4) привлечение государством иностранных инвестиций в страну.

Различают прямое и косвенное воздействие государства на цены. Прямое, или административное, вмешательство государства в действующие цены означает участие государства в формировании уровней, структуры, соотношений и динамики цен, установления определенных правил ценообразования.

Таким образом, влияние государства на ценообразование в РФ производится с целью контроля над инфляцией, содействия конкурентным процессам, обеспечения эффективного распределения и использования средств бюджета и улучшения функционирования экономической системы страны в целом.

Список использованной литературы:

1. Высоцкий, П. А. Государственное регулирование предпринимательства в современных условиях / П.А. Высоцкий, В.Е. Зенякин. - М.: Наука, 2018. - 232 с.
2. Ходов, Л. Г. Государственное регулирование национальной экономики / Л.Г. Ходов. - М.: Экономистъ, 2018. - 624 с.
3. Капканщиков С. Г. Государственное регулирование экономики; КноРус - М., 2019. - 528 с.

© А.И. Билялова, Л.З. Мерджанова, 2019

УДК 339.138

Билялова А.И.
Студентка 3 курса
ГБОУ ВО РК «КИПУ»
Г. Симферополь, РФ
E - mail: aishuha @ mail.ru
Ильясова Майя Казимовна
К.э.н., доцент
ГБОУ ВО РК «КИПУ»
г. Симферополь, РФ

РОССИЙСКИЙ РЫНОК СИСТЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕЁ РАСШИРЕНИЯ

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные теоретические аспекты сущности маркетинговой информации. Определены основные задачи маркетинговой информации, а также рассмотрен российский рынок систем маркетинговой информации и направления её расширения.

Ключевые слова:

Маркетинговая информация, конкурентоспособность, маркетинговый аудит, медийный охват, Mediascope, Ipsos Comcon, Roistat.

Более столетия отдельными элементами маркетинговых исследований, для повышения эффективности своей деятельности, пользуются как зарубежные, так и российские организации. Но как особый вид деятельности маркетинговая информация появились в начале XX века в США, с появлением маркетинга как научной дисциплины.

В маркетинге под информационной системой принято понимать совокупность оборудования, персонала, способов и операций, созданных с целью сбора, обработки, анализа и последующего распределения достоверной, точной и нужной информации, которая необходима для подготовки и принятия обоснованных управленческих решений в сфере маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта.

Иначе говоря, маркетинговая информационная система (сокращённо – МИС) представляет собой единый комплекс процедур и методов, ориентированных на проведение планового анализа и своевременное предоставление актуальной маркетинговой информации, выступающей основой принятия управленческих решений.

Считается, что МИС предназначена для реализации следующих задач:

— раннее обнаружение возможных проблем и трудностей маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта;

— выявление благоприятных возможностей для развития бизнеса;

— выработка и оценка стратегий и тактических планов маркетинговой деятельности предприятия;

— оценка уровня реализации стратегий и выполнения планов маркетинга на основе статистического анализа и моделирования.

Благодаря использованию МИС решаются не только задачи маркетинга, но и обеспечивается управление взаимоотношениями компании с клиентами.

Основной же целью построения и использования маркетинговых информационных систем выступает выявление на основе использования внутренних и внешних источников информации, взаимосвязей между предприятием и рынком, а также обеспечение служб хозяйствующего субъекта своевременной и достоверной информацией.

Российский рынок маркетинговых исследований в конце XX начале XXI века находился на стадии активного роста. Объем рыка в 1996 году (по данным Европейского общества по изучению рынка и общественного мнения (ESOMAR)) увеличился на 42 % по отношению к предыдущему году и составил 40 млн. долларов, а к 2016 году объем рынка уже достиг 430 млн. долларов [2]. Однако последние несколько лет на данном рынке было отмечено падение. Можно отметить несколько причин данного факта.

Первой причиной является сокращение затрат на маркетинг в кризисных условиях — многие организации перестали выделять бюджеты на маркетинговые исследования.

Вторая причина — приостановление проектов по выходу на новые рынки в связи со снижением предпринимательской и инвестиционной активности и, как следствие, снижение количества заказов отраслевых исследований.

Третья причина снижения исследовательской активности заключается в уменьшении значимости сектора рынка рекламы.

Так же все МИС, действующие на российском рынке, можно разделить на несколько групп [1]:

1. Российские компании, которые не понимают ценности маркетинговой информации и не имеют ресурсов для ее использования.

2. Крупные российские предприятия с консервативным стилем управления, не понимающие ценности в маркетинговой информации.

3. Российскими и небольшие зарубежные компании, которые понимают необходимость использования информации о рынке, но не обладают необходимыми ресурсами.

4. Компаний, в которых существуют полноценные системы маркетинговой информации.

По данным Объединения исследователей рынка и общественного мнения (ОИРОМ) объем российского рынка рекламы в 2018 году сохранился относительно 2017 года. Объем

2017 года из - за высокой волатильности курса рубля относительно доллара в течение года корректируется до 265 мил. долларов. Падение объема рыка в 2018 году относительно предыдущего года составило примерно 30 % . [3] По оценке Гильдии маркетологов к 2019 - му году количество исследовательских компаний, реально работающих на данном рынке в России, составляет около 200 [3].

На сегодняшний день следует отметить несколько лучших российский агентств, профессионально занимающиеся маркетинговыми исследованиями: (проведение опросов, измерение целевой аудитории и медийного охвата, анализ рынка и изучение конкурентов, маркетинговый аудит, медиа - аналитика и подбор каналов коммуникации) [3]:

1. Mediascope – осуществляет полный цикл работ в области медиа - измерений и мониторинга рекламы: измерение аудитории в интернете и прессе, на радио и телевидении; мониторинговые исследования, оценка рекламы и эффективность спонсорства.

2. Ipsos Comcon. Крупнейшая исследовательская компания, занимающаяся проведением исследований рынков и брендов, целевой аудитории, рекламных кампаний и медиаканалов. Компания предоставляет полный комплекс маркетинговых услуг в области тестирования рекламы и в сфере разработки стратегии развития взаимоотношений с потребителями.

3. Roistat. Система сквозной бизнес - аналитики, которая позволяет собирать статистику со всех источников, автоматизировать работу в Яндекс.Директе, связывать маркетинговые показатели с показателями бизнеса, увеличивать продажи на сайте, отслеживать источники телефонных продаж.

В экономике следует развить четыре тенденции, для необходимости получения более обширной маркетинговой информации:

1. Переход от регионального маркетинга к маркетингу в масштабах страны и выход на международный рынок. Организации необходимо постоянно расширять свои рынки.

2. Переход от покупательских нужд к покупательским потребностям. По мере роста доходов покупатели становятся все более разборчивыми в выборе товаров. Все труднее предсказывать реакцию потребителя на характеристики товаров, поэтому необходимо будет обращаться к маркетинговым исследованиям.

3. Переход от конкуренции в ценах к неценовой конкуренции. Все больше используется индивидуализация товаров, реклама и стимулирование сбыта. Необходимо знать, как реагирует рынок на предложение продавцов.

4. Переход на кооперацию - конкуренцию, то есть кооперация на этапе создания товара, а затем конкуренция на этапе производства и реализации. Фирмы - конкуренты объединяют усилия в дорогостоящих маркетинговых исследованиях и научных разработках новейших товаров.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сущность системы маркетинговой информации заключается в совокупности процедур и методов, разработанных для создания, анализа и распространения информации для опережающих маркетинговых решений на регулярной постоянной основе.

В России особенность работы системы маркетинговой информации заключается в неразвитости рынка информации, информационной непрозрачности рыночных операций, отсутствием достоверных статистических и аналитических данных, в субъективных и объективных ограничениях. Однако имеются и потенциальные ресурсы для дальнейшего всестороннего развития системы маркетинговой информации: организация достоверности

и своевременности необходимой информации, своевременный анализ полученных данных, постоянное изучение и внедрение передовых методов системы маркетинговой информации.

Список использованной литературы:

1. Бронникова Т. С., Чернявский А. Г. Маркетинг: Учебное пособие. Таганрог: Изд - во ТРТУ, 2016. – 346 с.
2. Болт Д. И. Руководство по управлению сбытом, М.: Экономика, 2017. – 411 с.
3. Рекламный рынок России [Электронный ресурс] / . — Электрон. журн. — Режим доступа: https: // alladvertising.ru / top / media - buying /

© А.И. Билялова, М.К. Ильясова, 2019

УДК 681.518

В.И. Борисов
студент 1 курса
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П.Королева,
институт экономики и управления
г.Самара, РФ
E - mail: bormail2704@gmail.com

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ ДАТА - ЦЕНТРА ДЛЯ МАЙНИНГА КРИПТОВАЛЮТЫ

Аннотация

В данной статье описываются особенности инвестиционного проекта по созданию дата - центра для майнинга криптовалюты, приводятся задачи, возникающие при его разработке.

Ключевые слова:

Дата - центр, майнинг, криптовалюта, блокчейн, биткоин

В рыночной экономике учет постоянно возрастающих требований к качеству инвестиционного проектирования становится решающим фактором привлечения инвестиционных ресурсов.

Инвестиционный проект по созданию дата - центра для майнинга криптовалюты осуществляется в условиях воздействия ряда рыночных факторов, среди которых наиболее существенными являются:

1) неопределенность в отношении курса криптовалюты, и тем самым неопределенность и риск в отношении фактических поступлений в ходе реализации инвестиционного проекта;

2) способность дата - центра конкурентно участвовать в процессе майнинга криптовалюты на основе блокчейн технологии;

3) постепенное и неуклонное снижение платы за формирование блоков, предусмотренное процедурными особенностями блокчейн технологии, в процессе осуществления инвестиционного проекта, что делает необходимым включение в инвестиционный проект дополнительных услуг, работ, предоставляемых сторонним организациям, на основе оборудования дата центра.

В настоящее время существуют стандартные методики оценки показателей инвестиционного проекта, но отсутствуют эффективные методы и технологии учета внешних и внутренних воздействий (рыночных факторов) на реализацию проекта, особенно для проектов, содержащих инновационную составляющую, в частности, такую как процесс майнинга криптовалют.

В 2019 г. блокчейн называют одной из наиболее популярных современных технологий. Блокчейн может изменить устоявшиеся принципы предпринимательства и кардинально поменять службу с регуляторами. Эта технология может помочь создавать новейшие модели предпринимательства в разных секторах экономики, при этом равно как с целью помощи большим фирмам, так и только начинающим предприятиям. Пока что, блокчейн внедряется в основном в финансовый сектор. Из - за все больше возрастающих финансовых потоков, фирмам становится тяжело их контролировать, вследствие чего они начинают понимать важность защиты данных. Им крайне необходимо обеспечить высокую надежность и безопасность онлайн - транзакций, которые проходят через них. И самым лучшим и простым решением является внедрение технологии блокчейн в их финансовую систему.

Определенную сложность представляет моделирование процесса получения поступлений от майнинга криптовалюты, в частности в связи с наличием большого количества майнниг–фирм и большой волатильности курса криптовалют, на основе которых можно делать разумные оценки планируемых поступлений от проекта.

В этих условиях основное внимание следует уделять разработке моделей и методов планирования и анализа инвестиционного проекта, с учетом неопределенности и риска проекта, обусловленного стохастическим процессом поступлений от проекта в результате воздействия рыночных факторов.

Таким образом, для разработки инвестиционного проекта по созданию дата - центра для майнинга криптовалюты необходимо решение определенных задач:

1) обоснование расходов на покупку и запуск оборудования, расходов на аренду помещения, оплату труда, электроэнергии и прочих расходов;

2) привлечение инвестиций в необходимом размере для реализации проекта;

3) формирование бизнес проекта в краткосрочной трехлетней перспективе;

4) оценка основных плановых показателей проекта NPV, PI, DPP, IRR, MIRR;

5) учет влияния на показатели проекта стохастической динамики курса биткоин.

Их решение позволит выполнить оценку показателей проекта в условиях неопределенности курса биткоин как для инвесторов, так и для организаторов проекта.

Литература:

1. Генкин, А. Блокчейн. Как это работает и что ждет нас завтра [Текст] / А. Генкин. // Альпина Паблишер - М., 2018. - 498 с.

2. Дрешер Д. Основы блокчейна [Текст] / Д. Дрешер // ; ДМК Пресс - М., 2018. - 735 с.

3. Мейксин, С.М. Блокчейн в банковском секторе [Текст] / С.М. Мейксин. // Вестник науки и образования. – 2019. – №4. – С. 58 - 61.

© В.И. Борисов, 2019

УДК33

Буянова Ю. Е., студент
(27109720@mail.ru)
Камарницкая В. А., студент
(kamarnitskaya.lera2016@yandex.ru)
Юго - Западный государственный университет, г.Курск, Россия
Научный руководитель: Артемов Р. В.
Канд.экон.наук, доцент ЮЗГУ, г.Курск,Россия
(artemov1971@mail.ru)

ДОСУДЕБНЫЙ ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПОРОВ

Аннотация: *в данной статье рассматривается досудебный порядок разрешения экономических споров. Анализируются преимущества и недостатки досудебного порядка, а также компании, которые принимают участие в данном виде порядка со стороны Федеральной налоговой службы.*

Ключевые слова: *налоговая политика, досудебный порядок , налоговый мониторинг, Федеральная налоговая служба, проверка, налоги, издержки*

Досудебный порядок разрешения экономических споров представляет собой взаимные действия сторон, направленные на разрешение возникших разногласий без вмешательства судебных органов.

Хозяйствующий субъект (юридическое лицо или гражданин - предприниматель), считающий, что его права нарушены ненадлежащими действиями другой стороны хозяйственной деятельности, обращается к нарушителю обязательств с требованием в установленный срок устранить нарушение. Получатель претензии рассматривает ее и, если находит доводы обоснованными, предпринимает необходимые меры к устранению допущенных нарушений.

Значение возможности досудебного порядка разрешения споров заключается в том, что такой порядок ведет к более быстрому и взаимовыгодному разрешению возникших разногласий и споров.

В соответствии со ст. 10 Федерального закона «О введении в действие Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации» Положение о претензионном порядке урегулирования споров, утвержденное Постановлением Верховного Совета РФ от 24 июня 1992 года №3116 - 1, признано утратившим силу с 1 июля 1995 года. Согласно ч. 3 ст. 4 АПК РФ, если федеральным законом установлен для определенной категории споров досудебный (претензионный) порядок урегулирования либо он предусмотрен договором, спор может быть передан на рассмотрение арбитражного суда лишь после соблюдения такого порядка. [23, с. 72]

Право на обращение в арбитражный суд без соблюдения досудебного (претензионного) порядка урегулирования споров имеют прокурор, государственные органы, органы местного самоуправления.

При составлении различных договоров хозяйствующие субъекты могут предусмотреть в качестве первого шага разрешения споров по вопросу исполнения обязательств именно претензионный порядок. В таком случае для сторон договора досудебный порядок разрешения спора по данному договору будет обязательным.

Применительно к рассматриваемому вопросу о досудебном порядке разрешения спора необходимо сказать еще об одном случае, когда соблюдение такого порядка необходимо. Речь идет об изменении и расторжении договора.

По общему правилу, предусмотренному п. I ст. 450 ГК РФ, изменение и расторжение договора возможны по соглашению сторон, если иное не предусмотрено ГК РФ, другими законами или договором. [16, с. 72]

Исключением из общего правила являются два случая, когда допускается изменение и расторжение договора по требованию одной из сторон по решению суда:

- при существенном нарушении договора другой стороной;
- в иных случаях, предусмотренных ГК РФ, другими законами или договором.

Обязательным условием изменения или расторжения договора по решению суда является соблюдение специальной досудебной процедуры разрешения спора непосредственно между сторонами по договору. Сущность процедуры досудебного разрешения изложена в п. 2 ст. 452 ГК РФ. Согласно указанной норме заинтересованная сторона до обращения в суд должна направить другой стороне предложение изменить или расторгнуть договор [23, с. 72].

Иск может быть заявлен в суд только после получения отказа другой стороны на предложение изменить или расторгнуть договор либо неполучения ответа в 30 - дневный срок, если иной срок не предусмотрен законом, договором или не содержался в предложении изменить или расторгнуть договор.

Порядок досудебногоразрешения споров состоит в следующем: предполагаемый кредитор (будущий истец) направляет (предъявляет) предполагаемому должнику (будущему ответчику) требование (чаще всего оформляемое в виде претензии) об исполнении лежащей на нем материально - правовой обязанности и ждет ответа в срок, установленный законом или соглашением сторон. Предполагаемый должник вправе (а иногда и обязан) дать ответ на претензию в установленный срок. По истечении указанного срока и неисполнении обязательства должником указанный порядок считается соблюденным.

Сущность претензии. Претензия (от позднелатинского praetensio - притязание, требование) требование кредитора к должнику об уплате долга, возмещении убытков, уплате штрафа, устранении недостатков поставленной продукции, проданной вещи, выполненной работы.

Претензия предъявляется в письменной форме и подписывается руководителем или заместителем руководителя организации, гражданином - предпринимателем.

В работе по составлению досудебной претензии можно руководствоваться сложившимися обычаями делового оборота или же Положением о претензионном порядке урегулировании споров, утвержденным Постановлением ВС РФ от 24.06.1992 №3116 - 1. Данное положение в настоящее время не действует, но если сделать в договоре на него ссылку, оно станет для сторон обязательным.

Единого содержания претензии (или иного подобного документа) в нормативных актах четко не обозначено. Так, например, в Приказе Министерства путей сообщения Российской Федерации «Об утверждении Правил предъявления и рассмотрения претензий, возникших в связи с осуществлением перевозок грузов железнодорожным транспортом» от 18 июня 2003 г. №42 в п. 6 установлено: в претензии следует указывать следующие сведения:

- наименование заявителя претензии, а для юридических лиц - данные свидетельства о государственной регистрации в качестве юридического лица;
- местонахождение юридического лица (индекс, республика, край, область, город, населенный пункт, улица, номер дома, корпуса, квартиры), а для физических лиц - данные документа, удостоверяющего личность (паспорт или документ, его заменяющий), и адрес, по которому следует направлять ответ на претензию;
- банковские реквизиты;
- основание для предъявления претензии (полная или частичная утрата груза, недостача, повреждение (порча), просрочка в доставке и другие основания);
- сумма претензии по каждому отдельному требованию, по каждой накладной, квитанции о приеме груза, учетной карточке выполнения заявки на перевозку грузов железнодорожным транспортом, ведомости подачи и уборки вагонов, накопительной карточке и другим документам;
- перечень документов, прилагаемых к претензии.

Претензии подписываются грузоотправителем, грузополучателем, владельцем железнодорожного пути необщего пользования, страховщиком.

В случае предъявления претензии от имени грузоотправителя, грузополучателя, владельца железнодорожного пути необщего пользования уполномоченным лицом право

на это предъявление должно быть подтверждено доверенностью, оформленной в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Таким образом, все выше изложенное можно объединить в некий образец заполнения претензии: в претензии указываются - требования заявителя; сумма претензии и обоснованный ее расчет, если претензия подлежит денежной оценке; обстоятельства, на которых основываются требования, и доказательства, подтверждающие их, со ссылкой на соответствующее законодательство; перечень прилагаемых к претензии документов и других доказательств; иные сведения, необходимые для урегулирования спора.

К претензии прилагаются подлинные документы, подтверждающие предъявленные заявителем требования, или надлежащие заверенные копии либо выписки из них, если эти документы отсутствуют у другой стороны.

Если же обязательный досудебный порядок предусмотрен не в законе, а в договоре, то в этом договоре должно быть ясно указано, спор по какому вопросу требует такого порядка. Чаще всего на практике имеет место не отдельный договор об установлении досудебного порядка, а оговорка в виде пункта в гражданско - правовом договоре (например, поставки, подряда, аренды и т.д.), которая относится к спорам, вытекающим из этого договора.

Претензия отправляется заказным или ценным письмом, по телеграфу, телетайпу, а также с использованием иных средств связи, обеспечивающих фиксирование ее отправления, либо вручается под расписку.

Порядок соблюдения досудебного разрешения спора включает несколько процедурных этапов: составление претензии, ее предъявление, ожидание ответа. Причем важное значение имеют и сроки совершения этих действий. В настоящее время суды исходят из правила, согласно которому пропуск срока не является безусловным основанием для отказа в судебной защите, что может быть продемонстрировано примером из судебной практики.[54, с.75]

© Буянова Ю. Е., Камарницкая В. А

УДК 338.33

Васильева М.Д.
студент 4 курса КФ ОГУ, г. Кумератау, РБ, E - mail: marina.dmitrievnaaa.1997@mail.ru
Ахмадиева З.Р.
канд.пед.наук, доцент кафедры экономических и общеобразовательных дисциплин
КФ ОГУ г. Кумертау, РБ, E - mail: ahmadievazr@kfosu.edu.ru
Андрюшина Н.В.,
старший преподаватель
кафедры экономических и общеобразовательных дисциплин КФ ОГУ г. Кумертау, РБ

ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ASSESSMENT AND PREDICTION OF SALES VOLUMES OF THE COMPANY'S PRODUCTS

Аннотация: В данной статье рассматривается оценка и прогнозирование объемов продаж продукции предприятия. Главные вопросы, которые раскрывает статья это: что такое прогнозирование объемов продаж? Методы прогнозирования объемов продаж?

Ключевые слова: прогнозирование, объем продаж, потребитель, продукция.
Key words: forecasting, sales, consumer, products.

Объем продаж – один из ключевых показателей, характеризующих деятельность коммерческой фирмы. Поэтому задача прогнозирования объема продаж является весьма актуальной. Производителям необходимо знать примерное количество продукции, которое они смогут реализовать в ближайшее время, для того, чтобы, с одной стороны, иметь достаточное количество товаров на складе, а с другой – не перегрузить склады продукцией, что особенно важно, если продукция имеет небольшой срок хранения (например, кондитерские изделия) [3].

В общем контексте планирование представляет собой сознательно поддерживаемую пропорциональность развития обособленных частей деятельности коллектива или сообщества людей и сфер деятельности. Их обособление, связанное напрямую с процессом разделения труда в семье, фирме, обществе, в условиях рынка дополняется существованием различных форм собственности, что оказывает существенное воздействие на модификацию форм поддержания этой пропорциональности.

Система прогнозирования определяет взаимосвязь и взаимоотношение разных видов прогнозов, включает в себя блоки, в качестве которых могут выступать как определенные прогнозы, так и конкретные группы. Первым и ключевым признаком классификации прогноза можно считать их дифференциацию по степени охвата изучаемых объектов (рисунок 1).

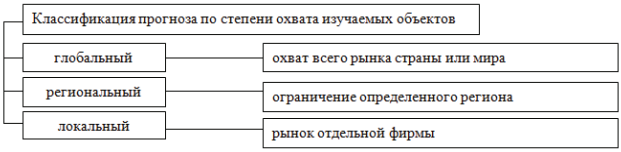


Рисунок 1 – Классификация по степени охвата изучаемых объектов

Классификация прогнозов в зависимости от точности измерения представлена на рисунке 2.

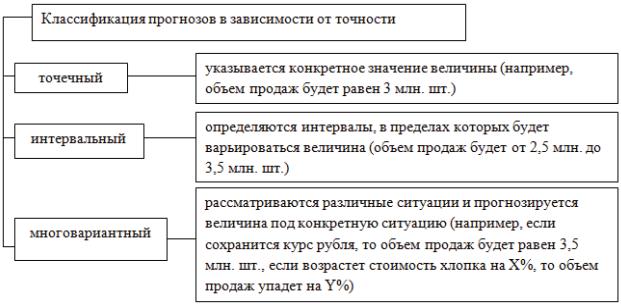


Рисунок 2 – Классификация прогнозов в зависимости от точности

Следует учитывать, что правильность прогноза и возможность его применения во многом зависят от наличия информации у лиц, принимающих решение. В свою очередь, вид информации предопределяет возможность использования метода, который будет использоваться для осуществления прогноза [5].

Оценку прогнозирования объемов продаж товаров рассмотрим на примере ПО «Куюргаза».

Потребительское общество «Куюргаза» - добровольное объединение граждан и юридических лиц, созданное по территориальному признаку на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

Потребительское общество «Куюргаза» обеспечивает население Куюргазинского района Республики Башкортостан товарами первой необходимости и продуктами питания. Предметом деятельности ПО «Куюргаза» является розничная торговля, общественное питание, производство товаров народного потребления. Валовой доход при этом формируется как разность между объемами реализации по продажным и покупным ценам, т. е. из торговой надбавки.

Потребительское общество «Куюргаза» - является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, расчетные и иные счета в банках, печать со своим наименованием и иные реквизиты.

В настоящее время ПО «Куюргаза» имеет: 49 магазинов розничной торговли; 5 кафе; Центральный распределительный склад; Автотранспорт 14 ед.

В таблице 1 рассмотрим производства и виды выпускаемой продукции ПО «Куюргаза».

Таблица 1 – Структура производств и видов выпускаемой продукции ПО «Куюргаза»

Производства	Виды выпускаемой продукции
Пекарня п. Ермолаево ул. Советская 4а	А) Хлеб формовой пшеничный Б) Хлеб формовой смешанные валки
Пекарня с. Ермолаево ул. Заводская, 61	А) Хлебобулочные изделия Б) Кондитерские изделия; В) Сухари
Колбасный цех п. Ермолаево ул. Заводская 61,	А) Колбасы вареные и полукопченые Б) Мясные деликатесы В) Полуфабрикаты
Консервный цех п. Ермолаево ул. Заводская 61,	А) Консервы мясные Б) Консервы мясорастительные
Цех по солению и копчению рыбы п. Ермолаево ул. Заводская 61,	А) Соление рыбы Б) Копчение рыбы

Процесс производства и продаж товаров требует постоянного планирования и учета товаров. Планирование продаж позволяет торговому предприятию обеспечивать устойчивость ассортимента товаров, осуществлять определенную ценовую политику, повышать уровень удовлетворения спроса покупателей.

Проанализируем динамику производства и продаж продукции в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика производства и продаж продукции ПО «Куюргаза» за 2016 - 2018 г.г

Показатели	2016	2017	2018	Изменения 2016 к 2018	Темп роста, %
Объем произведенной продукции, тыс. руб.	40626	35113	25425	- 15201	62,58
Объем реализованной продукции, тыс. руб.	40626	35113	25425	- 15201	62,58

Анализ динамики производства и продаж продукции ПО «Куюргаза» показал, что в 2018 году значительно снизился и объем производства, и объем продаж продукции. Темп прироста объемов производства и объемов продаж составил снижение на 37,42 процентов. Это негативная тенденция, которая может привести предприятия к банкротству, поэтому необходимо пересмотреть политику в области реализации продукции.

Для полного анализа необходимо сравнить фактические и плановые показатели, как по производству, так и по продажам (таблицы 3,4).

Таблица 3 – Структура выполнения плана
по производству продукции ПО «Куюргаза» за 2016 - 2018 г.г

Наименование продукции	Объем произведенной продукции, тонн								
	2016			2017			2018		
	План	Факт	% к плану	План	Факт	% к плану	План	Факт	% к плану
Хлеб и хлебобулочные изделия	1100	941,9	85,6	1000	812	81,2	850	663	78,0
Булочные изделия	80	90	112,5	100	100,1	100,1	110	110	100,1
Кондитерские изделия	132	132	100,0	140	140,2	100,1	150	150	100,2
Колбасные изделия	40	30	75,0	34	24,1	70,9	33	18,6	56,4
Полуфабрикаты	48	48	100,0	50	50	100,0	54	54,5	100,9
Рыба	11	5,7	51,8	9	3,6	40,0	7	2,5	35,7
Итого	141	1247,6	88,4	1333	1130	84,7	120	999	82,9

Несмотря на перевыполнение плана в 2016 году по булочным изделиям на 12,5 % и 100 % выполнение плана по кондитерским изделиям и полуфабрикатам в общем объеме план

был недовыполнен на 11,6 % . В 2017 году план был перевыполнен по следующим товарам: булочные изделия (0,1 %), кондитерские изделия (0,1 %). Но итоговый объем выпущенной продукции по факту оказался ниже планового на 15,3 % в связи с невыполнения плана по хлебобулочным и колбасным изделиям. В 2018 году перевыполнение плана произошло по таким товарам как булочные изделия (0,1 %), кондитерские изделия (0,2 %) и полуфабрикаты (0,9 %). В итоговых данных факт оказался ниже плана на 17,1 % из - за невыполнения плана по хлебобулочным, колбасным и рыбным изделиям.

В целом можно сказать, что недовыполнение плана по некоторым товарным группам могло произойти из - за трудности сбыта продукции, низкого уровня организации, а так же планирования и контроля.

План продажи продукции служит основой для составления общехозяйственных и внутрифирменных смет затрат на производство и реализацию товаров. Анализ и оценка выполнения плана по продажам приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Структура выполнения плана
по продажам продукции ПО «Куюргаза» за 2016 - 2018 г.г

Наименование продукции	Объем реализованной продукции, тыс.руб								
	2016			2017			2018		
	План	Факт	% к плану	План	Факт	% к плану	План	Факт	% к плану
Товарооборот	152000	134288	88,3	148000	118149	79,8	125000	93647	74,9
Общепит	20000	18355	91,7	22000	18020	81,9	22000	23359	106,2
Собственное	39000	32534	83,4	36000	31078	86,3	31700	28728	90,6
Платные услуги	2600	2600	100,0	2700	2700	100,0	3000	3000	100,0
Бытовые услуги	1800	1800	100,0	1900	1900	100,0	2000	2000	100,0
Итого	215400	189577	88,01	210600	171847	81,59	183700	150734	82,05

Анализируя выполнение плана по реализации готовой продукции, можно отметить, что он недовыполнен на 12 % или на 25823 тыс. руб. в 2016 году, в 2017 году данный показатель уменьшился и следовательно план недовыполнен на 18,41 % , а в 2018 году показатель выполнения плана реализации продукции в общем объеме составил 82,05 %, что означает недовыполнение плана на 17,95 % .

Значительных изменений в структуре реализуемой продукции не выявлено, но имеется некоторая тенденция снижения объема по реализации продукции по товарообороту в 2016 году (на 11,7 %) и в 2018 году (на 25,1 %), а в 2016 году по собственному производству общепита (на 16,6 %). Это положение обусловлено появлением новых конкурентов и как следствие – снижение спроса на товар. Также может произойти уход некоторых квалифицированных сотрудников к конкурентам, что повлечет за собой снижение эффективности работы магазинов.

Оценим ритмичность выпуска продукции ПО «Куюргаза» по кварталам за 2018 год в таблице 5.

Таблица 5 – Динамика коэффициентов ритмичности выпуска продукции ПО «Куюргаза» за 2018 год

Квартал	Выпуск продукции за год, тонн			Удельный вес продукции, %			Зачтено в выполнении плана, тонн
	План	Факт	Отклонения	План	Факт	Фактически к плану	
I	274,2	210	- 64,2	22,77	21,02	17,44	210
II	303,3	259,4	- 43,9	25,19	25,97	21,54	259,4
III	293,8	235,1	- 58,7	24,40	23,53	19,53	235,1
IV	332,7	294,5	- 38,2	27,63	29,48	24,46	294,5
Всего	1204	999	- 205	100,00	100,00	82,97	999
Коэффициент ритмичности, % (999 / 1204*100)							82,97
Коэффициент отрицательной аритмичности, % ((- 64,2 - 43,9 - 58,7 - 38,2) / 999*100)							- 17,03
Коэффициент вариации, % $\frac{\sqrt{[(210-274,2)^2+(259,4-303,3)^2+(235,1-293,8)^2+(294,5-332,7)^2]/4}}{1204/4}$							17,38
Коэффициент равномерности (100 - 17,38)							82,62

Коэффициент ритмичности равный 82,97, характеризует процентное выполнение плана выпуска в соответствии с квартальным графиком. Следовательно, невыполнение плана - графика составило 17,03, на что указывает и рассчитанный коэффициент отрицательной аритмичности. Коэффициент равномерности, его значение 82,62 характеризует производство как неритмичное с резкими колебаниями в сторону, как невыполнения производственной программы, так и увеличение плановых показателей. Это же подтверждает коэффициент вариации: выпуск продукции по кварталам в среднем отклоняется на 17,38 от плановых заданий. Результаты расчетов позволяют высветить

негативные моменты в организации производственного процесса, наметить основные направления поиска резервов увеличения эффективности управленческих воздействий.

Таким образом, ПО «Куюргаза» является важнейшим производителем товаров первой необходимости и продуктов питания в Куюргазинском районе Республики Башкортостан. Результаты проведенного анализа свидетельствуют о наличии значительной неравномерности выполнения плана, как по производству, так и по продажам продукции ПО «Куюргаза».

Список источников:

1. Агарков, А.П. Экономика и управление на предприятии: учебник для бакалавриатов / А.П. Агарков., Р.С. Голов. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 40 с. – ISBN 978 - 5 - 394 - 02159 - 6.

2. Александрович, В. М. Прогнозирование объемов продаж: учеб. пособие по дисциплине "Модели прогнозирования объема продаж" для студентов / В. М. Александрович. – Бийск: ВЦ БТИ АлтГТУ, 2018. – 56 с. – ISBN 5 - 9257 - 0062 - 7.

3. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Т.Н.Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. – М.: НИЦ Инфра–М, 2018. – 336 с. – ISBN 978 - 5 - 16 - 004577 - 1.

4. Баскакова, О.В. Экономика организаций (предприятий): учебное пособие / Баскакова О.В., Сейко Л.Ф. – М.: Дашков и К, 2017 – 269 с. – ISBN 978 - 5 - 394 - 01688 - 2.

5. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА–М, 2018. – 260 с. – ISBN 978 - 5 - 16 - 004198 - 8.

© Васильева М.Д., Ахмадиева З.Р., Андрюшина Н.В., 2019

УДК 657

Велиева В. Т.
магистрант кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
Научный руководитель: Горбачев В.А.
старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления, г. Симферополь, РК, РФ
krupska@yandex.ru

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОСВЕННЫХ РАСХОДОВ ПО ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ МЕДИЦИНСКОЙ КЛИНИКИ

Аннотация:

в данной статье рассматривается расчет и распределение накладных расходов методом АВС на примере медицинской организации.

Ключевые слова:

накладные расходы, себестоимость затрат, метод АВС.

Для обретения достоверной информации о финансовых результатах разнообразных видов деятельности предприятия необходимо объективно и по максимуму точно определить доходы и расходы, непосредственно связанные с каждым из них. Определение доходной части в большинстве случаев не вызывает затруднений. В основном большой объем нагрузки приходится на калькуляцию затрат.

На практике вопросам управленческого учета, в том числе методам планирования, учета затрат и калькулирования себестоимости услуг, уделяется повышенное внимание. Частная медицина функционирует в условиях конкурентоспособной среды и прочно занимает свои позиции на рынке медицинских услуг. Издержки в медицинской сфере достаточно значительные, поэтому очень важно уделять им повышенное внимание, так как в итоге они оказывают большое влияние на финансовый результат организации.

В настоящее время понятие «себестоимость» прямого нормативного определения не имеет. В пункте 5 ПБУ 10 / 99 «Расходы организации» содержится определение расходов по обычным видам деятельности, под которыми понимают «…расходы, связанные с изготовлением продукции и продажей продукции, приобретением и продажей товаров. Такими расходами также считаются расходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг» [7]. Это понятие представляет собой одну из версий определения себестоимости. Одной из отличительных черт себестоимости будет то что, что она не зависит от наличия либо отсутствия документов ее регулирующих. Первоначальная стоимость готовой продукции (работ и услуг) представляет собой денежную оценку использованных в производственном процессе и реализации ресурсов. Себестоимость отражает результативность производственно - хозяйственной деятельности предприятия. Из всех классификаций расходов наиболее актуальна классификация затрат на прямые и косвенные.

Расчет затрат любого из направлений деятельности предприятия подразумевает два основных этапа:

1. Определение прямых затрат (прямых расходов), которые могут быть непосредственно связаны с каждым из направлений деятельности.

2. Определение косвенных затрат (косвенных расходов), имеющих отношение к обеспечению работы организации в целом, и дальнейшее их распределение по видами деятельности предприятия .

К прямым расходам относятся затраты, связанные с оказанием услуг, которые можно непосредственно включать в себестоимость услуг: материалы (медикаменты, реагенты), заработная плата , отчисления в государственные страховые фонды, аренда помещений и оборудования, электроэнергия и прочие прямые расходы.

К накладным (косвенным) расходам относятся расходы, связанные с организацией и оказанием услуг, относящихся к деятельности предприятия в целом: содержание аппарата управления и обслуживающего персонала, включая заработную плату, отчисления в государственные страховые фонды, аренда помещений и оборудования, отопление, освещение, водоснабжение, текущий ремонт, услуги сторонних организаций и прочие косвенные расходы.

Необходимо сосредоточить внимание на том, что прямые расходы также требуют распределения, например, распределения части основных затрат, которая не может быть распределена прямым методом: коммунальные услуги, используемые в процессе оказания

медицинской помощи (электроэнергия, вода и т.д.) и т.п. Эти затраты могут распределяться пропорционально площадям.

Действующие в настоящее время нормативные правовые акты не содержат особых требований по поводу выбора способов распределения косвенных расходов. В зависимости от объекта калькулирования выделяют позаказный, попроцессный, попередельный, нормативный, а также метод учета затрат по видам деятельности (ABC - activity based costing).

Применение традиционных методов для учета затрат в медицинских организаций являются малоэффективным, так как данные методики относятся к производству материальной продукции, а деятельность медицинских учреждений направлена на предоставление услуг. Эти методы приводят к неправильным ответам на вопросы о рентабельности медицинских услуг и не поддерживают распределения ресурсов, снижения затрат и улучшения доходности.

В ответ на ограничения традиционных методов расчета была разработана модель ABC, адаптированную к специфике здравоохранения. Она особенно концентрируются на подробном анализе деятельности, осуществляемой медицинским персоналом. ABC в типовой форме предполагает индивидуальный расчет затрат на лечение каждого пациента и называется «полной подробной оценкой затрат снизу вверх», потому что все соответствующие компоненты затрат выявляются и оцениваются по наиболее детальному уровню. Затраты в отдельных случаях должны как можно точнее отражать процесс лечения .Такой подход считается так называемым золотым стандартом, но требует много времени, особенно когда информационные системы клиники отсутствуют или являются недостаточными .

Для преодоления ограничений, связанных с ABC был разработан новый подход под названием «учет затрат по видам внутрихозяйственной деятельности, ориентированный на изменение времени». Для оценки затрат требуются только два основных параметра :

1- единичные затраты поставки мощности;

2- время, необходимое для выполнения вида деятельности (также упоминается как операция).

Этот подход был также адаптирован также для здравоохранения . Он предполагает группировку ресурсов, нужных для совместного выполнения деятельности, и их последующее распределение пропорционально затрачиваемому временим. Новизна этого метода заключена в уравнениях времени, которые включают различные характеристики пациента в более точную оценку индивидуального времени, ему посвященного. Он предполагает группировку ресурсов, нужных для совместного выполнения деятельности, и их последующее распределение пропорционально затрачиваемому времени . Модель позволяет произвести калькуляцию лечения каждого отдельного пациента. Различные медицинские процедуры рассматриваются как деятельности. Расходы на одного пациента напрямую зависят от того, какие процедуры были выполнены во время медицинской консультации.

В обстоятельствах нынешнего хозяйствования часть прямых затрат в себестоимости услуг сокращается, при этом доля накладных расходов увеличивается. В связи с этим возникает проблема не только в систематизации расходов, но и их упорядочения. С целью получения финансового анализа (для бухгалтерского учета, налогообложения,

ценообразования) появляется потребность распределения расходов по различным функциям.

При проведении анализа по разным типам оказываемых услуг одной из ключевых проблем является метод разнесения накладных расходов по видам услуг, а кроме того выбор базы распределения расходов. Под базой разнесения подразумевается учетная величина, определяющая долю косвенных расходов, приходящихся на каждый вид услуг. В качестве базы распределения затрат могут приниматься различные статьи: объем оказываемых услуг, расходы на оплату труда медицинских работников и других специалистов, численность сотрудников, площади и оборудование и прочее. Метод ABC устанавливает виды деятельности предприятия, которые вызывают появление расходов, и изучают ключевые носители расходов для этих видов деятельности. Сущность распределения затрат состоит в том, что все без исключения издержки должны быть разнесены к структурному подразделению, работа которого связана с расходами (именуемый центром затрат). Зачастую данные отделения (центры) называются центрами ответственности, либо затратными центрами. Так как ресурсы используются во всех подразделениях медицинского учреждения, то любое отделение считается центром затрат. На нашем примере, организационная структура клиники, оказывающей платные медицинские услуги, представлена двумя подразделениями (отделение стоматологии и консультационное отделение) и администрацией, которые территориально находятся в одном помещении. С целью выделения объектов учета затрат в системе управленческого учета процесс оказания медицинских услуг разделен на виды деятельности (операции), выделены возможные центры ответственности, соответствующие местам возникновения затрат и определены объекты затрат (контракты), также определены счета для группировки затрат (см. таблицу 1). На основании данных бухгалтерского учета определяются затраты на содержание помещений и оборудования. Расходы на человеческие ресурсы были установлены с помощью данных, собранных в системе начисления заработной платы, а затраты на отдельные лекарства и вспомогательные медицинские материалы были получены из журналов учета и актов использования лекарственных средств и расходных принадлежностей.

Таблица 1 - места возникновения затрат, центры, виды расходов клиники

Наименование подразделения организации	**Место возникновения затрат**	**Центр затрат**	**Вид расходов**	**Наименование статьи затрат**	**Комментарий**
Администрация	Центр затрат	Подразделение	26 Общехозяйственные расходы»	- Оплата труда - Страховые взносы - Материалы - Аренда помещений и оборудования	Накладные расходы

				- Коммунальные платежи - Программное обеспечение - Реклама - Прочие - Почтовые издержки	
Стоматологическое подразделение	Центр затрат	Подразделение	20 «Основное производство»	- Оплата труда - Страховые взносы - Медицинские материалы - Прочие	Прямые затраты, которые можно непосредственно отнести к процессу оказания медицинских услуг
Консультационное подразделение	Центр затрат	Подразделение	20 «Основное производство»	Оплата труда - Страховые взносы - Материалы - Аренда помещений и оборудования - Коммунальные платежи - Услуги сторонних организаций - Прочие	Прямые затраты, которые можно непосредственно отнести к процессу оказания медицинских услуг

Для того, чтобы установить связь между видами оказываемых организацией услуг и действиями следует применять драйвер затрат (так называемый носитель затрат) - это показатель, который непосредственно влияет на величину расходов и определяет по какой причине ресурсы используются в процессе конкретного вида деятельности и по какой причине этот вид деятельности приводит к расходам. Когда виды деятельности предприятия, которые вызывают появление расходов, и носители затрат установлены, данные сведения могут быть применены для того, чтобы отнести косвенные расходы на объект затрат (непосредственно на оказываемые медицинские услуги), которые фактически привели к возникновению затрат [6, с. 137]. В связи со спецификой медицинской организации целесообразно выделять в качестве носителя затрат услугу пациенту.

На следующем этапе сгруппируем все затраты за 2017г. по видам деятельности медицинского центра (таблица 2).

Таблица 2 - Группировка затрат по видам деятельности, тыс. руб.

Виды деятельности	**Сумма прямых расходов по видам деятельности**	**Сумма накладных расходов, подлежащая распределению**
Стоматологическое подразделение	646,4	1269,5
Консультационное подразделение	1015,1	
Итого	1661,5	2931,0

В нашем случае главной проблемой распределения затрат считается наиболее правильно объединить накладные издержки с конкретными видами деятельности организации и отобразить уровень причастности расходов к определенному типу услуг.

Распределение расходов согласно затратным центрам выполняется особыми способами. Прямые расходы распределяются непосредственно на определенный вид услуг и объект затрат в четко определенной сумме, а накладные расходы распределяются по затратным центрам, а затем - по объектам затрат.

Попытаемся отыскать оптимальный способ распределения косвенных расходов. В главную очередь подчеркнем, что отсутствует конкретная нормативная база, которая характеризовала бы, в каком случае каким должен быть метод распределения. Следует использовать логику экономических расчетов. Процедуру распределения расходов необходимо прописать в приказе об учетной политике медицинского учреждения.

Таблица 3 - Данные о накладных затратах за 2017г., тыс. руб.

Вид затрат	**Сумма накладных расходов по предприятию**
Заработная плата с начислениями	619,8
Материалы	54,8
Аренда помещений и оборудования	58,2
Коммунальные услуги	22,9
Расходы на рекламу	351,8
Прочие расходы	162,0
Итого	1269,5

Анализируя виды услуг, оказываемых медицинской клиникой, возникает ключевая проблема - каким способом распределить косвенные затраты по видам этих услуг и, кроме того, выбор базы разнесения расходов. Под базой разнесения подразумевается учетная величина, определяющая долю косвенных расходов, приходящихся на определенный вид оказываемых услуг. Базой основания разнесения затрат могут выступать различные

показатели: объем услуг, затраты на оплату труда, сумма полных затрат, численность работников, площади и т.д.

Рассмотрим возможные базы распределения отдельных составляющих косвенных затрат предприятия:

Администрация	Фонд заработной платы . Уделяет каждому сотруднику одинаковое внимание. Поэтому часть административных расходов, приходящаяся на отделение, соответствует доле фонда заработной платы по отделению в общем фонде заработной платы по центру.
Расходы на аренду	Площади , занятые структурными подразделениями. Определение совокупных размеров площадей, занятых структурными подразделениями различных видов деятельности, требует изучения плана помещений организации. Площадь совместно используемого пространства (коридоры, холл) может быть учтена автоматически.
Коммунальные платежи	Фактическое использование. Площади , занятые структурными подразделениями. Так как регистрация этих расходов по отделениям не ведется, расходы по этим статьям также можно распределять на основе площади помещений, занимаемых отделами.
Расходы на уборку помещений	Площади , занятые структурными подразделениями.
Расходы по регистратуре	Количество посещений пациентами по отделениям .
Расходы на рекламу Материальные расходы	Количество посещений пациентами по отделениям. Количество посещений пациентами по отделениям. Площади , занятые структурными подразделениями. Возможная база распределения материальных ресурсов зависит от специфики их использования . Например, моющие средства для полов распределяются по площадям, а бахилы – по количеству посещений.

При применении АВС - метода следует принимать во внимание, что распределять все без исключения косвенные затраты сложно и трудоемко. Распределение косвенных затрат требует определенных ограничений. Существуют статьи затрат, имеющие небольшой удельный вес в общей себестоимости услуг, распределение которых нецелесообразно, так как сведения о суммах этих расходов не предполагают информативной значимости .

На заключительном этапе просуммируем все распределенные затраты, связанные с оказанием медицинских услуг, по каждому подразделению.

Таблица 4 - Распределение затрат по подразделениям, тыс. руб.

Вид затрат	Сумма расходов по предприятию.	В том числе		
		Стоматологическое подразделение	Консультационное подразделение	Администрация
Заработная плата с начислениями	1689,7	472,3	597,6	619,8
Материалы	137,4	96,5	40,9	
Аренда помещений и оборудования	120,0	24,3	37,5	58,2
Коммунальные услуги	85,5	20,9	41,7	22,9
Расходы на рекламу	351,8			351,8
Услуги по проведению лабораторных исследований сторонними организациями	273,0		273,0	
Прочие расходы	273,6	52,1	59,5	162,0
Итого	2931,0	646,4	1015,1	1269,5

Такой подробный способ распределения расходов дает возможность создать объективную картину состава затрат, определить «центры затрат» и получить надежные сведения о себестоимости каждого вида медицинских услуг. Таким образом, в конце отчетного периода формируется полная себестоимость объекта. Необходимо заметить, что метод АВС достаточно сложен, но эффективен. В нашем примере мы применили упрощенный подход распределения косвенных расходов, но на основе фактических данных частной медицинской клиники.

Список использованной литературы:

1. Бектурганов З.З. Потребительский спрос на услуги коммерческой медицины как фактор развития медицинского образования в регионе // Российское предпринимательство. - 2015. - № 2 (272). - с. 347 - 358.

2. Васина А.А**.** Распределение расходов для управленческого анализа прибыли. // Планово - экономический отдел. - 2016. - № 9.

3. Естафьева Е.М., Попова Д.А. Теория и практика использования метода АВС в управленческом учете в коммерческих организациях // Учет и статистика. – 2016. – 10 - 20 с.

4. Ильминская С.А., Матвеев В.В.Финансы здравоохранения: учебное пособие / Орел,2013 - 135с.

5. Кадыров Ф.Н .Методы распределения затрат медицинских учреждений. //
6. Ложников И.Н. Методика расчета тарифов на медицинские услуги // Аудиторские ведомости. - 2006. - №8.
7. Николаева О.А. Стратегический управленческий учет / О.А. Николаева, О.В. Алексеева. – М. : ЕНСС,2003. – 304 с.
8. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10 / 99). Утверждено приказом Министерства финансов РФ от 06.05. 1999 г. №33н.
9. Федеральный закон №129 - ФЗ «О бухгалтерском учете» от 21.11.1996 г.
10. Энтони Р., Рис Дж. Учет: ситуации и примеры . // Финансы и статистика. - 2001. - 560с. Менеджер здравоохранения. - 2008. - №3.

© Велиева В.Т., 2019

УДК 657

Велиева В. Т.
магистрант кафедры бухгалтерского
учета, анализа и аудита
krupska@yandex.ru
Научный руководитель:
Богданова Ж.А.
к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского
учета, анализа и аудита
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный
университет им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Республика Крым, Россия

СРАВНЕНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ В РОССИЙСКОМ УЧЕТЕ И МСФО

Аннотация:
в данной статье рассматривается сравнительная характеристика признания доходов и расходов в МСФО и РСБУ.

Ключевые слова:
доходы, расходы, выручка, МСФО (IFRS) 15, ПБУ 9 / 99, ПБУ 10 / 99.

В современных условиях хозяйствования российские стандарты бухгалтерского учета (РСБУ) сближаются с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО), нарастает взаимодействие систем бухгалтерского учета и отчетности посредством внедрения их в границы единой классификации. Так как эта процедура имеет широкомасштабный объем, потребуется огромное количество времени и стараний с целью приспособления российских стандартов к международным, но имеется и некоторые отличия. Одно из подобных различий относится к порядку признания доходов и расходов, по этой причине рассмотрим его в данной статье.

Определение доходов в международных стандартах аналогично определению, изложенному в ПБУ 9 / 99 «Доходы организации». Согласно российскому стандарту, доходами организации от предпринимательской и иной деятельности признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества). В зависимости от характера, доходы подразделяются на доходы от обычных видов деятельности (выручка от продажи продукции и товаров, работ) и прочие доходы, но российское определение увеличение экономических выгод увязывает только с поступлением активов, тогда как МСФО устанавливает принципы, применяемые предприятием при представлении информации о характере, размере, сроках и неопределенности выручки и денежных потоков по контракту с клиентом. Применяя МСФО (IFRS) 15, предприятие может признавать выручку, когда обязательства по исполнению были погашены, когда клиент получил все выгоды, связанные с обязательством по исполнению, и может использовать и пользоваться активом по своему усмотрению.

Одни и те же доходы в МСФО 15 и в ПБУ 9 / 99 могут быть основными для одних предприятий и прочими для других, однако есть некоторые отличия.

РСБУ не рассматривают анализ существенных рисков, связанных с собственностью на товары. В соответствии с российским стандартом основное в том, произошел переход права собственности или он отсутствует. А МСФО акцент ставится на экономическую сущность операции. В случае, если фирма сохраняет существенные риски, операция не считается реализацией и выручка по ней не признается. Организация признает выручку с течением времени, если выполняется один из следующих критериев:

- клиент одновременно получает и потребляет все преимущества, предоставляемые предприятием в процессе выполнения предприятием своих функций;
- производительность предприятия создает или улучшает актив, который клиент контролирует при создании актива; или
- производительность предприятия не создает актив с альтернативным использованием для предприятия, и предприятие имеет осуществимое право на оплату за производительность, завершенную на сегодняшний день.

Если предприятие не выполняет свои обязательства по исполнению в течение определенного времени, оно выполняет их в определенный момент времени. Таким образом, выручка будет признаваться при передаче контроля в определенный момент времени. Факторы, которые могут указывать на момент времени прохождения контроля, включают, но не ограничиваются ими:

- предприятие имеет текущее право на оплату актива;
- клиент имеет юридическое право собственности на актив;
- предприятие передало физическое владение активом;
- клиент имеет значительные риски и выгоды, связанные с владением активом;
- клиент принял актив.

В основной массе передача рисков и вознаграждений, сопряженных с покупкой, совпадает с передачей прав собственности покупателю.

Имеются отличия и в учете бартерных операций. По российским стандартам товарообменные операции всегда рассматриваются в виде реализации. Согласно МСФО, операция по обмену однородных и подобных по стоимости товаров (услуг) реализацией не признается. Причина, по которой МСФО 15 исключает подобные операции из сферы своего применения, заключается в том, что признание доходов в этом случае приведет завышению расходов и выручки, что нецелесообразно, когда одна и та же компания будет одновременно являться продавцом и покупателем одного и того же однородного продукта.

Принципы формирования резервов по гарантийным обязательствам в МСФО совпадают с подобными отечественными. Базисное различие российских стандартов от международных состоит в целях создания этого резерва. Ключевой принцип, установленный международным стандартом, заключается в том, что резерв должен признаваться только тогда, когда существует обязательство, т. е. существующее обязательство, возникающее в результате прошлых событий. Таким образом, стандарт направлен на обеспечение того, чтобы в финансовой отчетности учитывались только реальные обязательства – планируемые будущие расходы, исключаются из признания. В соответствии с отечественными правилам главной целью создания резерва является равномерное включение предстоящих расходов в издержки производства.

Согласно ПБУ 10 / 99 «Расходы организации» расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

Определение расходов в соответствии с МСФО практически полностью сходится с российским определением: «Расходы - это уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода, происходящее в форме оттока или уменьшения активов, или увеличения обязательств, ведущих к уменьшению капитала, не связанных с его распределением между участниками акционерного капитала». Для включения затрат в первоначальную стоимость продукции (материалов, работ, услуг), основных средств и нематериальных активов, а также порядок их списания в виде амортизации или выбытия в МСФО нет специального стандарта. Порядок учета затрат регламентируют:

- МСФО 2 «Запасы» регулирует оценку расходов по материалам
- МСФО 16 «Основные средства» - затраты по амортизации
- МСФО 19 «Вознаграждения работникам» - расходы по оплате труда - МСФО 23 «Затраты по займам» - определяет порядок учета расходов по займам.

Согласно РСБУ неотъемлемым обстоятельством признания расходов считается то, что затраты обязательно должны подтверждаться первичными документами в соответствии с определенными соглашениями и требованиями законодательства.

Значимым фактором считается то обстоятельство, что в МСФО расход может быть признан только лишь на основании профессионального суждения бухгалтера об уменьшении экономических выгод и отражение хозяйственной операции не связывается с наличием первичной документации или ее отсутствием. Кроме того к расходам относятся убытки, которые представляют собой уменьшение экономических выгод, которые возможно могут возникнуть или не возникнут в процессе хозяйственной деятельности предприятия. К примеру в затраты включают потери от стихийных бедствий. Также в

расходы входят нереализованные убытки, полученные от увеличения курса обмена валюты по отношению кредитов и займов компании в данной валюте.

В МСФО существует немного другой подход к определению доходов и расходов. Так как отличие между доходами и расходами предполагает определить финансовый результат деятельности компании, доходы и расходы рассматриваются в виде компонентов, напрямую связанных с прибылью компании. Это и приводит к существенным расхождениям в отчетах о прибылях и убытках по МСФО и российскому учету.

Список использованной литературы:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // minfin.ru.
2. Миславская, Н.А. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник / Н.А. Миславская, С.Н. Поленова. - Москва : Издательско - торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 370 с.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9 / 99). Утверждено приказом Министерства финансов РФ от 06.05. 1999 г. №32н.
4. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10 / 99). Утверждено приказом Министерства финансов РФ от 06.05. 1999 г. №33н.

© Велиева В.Т., 2019

УДК 330

М. М. Гаджиев
магистрант ДГУ,
г. Махачкала, РФ
Email: mgadzhiev96@mail.ru
Научный руководитель: Н. Д. Джабраилова
канд. экон. наук, доцент ДГУ,
г. Махачкала, РФ
Email: naygay05@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В РФ

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы формирования и пути увеличения финансового результата, так как именно в финансовом результате заключается выраженный в денежной форме итог хозяйственной деятельности предприятий.

Ключевые слова:

Финансовый результат, инфляция, дебиторская задолженность, трудовая миграция, налогообложение предприятий.

Финансовый результат представляет собой прирост (уменьшение) собственного капитала организации за отчетный период в результате осуществления финансово - хозяйственной деятельности. Конечный финансовый результат (прибыль или убыток) определяется как разница между доходами и расходами организации.

Проблема формирования финансового результата является важнейшей для любого коммерческого предприятия, так как именно в финансовом результате заключается выраженный в денежной форме итог хозяйственной деятельности организации в целом и ее отдельных подразделений, все это свидетельствует об актуальности выбранной темы.

Получение предприятием прибыли зависит как от внешних факторов (ситуации на рынке, его конъюнктуры и степени конкурентоспособности), так и от способностей самого предпринимателя организовать свою деятельность так, чтобы она приносила максимально возможный в данных условиях доход.

Финансовый результат указывает на прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации, который образуется в процессе ее предпринимательской деятельности в отчетном периоде. Улучшение финансовых результатов зачастую указывает на такие важные процессы, как увеличение прибыльности предприятия, реализация запланированных показателей, осуществление инноваций, а также общее повышение эффективности деятельности предприятия.

Выделим основные группы проблем, влияющие на финансовый результат предприятий РФ:

- влияние инфляции на финансовый результат финансово - хозяйственной деятельности. Инфляция оказывает существенное влияние на доходы и расходы, и финансовый результат предприятий, особенно если она белее 5 % в год. Инфляция обесценивает все доходы и поступления организации, малая отсрочка входящих платежей ведет к тому, что предприятие недополучает часть причитающихся ему доходов. Инфляция ведет к неоправданному росту потребности в оборотных средствах т.к. многие виды затрат, учитываемых в себестоимости продукции по данным предыдущего периода, не возмещает сумму в текущем периоде [1, с. 637]. Перенос стоимости основных средств и производственных запасов, приобретенных в предшествующий периоды на готовую продукцию (товар) в отчетном периоде опаздывает во времени поэтому приводит к занижению стоимости продукции в стоимости товара. Инфляция искажает реальную стоимость капитала предприятия, его активов и обязательств. Инфляция затрудняет и ухудшает инвестиционную деятельность предприятия и ведет к «поеданию» средств расширенного воспроизводства;

- наличие дебиторской задолженности покупателей. Рассматривая дебиторскую задолженность важно подчеркнуть, что неплатежи нарушают стоимостной механизм процесса обращения всего капитала, то есть влияют на все сферы деятельности промышленного предприятия - закупки, производство, сбыт, развитие и др. Ведь основные средства оборачивают переносящую свою стоимость на стоимость производимой продукции путем амортизационных отчислений. Благодаря постоянному кругообороту денежных основных средств, авансируемых предприятием на возобновление каждого хозяйственного цикла, эти средства возвращаются к нему через определенное время в этой же денежной форме и, как правило, с прибылью. Ввиду того, что у большинства предприятий механизм самовоспроизводства основных средств в настоящее время нарушен из - за большой дебиторской задолженности покупателей, значительная часть

авансированных денежных средств возвращается к их владельцу с большим опозданием, либо совсем не возвращается;

- проблема нехватки кадров и трудовой миграции. Сегодня, по данным Росстата, две трети вакансий, которые требуются в нашей экономике, - это рабочие специальности именно которых как раз и не хватает. В целом, подготовка специалистов не в полной мере сбалансирована с потребностями экономики. Рынок труда перенасыщен специалистами по ряду невостребованных профессий. Подготовка кадров по дефицитным специальностям недостаточна. Ситуация, когда в стране учились и выпускались сплошь юристы и экономисты, большинство из которых потом не могли найти себе работу по специальности, сохраняется и сейчас. Проблему нужно решать сообща с профильными министерствами, институтами образования, предприятиями. Сегодня союз работодателей насчитывает около 250 предприятий и организаций. Состав постоянно растет. Существует соглашение с министерством образования и науки РФ. Прорабатываются кадровые вопросы: формируются заявки от предприятий по дефицитным специальностям, ведется работа с профессиональными училищами. Есть понимание и поддержка со стороны министерства образования. Однако предприятия не всегда идут навстречу.

- система налогообложения предприятий. Налоги являются важным звеном финансовых отношений в обществе и как форма финансовых отношений возникают одновременно с появлением государства. Налоговые платежи оказывают значительное воздействие на финансовое состояние, налоговое влияние настолько велико, что может играть определяющую роль в формировании стратегии и тактики развитии экономики.

Необходимость оптимизации налогообложения особенно актуальна в свете разразившегося экономического кризиса, когда бизнес в России особенно чутко относится к неправильной налоговой политике и проблема правильного баланса налогов для снижения налогового бремени на предпринимателя особенно актуальна. Действительно, если проанализировать величину налоговой нагрузки, приходящуюся на промышленный сектор экономики, которая по некоторым оценкам достигает 60 % добавленной в продукт предприятием стоимости и, учитывая, что добавочная стоимость, произведенная предприятием, складывается в основном из прожиточного минимума персонала предприятия, необходимого для восстановления его трудоспособности, и прибавочного продукта, распределяемого на иные цели (прибыль предпринимателя, налоги, инвестиции, содержание социальной сферы и другие), то становится очевидной необходимость рациональной и эффективной организации учета и планирования налоговых издержек предприятия [3, с. 57 - 58]. Таким образом, оптимизация налогообложения направлена на законное уменьшение суммы налогов к уплате. Наиболее эффективным способом увеличения прибыльности организации является не механическое сокращение налогов, а оптимальное ведение налогового и бухгалтерского учета. Данный способ обеспечивает сокращение налоговых потерь на долгосрочную перспективу.

И так каждая из этих проблем оказывает свою часть влияния на формирование финансового результата финансово - хозяйственной деятельности предприятия.

Как показывает практика, существует определенный набор наиболее эффективных стратегий улучшения финансовых результатов предприятия, которое заключается, как уже сказано, в увеличении его прибыльности в денежном выражении и повышении рентабельности. Эти стратегии рассчитаны, прежде всего, на те отрасли, которые ориентированы на конечного потребителя, то есть те, для которых решающее значение имеют объёмы производства и реализации продукции, определяемые спросом, а также

снижение уровня себестоимости, возможное без ущерба для качества потребительских товаров [2, с. 429 - 431]. Итак, к данным стратегиям относятся следующие:

- уменьшение себестоимости в части материальных и финансовых затрат посредством снижения материалоёмкости и трудоёмкости продукции. Данный путь увеличения прибыли является основным при стабильных экономических условиях хозяйствования;
- внедрение новых технологий и оборудования;
- повышение качества продукции и оптимизация ассортимента;
- увеличение оборачиваемости оборотных средств;
- совершенствование структуры предприятия в целях наиболее эффективной организации труда;
- сокращение нереализованных остатков на начало и конец отчётного периода. Значительная величина остатков приводит к неполному поступлению выручки и недополучению ожидаемой прибыли;
- реализации основных фондов и иного имущества предприятия. Но следует учитывать, что, увеличивая балансовую прибыль предприятия, такого рода операции могут одновременно привести к снижению его производственной мощности.

Таким образом, поскольку в условиях современной рыночной экономики эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия выражается в финансовых результатах, оптимальное решение задач по их повышению и использованию становится основой успешности существования организации на рынке и залогом реализации ее целей.

Список использованной литературы:

1. Комментарий к Налоговому кодексу Российской Федерации / под ред. Ю.Ф.Кваши. - 11 - е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт., 2014. – 1328 с. - Серия Профессиональные комментарии.

2. Стратегический и текущий экономический анализ: учебник / Пласкова Н.С. - 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: Эксмо, 2015. – 640 с.

3. Финансовое и имущественное состояние организаций Хабаровского края в 2012 году, ТИМ0421: статистический бюллетень / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Хабаровскому краю - Хабаровск, 2016. – 70 с.

© М. М. Гаджиев, 2019

УДК33

Г.И Газин
Студент 4 курса СиБГУ филиал БГУ,
факультет экономики и права, профиль финансы и кредит,
г. Сибай, РФ
E - mail: gazin8@bk.ru

НЕПРОПОРЦИОНАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ: ПЕРЕСТРАХОВАНИЕ НА БАЗЕ ЭКСЦЕДЕНТА УБЫТКА

Аннотация

В статье анализируются вид перестрахование на базе эксцедента убытка, её недостатки, перспективы, в каких случаях применяется данный вид перестрахования, рассматриваются

некоторые моменты в заключении договора и влияние на экономику страны, а также дается небольшой вывод.

Ключевые слова:

непропорциональное, страхование, перестрахование, эксцедента, убытка.

Непропорциональное страхование берет свое начало существования с XIX в., но использования такого страхования заметно актуальным стало после второй мировой войны. В частых случаях данное страхование применяется в результате ДТП, при причинении вреда третьим лицам, по договору страхования гражданской ответственности. Применяется еще в страхованиях где верхний предел ответственности страховщика отсутствует.[1]

Перестрахование на базе эксцедента убытка — являеятся одним из видов договоров непропорционального перестрахования. Если при страховом случае или серии страховых случаев, причиной которой является одно и тоже происшествие, будет превышена условная в перестраховном договоре сумма конечной суммы убытка по страховому риску — данное условие договора перестрахования будет действительно. Определенный лимит обязательства перестраховщика ограничевается выше данной суммы. Порядок эксцендента убытка определяется в порядке возрастания потребностей. Аванс заработанный перестраховщиками — устанавливается в процентном соотношениие как доля к годовой сумме брутто - премии. Часть суммы оплачивается сразу после заключения договора — это так называемая депозитный аванс. Данный договор не учитывает дополнительную премию и комиссию в пользу передающий компании. Денежное возмещение, предоставляемая по договору, в результате последствия страхового случая будет связано с величиной потери. При двух и выше страховых случаев потери оплачиваются в пределах приоритета передающей компании в этом и заключается недостаток договора эксцендента убытка. При уменьшение приоритета передающий компании цена такого договора перестрахования становится высокой и договор эксцедента убытка теряет основные преимущества.[2, с. 45 - 48] На практике, данный вид перестрахования показывает хорошие перспективы, например, Российская перестраховочная компания РНПК в риски международных рынков инвестирует 10 млрд рублей. По договору эксцедента убытка, перестрахование по риску будет включать весь портфель защиты РНПК. В перестрахования не попадает бизнес на который наложены санкции и зарубежный бизнес, но не исключением являются рынки стран СНГ. РНПК — компания перестраховщик чья доля обязательств принимаехых на себя по перестрахованию заключенные со страховщиками из России, имеет низкую возможность собственного удержания компании с расчетной величиной. Данный факт снизил подписание договоров в крупных проектов. Еще одной проблемой страховых компаний является подписания многих договоров на одной территории что при природных катаклизмах на данной территории может нанести огромный вред капиталу компании.

Для защиты капитала компании и расширения возможности — РНПК вводит ретроцессионную защиту страхового портфеля компании.

Отсутствие санкционных рисков является преимуществом портфеля попадающего на перестрахование, в которых участвует РНПК. Договор перестрахования распространяется на имущественный портфель рисков РНПК. По авиа - гражданской ответственности предпологается заключать отдельный договор.

Плюсы ретроцессионной программы:

1. Расширение возможностей при перестраховании рисков с 2,5 до 10 миллиардов рублей, что позволит увеличить размеры премий на 1 млрд рублей.

2. Существенный размер удержания РНПК — 2,5 млрд рублей дает сниженную цену защиты, что даст возможность российским компаниям перестраховать свои риски в России, сохраняя деньги внутри российской экономики.

3. Привлечении международного бизнеса. [3]

Таким образом разобраны плюсы и минусы одного из вида непропорционального перестрахования на базе эксцедента убытка. Если при возникновении страховых случаев потери оплачиваются в пределе приоритета передающий компании, то при ретроцессионной политики компания - перестраховщик увеличит свои возможности по перестрахованию рисков и благотворительно повлияет на экономику страны.

Список использованной литературы

1. Фориншурер — журнал про рынок перестрахования [электронный ресурс] // Перестрахование // Непропорциональное перестрахование: [сайт]. [2019]. URL: http: // re - insurance.com.ua / vid / 129 (дата обращения 17.05.2019).

2. Журавлев Ю.М. Словарь терминов по перестрахованию. – М.: Анкил, 1994. –180 с. – ISBN 5 - 86476 - 054 - 4.

3. Korins — клуб журналистов [электронный ресурс] // Новости // РНПК разместит на международных рынках риски на 10 млрд рублей: [сайт]. [2019]. URL: http: // www.korins.ru / posts / 4980 - rnpk - razmestit - na - mezhdunarodnyh - rynkah - riski - na - 10 - mlrd - rubley (дата обращения 17.05.2019).

© Газин Г.И., 2019

УДК 332

Глазко А.И.
студент группы 1 - ммт - 16
СамГТУ
г.Самара, Российская Федерация
E - mail: glazgod@mail.ru
Бычкова А.А.
студент группы 1 - ммт - 16
СамГТУ
г.Самара, Российская Федерация
E - mail: glazgod@mail.ru

ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СВЯЗАННЫЕ С УПРАВЛЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В данной статье рассмотрены проблемы финансово - экономической деятельности предприятия. Проанализирована динамика влияния внешней среды на деятельность предприятия.

Ключевые слова
Финансово - экономическая деятельность, внешняя среда, внутренняя среда.

Эффективная система финансово - экономического управления на предприятии является одним из основных факторов конкурентоспособности, поскольку от нее во многом зависит принятие руководителями эффективных решений. Чем выше будет достоверность и своевременность получения результатов финансово - экономического планирования, контроля и анализа, тем выше будет оперативность и эффектность процесса принятия решений. Основные процессы финансово - экономического управления (в том числе финансово - экономическое планирование, контроль и анализ) служат основой для управления предприятием [1, с. 304]. Поэтому повышение эффективности финансово - экономического управления является важной задачей для руководства предприятия.

Для отечественных предприятий очень важным является вопрос о необходимости изменения и совершенствования системы финансово - экономического управления при изменении условий функционирования предприятия. Учитывает ли существующая система финансово - экономического управления предприятием изменения, которые происходят во внешней среде? Учитывает ли она внутриорганизационные изменения на предприятии? Будет ли система финансово - экономического управления (СФЭУ), которая признана эффективной при существующих условиях функционирования, обладать такой же эффективностью в будущем? Принимая во внимание высокую динамику и высокую степень неопределенности внешней среды предприятий отечественной экономики, а также зависимость общекорпоративного управления предприятия от состояния и изменений во внешней среде, можно отметить, что оценка влияния изменений во внешней среде на эффективность СФЭУ является весьма актуальной задачей. Это обусловлено тем, что СФЭУ является неотъемлемой частью общекорпоративного (общефирменного) управления предприятия, и, следовательно, реорганизация общекорпоративного управления может привести к необходимости изменения и финансово - экономического управления [3, с. 128].

Согласно теории общего менеджмента и теории стратегического управления известно, что состояние и изменения, как во внешней, так и во внутренней среде предприятия существенно влияют на эффективность общекорпоративного управления и, следовательно, обуславливают его реорганизацию или адаптацию к новым условиям внешней и внутренней среды. В процессе развития и адаптации к условиям внешней среды успешное предприятие постоянно совершенствует свою систему общекорпоративного управления, оценивает эффективность и соответствующим образом корректирует осуществляемую стратегию, перестраивает свою организационную структуру и т. д [2, с. 129]. Разработка и последующая реализация таких мероприятий по реформированию предприятия позволяют более оперативно и с большей точностью реагировать на изменения во внешней среде, например, реагировать на ожидаемые изменения объемов сбыта продукции в будущем, более оперативно перестраивать свое поведение на рынке вследствие ожидания изменений в ограничениях на ресурсы (производственные, материальные,

трудовые и т.д.) в будущем и т.п. В результате предприятие получает дополнительные конкурентные преимущества по сравнению с теми предприятиями, действующими на рынке, которые фактически не успели адаптироваться к изменившимся условиям внешней среды. Вследствие того, что система финансово - экономического управления является неотъемлемой частью общекорпоративного управления предприятия, то адекватность и своевременность изменения системы финансово - экономического управления также будет обуславливать получение предприятием дополнительных конкурентных преимуществ. И наоборот, если изменение СФЭУ будет осуществляться несвоевременно или данное изменение не будет соответствовать общекорпоративному управлению или состоянию внешней среды, то это может привести к снижению эффективности деятельности всего предприятия.

Таким образом, при изменении внешней среды предприятия, а также в результате реформирования системы общекорпоративного управления, используемая прежде система финансово - экономического управления может стать не эффективной в новых условиях функционирования [5, с. 62]. Ярким примером тому может служить появление потребности в изменении системы финансово - экономического управления в процессе перехода отечественных предприятий от функционирования в условиях плановой экономики к условиям рыночной экономики. Для того чтобы повысить эффективность, на отечественных предприятиях необходимо было создавать новые методы и инструменты финансово - экономического управления и, таким образом, обеспечивать соответствие принципов финансово - экономического управления новым условиям функционирования и общекорпоративному управлению.

Вследствие вышесказанного, можно сделать вывод, что в изменяющихся условиях функционирования возникает необходимость в формировании такой системы финансово - экономического управления для отечественных предприятий, которая была бы адекватна текущим и перспективным потребностям общекорпоративной системы управления (системе стратегического управления предприятием), а также учитывала бы возможные изменения во внешней и во внутренней среде предприятия.

Список использованной литературы

1. Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента: как управлять капиталом / И.Т.Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 383 с.

2. Берлин, С.И. Теория финансов: Учебное пособие / С.И. Берлин; С.И. Берлин. - М.: Приор, 2009. - 256 с.

3. Бородина, Е.И. Финансы предприятий. Определение потребности в оборотных средствах: Учебное пособие / Е.И. Бородина. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 207 с.

4. Вечканов, Г.С. Краткая экономическая энциклопедия / Г.С. Вечканов. – СПб.: ТОО ТК Петрополис, 2008. – 509 с.

5. Крейнина, М.Н. Финансовое состояние предприятия: методы оценки / М.Н. Крейнина. - М.: Издательство ДИС, 2007. – 247 с.

6. Крейнина, М.Н. Финансовый менеджмент / М.Н. Крейнина. - М.: Издательство ДИС, 2009. – 352с.

© Глазко А.И., Бычкова А.А.

УДК 333.8

З. В. Глухова
студент 1 курса Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета,
г. Владивосток, РФ
E - mail: glukhova.zv@students.dvfu.ru
Zlata Glukhova
FEFU, Vladivostok

ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ И ВЗАИМОСВЯЗЬ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ И ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

INTERDEPENDENCE AND INTERRELATION OF FINANCIAL RISKS AND FINANCIAL SECURITY OF HOUSEHOLD ECONOMIES

В условиях рыночной экономики домашнее хозяйство вступает в различные виды экономических отношений, выступает в качестве плательщика обязательных платежей в бюджеты различных уровней и внебюджетные фонды. Домашние хозяйства принимают решения, на основании которых могут возникать возможные неопределённые и нестандартные последствия, связанные с изменением материального положения как домашнего хозяйства в целом, так и каждого из его членов в отдельности.

Финансовая безопасность, финансовые риски, финансовые инструменты и технологии, домашние хозяйства

In a market economy, the household enters into various types of economic relations, acts as a payer of mandatory payments to the budgets of various levels and extra - budgetary funds. Households make decisions on the basis of which there may be uncertain and non - standard consequences associated with changes in the financial situation of both the household as a whole and each of its members individually.

Financial security, financial risks, financial instruments and technologies, households

Домашнее хозяйство в условиях рыночной экономики вступает в различные экономические отношения между составными элементами публично - правового и частноправового секторов финансовой системы государства, выступает в качестве плательщика обязательных платежей в бюджеты различных уровней и внебюджетные фонды. В свою очередь и государство, в лице органов публичной власти, перераспределяет поступившие обязательные платежи и осуществляет выплату как отдельным категориям населения, в виде государственных социальных трансфертов, так и формирует бюджеты отдельных хозяйствующих субъектов.

Домашние хозяйства потребляют и используют продовольственные и промышленные товары, формируют спрос на различные услуги и оплачивают их за счёт доходов, которые получают, предоставляя в распоряжение органов публичной власти и хозяйствующих субъектов ресурсы (трудовые, денежные, финансовые и т.д.), инвестируют в развитие производства, формируют различные фонды и т.д.

На финансовом рынке домашние хозяйства могут выступать в качестве инвесторов и продавцов, приобретая и реализуя финансовые продукты и услуги, используя современные информационно - коммуникационные (далее - ИКТ), финансовые технологии и инструменты.

Финансовые инструменты домашних хозяйств. В своей повседневной деятельности домашние хозяйства используют различные финансовые инструменты и в разных сферах финансового (валютный, драгоценных металлов, инвестиционный, кредитный, страховой, фондовый, современные информационно - коммуникационные технологии, инвестиции в человеческий капитал и в свой бизнес и т.д.) рынка

Финансовые технологии домашних хозяйств. Направлены на различных пользователей – инвесторов, кредитные организации и банки, страховые организации и т.д., и представляют собой форму предоставления клиентам услуг финансовыми организациями, посредством ИКТ в сфере мобильных платежей, перевода денежных средств, кредитования и т.д. – инвестиции, программы лояльности, маркетплейсы онлайн - бизнеса, необанкинг, онлайн - бухгалтерия в малом и среднем бизнесе, управление личными финансами, страхование, краудтехнологии, онлайн (оффлайн) платежи, онлайн - кредитование и онлайн - лендинг, современные ИКТ [1].

Финансовые риски домашних хозяйств. В своей повседневной деятельности домашние хозяйства принимают активное участие в разных видах экономических отношений, принимая решения, вследствие которых могут возникать различные финансовые результаты, связанные с изменением материального положения как всего домашнего хозяйства в целом, так и каждого из его членов в отдельности. Возникающие при этом риски, являются причиной денежных расходов домашнего хозяйства, приводящие к незапланированным финансовым потерям. [2].

Стремление домашних хозяйств диверсифицировать свои активы, заставляет их пользоваться услугами финансовых рынков, не всегда имея в своём распоряжении достаточный объём необходимой информации, времени и квалификации для принятия корректных решений, что увеличивает их финансовые риски.

Финансовая безопасность домашних хозяйств. В период экономических кризисов всегда активизируется деятельность компаний, предлагающих различные «заманчивые» инвестиционные предложения.

Стандартное предложение от финансово - кредитных организаций банковского сектора по размещению (инвестированию) свободных средств для населения, находится в диапазоне от 6,5 до 9,3 % годовых, в зависимости от условий депозита (период размещения, сумма, вид валюты и т.д.) [3].

В свою очередь на финансовом рынке осуществляют свою деятельность и другие организации, предлагающие для физических лиц более выгодные предложения по инвестированию ресурсов.

Достаточно сложно представить сферу применения инвестиций, в которой в зависимости от типа и продолжительности хайпа (аббревиатура - High Yield Investment Program - высокодоходный и высокорискованный инвестиционный проект) участникам которого *ежедневно* выплачивается от 1 % до 50 и более % от вложенной суммы.

Большинство HYIP - проектов основаны на схеме Понци - выплачивая первым их участникам проценты за счёт средств, полученных от тех, кто присоединился к ним позже.

По времени действия различают следующие типы HYIP - проектов:

- быстрый —доходы до 50 и более % с ежедневными выплатами;
- средней продолжительности (от 6 до 12 месяцев) — доходы до 3 % ежедневно;

- длительный, предлагаются меньшие проценты, срок выплат увеличивается с ежедневных до недельных, продолжительность несколько лет.

Вывод денег из HYIP осуществляется через PerfectMoney, Payeer, Payza, OK Pay, криптовалюту и т.д. [4].

Одна из особенностей любого хайпа – наличие реферальной программы, которая в своём основании связана с сетевым маркетингом. Участник (рефовод), который привел в проект другого человека, получает процент от его оборота, что, в сущности, и составляет его доход. В большинстве таких проектов требуется привести как минимум двух новых клиентов (бинарная система), чтобы получать доход от их суммарного оборота, после этого, сумма прибыли первого участника увеличится и будет зависеть от оборотов его рефералов. Таких «уровней» в проекте может быть несколько - увеличение оборота стимулирует привлекать новых участников [5].

В отношении хайпов, часто используется термин scam (мошенничество, обман), который применяется в том случае, когда проект перестает выплачивать деньги инвесторам и закрывается [6].

Однако в отличии от депозитных предложений, предлагаемых банковскими финансово - кредитными учреждениями, заключающих с клиентами договор, и страхующих их вклады, организации предлагающие HYIP - проекты, принимают денежные ресурсы в доверительное управление и не дают ни каких гарантий, в случае возникновения непредвиденных ситуаций.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что при принятии решения об инвестировании денежных средств в различные виды инвестиционных проектов, необходимо руководствоваться рекомендациями квалифицированных специалистов, профессионально занимающихся вопросами финансовой безопасности, ибо необдуманные экономические решения могут привести к большим потерям как в личном, так и в общем бюджете домашнего хозяйства.

При этом, большинство домашних хозяйств в основном использует традиционный способ минимизации финансовых рисков, особенно в период экономических кризисов – создание страхового денежного фонда в виде привычной «заначки на черный день».

Список использованной литературы:

1. Осипова Т.Ю., Клименко Е.Н. Финансовые технологии как оболочка инструментов финансов домашних хозяйств // Проблемы учёта и финансов. - 2016. - № 4 (24). - С. 27 - 36

2. Глухов В.В., Рожков Ю.В., Старинов Г.П. О формировании деликт - менеджмента домашних хозяйств // Сибирская финансовая школа. - 2014. - № 4. - С. 30 - 34

3. Вклады банков Владивостока. [Электронный ресурс]. URL: http: // vladivostok.vbr.ru / banki / deposity / (дата обращения: 20.03.2019).

4. Хайп — что это такое простыми словами. [Электронный ресурс]. URL: http: // ktonanovenkogo.ru / voprosy - i - otvety / xajp - chto - eto - takoe - znachit - xajpit - xajpovyj - molodezhnom - slenge - hyip - proekt.html#hype - 3 (дата обращения: 20.03.2019).

5. Реферальная программа в хайпах и ее виды. [Электронный ресурс]. URL: https: // foxinvest.net / articles / referalnaya - programma - v - hajpah - i - ee - vidy / (дата обращения: 20.03.2019).

6. Что такое Скам. [Электронный ресурс]. URL: http: // bolshoj - kush.com / chto - takoe - skam / (дата обращения: 20.03.2019).

© З.В. Глухова, 2019

УДК 338.001.36

Г.А. Гончаров
доктор.экон. наук, доцент
СПбГУП
г.Санкт - Петербург
E - mail: gena _ gon@mail.ru
G. Goncharov

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSMENT OF ECONOMIC SECURITY OF SMALL ENTERPRISE AS A SECTOR OF ECONOMY

Аннотация
В статье рассмотрены основное содержание современных методологических подходов к оценке экономической безопасности малого предпринимательства как сектора экономики. Предложена их классификация и авторский вариант комплексного подхода к оценке экономической безопасности малого предпринимательства.
Ключевые слова
Экономическая безопасность, малое предпринимательство, методологический подход, оценка экономической безопасности, сектор экономики.

Annotation
In the article the basic content of the modern methodological approaches to the estimation of economic security of small enterprise as a sector of economy is considered. Their classification and author variant of the complex approach is offered for the estimation of economic security of small enterprise.
Keywords
Economic security, small enterprise, methodological approach, assessment of economic security, sector of economy.

Macroeconomic instability in Russia was caused by the crisis phenomena in the global and European markets, the sanctions war against our country, as well as lack of development of the domestic market. This instability reinforces the urgency of deep scientific study of the problems of evaluating the economic security of small business as the economy sector.

The main purposes of this study, in our opinion, are:

- the first, the development of a comprehensive methodological approach to define the criteria of quantitative and qualitative indicators, methods and tools for assessing the economic security of small business as a sector of the economy;
- the second, the development of a comprehensive methodological approach to define the criteria of quantitative and qualitative indicators, methods and tools for assessing the economic security of small businesses;

An important contribution to the study of the economic security of small businesses was made by Russian and foreign scientists [1, 2, 3, 4, 5, 6, 16, 17, 18]. They developed a number of methodological approaches to disclose the nature and content of the assessment of the level of business economic security, its methods and tools of its measurement. It should be noted that the

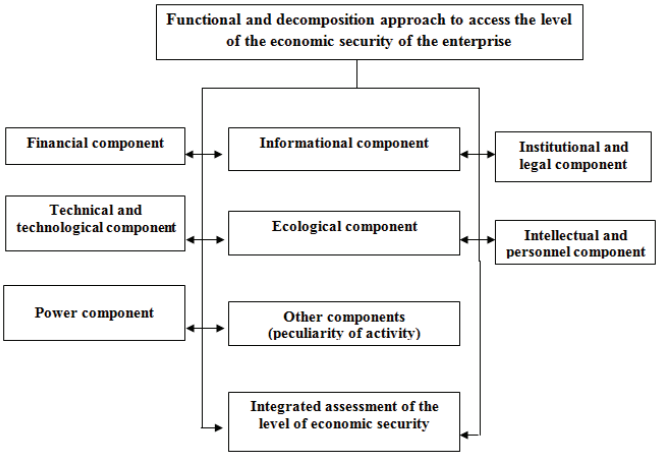
points of view of researchers substantially different. Depending on the particular scientific approach there are used different and similar methods and tools for assessing the economic security of small business. During the development of the mentioned scientific views methodological approaches to the assessment of economic security were established.

We think, at this point the need emerged to analyze the basic methodological approaches and it is necessary to develop a methodology for integrated assessment of economic security of small entrepreneurship as a sector of economy. We consider that tasks of development a comprehensive methodological approach to such an assessment may be solved by the convergence of existing approaches and the application on the basis complex methods. We will begin solution to this problem by examining the existing methodological approaches.

The most common in the scientific literature are: 1) functional and decomposition; 2) hierarchical and decomposition; 3) economic and diagnostic; 4) resource and functional; 5) critical and parametric approaches [5].

Functional and decomposition approach as the main method uses decomposition analysis, which involves the decomposition of the concept of "economic security" into separate functional components and assessment of economic security of enterprises according the following functional components: financial, informational, intellectual and personnel, technical and technological, institutional and legal, power, environmental, interface, etc. [7, 9].

According to this approach, a general scheme of assessing the economic security of enterprises is possible to be constructed by its functional components as following (Pic. 1).



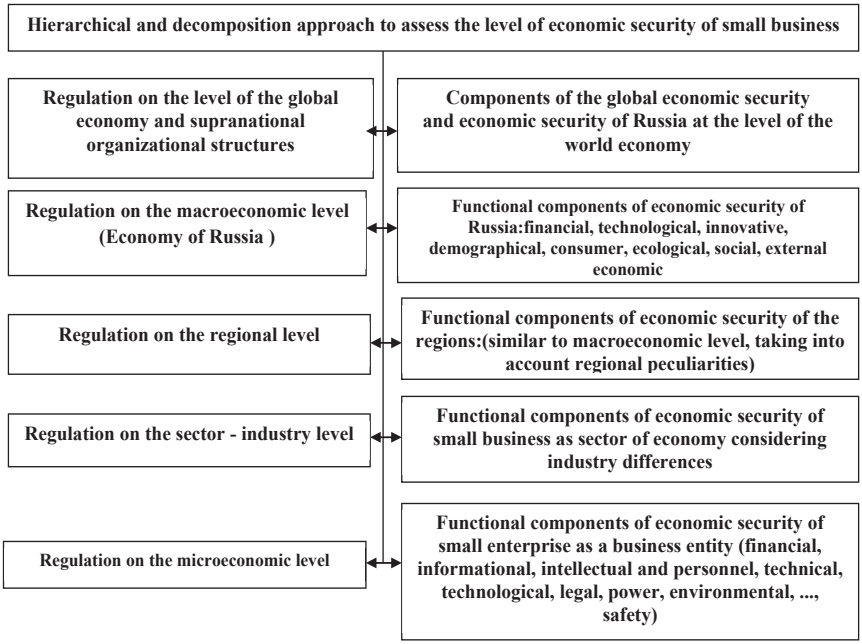
Pic 1. The general scheme of assessment
of economic security of enterprises by its functional components

Some authors use the decomposition analysis at different levels of the hierarchy of economic regulation and also branch and sector aspect of economic security [1, 5]. This approach is rightly called hierarchical and decomposition (Pic. 2).

Hierarchical and decomposition analysis is proposed to be conducted in several stages:

- analyses of the existing state of economic security and conditions of its ensuring;
- analysis of economic security of the enterprise at various levels of the hierarchy of economic management and from branch and sectoral perspective;

- determining the level of ensuring of the basic functional components;
- calculation of the integral index of economic security of the enterprise.



Pic. 2. Content of hierarchical and decomposition approach to assess the level of economic security

The authors of the given approach justify the feasibility of this analysis as the need to study the business environment, which was formed in Russia. This environment must be studied in terms of its favourableness to the business and the level of protection of small businesses and their economic interests from threats. They propose to conduct the mentioned method by following directions as: 1) assessment of the level of formation of economic security of business, its completeness and relevance to theoretical and methodological requirements; 2) an analysis of the factors of formation, development and viability of the business; 3) evaluation of the major functional components of economic security of business; 4) identifying the level of compliance and security components of the internal structure and the level of protection of economic security of business from internal and external threats.

We propose to use the following criteria to assess the level of formation of the small business economic security at national level according with such approach: 1) the level of effectiveness of government policies to support entrepreneurship; 2) the regulatory environment to stimulate business activity; 3) the level of formation of favorable business environment; 4) the level of the shadow economy; 5) the level of economic crime; 6) the level of satisfaction of business by conditions created for business, etc.

We offer to carry analysis of the factors of formation, development and sustainability of business by the following criteria: 1) the efficiency of government programs to support small business development; 2) the level of bureaucracy and corruption in government; 3) the level of development of market infrastructure; 4) the level of resource support of small business; 4) the level of implementation of innovations; 5) the level of investment in the real economy; 6) the structure of the economy by the volume of production and so on.

In our opinion the assessment of major functional components of the economic security of small business at national level in accordance with the hierarchical and decomposition approach should be based on the methodology of assessing the level of national economic security of Russia, which identifies as components of economic security: the macroeconomic, financial, foreign trade, investment, scientific and technological, energy, industrial, demographic, social, food security. As the small business sector is a part of the national economy, when assessing its economic security we should apply indicators of balance of this sector with large and medium - sized businesses, resistance to internal and external threats, availability of resources necessary for safe operation.

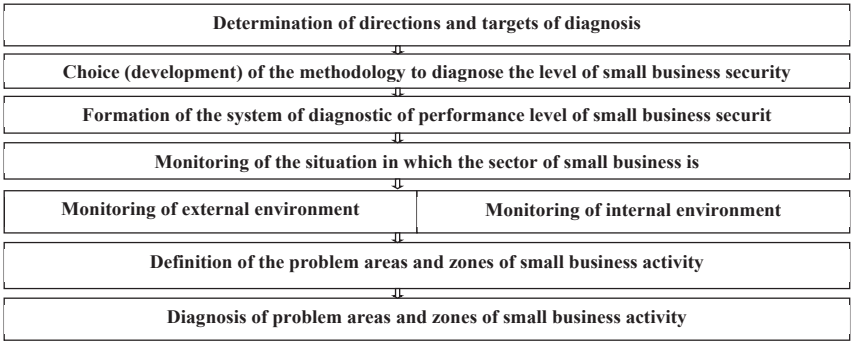
Economic and diagnostic approach involves an assessment of the economic security through the use of performance of the whole complex of enterprise resources. Applying this approach, the evaluation of the economic security of small businesses usually is identified with the analysis of the state of their financial activities, such as economic diagnosis [11, p. 25; 14, p.117]. To our point of view, such approach to understand economic diagnosis is too simplified, because it largely reduces its role only to instruments assessing the level of economic security of business. We believe that the methods of economic analysis, exactly like other methods of scientific knowledge are used in certain methods of economic diagnosis.

Also in the scientific literature we can observe a large number of attempts to build a single integrated scheme of diagnostics of enterprises economic security and the procedure of its implementation [9, 10, 12]. Generally in such schemes diagnosis is carried out to obtain timely information about threats. Such a scheme comprises: determining a set of parameters that characterize the threat, the definition of standard indicators; monitoring the economic security of the company based on the dynamics of real performance.

To our opinion, the above - mentioned approaches to complex diagnostic evaluation broaden the methodology of economic security assessment, because most of them involve analysis in key areas of business enterprises corresponding to the functional components of security. In addition, a close relationship with diagnostic monitoring and forecasting helps better to understand the current state of enterprise security.

Summary of the main points of the investigated approaches allows us to propose the following methodological scheme to diagnose the level of economic security of small businesses (Pic. 3). Thus, it can be stated that the economic diagnosis in modern terms is an important method of assessing the economic security of small business.

Using of this method of estimating the economic security makes possible to determine clearly and objectively: first, the degree of deviation of actual performance indices from the set, planned, average, standard, normative ones, etc., and second, to identify reasons for the deviations and third, to determine the overall "diagnosis" and set activities, which caused deviations with aim to develop measures to overcome the threats effects.



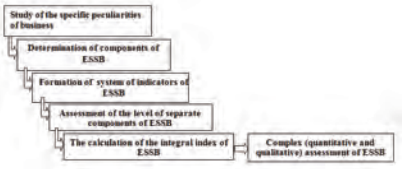
Pic. 3. Economic and diagnostic approach to assess
the level of economic security of small business

In resource and functional approach there is a postulate that the very notion of security of economic entities provides efficient use of resources that would ensure stable operation of enterprises in the present moment and promote sustainable development in the future. To ensure economic security all available corporate resources are applied. These resources are such factors of businesses, which are used by owners and managers to achieve goals [1, 10].

Among these resources we usually distinguish: 1) resource of the capital that helps the company to provide other corporate resources; 2) resource of the personnel (employees, their abilities, knowledge, skills and experience), which combines and converts all other resources on factors of production; 3) information resource that provides effectiveness of management decisions, allowing company management adequately respond to any changes in the external environment of business, to plan and carry out economic activities; 4) resource of technology and engineering that provides production and marketing capabilities of enterprises; 5) resource of time, which allows to implement decisions and so on. Effective use of mentioned resources provides a stable, steady state of small businesses economy and need a necessary level of economic security.

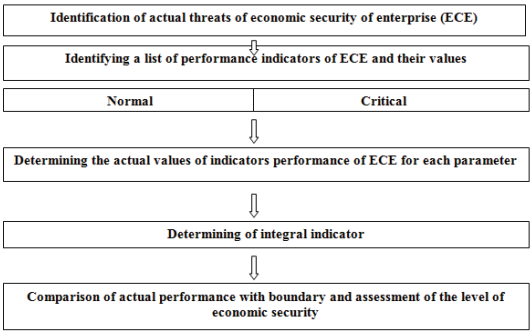
Within this approach we should also take into consideration the *resource of security forces* that can be applied by individual enterprise and by small businesses in general (a large proportion of small enterprises), that is financial, informational, organizational, technical, legal, intellectual and personnel means and precaution tools. Thus, in the context of assessing the level of economic security of small businesses we should consider all available corporate resources. We think that a scheme for assessing the economic security of small businesses according to this approach includes the following elements (Pic. 4).

In our opinion, advantage of this approach is its versatility, which enables widespread use. The disadvantage is that assessing the economic security of various industries and ownership requires additional efforts to identify specific functional components and indicators to measure them.



Pic. 4. Resource and functional approach to assessment
of the level of economic security of small business (ESSB)

Limiting and indicator approach involves the calculation of a specific set of parameters (indicators) of economic security of small businesses and their comparison with the actual values of the boundary ones. Under the limit values of parameters (indicators) of economic security their normative values are understood. Failure of these parameters indicates the presence of threats to economic security. According to this approach, security of the enterprise is defined as the degree of compliance with the actual values of the estimated parameters to the regulatory (limit values). Scheme for assessing the economic security of small business within the limiting and indicator approach should be represented as following: identification of current threats; identification of the list of performance indicators and their limit values; calculation the actual performance for each parameter and the definition of integral index; comparing the actual performance with the boundary and determine the level of economic security (Pic. 5).



Pic. 5. Limiting and indicator approach to assessing the economic security of small business

According to limiting and indicator approach, based on actual and normative values of set parameters and size of the deviation from the limit (standard) values of indicators of economic security, the level of economic security of small business can be characterized as:

- normal when the indicators of economic security are within the maximum permissible values and the degree of utilization of available capacity is close to the planning and normative;
- pre - crisis when the threshold of one or more indicators of economic security overlap, but the opportunities to improve conditions and performance through the application of preventive measures are not missed;
- crisis, when the threshold value of large number of indicators of economic security overlaps and there are signs of irreversible decline in performance and partial loss of potential;
- critical, when the threshold value of large number of indicators of economic security overlaps and full or partial loss of potential is inevitable [25, p. 199].

It should be noted that the assessment of the economic security of small business in accordance with that approach may be conducted in the form of express analysis as well as fundamental calculations.

The benefits of limiting and indicator approach to assess the economic security of enterprises of small business sector are the ability extensively to investigate all indicators of the investigated problem and identification of specific boundary safety indicators that make threats approaching clear. The complexity of the practical application of the limiting and indicator approach in terms of

small business is, to our opinion, due to the lack of legal framework, administrative and business practices and statistics of Russia. There is no single clear approach to the identification of "small enterprise" and accordingly "small entrepreneurship" that makes some errors in the calculations.

We consider that scientific approaches examined above can be used as a methodological base to develop the complex method for assessment the level of economic security of small enterprise in general. Also it can be used to assess the level of economic security of individual enterprises.

We propose the variant of complex approach to assessment of the economic security of small entrepreneurship. The essence of this approach includes the following points:

The first, since the system of economic security of small business is formed on the basis of the specific legal, organizational, economic, social, climate and other conditions prevailing in the country, region or sector of activity, the assessment of its condition should be carried out at national, regional, sectorial, organizational and economic levels. This evaluation system should be built on the basis of: a) the elements of the category of "economic security" (operating conditions of small business, general business, opportunities to manage risk and threats, ability to manage in crisis situations, the possibility of support from other subjects to ensure the economic system security of small business and its ability to adapt to changes in the business environment); b) threats of the systematic and unsystematic character of different origin; c) relevant to this level of assessment functional constituents and their corresponding indicators; d) integral (generalized) index of economic safety of object of investigation.

The second, the system of economic security of small business on the one hand, can be considered as a base for enterprises of small business sector as a whole. On the other hand system of economic security has regional and sectorial differences. It is unique to each company and is affected by a large number of external and internal factors. The system of assessment should include methods of detection of these factors and indicators of its measurement.

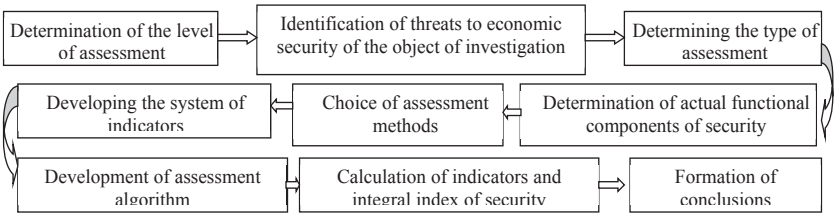
The third, the economic security of small entrepreneurship functions as a structural element of the economic security of the state, region, the settlement which leads to its close relationship to other structural elements. The assessment of the economic security of small businesses must consider factors that cause this relationship.

The fourth, ensuring the economic security of small business in general and of each individual enterprise in particular, involves the application of preventative as well as reactive measures. This means to use different resources of time to assess events, decision - making and their implementation. Therefore, the evaluation system of economic security should use a wide range of methods and tools as a fundamental and express analysis.

The fifth, the system of economic security of small businesses is a complex entity that includes functional components, organizational structures, power and resources. Evaluation of the mentioned structural components requires a variety of methods and techniques. Attempts to develop a single, universal method of valuation, in our opinion, has no prospects. Therefore, methodological support of economic security assessment should be formed according to the tasks that must be performed.

Thus, a comprehensive approach to evaluating the economic security of small businesses involves the application of such logic circuit: 1) determination the level of assessment (national, regional, organizational and production); 2) identification of threats to economic security of the object of research; 3) determination the type of assessment (express analysis, fundamental analysis, sample evaluation); 4) determination of the actual functional components of security; 5) selection

of assessment methods; 6) development (forming) system evaluation indicators; 7) development of evaluation algorithm, 8) calculation of the safety indicators according to functional components and integrated indicators and their comparison with the boundary or ideal value, 9) forming conclusions about the assessment of economic security (Pic. 6).



Pic. 6. Logical scheme of integrated approach to the evaluate on of the economic security of small business

Within the complex approach it is possible to use a wide range of methods and techniques for assessing the economic security of small business as a sector of the economy allowing you to get the most accurate scientific and practical results of investigation.

Literature:

1. Basics of Economic Security. (State, region, enterprise, person) / Edited by E. Olejnikova. – M.: Economika, 2000. – 271p.

2. Varnalii Z. the state regulatory policy in the sphere of small entrepreneurship / Z. Varnalii, I. Kuznietsova. – K.: Institute of Economic Forecasting, 2002. – 104 p.

3. Vasultsiv T. Economic security of entrepreneurship in Ukraine: strategy and mechanisms of strengthening: Monograph. – Lviv: Aral, 2008. – 384 p.

4. Vechkanov T. Economic security: tutorial for higher educational establishments / T. Vechkanov. - SPb: Piter, 2007. - 384 p.

5. Voloshyn V. Priorities and methods to ensure the economic security of small and medium businesses: dis. of cand. of econ. sciences: 08.00.03 «Economics and Management of National Economy» / Volodymyr Voloshyn ; [Institute of regional investigation of the National Academy of Science of Ukraine]. – L., 2008. – P.95 - 97.

6. Grunin O., Grunin S. Fundamentals of the theory and practice of economic security. – SPb, 2002. – 93 p.

7. Dronov R. Approaches to maintenance of economic safety / R. Dronov // Economist. – 2001. – № 2. – P. 42 – 45.

8. Kamyshnykova E. Methods of assessing the level of economic security of metallurgical enterprise / E. Kamyshnykova // Actual problems of economy. – 2009. – № 11(101). – P. 77–82.

9. Iliashenko S. Components economic security of enterprise and approaches to its assessment / S. Iliashenko // Actual problems of economy. – 2003. – № 3. – P. 12–19.

10. Kolass B. The financial management of the enterprise.Problems, conceptions and methods: tutorial.: trans. from French. / edited by prof. Ya. Sokolova. - M.: Publ. house "Finance", publishing association «YUNITI», 1997. – 576 p.

11. Kovalev A. Diagnosis of bankruptcy [Tekst]: monograph / A.Kovalev. - M.: Finstatinform, 1995. - 95 p.

12. Kozachenko H. Economic security of the enterprise: essence and mechanisms / H. Kozachenko, V. Ponomariov, O. Liashenko. – K.: Libra, 2003. – 280 p.

13. Muntiian V. I. Economic security of Ukraine.–K.: Publishing house КВІЦ, 1999. – 464 p.

14. Muraviov A. Theory of economic analyses: problems and solutions / A. Muraviov. – M.: Publishing house "Finance and Statistics", 1998. – 144 p.

15. Сенчагов В.К. Структура механизма современного мониторинга экономической безопасности России / В.К. Сенчагов, Е.А. Иванов / Институт экономики РАН. Центр финансовых исследований. М., 2015. - [Электронный ресурс] – Режим доступа к ресурсу: http: // inecon.org / docs / Senchagov _ Ivanov.pdf.

16. Сенчагов В.К. Использование индексного метода для оценки уровня экономической безопасности / В.К. Сенчагов, С.Н Митяков // Вестник академии экономической безопасности МВД России. №5. 2011. – С. 41 - 50.

17. Сиучева Т.В. Методика оценки уровня угроз экономической безопасности региона / Т.В. Сиучева, И.Л. Шершнёв // Economics | Juvenis scientia 2017 № 2. - [Электронный ресурс] – Режим доступа к ресурсу: http: // cyberleninka.ru / articl.

18. Turylo A. Methods of assessing the safety of industrial enterprises / A. Turylo, S. Kapitula // Actual problems of economy. – 2007. – № 3. – P. 137–139.

© Г.А. Гончаров, 2019

УДК33

Гончарова А.В.
студентка 3 курса РГЭУ (РИНХ)
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: anya - goncharova1998@yandex.ru
Рябова К.А.
студентка 3 курса РГЭУ (РИНХ)
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: kseniya20111998@mail.ru
Научный руководитель: Кислая Ирина Александровна
к.э.н., доцент. кафедры бухгалтерского учета
г. Ростов - на - Дону, РФ

ПОСЛЕДСТВИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА В РОССИИ

В октябре 2018 года Президентом Российской Федерации был подписан Федеральный Закон от 03.10.2018 № 350 - ФЗ - один из самых обсуждаемых законов, который вызвал неоднозначную реакцию среди населения. Так, было установлено, что с 1 января 2019 года вступает в действие пенсионная реформа, одной из целей которой является повышение пенсионного возраста.

Пенсионная система, действующая в РФ – страховая распределительная система. Ее также называют перераспределительной или солидарной. Сущность такой системы заключается в том, что работодатель урезает зарплату работника на сумму, которую уплачивает в Пенсионный фонд. Таким образом, работающий платит за неработающего.

Для того чтобы разобраться, действительно ли пенсионная реформа может иметь положительный эффект, определим основные причины ее введения: [3, с.199]

1) Увеличение продолжительности жизни россиян. Средняя продолжительность жизни граждан во времена установления в СССР текущих сроков выхода на пенсию (при достижении возраста 55 лет для женщин и 60 – для мужчин) была немногим больше 40 лет. При этом средняя продолжительность жизни россиян на 2018 год составила 72,4 года.

2) Увеличение доли пенсионеров в структуре населения. Росстат прогнозирует, что до 2030 - го года количество трудоспособных граждан снизится на 4 млн. человек.

3) Недостаточность средств в федеральном бюджете для исполнения нацпроектов 2018 - 2024 годов. Правительству для их исполнения в расчете на 6 лет (до 2024 года) дополнительно требуется 8 триллионов рублей (что представляет собой половину годового госбюджета).

4) Фактически не работающая некоторое количество лет система накопительных пенсий. В 2014 году взносы на накопительную часть пенсии были впервые «заморожены» – то есть уже несколько лет все пенсионные отчисления работодателя за работника отправляются только в Пенсионный фонд на страховую пенсию и в систему пенсионных накоплений не попадают (то есть накопительная пенсия россиян уже несколько лет не формируется из их заработной платы).

Так, у населения возникает множество вопросов по поводу повышения пенсионного возраста. Ведь люди в возрасте 60 - 65 лет зачастую уже не в состоянии осваивать новые технологии, имеют проблемы со здоровьем, в связи с чем для них не представляется возможным продолжать осуществлять трудовую деятельность.

Еще один вопрос, который возникает при проведении анализа возможных негативных последствий повышения пенсионного возраста – как данная реформа повлияет на уровень безработицы и сможет ли государство обеспечить рабочие места населению в возрасте 20 - 65 лет? А также, каким образом молодые специалисты будут продвигаться по карьерной лестнице, если рабочие места будут заняты людьми предпенсионного возраста?

Минтруда предлагает переквалификацию для людей в возрасте 45 - 65 лет, которые по каким - либо причинам потеряли работу или больше не могут ее выполнять. Эти предложения изложены в «Программе переобучения предпенсионеров». На данную программу государство обещает выделять по 5 млрд. руб. в год. [2,с.85] Возможность участия в такой программе не может не радовать, однако, работодатели относятся к такой «экспресс - переквалификации» весьма скептически, поскольку во многих профессиях важен наработанный годами опыт, да и вопрос качества такого обучения остается открытым.

«Единая Россия» предлагает каждого работника предпенсионного возраста держать на особом учете — если работодатель хочет уволить такого сотрудника, ему придется проинформировать Роструд. [4] Однако как это будет выполняться на деле – покажет время.

Несправедливо было бы не отметить тот факт, что во всех странах с ростом продолжительности жизни повышается и пенсионный возраст. Россия же данное нововведение использует впервые. Однако не секрет, что в России достаточно низкий уровень жизни, и перед тем, как повышать пенсионный возраст, государству стоило бы принять меры по обеспечению достойной жизни граждан.

По мнению властей повышение пенсионного возраста имеет целый ряд оздоравливающих эффектов как для пенсионной системы, так и для «смежных» экономических систем. Эти положительные эффекты сводятся к следующему: [1,с.168]

1)обеспечение социально приемлемого уровня пенсий;

2)снижение финансовой зависимости пенсионной системы от бюджетных трансфертов;

3)предотвращение роста страховой нагрузки на бизнес;

4)компенсация демографически обусловленного сокращения экономически активного населения, стабилизация рынка труда;

5)содействие активному долголетию.

Конечно же, большинство россиян не разделяет такого мнения. Люди высказывают свое недовольство в социальных сетях, выходят на митинги, создают петиции. Безусловно, данная реформа негативно скажется на социально экономическом положении обычных граждан в краткосрочной перспективе, что в свою очередь еще более усугубит проблемы, существующие в нашей экономике на сегодняшний день. Хотелось бы верить, что государство обеспечит необходимый контроль и регулирование в данной области, действуя в интересах и на благо граждан.

Список использованной литературы:

1. Горлин Ю.М., Ляшок В.Ю., Малева Т.М. Повышение пенсионного возраста: позитивные эффекты и вероятные риски // Экономическая политика. 2018. № 1. С. 148–179

2. Губаревич Е.В. Гарантии и риски пенсионной реформы 2018 года // Профессиональная ориентация. 2018. №2. С.84 - 87

3. Тепин Л.В. Актуальные вопросы пенсионной реформы в России // Профессиональная ориентация. 2018. №1. С.198 - 201

4. Режим доступа: https: // www.kommersant.ru / doc / 3688666 (дата обращения 26.05.2019)

© Гончарова А.В., Рябова К.А., 2019

УДК 006.32

Е. Р. Грешнова.
E - mail: greshnova _ katya@mail.ru
Б.А. Долуда.
E - mail: Doluda.bogdan@yandex.ru
студенты РГЭУ («РИНХ»), г. Ростов - на - Дону, РФ
М. Т. Сабиев.
магистрант 1 курса РГЭУ («РИНХ»), г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: murad.sabiev@mail.ru

ИЗМЕНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ПРИ СТАНДАРТИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ISO СЕРИИ 9000

Аннотация

В статье рассмотрены актуальные изменения требований стандартизации системы менеджмента качества ИСО серии 9000. Приведены отличительные особенности действующего стандарта и новые возможности при условии его применения.

Ключевые слова
Международная стандартизация, система менеджмента качества, риск - ориентированное мышление, производственные процессы, контекст организации.

В условиях современной рыночной экономики компании вынуждены бороться за потребителя и выход, как на отечественный, так и на международный рынок. Это объясняет желание производителей улучшить и гарантировать качество товаров и услуг. В связи с этим особенно актуально внедрение системы менеджмента качества, позволяющее улучшить результаты деятельности организации и обеспечить эффективную работу на всех этапах производства. Получение сертификата ISO 9001 является добровольным, но дает обладателю неоспоримые преимущества перед конкурентами.

Система Менеджмента Качества (СМК) — это часть общей системы управления компанией, функционирующая с целью обеспечения неизменного качества производимой продукции и оказываемых услуг. Применение системы менеджмента качества позволяет предприятию повысить удовлетворенность потребителей, мотивацию и вовлеченность работников, а также научиться управлять рисками и возможностями, которые могут влиять на желаемый результат.

Стандарты ISO серии 9000 – задают требования к системам управления. Первая версия ISO серии 9000 была опубликована в 1987 году. В ее состав входило 5 документов, но в 1994 году стандарт был пересмотрен и появился ИСО 9001:1994, который включал в себя новые требования к системе качества.

В 2000 году на смену функциональному принципу пришел процессный подход, рассматривающий работу организации как набор взаимосвязанных процессов. После вступления в силу ISO 9001:2000 производители могли применять систему качества по одному принципу независимо от вида, выпускаемой продукции. В 2008 году ISO 9001 были внесены изменения, направленные на более тесное взаимодействие с другими системами менеджмента.

С 01.11.2015 г. В России вступил в силу стандарт ГОСТ Р ISO 9001: 2015. «Системы менеджмента качества. Требования» (утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28.09.2015 г. №1391 - ст). Данный стандарт идентичен международному стандарту ISO 9001:2015 «Quality management systems — Requirements». Все требования стандарта носят общий характер и предназначены для применения любыми организациями независимо от их вида, размера, поставляемой продукции и предоставляемых услуг.

В новом стандарте применили процессный подход, который включает цикл «Планируй — Делай — Проверяй — Действуй» (PDCA), и риск–ориентированное мышление. Реализация цикла PDCA позволит организации обеспечить производственные процессы необходимыми ресурсами, а также эффективнее управлять их. Риск–ориентированное мышление, в свою очередь, дает возможность определять факторы, приводящие к отклонению от запланированных результатов, а также предупреждать и минимизировать негативные последствия.

Ключевые изменения, которые были внесены в новую версию стандарта по сравнению с версией ИСО 9001:2008, представляют следующие отличия: [1]

1. Изменена структура стандарта ИСО 9001:2015. Количество разделов новой версии увеличено до десяти. Такое расширение обеспечивает совместимость различных

стандартов на системы менеджмента, которые теперь будут иметь одинаковую структуру с едиными названиями разделов.

2. Отход от классических корректирующих и предупреждающих действий. Вместо этого, новая версия стандарта ИСО 9001:2015 рекомендует использовать модель управления рисками.

3. Применение понятия «контекст организации». Введение данной дефиниции предполагает большую свободу действий системы менеджмента качества. Теперь организация вынуждена учитывать большое разнообразие, как внешних, так и внутренних факторов, способных повлиять на систему и ее устойчивость.

4. Замена понятий «документ» и «записи» на «документированная информация». Это позволило отказаться от применения документированных процедур и руководства по качеству. В новой версии ИСО 9001:2015 этих документов не требуется.

Кроме выше упомянутых основных изменений в стандарте ИСО 9001:2015 произведено множество других (менее существенных) доработок. Например, переход от понятия «продукт» на «товары и услуги», сокращено количество принципов системы менеджмента качества (7 вместо 8).

В соответствии с данным стандартом (ГОСТ Р ИСО 9001 - 2015 «Системы менеджмента качества. Требования») организация должна разработать, внедрить, поддерживать и постоянно улучшать систему менеджмента качества, учитывая необходимые процессы и их взаимодействия, в соответствии с установленными требованиями стандарта.

В целом, применение Системы Менеджмента Качества (СМК), основанной на стандарте ГОСТ Р ИСО 9001 - 2015, позволяет современной организации: неизменно производить продукцию и предоставлять услуги, удовлетворяющие требованиям потребителей, ориентировать усилия на риски и возможности, и как следствие, быть конкурентоспособным предприятием, имеющим выходы на отечественные и региональные рынки.

Список использованной литературы:

1. Аверьянова И.Э., Плахотникова Е.В., Судаков С.П., Молчанова М.С. ГОСТ Р ИСО 9001:2015 как основа системы менеджмента бизнеса в целом // Известия ТулГУ. Технические науки №9, 2016.

© Е. Р. Грешнова, М. Т. Сабиев, Б.А. Долуда, 2019

УДК 336

Е.А.Гроздева. канд. экон. наук, доцент кафедры учета, анализа и аудита ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского», Институт экономики и управления, г.Симферополь, Республика Крым. E - mail: e - grozdeva@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

Аннотация

В статье рассмотрены основные задачи, направления управления дебиторской задолженностью. Охарактеризованы основные этапы управления дебиторской задолженностью.

Ключевые слова:
Дебиторская задолженность, этапы, анализ, коэффициент, текущая дебиторская задолженность

Проблема ликвидности в дебиторской задолженности становится центральной проблемой почти для всех организаций.

Возврат краткосрочной задолженности – это реальная возможность пополнить дефицит оборотных средств.

Эффективное управление дебиторской задолженностью в первую очередь связано с оптимизацией размера и обеспечением сбора задолженности клиентов за товары, работы и услуги.

Для эффективного управления дебиторской задолженностью предприятию следует придерживаться следующих рекомендаций:

− сосредоточится на увеличении числа клиентов, чтобы снизить риск неплатежей крупнейших клиентов при одновременном повышении требований к оценке надежности должников;

− организацию необходимо проверить взаимосвязь между дебиторской и кредиторской задолженностью, поскольку значительное превышение дебиторской задолженности представляет собой угрозу финансовой устойчивости и требует привлечения дополнительных источников финансирования.

Основными задачами управления дебиторской задолженности является:

− использование наиболее эффективных форм расчетов для сокращения времени перевода средств от покупателя поставщику и расчетных документов от поставщика к покупателю.

− сокращение периода оборачиваемости дебиторской задолженностью.

− проводить наиболее эффективную кредитную политику.

Управление дебиторской задолженностью включает в себя следующие направления деятельности:

− контроль за образованием и состоянием дебиторской задолженности;

− определение политики предоставления кредита и инкассации для различных групп покупателей и видов продукции (кредитной политики);

− анализ и ранжирование клиентов (на основе кредитных историй);

− контроль расчетов с дебиторами по отсроченным и просроченным задолженностям (на основе реестра старения дебиторской задолженности);

− прогноз поступлений денежных средств от дебиторов (на основе коэффициентов инкассации);

− определение приемов ускорения востребования долгов и уменьшения безнадежных долгов.

Разработка алгоритмов управления дебиторской задолженностью, осуществляется на основание следующих этапов (рис. 1):

1. Анализ краткосрочной дебиторской задолженности организации за предыдущий период. Основной задачей этого анализа является оценка уровня и состава текущей дебиторской задолженности организации и эффективность вложенного в него финансовых ресурсов.

Рис. 1. Этапы управления текущей дебиторской задолженностью

На первом этапе анализа, чтобы отразить текущую позицию краткосрочной дебиторской задолженности с позиций ее возможного приобретения, ее чистая реализуемая стоимость распределяется в общей сумме.

На втором этапе анализа оценивается уровень дебиторской задолженности покупателям продукции и их динамике рассчитывается в предыдущем периоде. Оценка этого уровня рекомендуется осуществлять на основе следующих показателей:

а) Коэффициента отвлечения оборотных активов в текущую дебиторскую задолженность за товары, работы и услуги. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$КОА_{ДЗ} = \frac{ДЗ_{В}+ЧРС_{ДЗ}+РСД}{ОА}$$

где $КОА_{ДЗ}$ — коэффициент отвлечения оборотных активов в текущую дебиторскую задолженность за товары, работы и услуги;

$ДЗ_{В}$ — сумма текущей дебиторской задолженности покупателей, оформленной векселями;

$ЧРС_{ДЗ}$ — сумма чистой реализационной стоимости дебиторской задолженности;

РСД — сумма резерва сомнительных долгов;

OA — общая сумма оборотных активов предприятия.

б) Коэффициента возможной инкассации текущей дебиторской задолженности за товары, работы и услуги. Он определяется по следующей формуле:

$$КВИ_{ДЗ} = \frac{ДЗ_В + ЧРС_{ДЗ}}{ДЗ_В + ЧРС_{ДЗ} + РСД}$$

где $КВИ_{ДЗ}$ — коэффициент возможной инкассации текущей дебиторской задолженности за товары, работы и услуги;

$ДЗ_В$ — сумма текущей дебиторской задолженности покупателей, оформленной векселем;

$ЧРС_{ДЗ}$ — сумма чистой реализационной стоимости дебиторской задолженности;

РСД — сумма резерва сомнительных долгов.

На третьем этапе анализа определяется среднее время сбора текущей дебиторской задолженности за товары, работы и услуги. Он характеризует роль такой дебиторской задолженности в фактической продолжительности финансового и общего операционного цикла деятельности организации. Расчет этого показателя производится на основе следующей формуле:

$$ПИ_{ДЗ} = \frac{\overline{ДЗ_В} + \overline{ЧРС_{ДЗ}}}{О_о}$$

где $ПИ_{ДЗ}$ — средний период инкассации текущей дебиторской задолженности за товары, работы и услуги (в днях);

$\overline{ДЗ_В}$ — средняя сумма текущей дебиторской задолженности покупателей, оформленной векселем, в рассматриваемом периоде;

$\overline{ЧРС_{ДЗ}}$— средняя сумма чистой реализационной стоимости дебиторской задолженности в рассматриваемом периоде;

$О_о$ — сумма дневного оборота по реализации продукции в рассматриваемом периоде.

На четвертом этапе анализа оценивается состав дебиторской задолженности организации по отдельным ее «возрастным группам», то есть в соответствии с временными рамками сбора.

На пятом этапе анализа определяют сумму эффекта, полученного от инвестиционных средств в дебиторскую задолженность. Расчет этого эффекта осуществляется по следующей формуле:

$$Э_{ДЗ} = П_{ДЗ} - ТЗ_{ДЗ} - ФП_{ДЗ}$$

где $Э_{ДЗ}$ — сумма эффекта полученного от инвестирования средств в дебиторскую задолженность по расчетам с покупателями;

$П_{ДЗ}$ — дополнительная прибыль предприятия, полученная от увеличения объема реализации продукции за счет предоставления кредита;

$ТЗ_{ДЗ}$ — текущие затраты предприятия, связанные с организацией кредитования покупателей и инкассацией долга;

$ФП_{ДЗ}$ — сумма прямых финансовых потерь от невозврата долга покупателями.

Наряду с абсолютной суммой эффекта в процессе этого этапа можно определить относительный показатель – коэффициент эффективности средств в краткосрочную дебиторскую задолженность. Данный эффект рассчитывается по формуле:

$$КЭ_{ДЗ} = \frac{Э_{ДЗ}}{\overline{ДЗ_{РП}}}$$

где $КЭ_{ДЗ}$ - коэффициент эффективности инвестирования средств в дебиторскую задолженность по расчетам с покупателями;

$Э_{ДЗ}$ - сумма эффекта, полученного от инвестирования средств в текущую дебиторскую задолженность по расчетам с покупателями в определенном периоде;

$\overline{ДЗ_{РП}}$ - средний остаток текущей дебиторской задолженности по расчетам с покупателями в рассматриваемом периоде.

Результаты анализа используются в процессе последующей разработки отдельных параметров кредитной политики предприятия.

2. Выбор типа кредитной политики предприятия по отношению к покупателям продукции.

Тип кредитной политики характеризует основные подходы к ее реализации с позиции соотношения уровня доходности и риском кредитной деятельностью организации. Существует три основных типа кредитной политики для покупателей организации: консервативная, умеренная и агрессивная.

Консервативный (или жесткий) тип кредитной политики организации направлен на минимизацию кредитного риска. Такая минимизация считается основной целью осуществления кредитных операций. Применяя такую кредитную политику, организация не пытается получать высокую прибыль за счет увеличения объема продаж продукции.

Умеренный тип кредитной политики организации характеризует типичные условия ее применения в соответствии с принятой коммерческой и финансовой практикой и ориентируется на средний уровень кредитного риска при продаже товаров с отсрочкой платежа.

Тип агрессивной (или мягкой) кредитной политики организации. Основной целью кредитных операций ставит максимизацию дополнительной прибыли в связи с расширением объема реализации продукции в кредит, не учитывает высокого кредитного риска, связанного с этими операциями.

3. Определение любого количества операционного капитала, который может быть направлен в товарную дебиторскую задолженность и потребительскому кредиту. При расчете этой суммы необходимо учитывать планируемый объем продаж продукции в кредит; среднее время отсрочки платежа по определенным видам кредитов; средний период просрочки платежа, основанный на текущей экономической практике (определяется путем анализа текущих счетов, которые должны быть получены в предшествующем периоде); коэффициент соотношения между себестоимостью и ценой продукции, продаваемой по кредиту.

Расчет необходимой суммы оборотного капитала, направляемого в дебиторскую задолженность, осуществляется по следующей формуле:

$$ОК_{ДЗ} = \frac{ОР_К \times Кс_{/ц} \times (\overline{ППК} + \overline{ПР})}{360}$$

где $ОК_{ДЗ}$ — необходимая сумма оборотного капитала, направляемого в дебиторскую задолженность;

$ОР_К$ — планируемый объем реализации продукции в кредит;

$Кс_{/ц}$ — коэффициент соотношения себестоимости и цены продукции, выраженный десятичной дробью;

$\overline{ППК}$ — средний период предоставления кредита покупателям, в днях;

$\overline{ПР}$ — средний период просрочки платежей по предоставленному кредиту, в днях.

4. Формирование системы кредитных условий. В состав этих условий входят следующие элементы:

- срок предоставления кредита (кредитный период);
- размер предоставляемого кредита (кредитный лимит);
- стоимость предоставления кредита (система ценовых скидок при осуществлении немедленных расчетов за приобретенную продукцию);
- система штрафных санкций за просрочку исполнения обязательств покупателями.

5. Разработка стандартов оценки покупателей и дифференциация условий кредитования. В основе установления таких стандартов оценки покупателей лежит их кредитоспособность. Кредитоспособность покупателя полностью характеризует систему условий, которые определяют возможность получения кредита в различных формах и в полном объеме для выполнения всех связанных с ним финансовые обязательства.

Выбор методов оценки индивидуальных характеристик кредитоспособности покупателя определяется содержанием оцениваемых свойств. В этих целях при оценке отдельных характеристик кредитоспособности покупателей, рассмотренных ранее, могут быть использованы статистический, нормативный, экспертный, балльный и другие методы.

Группировка покупателей продукции по уровню кредитоспособности основывается на результатах ее оценки и предусматривает обычно выделение следующих их категорий:

- покупатели, которым кредит может быть предоставлен в максимальном объеме, т. е. на уровне установленного кредитного лимита (группа "первоклассных заемщиков");
- покупатели, которым кредит может быть предоставлен в ограниченном объеме, определяемом уровнем допустимого риска невозврата долга;
- покупатели, которым кредит не предоставляется (при недопустимом уровне риска невозврата долга, определяемом типом избранной кредитной политики).

6. Формирование процедуры инкассации текущей дебиторской задолженности. В рамках этой процедуры следует предусмотреть: сроки и формы предварительного и последующего напоминаний покупателям о дате платежей; возможности и условия продления срока действия кредитных обязательств; условия возбуждения дела о банкротстве неплатежеспособных должников.

7. Обеспечить использование современных форм рефинансирования текущей дебиторской задолженности в организации. Развитие рыночных отношений и инфраструктуры финансового рынка позволяют использовать множество новых форм обработки дебиторской задолженности в финансовом менеджменте - его рефинансирование, то есть более быстрый перевод в другие формы оборотных активов организации: денежные средства и высоколиквидные краткосрочные ценные бумаги.

Основными формами рефинансирования дебиторской задолженности, используемыми в настоящее время, являются:

- факторинг – это банковская операция, суть которой заключается в приобретении банком (фактором) у поставщика (продавца) права требования в денежной форме на дебиторскую задолженность покупателей за отгруженные им товары (выполненные работы, оказанные услуги), с принятием риска выполнения такого требования, а также прием платежей.
- форфейтинг – это способ финансирования (кредитования) внешнеэкономических операций, который заключается в покупке у экспортера экспортных требований форфейтером (коммерческим банком или специализированной компанией) с исключением права регресса (обратного требования);
- учет векселей, выданных покупателями продукции.

8. Построение эффективных систем контроля за движением и своевременного погашения текущей дебиторской задолженности.

Критерием оптимальности разработанной и осуществляемой кредитной политики любого типа и по всем формам предоставляемого кредита, а следовательно, и среднего размера текущей дебиторской задолженности по расчетам с покупателями за реализуемые им товары являются:

$ДЗ_о \rightarrow ОП_{ДР} \geq ОЗ_{ДЗ} + ПК_{ДЗ}$

где $ДЗ_о$ – оптимальный размер текущей дебиторской задолженности организации при нормальном его финансовом состоянии;

$ОП_{ДР}$ – дополнительная операционная прибыль, получаемая организацией от увеличения продажи продукции в кредит;

$ОЗ_{ДЗ}$ – дополнительные операционные затраты организации по обслуживанию текущей дебиторской задолженности;

$ПК_{ДЗ}$ – размер потерь капитала, инвестированного в текущую дебиторскую задолженность, из - за неплатежеспособности покупателей.

Таким образом, предложенные мероприятия выше, которые могли бы стать основой для эффективного управления дебиторской задолженности, позволят организации избежать убытков связанных со списанием дебиторской задолженности, которая является безнадежной, повысить эффективность расчетов с клиентами.

Список использованной литературы:

1. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А. Д. Шеремет. — М.: ИНФРА - М, 2011. — 415 с.
2. Миляева Л. Г. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: практико - ориентированный подход (бакалавриат) : учебное пособие / Л.Г. Миляева – М.: КНОРУС, 2014 г. – 136 с.
3. Румянцева А.Ю. Управление дебиторской задолженностью на предприятии. – 2 - е изд., перераб. и доп / А.Ю. Румянцева – Санкт - Петербург 2012 г. – 127 с.

© Е.А.Гроздева, 2019

УДК 339.146

Р.В. Гура,
студент 2 курса магистратуры КубГАУ, г. Краснодар, РФ, E - mail: nyxeas@gmail.com
Научный руководитель: Д.А. Замотайлова,
канд. экон. наук, доцент КубГАУ, г. Краснодар, РФ, E - mail: idalia@mail.ru

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ В ЛОГИСТИКЕ

MATHEMATICAL METHODS AND MODELS IN LOGISTICS

Аннотация

В статье рассмотрены математические методы и модели, которые применяются в современной логистике и управлении запасами.

Abstract

Mathematical methods and models that are used in modern logistics and inventory management are considered.

Ключевые слова:
логистика, математическая модель, математический метод, управление запасами.
Keywords:
logistics, mathematical model, mathematical method, inventory management.

Зачастую при анализе логистических систем применяют различные математические модели. Именно их использование позволяет выявить особенности логистической системы, проанализировать влияние на нее различных компонентов, а также, что является одним из самых главных преимуществ, осуществить прогнозирование ее поведения.

Следует отметить, что математическое моделирование становится все более важным для анализа логистических систем, поскольку системы становятся более сложными, а также появляется реальная потребность в инструменте, который поможет изучить логистическую систему и даст возможность получить ответы на интересующие вопросы в кратчайшие сроки.

Во многих современных источниках утверждается, что управление логистическими процессами за последнее время развилось от классической концентрации на физических процессах, которые протекают в компании, до целостного процесса управления всей логистической системой, что включает в себя, помимо прочего, необходимость в наличии ориентированного на клиента инструмента управления. Создание такой системы невозможно без применения математических методов и моделей. Важность использования математических методов и моделей для анализа логистических систем подтверждают также отдельные разделы конференций и отдельные конференции по этой тематике.

Использование методов логистического моделирования важно для компаний, которые строят новую логистическую сеть. Различные методы моделирования могут позволить компаниям взглянуть на особенности функционирования, экономическую эффективность и эффективность обслуживания клиентов различных логистических сетей, которые были предложены различными авторами. Из них они могут выбрать именно тот подход, который предоставит им возможность наилучшего использования своих сетевых возможностей.

При проектировании и эксплуатации транспортно - логистических сетей возникает множество проблем оптимизации. Именно поэтому при управлении логистическими системами зачастую используются различные оптимизационные модели.

Модели оптимизации – производные математических процедур. Модель оптимизации получается в результате выполнения точных математических процедур, которые предлагают лучшее или оптимальное решение на основе используемой математической формулы. Эти модели основаны только на математических формулах. Прежде всего, это означает, что какой - либо «субъективный вклад» в модель отсутствует, что способствует получению максимально достоверного результата.

Оптимизационная модель в логистике рассматривает такие параметры, как желаемый уровень обслуживания клиентов, количество и местонахождение распределительных центров, количество производственных предприятий, количество распределительных центров, назначенных производственному центру, уровень запасов, который следует поддерживать.

Одной из оптимизационных моделей, которая используется в рамках управления логистическими системами, является модель, использующая линейное программирование.

Особенно полезным использование линейного программирование становится при необходимости связывания ограничений спроса и предложения производственных предприятий, распределительных центров и рыночных площадей. Учитывая цель минимизации затрат, линейное программирование может определять оптимальную схему распределения на основе выявленных ограничений. Таким образом, на примере линейного программирования становится очевидным, что именно использование оптимизационных методов и моделей в логистике позволяет добиться максимального эффекта.

В дальнейшем планируется проведение тщательного анализа оптимизационных моделей, использование которых допустимо в логистике, определения направлений их адаптации (при необходимости), а также разработка программного продукта.

© Р.В. Гура, Д.А. Замотайлова

УДК 338

Ваниева А.Р.
к.э.н., доцент
доцент кафедры менеджмента и государственного управления
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»
г. Симферополь, Российская Федерация
Джалалов Х.Э.
студент 4 курса
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»
г. Симферополь, Российская Федерация.

ПЛАНИРОВАНИЕ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА НА РЫНОК

Аннотация. В статье определена сущность маркетинговых коммуникаций, выявлены их особенности, приведены эффективные методы продвижения туристического продукта на рынок, описан планирования, связанный с продвижением туристического продукта.

Ключевые слова: туристическая кампания, туристический продукт, маркетинговые коммуникации, продвижение продукта, реклама.

Основная задача туристической организации состоит в формировании своей работы с учётом изменений во внешней среде для того, чтобы итоговые результаты минимально зависели от колебаний спроса на туристическом рынке.

Деятельность любого туристского предприятия основана на взаимодействие между фирмой и потребителем. Эта связь базируется через продажу туристических услуг. Для туристской организации недостаточно предъявить товар потребителю по привлекательной цене, важно распространить эту информацию посредством использования инструментов маркетингового продвижения [1].

Маркетинговые коммуникации организации должны быть чётко сформированы. Для эффективной работы туристские фирмы обращаются в рекламное агентство, которые

формируют индивидуальную эффективную рекламную компанию с привлечением специалистов по стимулированию реализации турпродукта, а также специалистов по связи с общественностью.

Продвижение туристического продукта важную роль также играет другие инструменты маркетинга помимо продвижения. Для эффективной работы фирмы важно правильно выбрать тип продукта, правильно сформировать на них цены и выбрать методы дистрибуции. Поэтому программы продвижения должна включать совокупность различных методов маркетинга [2].

Первый метод продвижения туристического продукта — это реклама, являющиеся наиболее значимым и дорогостоящим элементом коммуникационного комплекса, однако имеющий большое влияние на целевые аудитории.

Реклама туристической сфере применяется с разными целями. Так, её используют для создания благоприятного образа туристической компании перспективе, для распространения информации о продукте, для объявления нового туристического направления, для объявления об изменении цены и т.д.

Среди видов рекламы можно выделить средства массовой информации, наружная реклама, реклама в социальных сетях, прямая рассылка на электронную почту, реклама в печатных изданиях.

Ещё одним эффективным способом продвижения туристического продукта является продвижение его через совместную деятельность с торговыми организациями. Суть этого метода состоит в следующем: продавец товаров предлагает качестве приза за покупку турпутёвку или спонсорство на какую - либо поездку через их компанию.

Сегодня большое распространение получили социальные сети. Эффективным методом продвижения туристического продукта будет является таргет в социальных сетях, контекстная реклама. Этот метод продвижения является наиболее бюджетным и достаточно эффективным.

Для эффективного рекламного продвижения туристического продукта важно разработать медиастратегию компании.

Медиастратегии это совокупность мероприятий, направленных на обоснование максимально эффективных размещение рекламных сообщений в средствах массовой информации.

Разработка медиастратегии начинается с анализа различных методов продвижения товаров, затрат на них, а также потенциальных результатов. Так, реклама должна охватить максимальное количество целевой аудитории, а также увеличить продажи туристического продукта.

В медиастратегии необходимо рассмотреть следующие вопросы:

1. Критерии целевой аудитории
2. Частота контакта потребителя с рекламным сообщением
3. Выбор каналов распространения информации
4. Период проведения рекламной кампании
5. Бюджет
6. Посыл рекламных сообщений

Процесс планирования, связанные с продвижением туристического продукта на рынок, включает:

- Постановка целей, которых необходимо будет достичь по завершению рекламной кампании;
- Определение рынков сбыта, целевой аудитории, на которые будет направлена деятельность кампании;
- Разработка плана действий для продвижения туристического продукта на рынок;
- Определение размеров денежных средств Необходимых для проведения рекламной кампании;
- Выработка методов, при помощи которых будет проводиться оценка результатов работы по продвижению товаров компаний.

Общий процесс подготовки маркетингового плана можно разделить на следующие этапы: анализ текущей маркетинговой ситуации; анализ возможностей и угроз; выявление задач и проблем; разработка стратегии маркетинга; выработка программы действий и бюджета; способы мониторинга деятельности по продвижению товара [3].

Таким образом, успешная работа туристической компании зависит от множества факторов, таких как разработка качественного продукта, рациональной ценовой политики, постоянной связи с потенциальным клиентом, грамотное продвижение товара посредством применения методов маркетинговой коммуникации.

Список источников:

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб: «Издательский дом Герда», 2002. - 320 с.
2. Дедусенко Е.А., Маркетинг национального туристского продукта и государственная политика в отношении туристского бизнеса. Опыт Великобритании, России и Китая [Текст] // Маркетинг в России и за рубежом, №3, 2007г.
3. Ильина Е.Н., Туроперейтинг: продвижение туристского продукта [Текст] / Ильина Е.Н. учебник для студентов высших учебных заведений туристского профиля, М: Финансы и статистика, 2008

© Ваниева А.Р., Джалалов Х.Э.

УДК33

С.С. Доброскокина
Магистрант ФГБОУ ВО «ВГТУ»
г. Воронеж, РФ

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ УРОВНЯ ЦЕН

Аннотация

В данной статье проанализированы методы формирования уровня цен. Определен процесс установления цены, а также перспектива достижения этих целей.

Ключевые слова:

Цена, установление цен, метод формирования цен, ценообразование

В условиях товарного способа производства, товарно - денежных отношений любой экономической формации цены всегда имели немаловажное значение, являясь сложной экономической категорией, возникшей и сформировавшейся в процессе разделения общественного труда, развития товарного производства и обмена товарами.

Типичное определение цены сводится к тому, что цена – это денежное выражение стоимости, однако в настоящее время широкое распространение получило следующее определение цены: цена – это количество денег (товаров, услуг), за которые продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара, услуги.

В процессе установления цен, предприятие ставит перед собой три основные цели: обеспечение выживаемости, максимизация прибыли (рентабельности), максимальное увеличение сбыта.

Чтобы правильно сформулировать ценовую политику предприятие должно четко представлять цели, которых оно хочет достичь посредством продажи конкретного товара. Стоит учитывать, что хотя главная цель фирмы – получение прибыли, однако в качестве промежуточных могут быть выдвинуты такие цели, как защита интересов компании, подавление конкурентов, завоевание новых рынков и т.д.

Достижение этих целей возможно в краткосрочный, среднесрочный и долгосрочной перспективе.

Для установления цены существуют следующие методы формирования цен:

- Метод полных издержек;
- Метод предельных издержек;
- Метод стандартных издержек;
- Метод прямых издержек;
- Метод безубыточности;
- Затратные методы;
- Рыночные методы;
- Метод на основе анализа спроса;
- Метод текущих цен;
- Метод «запечатанного конверта» ;
- Параметрические методы;
- Метод удельных показателей;
- Балловый метод;
- Агрегатный метод.

Метод полных издержек формирования цен заключается в отнесении расходов, как прямых, так и косвенных на производство продукции на единицу изделия.

Метод предельных издержек заключается в учете затрат, отнесенных непосредственно на единицу продукции. Метод состоит в определении стоимости как результата разницы между ценой и прямыми переменными затрат, полученная добавленная стоимость идет на покрытие накладных расходов, а остаток представляет собой прибыль.

Ценообразование методом стандартных издержек состоит в формировании цен на основе расчета затрат по нормам, с учетом фактических отношений затрат от нормативных, позволяет проводить постатейный анализ отклонения затрат от нормативного и выявлять причины отклонения.

Метод прямых издержек заключается в определении прямых издержек с учетом конъектуры рынка и предполагаемых цен сбыта. Методом прямых издержек косвенные издержки принимаются одинаковыми по разной номенклатуре продукции и покрываются за счет валовой прибыли от продажи, начисляемой как разница между ценой и суммой прямых издержек.

Метод безубыточности продукции заключается в формировании цен на основе учета издержек при обеспечении желаемой суммы прибыли.

Точка безубыточности рассчитывается по формуле:

$П=ЦК – (И_1 + И_2 \cdot К)$

где П – прибыль, Ц – цена (за ед.), К – количество реализованной продукции, $И_1$ – постоянные издержки, $И_2$ – переменные издержки.

Методы затратного ценообразования имеют ряд недостатков:

- цена, полученная в результате суммирования затрат, не отражает меры ценности товара для конечного потребителя;
- цена, определенная затратным методом не учитывает спрос, в результате чего она может быть занижена или завышена;
- снижение затрат за счет повышения эффективности производства и снижением цен не связана с уровнем покупательского спроса;
- не учитывается влияние цен конкурентов на спрос по данной номенклатуре товаров.

Рыночные методы ценообразования учитывают влияние рыночных факторов на стоимость продукции, начальной точкой для расчета цены является идеальная цена продукта, обеспечивающая максимальный объем продаж и прибыли.

Метод ценообразования на основе спроса, состоит в том, что цена определяется на основе положения о самостоятельной оценке потребителем экономической ценности товара с учетом его преимуществ по сравнению с аналогом. При этом цены устанавливаются исходя из интенсивности спроса, по определенному потребителем соотношению между полезностью и ценой конкретного товара.

Метод текущей цены применяется в тех случаях, когда затраты трудноизмеримы, производители устанавливают цену, обычно получаемую на рынке, как цену, полученную в результате совместного решения предприятий данной отрасли. Чаще всего данный метод применяется фирмами, стремящимися следовать за лидерами.

Метод «запечатанного конверта» используется в отраслях, когда несколько фирм ведут конкуренцию за получение контракта.

Параметрический метод ценообразования заключается в установлении цен на функционально - однородную продукцию в зависимости от затрат и важнейших потребительских свойств продукции (рис. 1).

Рисунок 1 – Параметрические методы ценообразования

Метод удельных показателей заключается в формировании цены на новую продукцию, устанавливаемую как отношение расходов (затрат) выпускаемой (базовой) продукции к основному параметру, характеризующему эту новую продукцию. Расчет цен по методу удельных показателей производится по формуле:

$$Ц_у = \frac{Ц_б}{П},$$

где $Ц_у$ – удельная цена продукции, $Ц_б$ – цена базовой продукции, П – основной параметр продукции.

Обязательным условием расчета цены на новое изделие является снижение цены на показатель, равный отношению основного параметра к цене базовой продукции:

$$\frac{Ц_н}{П_н} < \frac{Ц_б}{П_б},$$

где $Ц_н$ – цена новой продукции, $П_н$ – основной параметр новой продукции, $П_б$ – основной параметр базовой продукции.

Установление цены новой продукции, производится по формуле:

$$Ц_н = П \cdot П_н,$$

Метод балльного ценообразования заключается в экспертной оценке параметров продукции наиболее значимых для потребителей, которым при сравнимых технических характеристиках (мощности, производительности, потреблении энергии и т.п.) присваивается балл и по числу баллов проводится оценка значимости продукции. Цена нового товара определяется как частное от деления цены имеющегося товара на его балльную оценку, умноженную на балльную оценку нового товара:

$$Ц_{нт} = \frac{Ц_{бт} \cdot Б_{нт}}{Б_{бт}},$$

где $Ц_{нт}$ - цена нового товара, $Ц_{бт}$ – цена базового товара, $Б_{нт}$ – балльная оценка нового товара, $Б_{бт}$ – балльная оценка базового товара.

Для точного отражения параметров новой продукции и определения новой цены товара необходимо использование большого числа параметров с учетом отдельной оценки самих параметров.

Агрегатный метод ценообразования применяется при определении цен на сложные изделия (оборудование), которые представлены базовой моделью, а также отдельных блоков и конструктивных деталей.

Формула определения цены агрегатным методом:

$$Ц_н = Ц_б + \sum Ц_а,$$

где $Ц_б$ – цена товара в базовой комплектации, $\sum Ц_а$ – сумма цен отдельных комплектующих, дополняющих базовую модель изделия.

Наибольшей популярностью пользуются методы ценообразования:

- метод затратного ценообразования;
- метод «запечатанного конверта»;
- метод ценообразования на основе спроса.

Для окончательного определения цены необходимо учесть инфляционные ожидания и рыночные риски. Также необходима проработка правил изменения товара в будущем, а так же системы взаимодействия с клиентом, скидки и т.д.

Начинать расчет цены следует после проведения анализа всех существующих методов ценообразования и выбрав наиболее подходящий с учетом рыночной ситуации, отрасли

фирмы, ее положения на рынке и маркетинговой стратегии. Устанавливается окончательная цена на товар с учетом ее наиболее полного анализа.

Список использованной литературы

1. Горина Г.А. Ценообразование: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» / Г.А. Горина. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ - ДАНА, 2015. — 127 с.
2. Маховикова Г.А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник / Маховикова Г.А., Лизовская В.В. – М.: Юрайт, 2017. – 232 с.
3. Ким С.А. Маркетинг: учебник / Ким С.А. – М.: «Дашков и К°», 2017. – 258 с.
4. Забелина Е.А. Ценообразование: практикум, пособие / Забелина Е.А. – М.: РИПО, 2016. – 156с.

© С.С. Доброскокина

УДК 330

М.О. Довгань
студентка НИУ ИТМО,
г. Санкт - Петербург, РФ
E - mail: m.dovgan94@mail.ru

ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ ЦЕЛЕЙ

Аннотация

Недостаточная проработка стратегических подходов к планированию инноваций не позволяет предприятиям разрабатывать краткосрочные инновационные цели, которые направлены, главным образом, на частичное улучшение производства, что приводит к не полному использованию инновационного потенциала предприятия. В настоящее время вопросы теоретического и методологического обеспечения процессов стратегического планирования инновационного развития на предприятиях до сих пор не решено. Решение этих проблем позволит эффективно разрабатывать стратегию инновационного развития и своевременно ее корректировать.

Ключевые слова:

Инновационное развитие предприятия; стратегический набор; стратегия; стратегические цели.

Выбор инновационной стратегии является важнейшим шагом для стратегического планирования в инновационном развитии предприятий. Таким образом, эффективность достижения поставленных целей, в основном, определяется путем выбора направлений инновационного развития. Недостаточная проработка стратегических подходов к планированию инноваций не позволяет предприятиям реализовывать краткосрочные

инновационные задачи, которые направлены, главным образом, на частичное улучшение производства, а также не позволяют использовать его инновационный потенциал.

Теоретические, методологические, методические и практические аспекты стратегического планирования предприятий изучались в работах различных зарубежных и отечественных исследователей, таких как: И. Ансофф [1, с. 520], Х. Минцберг, Б. Альстранд, Дж. Лампель [2, с. 336], Р.А. Фатхутдинов [3, с. 448], В. С. Пономаренко, А. М. Золотарев и О. М. Ястремская [5, с. 44]. Изучение инновационных процессов на стадии развития предприятий и экономической основы управления отражено в работах зарубежных и отечественных ученых А. Н. Барыкина и И. М. Никонова [5, с. 44], А. В. Гринева и Т. В. Дедилова [2, с. 336] и других.

В то же время вопросы теоретического и методологического обеспечения процессов стратегического планирования инновационного развития на предприятиях до сих пор не решены. Их решение позволит инновационным и активным предприятиям более эффективно разрабатывать стратегию инновационного развития и своевременно ее корректировать.

В данной статье рассматривается дальнейшее развитие теоретико - методологических основ стратегического планирования инновационного развития промышленного предприятия.

Обзор и анализ исследований как иностранных, так и российских авторов показывают существование огромного числа подходов к определению понятия «инновационная стратегия предприятия». В то же время ученые различают варианты этого понятия, в частности: «инновационная стратегия»[4, с. 18], «стратегия развития инновационной деятельности»[3, с. 448], «стратегия развития инноваций»[5, с. 52].

Однако Т. М. Янковец определяет, что современные интерпретации основных характеристик инновационной стратегии ограничивают ее использование. Автор подчеркивает, что в настоящее время инновационная стратегия должна охватывать все уровни управления и все отделы предприятия в системе стратегического управления, которая обеспечивает постоянное совершенствование и реорганизацию всего предприятия, его постоянное инновационное развитие в долгосрочной перспективе. Инновационная стратегия интегрируется во все уровни стратегии начиная с корпоративной и заканчивая оперативной [5, с. 52].

На основе анализа научного источника предлагается использовать понятие «стратегия инновационного развития предприятия» как совокупность плановых решений разных уровней относительно выбора сбалансированной системы инновационного развития.

На основании приведенного выше определения «стратегия инновационного развития предприятия», можно утверждать, что стратегия развития инновационной деятельности предприятия является своего рода стратегическим набором инструментов, потому что оно включает в себя совокупность целей разных уровней: от общих до оперативных.

В работе обосновывается тот факт, что основой формирования глобальной стратегии является совокупность функциональных целей и целей развития предприятия. Кроме того, доказано, что основанием для перечисления классификации целей более высокого уровня может стать понятие «развитие» - функционирование предприятия, сопровождающееся качественными изменениями в применяемом оборудовании и технологиях, на рынках производства и продукции.

Такое развитие может быть положительным, если характеристики товаров и технологий превышают средний уровень в отрасли или в мире. Нулевое развитие появляется, когда характеристики соответствуют стандартам, а регрессивное развитие появляется, если характеристики уменьшаются [5, с. 53].

В результате перечисление стратегических целей верхнего уровня может быть сформировано для стратегии инновационного развития предприятия следующим образом: прогрессивное инновационное развитие, нулевое инновационное развитие, регрессивное инновационное развитие.

Вышеуказанные цели представляют собой конечный качественный результат, отражающий желаемое состояние инновационного развития предприятия в будущем.

Этим целям соответствуют три типа инновационных стратегий: стратегия продвижения (цели прогрессивного инновационного развития), стратегия защиты (нулевое инновационное развитие), стратегия ожидания (регрессивные цели инновационного развития) (см. табл. 1).

Таблица 1. Характеристика инновационных стратегий развития предприятия

Подстратегия	Суть стратегии	Возможные результаты
	Стратегия продвижения	
Активная	1. лидирующие позиции в разработке и производстве инновационных товаров; 2. постоянные и значительные инвестиции в исследования и разработки	1. совершенно новые продукты; 2. совершенно новые технологии; 3. высокая прибыль; 4. лидерство на рынке
Пассивная	1. последователь лидера; 2.постоянные и значительные инвестиции в исследования и разработки; 3. изготовление инновационной продукции после ее апробации ведущими предприятиями	1. улучшенные новые продукты; 2. высокий и стабильный доход; 3. риски удержания лидерской позиции в группе соперников
Поиск собственной области	1.поиск собственной особой зоны на активных рынках;	1. отсутствие соперников; 2.высокий доход
	Стратегия защиты	
Защитная	1.оптимизация в соотношении объема производства; 2. совершенствование и массовое производство инноваций после его апробации конкурентами	1. снижение затрат, падение цен, сохранение конкурентоспособности на рынке продукции 2. высокий доход по причине массового производства нового образца, защищенного законом об авторских правах

Имитирующая	1.получение лицензий с минимальными затратами на исследования и разработки	1. высокий и стабильный доход; 2.минимальные расходы; 3.минимальное время для производства инновационных товаров
Стратегия ожидания		
Стратегия, сконцентрированная на качестве	1. лидерство на рынке, не требующие больших затрат на исследования и разработки	1. стабильный доход; 2.стабильная позиция на рынке
Традиционная (стратегия рыночного дохода)	высокиq доход от уникальных продуктов; 2. повышение качества и улучшение содержания продукции	1. высокий и стабильный доход; 2. относительно высокий доход на этапах роста и зрелости

Соответственно, стратегия инновационного развития предприятия интегрируется в совокупность конкурентных стратегий предприятия и создает новый комплекс - комплекс инновационного развития:

1. Ценовая стратегия инновационного развития. Основная цель - снижение стоимости продукта. Внедрение инноваций с улучшением характеристик продукции.

2. Стратегия качества инновационного развития. Основная цель - улучшить качество продукции. Внедрение инноваций с улучшением характеристик продукции.

3. Стратегия инновационного развития возможностей. Основная цель - поиск новых направлений, новых рынков. Внедрение радикальных и простых нововведений.

4. Стратегия инновационного развития новизны. Основная цель - внедрение радикальных и простых изменений во все сферы деятельности.

Реализация конкурентных стратегий предполагает более конкретные цели. Опираясь на предложения, изложенные в работе [3, с. 450], представлена система конкурентных целей как раз для инновационного развития, ориентированного на инновации, а также введена система символов:

• повышение качества выпускаемой продукции (Q);

• снижение себестоимости выпускаемой продукции за счет внедрения и развития новых технологий, новых методов организации и рационализации производства (С);

• снижение цены на производимую продукцию (Р);

• увеличение объема выпускаемой продукции за счет внедрения новых технологий (увеличения мощности оборудования), разработки новых технологий, новых методов организации производства, рационализации производства (О);

• развитие рынка старой и новой продукции (М);

• развитие производства новой продукции на предприятии (Np);

• разработка принципиально нового перспективного производства (радикальные инновации продукта) и технологий его изготовления (Pp).

Все вышеперечисленные конкурентные цели обеспечивают определенные инновации, некоторые из которых представлены в табл. 2:

Таблица 2. Виды инноваций, необходимых для реализации конкурентных стратегий инновационного развития*

№	Основные виды инноваций	Конкурентные стратегии и цели						
		Ценовая стратегия		Стратегия качества	Стратегия возможностей			Инновационная стратегия
		P	C	Q	M	O	Np	Pp
1	разработка совершенно нового продукта, не имеющего аналогов в мире, основанного на изобретении и технологии его изготовления			+	+			+
2	разработка нового продукта (продукта - аналога), направленного на удовлетворение насущных потребностей иначе, чем на традиционный продукт			+	+		+	
3	модификация существующих продуктов			+	+		+	
4	внедрение новых технологий на основе изобретения		+			+	+	+
5	совершенствование системы управления		+	+	+	+		
6	увеличение сегмента существующего рынка продукта	+			+			
n	сертификация систем качества			+				

*Знак «+» означает необходимость внедрения инноваций и реализации соответствующей конкурентной стратегии.

В этой работе дальнейшая эволюция получила теоретическое обобщение подходов к стратегическому планированию инновационного развития предприятия. Доказано, что важнейшим шагом в стратегическом планировании инновационного развития предприятия является выбор соответствующего инновационного развития.

Стратегия, которая в современных условиях приобретает новый характер: перестает быть частью общей бизнес - стратегии и приобретает новые черты инновационной

стратегии, поскольку инновации на предприятии все больше определяют общую линию компании.

Предложено использовать понятие «стратегия инновационного развития предприятия» и определять его, как совокупность плановых решений разных

уровней относительно сбалансированной системы направлений инновационного развития и распределения инвестиций.

Сочетание целей конкурентных стратегий, разработанных в соответствии с каждым типом стратегии инновационного развития, позволяют принимать не только фрагментированные решения, но и создавать такие стратегии инновационного развития, которые формируют целостный стратегический набор инновационного развития предприятия.

Перспективой дальнейших исследований в этой области является использование изучаемых подходов в группе работающих предприятий разных областей и сфер.

Список использованной литературы:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ. – М.:Экономика, 1989 – 520 с.

2. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстронд, Дж. Лэмпел ; пер. с англ.; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001 – 336 с.

3. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: учебник / . – 7 - е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2016 – 448 –450 с.

4. Барыкин А. Н. Решение динамических задач инновационного развития коммерческих организаций: основы методики / А. Н. Барыкин, И. М. Никонов // Менеджмент инноваций. – 2015 – № 01(09). – С. 16–30.

5. Ковтун О. И. Инновационная стратегия предприятия: теоретически – методологические основы // Экономика России. –2017 – № 4 (617). – С. 44–56.

© М.О. Довгань, 2019

УДК 33

Ермошкина А.А.
Магистр РАНХиГС (Волгоградский институт управлении)
г. Волгоград, РФ, E - mail: anna - ermoshkina@list.ru
Ermoshkina A. A.
Master of the Russian presidential Academy of national economy and public administration (Volgograd Institute of management), Volgograd, anna - ermoshkina@list.ru

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

THE PECULIARITIES OF MUNICIPAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Финансирование муниципальных образовательных учреждений – это обеспечение муниципальных учреждений оказывающих образовательные услуги бюджетными и внебюджетными средствами. Вопрос создания эффективных организационно - экономических механизмов, объединяющих государственное и рыночное регулирование развития образования является актуальным не только в России. Для лучшего

функционирования образовательных учреждений необходим поиск новых схем финансирования учреждений.

Ключевые слова: финансирование, образование, муниципальные учреждения, дополнительное образование, особенности финансирования.

Financing of municipal educational institutions is the provision of municipal institutions providing educational services with budgetary and extra - budgetary funds. The issue of creating effective organizational and economic mechanisms that combine state and market regulation of education development is relevant not only in Russia. For better functioning of educational institutions it is necessary to search for new financing schemes of institutions.

Key words: financing, education, municipal institutions, additional education, features of financing.

Образование является одной из важнейших сфер любого государства, поэтому поддержка функционирования образовательных учреждений со стороны государства необходима.

Поскольку Конституцией Российской Федерации предусмотрено бесплатное дошкольное, общее средние, профессиональное среднее и высшее, а также дополнительное образование.

Для того чтобы образовательные услуги были бесплатными для потребителей, полное их финансирование ложится на государственные и региональные бюджеты. Выделяемые субсидии должны идти на оплату труда преподавателей и прочего персонала образовательного учреждения, начислений на оплату труда, налога на имущества, земельного налога, оплата работ и услуг по содержанию имущества и т.д.

Но в действительности государственное субсидирование не покрывает расходы школ в разрезе деятельности по предоставлению образовательных услуг, то школы стремятся искать дополнительные источники финансирования.

Бюджетное учреждение потребляет бюджетные средства соразмерно с утвержденной сметой расходов и доходов, в которой отражена вся доходность учреждения, получаемая в виде бюджетных средств, а также от коммерческой и иной деятельности. При реализации сметы расходов и доходов учреждение имеет право независимо расходовать средства, принятые из внебюджетных источников. Бюджетное учреждение не обладает правом вступать в займовые взаимоотношения с кредитными организациями, другими юридическими, физическими лицами

Основными дополнительными источниками для пополнения бюджета образовательных учреждений выступают:

- доходы от использования имущества: администрация школ, при наличии договоренностей с учредителями, может передавать отдельные объекты в аренду или лизинг;
- предоставление платных образовательных услуг; развитие областей образования, которые позволят получать гранты, спонсорскую поддержку;
- повышение рейтинга школы на муниципальном и федеральном уровнях;
- экономия расходов.

Источники финансирования бюджетных учреждений различны, но не должны противоречить нормативно - правовым актам регулирующим деятельность учреждений, оказывающих образовательные услуги. Одни источники считаются обязательными – функционирование без них учреждения невозможно, другие зависят от инициативы и возможностей управляющего бюджетным учреждением.

Обязательным источником финансирования, без которого невозможно функционирование учреждения является бюджетная субсидия на осуществление государственного или муниципального задания, которую получает каждое бюджетное учреждение. Учредителем устанавливается размер субсидии исходя из следующих факторов:

- расходы учреждения на содержание особо ценного движимого имущества и недвижимого имущества, закрепленных учредителем за учреждением и расходы на оплату налогов;
- нормативных затрат на оказание бюджетным учреждением услуг юридическим и физическим лицам, и нормативных затрат на содержание муниципального или государственного имущества.

Предоставление бюджетной субсидии на цели, не связанные с выполнением государственного или муниципального задания предполагается федеральным законодательством. Главным вопросом является целесообразность субсидирования на цели, не отнесенные к выполнению муниципального или государственного задания.

Рыночные преобразования в России существенно расширили возможности образовательных учреждений по привлечению денежных средств на финансирование основной деятельности. Муниципальные учреждения, оказывающие образовательные услуги, имеют право привлекать финансовые ресурсы, за счет предоставления платных дополнительных образовательных и иных услуг, предусмотренных уставом, а также добровольных пожертвований и целевых взносов юридических и физических лиц. Привлечение образовательным учреждением дополнительных средств не влияет на размер финансирования из бюджетной системы.

Привлечение дополнительных источников должно соответствовать законодательным актам, таким как федеральные законы «Об образовании», «Об общественных объединениях и общественных организациях», «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», «О некоммерческих организациях» и т.д.

Однако привлеченных денежных средств независимо от объема оказания дополнительные платных услуг будет недостаточно для обеспечения полноценной деятельности учреждения.

Из этого следует, что для эффективного функционирования системы образования требуется стабильное финансовое обеспечение.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 N 273 - ФЗ (последняя редакция)
2. Иванченко, Ю. П. Бюджетные образовательные учреждения и способы их финансирования // Молодой ученый. - 2016. - №29. - С.405 - 407

© А.А. Ермошкина, 2019

УДК 336

С.В. Заблоцкая, студентка УЛГТУ, г. Ульяновск, РФ

ЦЕННЫЕ БУМАГИ, КАК ПРИВЛЕЧЕННЫЙ ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Основными ресурсами компании, по праву, являются основные и оборотные средства. Основные средства - это весь фундаментальный актив компании, на основе которого начинает формироваться бизнес, оборотный капитал - актив, на основе которого осуществляется текущая деятельность. Значение оборотных средств на предприятии таково, что эти средства и их объем, качество во многом определяют цели и задачи компании, поскольку их отсутствие или ограничение приводит к негативным последствиям и действиям.

Ни одна компания на рынке не может существовать без оборотного капитала, недостаточно открыть бизнес и начать работать, необходимо обеспечить текущую деятельность предприятия, которая точно формируется и реализуется за счет оборотного капитала.

Оборотный капитал необходимо планировать заранее, чтобы к моменту получения заказа организация была готова выполнить его полностью, желательно не прибегая к заемным средствам. Оборотный капитал чаще всего выражается в денежном выражении.

Структура оборотных средств состоит из различных статей экономических ресурсов и затрат предприятия. Оборотные активы предприятия являются незаменимыми ресурсами, которые имеют разные свойства и характеристики. Очень часто в экономической практике оборотный капитал решает успешность производства продукта, поскольку он способен быстро и эффективно решать задачи и проблемы управления.

Оборотный капитал предприятия является обязательным элементом хозяйственно - финансовой деятельности предприятия. Оборотный капитал просто необходим для производства и поддержания финансовой устойчивости компании на рынке, а также для повышения уровня конкурентоспособности. Оборотные фонды бывают разных видов, некоторые более мобильны, некоторые более ликвидны, другие более эффективны или менее эффективны и т. д. Без оборотного капитала невозможна сама деятельность компании на рынке, а точнее производство продуктов или услуг. , Редкий бизнес может существовать без оборотного капитала.

Наиболее ликвидный и мобильный оборотный капитал включает денежные средства и ценные бумаги компании.

К оборотным ценным бумагам относятся:

1. Различные виды ценных бумаг, которые выпускаются другими предприятиями или крупными компаниями;
2. Облигации и акции, выпущенные государством или крупными акционерными обществами и т.д .;
3. Различные виды векселей, выпущенных банковскими учреждениями или казначейством;
4. Сертификаты депозитного характера, выданные банковскими учреждениями и др.

Такие ценные бумаги являются краткосрочными или в некоторых случаях среднесрочными. Абсолютно любая компания может воспользоваться оборотными ценными бумагами, все зависит от того, насколько срочно компании нужен оборотный капитал. Если предположить, что заказ на изготовление товаров будет только через несколько месяцев, то более логично использовать ценные бумаги и вкладывать туда оборотные средства, чтобы получить небольшой доход за эти месяцы.

Фирма для пополнения оборотного капитала может не только вкладывать их в чужие ценные бумаги, но и выпускать свои ценные бумаги, если у нее есть такая возможность.

Краткосрочное обеспечение - это обеспечение, которое считается долговым активом для эмитента, но в то же время имеет ограниченный срок действия.

Как правило, срок краткосрочной ценной бумаги составляет до одного года, после чего она должна быть выпущена заново. Основными целями выпуска краткосрочных ценных бумаг являются:

1. Пополнение оборотных средств компании или государственных органов.
2. Продажа ценных бумаг является хорошим дополнительным источником средств в краткосрочной перспективе;
3. Отсрочка платежей.

Такая цель может возникнуть в случае необходимости проведения расчетов с поставщиками. Таким образом, ценные бумаги предназначены для получения дополнительного дохода для компании в рамках оборотного капитала предприятия. Выпуск или инвестирование текущих активов в краткосрочные ценные бумаги обеспечивает дополнительную прибыль.

Список использованной литературы:

1. Зобова, Е.В. Источники финансирования оборотного капитала предприятия // Социально - экономические явления и процессы. – 2017. — №11. – С. 83 — 87.
2. Семенова, О.Ю. Подходы к эффективному управлению оборотными средствами предприятия // Международный журнал экспериментального образования. – 2018. – №8. – С. 280 - 283.

© С.В. Заблоцкая

УДК 316.354

А.С. Зайцев, магистрант
Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж, Россия
Н.М. Паршин, профессор
Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж, Россия
A.S. Zaitsev
master student, Voronezh State Technical University, Voronezh, Russia
N.M. Parshin
Professor, Voronezh State Technical University, Voronezh, Russia

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ЕЁ ВЗАИМОСВЯЗЬ СО СТРАТЕГИЕЙ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ПАО ГАЗПРОМ

MANAGEMENT STRATEGY OF THE ORGANIZATION AND ITS INTERCONNECTION WITH THE STRATEGY OF PERSONNEL DEVELOPMENT OF PJSC GAZPROM

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы взаимосвязи стратегии управления организацией нефтегазового комплекса и стратегии развития персонала. В качестве объекта исследования было выбрано предприятие ПАО «Газпром». Показано, что каждом

конкретном случае стратегия управления персоналом может охватывать отдельные составляющие стратегии организации, их выбор основан, как на целях и стратегии организации, так и на целях и стратегии управления персоналом.

Ключевые слова

Управление, организация, нефтегазовый комплекс, персонал, стратегия.

Abstract

This article examines interconnection between the management strategy of the organization of the oil and gas complex and the strategy of personnel development. The PJSC Gazprom was selected as the research object. It is shown that in each specific case, the personnel management strategy may cover individual components of the organization's strategy; their choice is based both on the organization's goals and strategies and on the personnel management goals and strategies.

Key words

Management, organization, oil and gas complex, personnel, strategy.

В настоящее время российские нефтегазовые предприятия стремятся иметь сильные конкурентные преимущества не только на российском рынке, но и за рубежом. Одним из часто применяемых рычагов достижения этих целей является путь совершенствования внутрикорпоративной системы управления персоналом для повышения эффективности деятельности предприятия [1].

Стратегическое управление представляет собой функционирующую систему способов для решения выявляемых проблемных вопросов предприятия и учитывает множество факторов.

С точки зрения управления персоналом, стратегия позволяет повысить эффективность работы предприятия за счет оптимизации деятельности сотрудников через, к примеру, их трудовую мотивацию [2 - 3].

Стратегия управления персоналом ставит перед собой цели формирования конкурентоспособного высокопрофессионального сплоченного трудового коллектива, способствующего достижению долгосрочных целей организации и реализации общей ее стратегии.

Объектом представленного исследования выступает ПАО «Газпром».

В качестве примера совместного применения принципов стратегии развития организации и персонала ПАО «Газпром» приведем следующую реальную ситуацию. В настоящее время вопросы организации НИОКР на предприятиях нефтегазового профиля являются актуальными. Для организации НИОКР на предприятии требуется нанять квалифицированных сотрудников на длительный срок.

Очевидно, что обычных мер привлечению персонала и поиску нужных специалистов данной профессионально - квалификационной группы на внешнем рынке труда недостаточно из - за специфики организуемой деятельности.

Также понятно, что существует необходимость применения различных элементов для реализации стратегии управления персоналом: к примеру, подбор и привлечение персонала, распределение задач и работ и др., т.е. важно создавать единую, соответствующую конкретной стратегии комбинацию инструментов управления персоналом.

В нашем случае специалистам, которые будут заниматься НИОКР, будет предложен комплекс задач, соответствующий их потенциальному уровню и требующий самостоятельного подхода к их решению. Важно понимать, что в процессе деятельности этой группы персонала необходимо, чтобы поддерживался и повышался уровень их квалификации, т.е. надо обеспечить возможность посещения научных мероприятий,

изучения современной научной литературы по профилю деятельности, возможности для поощрения и др.

Основная мысль исследования состоит в том, что стратегия управления персоналом может быть, как подчиненной по отношению к стратегии организации в целом, так и совмещенной с ней, представляющей единое целое.

Стоит отметить, что при разработке нужной стратегии управления персоналом возможны сложности из - за нехватки ресурсов (материальных, интеллектуальных и др.), уровня профессионализма руководителей и специалистов, поэтому возникнет необходимость устанавливать приоритеты выбора нужных направлений и составляющих стратегии управления персоналом.

В заключение стоит отметить, что в каждом конкретном случае стратегия управления персоналом может охватывать отдельные составляющие стратегии организации, их выбор основан как на целях и стратегии организации, так и на целях и стратегии управления персоналом.

Важно учитывать то, что выбор набора составляющих стратегии очень важен, так как если хоть один из них (например, подбор персонала или система оплаты труда) окажется неудачным, то реализация стратегии в целом может быть под угрозой срыва.

Список использованной литературы

1. Одегов, Ю.Г. Подходы к управлению человеческими ресурсами и их влияние на оценку эффективности работы с персоналом / Ю. Г. Одегов, Л. Котова // Кадровик, 2011. №2. С. 82 - 90.

2. Гайсина Л.М. Управление персоналом в российских компаниях нефтегазового комплекса: дис. … канд. социол. наук. Уфимский государственный нефтяной технический университет, Уфа, 2009. – 161 с.

3. Азиева, Р. Х. Зарубежный опыт управления нефтяным комплексом / Р.Х. Азиева // Молодой ученый, 2013. № 3. С. 189 - 195.

© А. С. Зайцев, 2019

УДК 338

Зацаринная А.С.,
студент 2 курса магистратуры
ФГБОУ ВПО «ТИУ»
г. Тюмень, Российская Федерация
E - mail: zatsarinnaya.anya@mail.ru

СТРАХОВЫЕ И НЕСТРАХОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Аннотация

В статье затрагивается тема актуальности использования страховых и нестраховых инструментов управления рисками в строительной отрасли, представлена концепция риск - инжиниринга, рассмотрены механизмы финансирования и контролирования рисков в строительной организации.

Ключевые слова: риск - менеджмент, управление рисками, риск - инжиниринг, страхование рисков, гарантирование рисков.

В наши дни управление рисками становится важнейшей подсистемой менеджмента предприятий, призванной обеспечивать планомерное развитие и стабильность его финансовых показателей. Степень значимости, которую предприятия придают данной подсистеме, в последнее время подтверждается появлением в составе советов директоров новой должности директора по рискам. При этом к качеству и эффективности систем управления рисками корпораций предъявляются все более высокие требования, что вынуждает риск - менеджеров, а вместе с ними и поставщиков соответствующих услуг — страховщиков, страховых брокеров и т.д. искать новые методы управления рисками и переосмысливать традиционные представления в этой области. Одним из наиболее важных элементов управления рисками является использование инструментария риск - менеджмента.

В строительстве до недавнего времени большинство его участников — подрядчики, агенты и страховщики — предпочитали основное внимание уделять не потенциальным потерям, а страховой премии. Даже в наиболее развитых рыночных условиях вопрос о рисках в строительстве исчерпывался куплей - продажей страховых полисов на довольно узкий круг строительных рисков. В то же время, как свидетельствуют результаты исследований, за последние два десятилетия, расходы, связанные с рисками, в строительных компаниях распределяются приблизительно следующим образом:

– агентские расходы — 5 % ;
– страхование — 30 % ;
– управление потерями (в том числе — риск менеджмент, разбирательства и юридические издержки) — 60 % ;
– прочее — 5 % .

К концу XX века сложилась новая концепция управления рисками на уровне отрасли, связанная с управлением проектами. Эту концепцию в специальной литературе стали называть риск - инжинирингом. Данная концепция комплексно ориентируется на обеспечение долгосрочных экономических целей строительной фирмы и направлена на:

– выявление обшей картины рисков фирмы (совокупности и структуры ее актуальных рисковых параметров);
– определение влияний рисков на стоимостные параметры фирмы;
– выработку стратегии и тактики строительной фирмы в ее работе с рисками;
– формирование риск - менеджмента как важного центра генерирования прибыли, на всех этапах строительного процесса [1].

В целом концепция риск - инжиниринга основывается на следующих составляющих:

– программе управления рисками строительной фирмы;
– программе управления страхованием;
– системе гарантирования;
– схеме финансирования рисков строительства и других рисков строительной фирмы;
– управление претензиями;
– обеспечение безопасности в строительстве;
– комплексе противорисковой работы с кадрами.

В упрощенном виде совокупность программ, составляющих вместе интегрированную программу управления рисками строительной организации, представлена в таблице 1[3].

Таблица 1

Состав программы управления рисками строительной организации

<table>
<tr><td>Виды рисков</td><td colspan="4">Подпрограммы покрытия рисков</td></tr>
<tr><td>Страхуемые риски</td><td>Программа обязательного страхования</td><td>Программа добровольного страхования</td><td>Незастрахованные страхуемые риски</td><td rowspan="3">Резервы под непредвиденные риски</td></tr>
<tr><td>Гарантируемые риски</td><td>Программа обязательного строительного гарантирования</td><td>Программа добровольного гарантирования</td><td>Риски, не попавшие в систему гарантирования</td></tr>
<tr><td>Прочие риски</td><td colspan="3">Программа управления</td></tr>
</table>

Все риски, которым подвержена строительная организация, выполняющая проект, подразделяются на три крупных класса:

– риски, которые организация страхует;
– риски, которые гарантирует другая фирма;
– прочие риски.

То есть проявление одних рисков фирма не допускает, другие риски — страхует, а по третьим — создает специальную программу.

В настоящее время в строительной отрасли Российской Федерации можно столкнуться с различными рисковыми ситуациями: не исключены случаи, когда к опасным строительным работам допускаются лица, не имеющие профессиональных сертификатов и навыков, подтверждающих их профессионализм, строительные рабочие часто не имеют полисов страхования жизни и трудоспособности. Следует отметить, что страхование профессиональной ответственности проектировщиков, строителей и поставщиков находится в зачаточном состоянии, чуть лучше обстоит дело со страхованием имущества. Однако это не означает, что так будет продолжаться всегда, так как в соответствии с социальной потребностью развивается законодательство и административный надзор, в сторону повышения требований к страховому портфелю организаций инвестиционно - строительного комплекса [2].

Поскольку некоторые виды страхования должны быть оформлены участниками строительного проекта в обязательном порядке, определенном законами и правилами, то именно с формирования соответствующего страхового портфеля следует начинать создание программы управления рисками в строительной организации.

В состав такой программы входит:

– портфель обязательного минимального страхования строительной фирмы в целом.

– дополнительные страховые полисы, покрывающие особо опасную группу рисков специфичных для данной фирмы в целом и приобретаемые по решению самой фирмы.

– портфели минимального обязательного страхования, каждого из проектов фирмы в отдельности.

– дополнительные страховые полисы, приобретаемые на страхование некоторых рисков внутри отдельных проектов решением самой строительной фирмы.

– портфель обязательного строительного гарантирования по каждому проекту.

– портфель дополнительного гарантирования по взаимным требованиям участников строительных проектов.

– комплекс организационных, юридических и прочих средств управления рисками в строительной организации.

– комплекс организационных, юридических и прочих средств управления рисками в рамках каждого строительного проекта.

Все упомянутые составляющие этой программы должны быть обеспечены механизмами финансирования рисков и механизмами контроля над рисками, основные из них приведены в таблице 2 [1].

Таблица 2

Механизмы финансирования и контролирования рисков в строительной организации

Финансирование рисков	Контролирование рисков
Покупка страховых полисов: выбор страховщика и страхового агента, выбор котировок по отдельным полисам, интегрирование страхового портфеля. Работа со страховым брокером и экспертами по оценке стоимости страхования еще до начала переговоров о стоимости строительного проекта. Использование методов квалифицированного самострахования. Перенос финансирования риска на партнеров по строительному проекту методами договорного трансферта.	Изучение проектно-сметной документации для выявления рисков до начала строительства. Проведение инспекций на строительных площадках с целью диагностики рисков, получения данных для различных видов страхования. Уклонение от рисков путем запрета ведения некоторых видов деятельности, использования определенных видов техники и материалов. Специализация для определенных типов строительных проектов. Введение в практику работы компании жестких правил политики в отношении риск-менеджмента и охраны труда работников. Установление системы расследования аварий, чрезвычайных происшествий с целью определения источников рисков и конкретных

Выявив страховые риски, можно приступить к формированию оптимального страхового покрытия, которое определяется следующими основными параметрами:

– застрахованные объекты страхования;
– страхуемые риски и исключаемые риски;
– страховые суммы и лимиты ответственности;
– собственное удержание и франшизы;
– период страхования;
– порядок и объем выплаты страхового возмещения.

Практически для каждой отрасли промышленности страховым рынком предоставляется типовое страховое покрытие, но такое покрытие не всегда отражает нужды конкретного предприятия / проекта.

Большинство крупных проектов строительства характеризуется значительным числом участников и заинтересованных сторон, ими могут быть: инвесторы, акционеры предприятия, проектировщики, строительные подрядчики и субподрядчики, поставщики оборудования и др. Каждый из участников имеет свой страховой интерес на объекте строительства либо в силу того, что проект осуществляется на его средства, либо по возложенной на него ответственности за процесс строительства. Таким образом, кроме выявления объектов рисков и их страхования, необходимо идентифицировать все стороны, которые могут нанести ущерб и имеют страховой интерес в объектах страхования, установить политику разделения ответственности между такими сторонами и отразить это в страховом полисе.

Страховые суммы и лимиты ответственности устанавливаются на основе оценки риска. Стоит отметить, что если речь идет о крупных и сложных строительных объектах или целых предприятиях, то полная гибель объекта практически исключена, и можно говорить лишь о максимально возможном ущербе таким объектам. Лимит ответственности в договоре страхования должен быть установлен не выше такого значения ущерба. Для российских строительных предприятий характерны ситуации, когда элементы объекта страхования распределены на большой площади, их стоимость находится в широком диапазоне, а нижняя граница обычно меньше предлагаемой франшизы. В результате некоторые элементы (например, отдельные небольшие постройки) фактически не попадают в страховое покрытие, но учитываются в общей страховой стоимости объекта. При наступлении страхового случая возникают сопутствующие затраты по уменьшению ущерба, урегулированию убытка и т.д., которые также должны быть учтены при установлении лимитов ответственности. Указанные нюансы при установлении страховых сумм и лимитов ответственности требуют специального анализа квалифицированных специалистов и могут значительно повлиять на стоимость страхования [4].

В заключение можно отметить, что степень влияния рисков на строительные предприятия привела к переосмыслению традиционных представлений об управлении рисками, следствием чего становится постепенный отказ от раздельного управления страхуемыми и нестрахуемыми рисками и формирование концепции интегрированных систем риск - менеджмента, способных организовывать комплексное финансирование рисков компании всеми доступными методами. Постепенная трансформация концепций риск - менеджмента стимулирует появление новых методов, призванных удовлетворять растущие потребности бизнеса в комплексном управлении рисками.

Список использованной литературы:

1. Доронкина Л.Н. Формирование системы управления рисками в инвестиционно - строительном бизнесе: монография // Л.Н. Доронкина. – М.: Издательство «Палеотип», 2005. С.84 - 86.

2. Корнеев С. В. Зарубежная практика страхования в строительстве // Страховое ревю. 2002. № 3. С. 22–26.

3. Пешков В.В. Экономические интересы в инвестиционно - строительной деятельности // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2007. № 3. С. 74–77.

4. Страхование: учебник для бакалавров // под ред. Л.А. Орланюк - Малицкой, С.Ю. Яновой. 2 - е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Юрайт», 2012. С.169.

© Зацаринная А.С., 2019

УДК 33

Зеленова А.В.,
студентка 3 курса СКФУ,
E – mail: nastyusha10031999@mail.ru
Научный руководитель: Борозенец В.Н.,
канд. экон. наук, доцент СКФУ
г. Ставрополь, РФ E – mail: agro _ invest@list.ru

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

В статье рассмотрено значение, а также необходимость потребительского кредита, его роль в экономике России. Выделены основные тенденции потребительского кредитования и основные проблемы современного рынка потребительского кредита. А также описаны дальнейшие перспективы развития потребительского кредита в Российской Федерации.

Ключевые слова

кредит, потребительский кредит, заемщик, кредитор, рынок потребительского кредитования.

Потребительский кредит считается самым распространённым из всех видов банковских операций, потому что именно он представляет собой одну из самых удобных форм кредитования для населения. На сегодняшний день потребительское кредитование в РФ является приоритетным направлением развития всего банковского сектора.

Потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее - договор потребительского кредита (займа)), в том числе с лимитом кредитования [1]

Тема развития потребительского кредитования является весьма актуальной, так как в последние годы рынок потребительского кредитования в России находится на стадии стремительного развития.

Цель исследования - анализ современного рынка потребительского кредитования и выявление проблем сдерживающих его дальнейшее развитие.

Можно выделить основные тенденции в развитии потребительского кредитования и в первую очередь стоит отметить рост его объемов. Рассмотрим в целом динамику потребительского кредитования в РФ, рисунок 1.

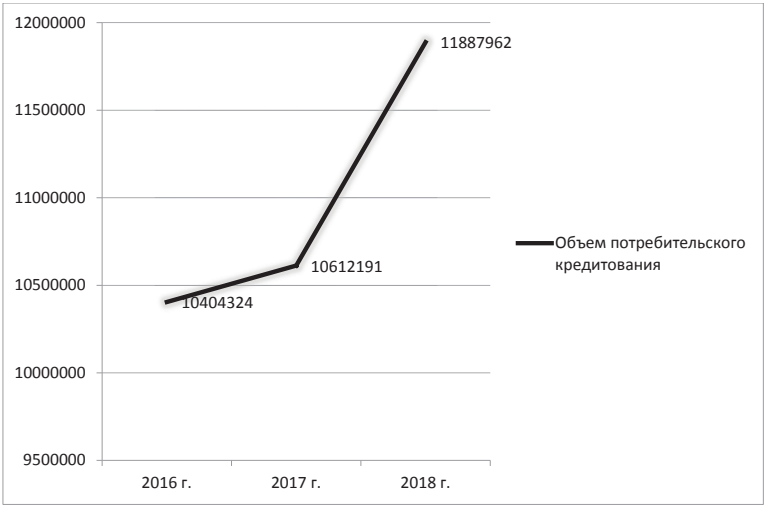


Рисунок 1 - Объем потребительского кредитования в РФ, млн. руб.

Рост объема потребительских кредитов в 2018 году по сравнению с 2016 годом составил 14,26 % . Министр экономического развития - Орешкин М.С. отметил, что быстрый рост потребительского кредитования угрожает инфляцией, мешает понижению ключевой ставки ЦБ и затрудняет кредитование предприятий [4]. Данную тенденцию роста можно разъяснить главными условиями или факторами, представленными на рисунке 1:

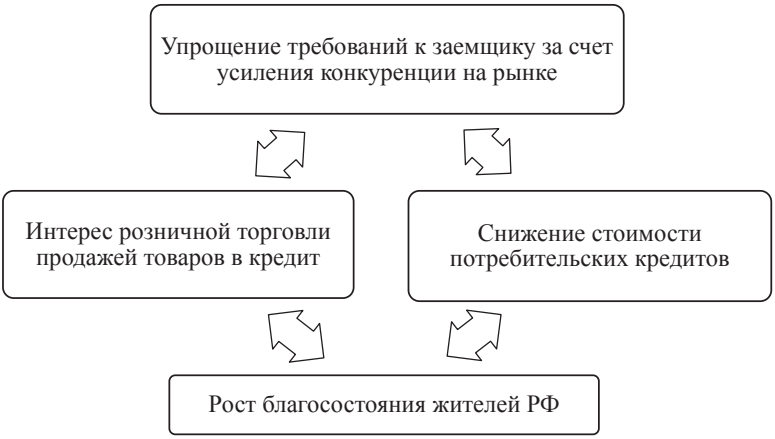


Рисунок 1 - Условия роста объемов потребительского кредитования

Рынок потребительского кредитования характеризуется неравномерностью своего развития в регионах РФ, динамику выданных ссуд в различных регионах за 2018 год можно проследить на рисунке 2.

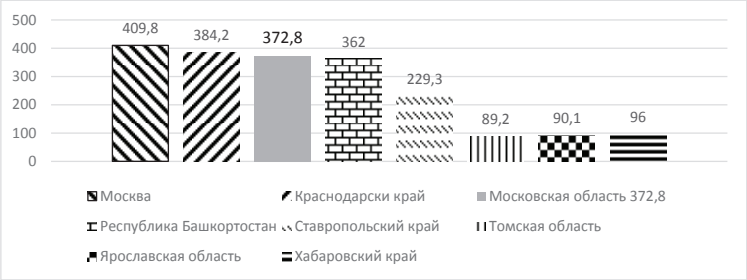


Рисунок 2 - Количество выданных потребительских кредитов в 2018 году (тыс, ед.) [5]

На рисунке 2 представлены некоторые регионы РФ с разным социально - экономическим положением. Ведь именно от социально - экономического положения региона зависит и количество выданных ссуд. Таким образом, можно проследить, что в Ставропольском крае количество выданных кредитов составляет 229,3 тыс. ед, что является средним показателем относительно тех регионов, что представлены на рисунке.

Рынок кредитования физических лиц испытывает ряд проблем, связанных с низкой платежеспособностью и финансовой неустойчивостью многих заемщиков, пробелами в законодательно - правовом и нормативном поле деятельности кредитных организаций, региональными различиями в социально - экономическом развитии.

Большинство проблем потребительского кредитования связаны с мировым финансовым кризисом, он существенно повлиял на данный сектор экономики. А также некоторые проблемы можно объяснить снижением уровня реальных доходов населения страны, ну и многими другими причинами [3].

Наиболее важной причиной можно выделить насыщение рынка, потому что на данный момент практически у всего платёжеспособного населения имеется потребительский кредит, поэтому у них нет необходимости брать новый кредит.

К наиболее важным проблемам рынка России потребительского кредитования можно отнести [2]:

— проблема недобросовестной конкуренции, а также связанная с ней информационная проблема, выражающаяся в том, что заемщики не всегда владеют полной информацией о потребительском кредите;

— проблемы, которые связаны с управлением кредитных рисков. Данная проблема возникла из - за того, что в большинстве кредитных организаций управление рисками носит не постоянный или можно сказать несистемный характер;

— проблема высоких затрат, которые связаны с организацией и проведением кредитных операций;

— сокращение банками РФ требований к заемщикам при оформлении кредита, что в свою очередь приводит к большому количеству кредитов, которые в последующем не выплачиваются и являются реальной угрозой для всех банков;

Банкам России просто необходимо в скором времени создать единую для них стратегию, чтобы преодолевать препятствия, и чтобы данная стратегия привела к положительной динамике на рынке потребительского кредитования.

Для того, чтобы потребительское кредитование в России имело перспективы развития, нужно принять гибкую политику не только в общих вопросах, связанных с кредитованием, но рассматривать и решать узкоспециализированные вопросы.

Из всех выше сказанных проблем и тенденций развития потребительского кредитования в РФ, можно сделать вывод, что в целом динамика на сегодняшний день и в последующих нескольких годах будет определяться состоянием макроэкономической ситуации.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон "О потребительском кредите (займе)" от 21.12.2013 N 353 - ФЗ (последняя редакция)

2. Актуальные проблемы и дальнейшие перспективы развития потребительского кредитования в РФ [Электронный ресурс] - https: // cyberleninka.ru / article / n / aktualnye - problemy - i - dalneyshie - perspektivy - razvitiya - potrebitelskogo - kreditovaniya - v - rf

3. Современные проблемы и тенденции развития потребительского кредита в РФ [Электронный ресурс] - https: // nauchniestati.ru / primery / nauchnaja - statja - na - temu - sovremennye - problemy - i - tendencii - razvitija - potrebitelskogo - kredita - v - rossijskoj - federacii /

4. Новости: Банки надувают кредитный пузырь. Экономическое обозрение - [Электронный ресурс] - https: // svpressa.ru / economy / article / 207438 /

5. НБКИ: количество выдаваемых потребительских кредитов в 2018 году [Электронный ресурс] - https: // microcredit - rf.ru / v - 2018 - kolichestvo - vidavaemix - potrebkreditov - snizaetcia.html

© А.В. Зеленова, 2019

УДК 330

Ю.А. Зрожевская
студентка 3 курса РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: uzrozhevskaya@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ОБЗОР ОТНОШЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

Предпринимательская деятельность является неотъемлемым фактором развития экономики, способствующим установлению и развитию эффективных рыночных форм хозяйствования. Если в обществе по отношению к предпринимательству складываются негативные тенденции, это может повлечь за собой и ряд негативных последствий, связанных с серьезным дисбалансом в плане дифференциации доходов. В статье содержится анализ отношения россиян к предпринимательской деятельности, проведенный на основе исследования ВЦИОМа по данной тематике.

Ключевые слова:
Предпринимательство, экономика, конкурентная среда, рейтинг доверия, малое и среднее предпринимательство.

В современных условиях на всех уровнях территориальной агрегации для экономики и социальной сферы, в том числе в вопросах формирования новых рабочих мест, создания конкурентной среды, наполнения рынка товарами и услугами, а также пополнения бюджетов различных уровней огромное значение играет уровень развития малого и среднего предпринимательства.

По нашему мнению, предпринимательская деятельность играет важную роль как в плане экономического развития страны, так и выступает связующим звеном между обществом и государством.

В мае 2019 года были опубликованы результаты опроса «Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России», проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ). На рисунке 1 показано, что в России в динамике за период с 2010 по 2017 годы рейтинг доверия к категории «предприниматель» среди респондентов «скорее или полностью доверяющих» оставался примерно на одном уровне и составил в 2017 году - 22 % . Процент респондентов, которые не доверяют предпринимательству к 2017 году снизился на 18 % относительно 2010 года и составил 27 % . Примечателен тот факт, что половина опрошенных респондентов – 51 % - затрудняются ответить на данный вопрос.

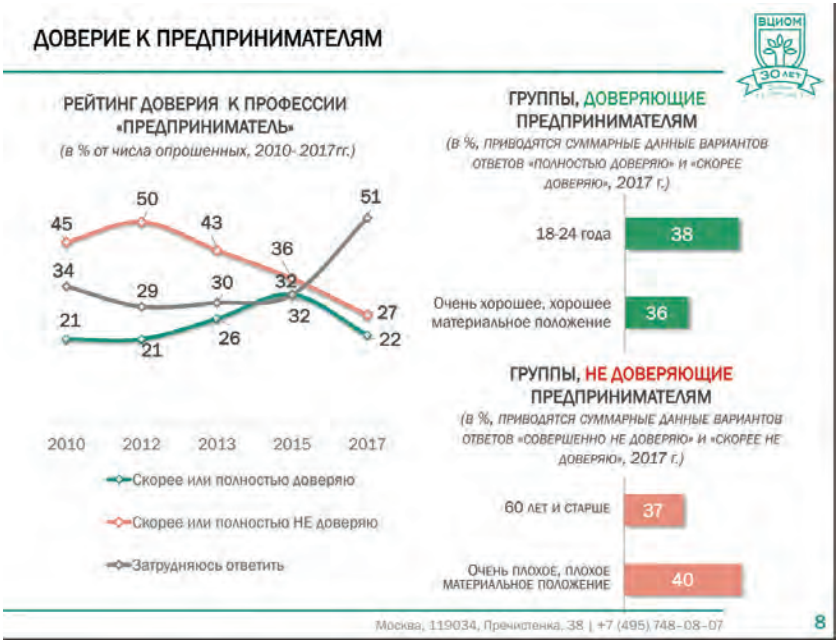


Рис.1. Доверие к предпринимателям [2, с. 8]

Среди вопросов, заданных респондентам в рамках данной тематики обращает на себя внимание следующий: «Если у Вас есть (были бы) подрастающие дети, внуки, какую профессию, род занятий Вы бы для них пожелали, а какую – нет?» Предприниматель, бизнесмен - по мнению респондентов был оценен в 3,4 балла в 2018 году, что на 0,11 балла ниже, чем в 2010 году. Наибольший балл респондентами был отдан профессии врач: в 2018 году он составил 3,9, хотя по данным 2010 года, данный рейтинг снизился на 0,27 балла, что наглядно отражает рисунок 2.

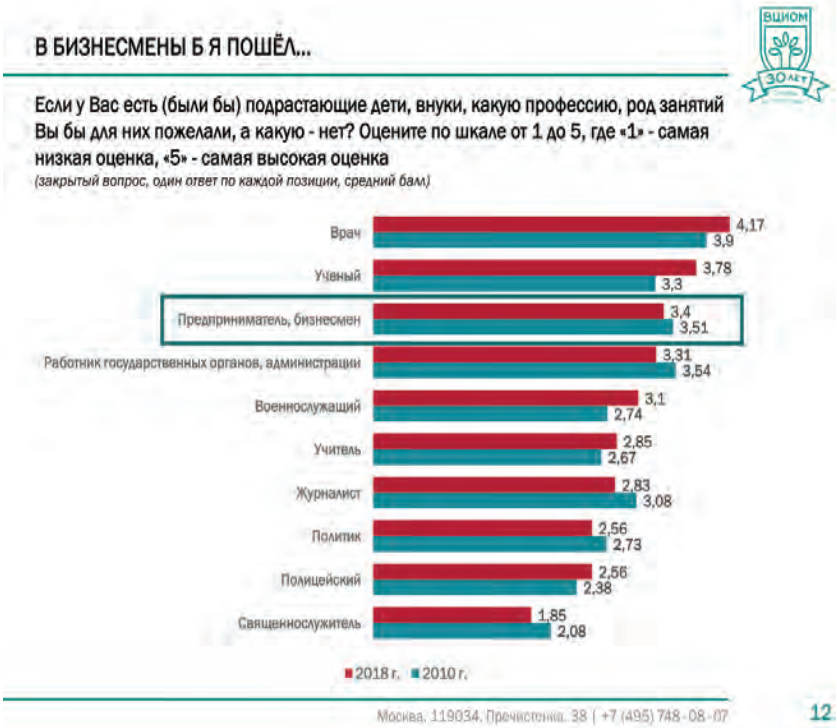


Рис. 2. В бизнесмены б я пошел… [2, с. 12]

По данным рисунка 3 рейтинг доверия к предпринимателям среди опрошенных респондентов снизился к 2017 году на 10 % относительно 2015 года и составил 22 % . Полученный результат является самым низким среди предложенных профессий, тогда как такие профессии, как рабочий, военнослужащий, инженер, учитель, ученый, работник ВУЗа, священнослужитель имеют рейтинг доверия составляет более 50 % . Рейтинг недоверия к профессии предприниматель / бизнесмен несколько выше рейтинга доверия, что в принципе можно считать негативной тенденцией. По сравнению с 2015 годом процент не доверяющих респондентов снизился на 9 % и в 2017 году составил 27 % .

Рис. 3. Доверие к предпринимателям [2, с. 13]

К возможным причинам недоверия к данному виду профессии можно отнести, например, негативное восприятие предпринимательских возможностей и даже историческую сущность предпринимательской деятельности.

Во времена Царской России к предпринимателям относились купцы, которые со всей ответственностью подходили к организации предпринимательской деятельности и предлагали качественную и конкурентоспособную продукцию. Вошли в легенду деловые этические нормы российского купечества, когда миллионные сделки заключались лишь кивком головы, купеческое слово было дороже золота, и гарантом этого слова была жизнь. [1, с. 131 - 132]

В советское время даже слова «предпринимательство», «предприимчивый», «предприниматель» имели негативную коннотацию. Часто эти слова не связывают с какой - либо профессией, а служат обозначением лица, - деятельность которого связана с частной экономической инициативой. [1, с. 131 - 132]

В советское время произошел переход от употребления слова «предприниматель» к слову «спекулянт», «делец». [1, с. 131 - 132]

В постсоветское время на первый план выдвигается идея собственности – владелец, деятель (отнюдь не делец). Постсоветское понятие «предприниматель» постепенно теряет свойственную ему в советские времена прикрепленность к враждебному капиталистическому строю, к эксплуатации наемного труда. [1, с. 131 - 132]

В современном обществе предпринимательством считается инициативная самостоятельная деятельность граждан и объединений, направленная на получение прибыли, осуществляемая на свой страх и риск под имущественную ответственность в

пределах, определяемых организационно - правовой формой собственности. Таким образом, в настоящее время предприниматели - это связующее звено, которое способствует формированию среднего класса, стирает четкие границы социального расслоения общества.

Безусловно, при открытии любого бизнеса существуют барьеры. По мнению опрошенных респондентов, основными трудностями, с которыми сталкиваются люди, открывающие свое дело / бизнес являются: высокие налоги (25 %), бюрократия (22 %), нехватка денег и большие затраты (16 %). Также среди трудностей по данному вопросу выделяют коррупцию, административные барьеры, проверки различных структур, отсутствие поддержки от властей и ряд других.

Рис. 4. Главные барьеры на пути открытия нового бизнеса [2, с. 15]

Таким образом, роль предпринимательской деятельности в условиях современной экономики оценивается в обществе положительно, что связывают с возможностью увеличения рабочих мест, расширением сферы развития бизнеса, пополнением государственного бюджета и рядом других составляющих экономики.

Список использованной литературы:

1. Акимова О.Е. Как сформировать положительный имидж предпринимательства в России? // ОБЩЕСТВО И ЭКОНОМИКА. Издательство: Российская академия наук (Москва), 2017, № 10, с. 131 - 139.

2. ВЦИОМ. Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России. Москва, 2019.

3. Потапова М.А. Сущность, принципы и проблемы предпринимательской деятельности. // Вестник Челябинского государственного университета, 2012. № 8 (262).

© Ю.А. Зрожевская, 2019

УДК 338

Иванова И.К.,
старший преподаватель
СГУПС,
г. Новосибирск, РФ
E - mail: jon _ kor _ 24@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы теории, методологии и практики принятия управленческих решений в условиях риска и неопределенности. Основные задачи системы управления рисками: повышение финансовой устойчивости, совершенствование механизмов управления рисками.

Ключевые слова

Управленческие решения, управление рисками, финансовая устойчивость, неопределённость, экономические риски.

Произошедшие в экономике России за последние годы изменения выявили ряд дискуссионных и актуальных проблем, носящих теоретический и прикладной характер и имеющих чрезвычайно важное значение для устойчивого функционирования и развития экономики. К приоритетным проблемам относятся вопросы теории, методологии и практики принятия управленческих решений в условиях риска и неопределенности.

Риск — это опасность, это возможное в будущем качественное или количественное ухудшение состояния какого - либо хозяйствующего субъекта. Угрозы проявления ущерба могут характеризоваться негативными воздействиями, неопределенностью параметров и их последствий, таких как время, сила проявления и размер причинённого ущерба. Сама неопределенность обусловлена и незнанием законов, нехваткой необходимой для анализа информации и отсутствием навыков управления экономическими рисками, то есть, недостаточно высокой квалификацией имеющегося управленческого персонала.

Любой бизнес очень тесно связан с рисками. Любой успешный бизнес связан с большими рисками и от того, как с этими рисками справляются бизнесмены, менеджеры, управленцы зависит и успех организации. Кто - то управляет рисками интуитивно, кто - то осознано, но любая деятельность требует анализа и, в дальнейшем, управления рисками для благополучного и полноценного развития организации. Важнейшей чертой предпринимательства является наличие риска, как на стадии создания организации, так и в течение дальнейшего ее функционирования.

Любая организация подвержена риску потери имущества, ценностей, денег, то есть любых видов экономических ресурсов, включая труд и время, ведь трудовые потери и потери времени наносят серьезный ущерб результатам предпринимательской деятельности. Можно сформулировать основные задачи системы управления рисками, как – то: повышение финансовой устойчивости предприятиями, совершенствование механизмов управления рисками.

Одним из главных критериев стабильной деятельности любой современной организации является способность высшего руководства (управленческого аппарата), опираясь на строго научную основу рационально контролировать, прогнозировать риски, эффективно управлять рисками, проводить эффективную антикризисную политику. Риск зависит от своевременности, обоснованности и эффективности принимаемых управленческих

решений, он напрямую связан с управлением организации. К точным и верным решениям можно прийти, если использовать количественную оценку рисков.

В настоящее время рынок информационных услуг развивается очень медленно, можно сказать даже слабо. В связи с этим бывает достаточно трудно заполучить данные организации, которые необходимы для анализа. Дефицит исходных данных может стать серьезным препятствием в осуществлении количественной оценки.

Относительная оценка риска, напротив, является одной из самых доступных. Такая оценка проводится на основе анализа финансового состояния организации. Именно такая форма оценки проста и для владельца фирмы, и для его партнеров.

Все существующие организации подвержены разным рискам — природным, финансовым, экономическим, экологическим, политическим, транспортным, торговым, коммерческим, валютным, рискам ликвидности, кредитным, биржевым, финансовым, природно - естественным, экологическим, политическим, транспортным, имущественным, торговым, коммерческим, инвестиционным, рисками, связанными с покупательной способностью денег, инфляционным и дефляционным, валютным, рисками упущенной выгоды, снижения доходности, прямых финансовых потерь, процентным, кредитным, биржевым, селективным.

Любая компания постоянно сталкивается с внутренними и внешними рисками. Внутренние образуются в управлении производством, и внешние, которые воздействуют на деятельность организации со стороны внешней среды. Существование такого многообразия разновидностей рисков, которые для каждого вида организации — свои, обуславливает их анализ, а также управление ими.

Экономическим содержанием риск - менеджмента является оперативная и стратегическая взаимосвязь системы управления рисками и отношениями, которые возникают непосредственно в рамках самого управления. В условиях, когда угроза появления кризисных ситуаций в деятельности организации и даже возможного ее банкротства, когда нельзя предугадать изменения в ситуациях хозяйственного характера, риск - менеджмент должен быть незаменим в общей концепции антикризисного управления организацией.

© И. К. Иванова, 2019

УДК 338

Иванова И.К.,
старший преподаватель СГУПС,
г. Новосибирск, РФ
E - mail: jon _ kor _ 24@mail.ru

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы теории, методологии и практики принятия управленческих решений в условиях риска и неопределенности. Основные задачи системы управления рисками: повышение финансовой устойчивости, совершенствование механизмов управления рисками.

Ключевые слова
Управленческие решения, управление рисками, финансовая устойчивость, неопределённость, экономические риски.

В современном напряженном мире, когда многие страны ощущают на себе воздействие экономического кризиса, необходимо помогать бизнесу, т.е. следует создавать рабочие места, что повлияет на повышение покупательской способности населения, а также осуществлять все другие необходимые меры по совершенствованию экономики.

В России сегодня преимущественно обращают внимание на необходимость развития малого и среднего бизнеса, ориентируют компании на применение наукоёмких технологий, поддерживают развитие сферы услуг и выход действующих предприятий на международные рынки.

Однако развитие малого и среднего бизнеса в России чаще всего затрудняется из - за повышенных коммерческих рисков. При реализации новых бизнес - планов необходимым условием является наличие обширного спектра знаний у предпринимателей в сфере управления, финансов, маркетинга, а также существует необходимость больших материальных вложений и временных затрат.

В течение кризисного периода существует риск сокращения числа субъектов малого бизнеса. Возможно, это связано с ростом налогов (увеличение более, чем в 2 раза взносов во внебюджетные фонды для индивидуальных предпринимателей, использующих наёмных работников), а также существенный рост тарифов на топливо и энергоносители.

Такие изменения, ведущие к снижению темпов роста малого бизнеса, происходят из - за конкуренции с крупными торговыми сетями, которые активно распространяются во всех регионах страны, а местным предпринимателям ничего не остается, как покидать рынок.

Необходимым элементом в решении таких проблем является внедрение новых экономических механизмов. Например, одним из таких механизмов в кризисных условиях является франчайзинг, который выступает в качестве фактора быстрой мультипликации и позволяет увеличить рентабельность малого предпринимательства за счёт возможности объединить преимущества малого и крупного бизнеса. Специалисты в этой сфере утверждают, что данная ситуация с франчайзингом может оказаться одной из наиболее действенных методов организации и развития бизнеса в текущих условиях.

Уместность развития франчайзинга в современной экономике можно подтвердить мировым опытом в этой сфере.

Следует заметить, что в современных условиях неустойчивой экономики франчайзинг рассматривается как наиболее гибкое и эффективное средство для развития бизнеса. Причём от совершенствования франчайзинга выигрывают не только франчайзер и франчайзи, но и третья сторона – потребитель и общество в целом.

Развитие франчайзинга способствует росту прозрачности бизнеса, собираемости налогов, упрощению внедрения инновационных методологий, а, следовательно, способствует привлечению инвестиций в экономику и модернизации многих её отраслей.

Франчайзинг представляет собой форму долгосрочного сотрудничества компаний, при которой одна компания (франчайзер) предоставляет другой компании (франчайзи) право использовать в течение определенного срока за определенную плату свою торговую марку, формат ведения бизнеса, коммерческие технологии, а франчайзи обязуется за свой счет

вести хозяйственную деятельность под торговой маркой франчайзера и в строгом соответствии с договором.

Франчайзер – лицо, являющееся собственником прав на франшизу, лицензирует и передает во временное использование свою интеллектуальную собственность и бизнес - модель, предварительно апробировав их в своем бизнесе. Как правило, в лице франчайзера выступает крупная корпорация, имеющая широко известную торговую марку и высокую репутацию на потребительском рынке.

Франчайзи – лицо, которое приобретает на возмездной основе у франчайзера право на ведение предпринимательской деятельности под его торговой маркой, согласно условиям франчайзингового договора. В основном франчайзи становятся малые и средние компании (индивидуальные предприниматели), начинающие собственный бизнес.

Франчайзинг может активно внедряться в российскую экономику, потому что в нем сочетается стимул личного владения с управленческим и техническим мастерством крупного бизнеса. Для предпринимателей франчайзинг предлагает краткий путь к росту, так как они получают готовое дело. Для франчайзи франчайзинг дает возможность быстрого расширения.

Франчайзинг, как особый вид бизнеса, достаточно актуален, интересен и перспективен, в том числе и для России. Он может развиваться в самых различных формах: или как отечественная система, или при участии зарубежных фирм и субъектов предпринимательства.

Поэтому сегодня востребована развернутая государственная программа поддержки данной бизнес - модели и активная апробация ее в различных регионах нашей страны. При этом необходимо предложить для заинтересованных лиц (населения и предпринимателей) расширенный объем информации для оценки особенностей и эффективности франчайзинга.

© И. К. Иванова, 2019

УДК 338.21

К.А.Ильмекеева
студентка,
Э.Б. Адельсеитова
к.э.н., доцент ГБОУВО РК «КИПУ»,
г.Симферополь, РФ
E - mail:elmaz - 09@yandex.ru

ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Аннотация

Значимым фактором поведения личности является перечень нужд, мотивов, стимулов и интересов, которыми определяется характер поведения и принимаемых производственных решений. В статье рассмотрены особенности процесса формирования мотивации трудовой

деятельности на предприятиях, определены основные направления и рекомендации по созданию более эффективного мотивационного механизма, его эффективного развития, который бы отвечал приоритетам развития современного предприятия.

Ключевые слова:

Мотивация, стимулирование, заработная плата, предприятие.

Кадровая политика руководства любого предприятия относительно персонала оказывает огромное влияние на методы мотивации и стимулирования труда персонала, а так же на эффективность поиска и отбора персонала.

При организации работы персонала необходимо придерживаться следующих принципов и правил:

1. Набор персонала не должен быть просто поиском необходимого сотрудника; этот процесс должен быть взаимосвязан и взаимообусловлен общим контекстом кадровой работы предприятия и со всеми существующими программами, реализуемыми в сфере управления.

2. Учет профессиональной компетентности новых работников и возможности адаптации в культурной и социальной структуре предприятия.

3. Учет норм трудового законодательства и обеспечение равного отношения при конкурсе ко всем кандидатам и претендентам на должность.

При отборе прсонала на работу крайне важны личностные качества работника, позволяющие создавать благоприятный микроклимат в коллективе, и тем самым способствовать повышению производительности труда.

Выбор методов и средств управления персоналом на предприятии, а также путей привлечения кандидатов зависит во многом от сферы деятельности организации, от финансовых средств, выделяемых на подбор персонала, от имеющихся вакансий и от того, насколько срочно должна быть заполнена данная вакантная должность.

При наборе персонала обычно используют следующие подходы к определению, выбору подходящих кандидатов, а именно:

1. выявление наиболее подходящих кандидатов из числа работников на основании определенных формальных характеристик человека таких, как образование, профессия, стаж работы, возраст, пол и др.;

2. формирование резерва персонала, из рядов которого впоследствии могут быть отобраны потенциальные кандидаты, соответствующие основным требованиям работы на вакантной должности;

3. организация конкурсов на замещение вакантных должностей и информирование об имеющихся вакансияхвнутри предприятия.

Таким образом, работа по поиску необходимых сотрудников проходит на основе заранее сформулированных требований к кандидатам на определенную должность, которые описаны в уже существующих должностных инструкциях.

Определенным недостатком решения данной проблемы исключительно за счет внутреннего резерва, на наш взгляд, является то, что в организацию не могут попасть люди со свежими взглядами, так называемая «новаторы», что может привести к её застою.

Преимуществом же внутреннего набора, по нашему мнению, является следующее: при заполнении вакансий за счет людей, уже работавших в фирме, на рабочее место попадают именно люди, которые хорошо знают организацию, что повышает вероятность их

успешной работы в новой должности за счет более легкой адаптации к условиям работы, что, в свою очередь, повышает лояльность персонала и стимулирует их к большей отдаче в работе.

В рамках подбора персонала на работу важны так же личностные качества работника, означающие совокупность эмоций, мотивации, интересов; определенное их соотношение, которое позволяет поддерживать благоприятный микроклимат на предприятии и способствовать эффективной работе коллектива предприятия.

Список использованной литературы:

1. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методики. Практика. - М: Альпина Бизнес Букс, 2007.
2. Гейер Г., Арендт Б. Экономика предприятия: ускоренный курс: пер. с нем. науч. ред. перевода Л.В. Донцова. - М .: Издательство «Дело и Сервис», 2005. - 208 с.
3. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник. - 2 - е изд., Перераб. идоп. - М .: ИНФРА - М, 2008. - 447 с.

© К.А. Ильмекеева, Э.Б. Адельсеитова, 2019

УДК33

Исаева А.М.,
Студент 3 курса ДГУ,
г.Махачкала, РФ.
E - mail: alfiyat.isaeva@mail.ru
Будунова З.М.,
Студент 3 курса ДГУ,
г.Махачкала, РФ.
E - mail: budunova.zzz@mail.ru
Научный руководитель: Шамхалова Э.А.,
Канд.эконом.наук, факультет Управления

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

Аннотация: *В данной статье рассмотрены современные технологии интернет - маркетинга, которые способствуют продвижению бизнеса. Также указано, что для продвижения любой компании необходим свой сайт, на котором размещена основная информация о товаре или услуге. Грамотное использование современных технологий интернет - маркетинга предоставляет продавцам безграничный потенциал для работы с покупателями.*

Ключевые слова: *Интернет - маркетинг, социальные сети, сайт, контент.*

На сегодняшний день интернет - маркетинг имеет самый широкий набор технологий, которые позволяют вывести бизнес на качественно новый уровень.

Интернет - маркетинг – самая молодая разновидность маркетинга, к которой сегодня прибегает подавляющее большинство компаний, даже если их бизнес не связан напрямую с интернетом. Дело в том, что это – один из самых эффективных каналов продаж, которые отличаются быстрым распространением информации и возможностью широкого охвата активной, вовлеченной аудитории за минимальный срок. При этом, интернет - маркетинг еще и не требует больших материальных ресурсов.

Основными технологиями или инструментами интернет - маркетинга являются:

- продвижение сайта
- продвижение в социальных сетях: SMO и SMM
- поисковая оптимизация (SEO)
- медийная реклама
- контекстная реклама
- таргетинговая реклама
- вирусный маркетинг
- партизанский маркетинг
- интернет - брендинг
- интернет PR
- рассылки
- система взаимодействий с клиентами (CRM) и т.д.

Благодаря интернет - маркетингу можно повысить узнаваемость и привлекательность различных торговых марок на внутренних и на внешних ранках, а лучшие из них превратить в известные бренды. Одной из особенности бренда является то, что его можно продать за высокую цену, которая позволит решить проблему конкурентоспособности с более дешевыми товарами.

Основной целью интернет - маркетинга является увеличение продаж на целевом рынке. Это можно добиться с помощью широкого охвата целевой аудитории интернета, которые способствуют росту продаж как в онлайновом режиме, так и в режиме оффлайн.

Одной из важнейших функций интернет - маркетинга является продвижение товаров и услуг, а также стимулирование спроса и сбыта с использованием интернет - брендинга, который представляет собой совокупность действий по созданию и продвижению нового или уже имеющегося бренда в сети интернет. Для того, чтобы начать продвижение товаров и услуг необходимо начинать с создания и контентного наполнения сайта.

Сайт, который построен для привлечения клиента к личному контакту, обычно довольно простой. Он чаще всего состоит из нескольких страниц, которые содержат всю необходимую информацию, достаточную для того, чтобы у клиента появился интерес, и он обратился к представителю компании.

Создав сайт, стоит задача привлечь на этот сайт пользователей, которые будут взаимодействовать с данным сайтом.

Создание сайта необходимо начинать со следующих действий:

- доменное имя
- сам сайт
- хостинг
- контент

Доменное имя – это символьный адрес сайта, например доменное имя известного российского поисковика. Или к примеру, доменная зона «.travel», которая предназначена для сайтов туристической направленности.

Контент представляет собой информационное наполнение сайта (тексты, иллюстрации, видео и т.д.).

Многие предприятия продвигают свой бизнес в социальных сетях. Современные маркетологи осознают необходимость использования социальных сетей и несомненные преимущества, которые они обеспечивают.

В сравнении с традиционным продвижением в интернете, продвижение в социальных сетях имеет несколько принципиальных отличий, которые при грамотном использовании делают маркетинговые кампании очень эффективными.

В первую очередь это точный таргетинг - это инструмент, который позволяет выделить из всей массы аудитории только определенную часть, которая соответствует заданным критериям, и показать информацию именно ей.

Второй принципиально важный момент - информационное воздействие в социальных сетях не выглядит как традиционная реклама, к которой люди уже привыкли. Пользователи социальных сетей, которые потребляют товар, продвигают его среди своих друзей и знакомых, просто оставляя о нем отзывы, пометки о том, что он им нравится - информация моментально размещается в ленте новостей. Поэтому гораздо больше вероятность того, что человек увидит новости компании в ленте новостей «Твиттера», «Фейсбука» или «В контакте», чем станет специально заходить на наш сайт.

Кроме традиционных маркетинговых возможностей социальные сети является эффективным каналом для обратной связи. У компании есть отличная возможность увидеть самые честные отзывы о себе от тех, кто ее любит. А также оперативно и из первых уст узнавать, почему она не нравится потенциальным потребителям. Иногда в больших компаниях отзывы клиентов, особенно негативные, редко доходят от менеджеров - исполнителей до руководства. Теперь же компании, которые используют социальные сети в своих маркетинговых кампаниях и получают обратную связь «из первых уст», имеют возможность оперативно актуализировать свою политику внутри компании и на рынке. Обратная связь с клиентами в социальных сетях - это еще и капитализация собственного бренда. Не просто за счет количества человек в группе компании в социальной сети, а за счет людей, которые активны и всегда сами продвигают бренд компании или просто с интересом наблюдают за деятельностью компании.

Список использованной литературы:

1. Голик, В. С. Использование интернет - технологий в международном маркетинге / В. С. Голик, С. И. Голик // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 3. С. 491 - 492. ISSN 1028 - 5849.

2. Учебная литература, A986188, A986189, A986190 Ветитнев, А. М. Интернет в маркетинговой деятельности санаторнокурортных организаций / А. М. Ветитнев // Ветитнев, А. М. Маркетинг санаторно - курортных услуг : учебное пособие для вузов / А. М. Ветитнев. Москва : Академия, 2008. Гл. 9. С. 56 - 57. (Высшее профессиональное образование. Туризм). ISBN 978 - 5 - 7695 - 4943 - 4.

3. Вирин, Ф. Ю. Интернет - маркетинг. Полный сборник практических инструментов. / Ф.Ю. Вирин. – М.: Эксмо, 2014. –205 с.

© Исаева А.М.,2019, Будунова З.М.,2019

УДК 334.01

О.Е.Казачёк
студент, ЮЗГУ, Россия, г. Курск
E - mail: cr7thebest88@mail.ru
М.С. Дехтяренко
студент, ЮЗГУ, Россия, г. Курск

УЧАСТНИКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПОРОВ

Аннотация
в настоящей статье раскрывается понятие экономических споров, рассматриваются система арбитражных судов и лица, участвующие в экономическом споре.

Ключевые слова
экономический спор, арбитражный суд, арбитражный процесс, участники экономического спора.

Каждый субъект права, который ведет предпринимательскую деятельность, имеет свои собственные интересы, из - за которых друг с другом может возникнуть конфликт. Для его разрешения необходима независимая сторона с своей объективной оценкой. Таковой выступает арбитражный суд, который участвует в разрешении споров между организациями. Главный документ, который устанавливает порядок рассмотрения дел арбитражными судами - это Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации **(АПК РФ).**

В рамках гражданского права самой массовой категорией являются экономические споры. Это происходит из - за того, что юридические лица в ходе коммерческой и иной деятельности совершают множество юридически значимых действий. Существенное количество различных отношений приводит к тому, что время от времени возникают экономические споры. Экономические споры образуются в ходе гражданского оборота. Обычно, они возникают между юридическими лицами либо при участии индивидуальных предпринимателей.

Арбитражный процесс рассматривается как система действий, урегулированных нормами арбитражного процессуального права. Процессуальные действия, совершаемые участниками арбитражного процесса при рассмотрении налогового спора, в зависимости от процессуальной цели их совершения и их содержания, образуют стадии арбитражного процесса[2].

Процессуальная деятельность субъектов арбитражного процесса происходит в рамках арбитражного процессуального отношения, возникающего по каждому делу, подведомственному арбитражному суду.

Конституция РФ и Федеральный конституционный закон от 31 декабря 1996 г. № 1 - ФКЗ «О судебной системе в Российской Федерации» относят арбитражные суды к федеральным судам. На уровне субъектов РФ не могут создаваться судебные органы, наделенные правом разрешения дел, отнесенных к ведению арбитражных судов.

Арбитражные суды имеют собственную компетенцию, а порядок судопроизводства в них имеет специфику, установленную АПК РФ[1].

Система федеральных арбитражных судов установлена Федеральным конституционным законом «О судебной системе Российской Федерации» и представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Арбитражные суды как субъекты арбитражного права

Верховный суд РФ, Судебная коллегия, по экономическим спорам Верховного Суда РФ – высшее звено системы арбитражных судов.
Федеральные арбитражные суды округов (арбитражные кассационные суды) – среднее звено (10 арбитражных кассационных судов).
Арбитражные апелляционные суды – среднее звено (20 апелляционных судов).
Арбитражные суды субъектов РФ – основное звено (количество соответствует числу субъектов РФ).
Специализированные арбитражные суды (по рассмотрению споров, связанных с защитой интеллектуальных прав).

Судебные полномочия осуществляют судьи арбитражных судов, назначенных в установленном законом порядке.

Судебные полномочия осуществляют также арбитражные заседатели, участие которых в правосудии регулируется помимо АПК также Законом об арбитражных заседателях арбитражных судов субъектов РФ.

При рассмотрении дела и принятии решения арбитражные заседатели пользуются правами и несут обязанности наравне с профессиональными судьями. Однако арбитражный заседатель не может быть председательствующим в судебном заседании[3,с.110].

Лица, участвующие в деле — это участники арбитражного судопроизводства, которых есть юридическая заинтересованность в разрешении дела. Они выступают от своего имени в процессе, имеют право совершать действия процессуального характера, которые влияют на развитие и окончание арбитражного процесса.

Лица, участвующие в арбитражном деле, в соответствии с ст. 40 АПК РФ представлены на рисунке 1.

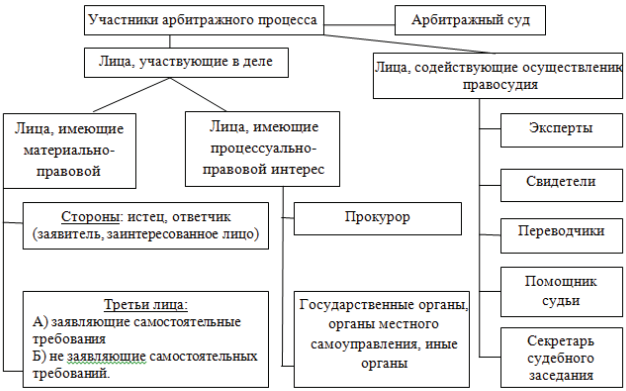


Рисунок 1: Участники арбитражного процесса

Процессуальная дееспособность и процессуальная правоспособность являются важнейшим элементом участников арбитражного процесса.

Процессуальная правоспособность, то есть способность иметь процессуальные права и нести процессуальные обязанности, признается в равной мере за всеми организациями и гражданами, которые обладают правом на судебную защиту в арбитражном суде своих прав и законных интересов согласно федеральному закону.

Процессуальная дееспособность, то есть способность осуществлять процессуальные права своими действиями принадлежит организациям и гражданам в арбитражном суде.

Существует категория граждан, которые являются недееспособными. В данном случае их права и обязанности в арбитражном процессе защищают их законные представители — родители, попечители или опекуны усыновители.

Субъекты арбитражного процесса различны, но у них также есть и некоторые общие свойства. Юридическая заинтересованность является основным критерием, по которому субъект арбитражного процесса относится к лицам, участвующим в деле. Под ней понимается ожидаемый правовой результат, основанный на законе, который должен наступить для заинтересованного лица в связи с рассмотрением и разрешением дела.

Сторонами в арбитражном процессе являются (ст. 44 АПК РФ):

истцы — организации и граждане, предъявившие иск в защиту своих прав и законных интересов;

ответчики — организации и граждане, к которым предъявлен иск.

В арбитражном процессе возможно участие в деле нескольких истцов или ответчиков (ст. 46 АПК РФ).

Иск может быть предъявлен в арбитражный суд совместно несколькими истцами или к нескольким ответчикам (процессуальное соучастие).

Процессуальное соучастие — участие в одном и том же процессе нескольких истцов или нескольких ответчиков, права, требования или обязанности которых не исключают друг друга.

При этом каждый из истцов или ответчиков выступает в процессе самостоятельно. Соучастники могут поручить ведение дела одному или нескольким из них.

При участии в деле нескольких истцов они называются соистцами, нескольких ответчиков — соответчиками.

Процессуальное правопреемство — замена одной из сторон процесса другим лицом, правопреемником, происходит в тех случаях, когда права и обязанности одного из субъектов спорного материального правоотношения в силу тех или иных причин переходят другому лицу, которое не принимало участия в данном процессе.

В силу ст. 48 АПК РФ суд на любой стадии процесса должен обсудить возможность замены выбывшей стороны ее правопреемником.

В арбитражном процессе могут участвовать также третьи лица, которые вступают в процесс для защиты самостоятельных прав на предмет спора либо в связи с тем, что решение по делу может повлиять на их права или обязанности по отношению к одной из сторон. (ст.53 АПК РФ)

В случаях, предусмотренных федеральным законом, государственные органы, органы местного самоуправления и иные органы вправе обратиться в арбитражный суд в защиту публичных интересов.

Кроме лиц, участвующих в деле, Арбитражный процессуальный кодекс РФ предусматривает и иных участников арбитражного процесса (ст. 54).

В деле, могут участвовать их представители и содействующие осуществлению правосудия лица — эксперты, свидетели, переводчики, помощник судьи и секретарь судебного заседания.

Экспертом является незаинтересованное в исходе дела лицо, обладающее специальными знаниями в науке, технике, искусстве, ремесле и иных сферах деятельности, которому поручено производство экспертизы. Лицо, которому поручено проведение экспертизы, обязано по вызову арбитражного суда явиться в суд и дать объективное заключение по поставленным вопросам.

Свидетелем является лицо, располагающее сведениями о фактических обстоятельствах, имеющих значение для рассмотрения дела.

Переводчиком является лицо, которое свободно владеет языком, знание которого необходимо для перевода в процессе осуществления судопроизводства, и привлечено арбитражным судом к участию в арбитражном процессе.

Секретарь судебного заседания и помощник судьи – это самостоятельные субъекты уголовно - процессуальной деятельности, оказывающие содействие осуществлению правосудия, но не выполняющие при этом функцию по отправлению правосудия и не подменяющие судью[4].

Представительство в арбитражном процессе регулируется главой 6 АПК РФ. Судебный представитель - лицо, оказывающее на возмездной или безвозмездной основе услуги по представлению интересов физических и юридических лиц в рамках судебного процесса и имеющее надлежаще оформленные полномочия.

К профессиональным судебным представителям следует отнести, во - первых, судебных (процессуальных) представителей — юридических лиц (причем как коммерческих, так и некоммерческих форм) независимо от наличия условия возмездности реализуемых ими услуг. Условие платности в данной ситуации не имеет принципиального значения.

Во - вторых, физических лиц, получивших в установленном порядке статус индивидуального предпринимателя.

В - третьих, физическое лицо (без специального статуса), оказывающее судебно - представительское услуги на возмездной основе. Возмездная деятельность судебного представителя здесь будет расцениваться как извлечение коммерческой выгоды (пользы) из судебно - представительских правоотношений, а следовательно, предполагается профессиональный уровень оказываемых услуг.

Таким образом, подобная деятельность должна отвечать требованиям высокого качества и профессиональности — обратное противоречило бы общей логике процессуального законодательства[5].

В Арбитражном процессуальном кодексе РФ представители отнесены в группу «иных участников процесса», а не в группу «лиц, участвующих в деле» (ст. 54).

Представитель вправе совершать от имени представляемого им лица все процессуальные действия, за исключением действий, не предусмотренных в законе, доверенности или ином документе[6,с.69].

Список использованной литературы:

1. Назаров Александр Валентинович Место арбитражных судов в системе органов государственной власти Российской Федерации // Пробелы в российском законодательстве. 2015. №3. [Электронный ресурс].

2.Артёмов Р.В., Чурсинова М.А. Стадии арбитражного процесса при рассмотрении налоговых споров // Стратегия социально - экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты. 2017. [Электронный ресурс] - С.336 - 338.

3.Арбитражный процесс: учебник / под ред. В.В. Яркова, С.Л. Дегтярева ; Уральский государственный юридический университет. - 7 - е изд., перераб. и доп. - Москва : Статут, 2017. - 752 с. [Электронный ресурс].— С. 110–111.

4. Волобуева Екатерина Аркадьевна К вопросу о процессуальном статусе секретаря судебного заседания и помощника судьи как участников уголовного судопроизводства // Вестник СамГУ. 2010. №77. [Электронный ресурс]

5. Богомолов Михаил Валерьевич Особенности современной классификации правового института судебного (процессуального) представительства в гражданском и арбитражном процессе // Вестник ПАГС. 2014. №1 (40). [Электронный ресурс].

6. Арбитражный процесс: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, П.В. Алексий, О.В. Исаенкова и др. ; ред. Н.Д. Эриашвили, П.В. Алексий. - 6 - е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити - Дана, 2015. - 431 с. [Электронный ресурс].— С. 69–86.

© О.Е.Казачёк, М.С.Дехтяренко 2019

УДК 336.13

О.Е.Казачёк
студент, ЮЗГУ, Россия, г. Курск
E - mail: cr7thebest88@mail.ru
А.С.Афанасьева
студент, ЮЗГУ, Россия, г. Курск
E - mail: anna.afanaseva0498@yandex.ru
Научный руководитель: В.Л.Рыкунова
канд.экон.наук, ЮЗГУ, Россия, г.Курск
E - mail: valentina0209@mail.ru

НАЛОГОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ И ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТЕЙ

Аннотация

В статье раскрывается предметное содержание понятия «налоговая безопасность региона», определяются основные угрозы налоговой безопасности. Проведен анализ налоговой эффективности на примере Курской и Липецкой областей, обозначена связь между налоговой безопасностью и социально - экономическими показателями регионов.

Ключевые слова
налоговая безопасность, налогообложение, регион, социально - экономические показатели, эффективность.

Обеспечение налоговой безопасности является важной задачей регионов государства и государства в целом. На сегодняшний день проблемы обеспечения безопасности налоговой сферы требуют особого внимания, и решение этих проблем влияет на стабильность функционирования налоговой системы.

Налоговая безопасность – это состояние защищенности налоговой системы, при котором обеспечивается сбор налогов и налоговых платежей, предусмотренных налоговым законодательством, реализация налогового контроля, а также противостояние факторам, нарушающих стабильное развитие всей системы [1].

В современных условиях роль налогов и налоговой системы особенно возрастает. Данное обстоятельство объясняется тем, что налоги – это один из немногих рычагов регулирования экономических и социальных процессов, которыми располагает регион.

В настоящее время существенное значение имеют поступления финансовых ресурсов в бюджет субъекта Российской Федерации. Эффективность налогообложения является основным фактором качества проводимой налоговой политики. При этом, выделить основные характеристики для оценки налогообложения и налоговой политики довольно сложно, поскольку состояние налоговой системы определяется во многом такими моментами, как экономические, организационные, социальные условия развития региона [2].

Одним из наиболее серьезных и существенных признаков налоговой безопасности является наличие специфических угроз. Угроза налоговой безопасности – это совокупность условий и факторов, влияние которых вызывает нарушение стабильности развития налоговой системы и её устоявшейся структуры.

Основные факторы возникновения угроз налоговой безопасности представлены на Рис. 1.

Основные факторы возникновения угроз налоговой безопасности		
Экономические – снижение налоговой способности субъектов налогообложения – снижение объемов производства – сжатие доходного потенциала – чрезмерная налоговая нагрузка – ухудшение финансового состояния населения и бизнеса – вывоз капитала	Институциональные – несогласованность действующего законодательства – нестабильность и несовершенство налогового законодательства – несовершенство процесса оценки имущества как объекта налогообложения – возможность двойного толкования законодательных норм – несовершенство механизмов налогообложения	Организационно-технологические – несовершенство методов и форм налогового контроля – несогласованность действий органов власти государства – отсутствие кооперации органов власти регионов в регулировании налогов – тенденции криминализации экономики

Рис. 1 – Основные факторы возникновения угроз налоговой безопасности

Влияние данных факторов обуславливает следующие проявления угроз налоговой безопасности: искажение экономических показателей и результатов хозяйственной

деятельности в документах; незаконные операции с наличностью; необоснованные изъятия и скидки; искажение объекта налогообложения; фальсификация объекта налогообложения; нарушение порядка учета экономических показателей [3].

Естественным стремлением каждого региона является повышение финансовой независимости, поэтому большой интерес у специалистов вызывает вопрос оценки налогового потенциала региона, а также поиск решений по увеличению налогового потенциала и инвестиционной привлекательности региона[4].

Для наглядного примера, проведем сравнительную оценку уровня налоговой эффективности Курской и Липецкой областей. Анализ основных социально - экономических показателей областей представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Социально - экономические показатели Курской и Липецкой областей

Социально - экономические показатели Курской и Липецкой областей					
Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Курская область					
Численность населения, тыс. чел.	1118,9	1117,4	1120,0	1122,9	1115,2
Среднегодовая численность занятых, тыс. человек	570,3	567,1	520,3	520,6	519,6
Уровень безработицы, процентов	4,6	3,9	4,2	4,3	4,1
Среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб.	20809	23188	25801	25821	26425
темп роста, % , к предыдущему году	-	111,4	111,3	100,1	102,3
Валовой региональный продукт: всего, млн. руб.	271543	298287	336999	362393	387577
на душу населения, руб.	242646	266769	301243	323146	346340
Число предприятий и организаций	23424	24523	25085	23467	22347
Липецкая область					
Численность населения, тыс. чел.	1159,9	1157,9	1156,1	1156,2	1150,2
Среднегодовая численность занятых, тыс. человек	543,4	542,3	565,2	565,5	565,8
Уровень безработицы, процентов	3,7	3,7	4,1	4,0	3,9
Среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб.	22222	25263	27665	28466	29294
темп роста, % , к предыдущему году	-	113,7	109,5	102,9	102,9
Валовой региональный продукт: всего, млн. руб.	315685	398464	448994	483653	497981
на душу населения, рублей	271896	343840	388075	418328	431821
Число предприятий и организаций	21341	21766	22283	22458	22285

Источник: рассчитано авторами по данным Росстата,
режим доступа: URL: http: // www.gsk.ru.[5]

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что данные субъекты практически схожи по всем социально - экономическим показателям.

Курская и Липецкая области находятся в Центральном федеральном округе, практически равны по площади территории (30,0 тыс. км^2 и 24,0 тыс. км^2 соответственно) и являются соседями. Численность населения превышает 1 млн. человек (1115,2 и 1150,2), почти половина от всей численности населения является занятой (519,6 и 565,8), уровень безработицы не превышает пяти процентов (4,1 и 3,9), число предприятий и организаций более 20 тысяч (22347 и 22285). Отличительной особенностью данных показателей является то, что в Курской области они снизились за рассматриваемый период (кроме уменьшения численности населения в обеих областях), а в Липецкой области, наоборот, увеличились, что говорит об отрицательной динамике развития Курской области (кроме уровня безработицы, уменьшение которого является положительным моментом).

В Курской области среднедушевные денежные доходы составляют 26425 тыс. руб., а в Липецкой области – 29294 тыс.рублей. Темп роста среднедушевных доходов значительно снизился после 2015 года и в 2017 году составил около 2,5 % в обоих регионах, что можно объяснить влияние экономического кризиса. Валовой региональный продукт всего, составляет 364602 млн. руб. и 470239 млн. руб., что является ощутимой разницей, ВРП на душу населения в 2017 году в Курской области составил 346340 руб., а в Липецкой – 431821 рублей. Данные показатели также говорят об отставании социально - экономического развития Курской области.

Далее проанализируем финансовую составляющую развития регионов, сравним уровень налоговых поступлений и задолжностей (табл.2).

Таблица 2 – Анализ налоговой эффективности регионов

Анализ налоговой эффективности Курской и Липецкой областей					
Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Курская область					
Доходы консолидированного бюджета субъекта, млн. руб.	47182	46781	51395	52673	60605
Расходы консолидированного бюджета субъекта, млн. руб.	49355	51889	51840	54859	59648
Поступление налогов, сборов, иных обязательных платежей - в бюджетную систему Российской Федерации, млн. руб.	39794	40512	46013	46769	56409
- в консолидированный бюджет субъекта	28965	30489	33598	33546	40267
удельный вес в доходах региона	61,4	65,2	65,4	63,4	66,4
Задолженность в бюджетную систему РФ, млн. руб.	5021	5596	5744	8266	4118
Налоговая нагрузка на ВРП	16,5	15,5	15,4	15,2	15,6

Липецкая область					
Доходы консолидированного бюджета субъекта, млн. руб.	46160	54168	58639	61689	65117
Расходы консолидированного бюджета субъекта, млн. руб.	51253	53995	58906	62152	63423
Поступление налогов, сборов, иных обязательных платежей - в бюджетную систему Российской Федерации, млн. руб.	28248	39727	46043	43002	43859
- в консолидированный бюджет субъекта	26951	38716	43542	44313	48326
удельный вес в доходах региона	58,4	71,5	74,3	71,8	74,2
Задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему Российской Федерации, млн. руб.	1422	3686	3907	4562	3558
Налоговая нагрузка на ВРП	9,4	10,9	11,1	9,8	9,5

Источник: рассчитано авторами по данным Росстата,
режим доступа: URL: http: // www.gsk.ru.[5]

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что бюджет обоих субъектов является профицитный, то есть доходы региона превышают расходы. В 2017 году доходы Курской составили 60650 млн. руб., а расходы – 59648 млн. рублей. Налогов и сборов поступило в бюджетную систему РФ на сумму 56409 млн. руб., а в консолидированный бюджет субъекта – 40267 млн. рублей. Удельный вес налогов и сборов в доходах региона за весь период превышал 60 % и, в 2017 году составил 66,4 % . Задолжность составила 4118 млн. рублей.

Что касается Липецкой области, то доходы региона составили 65117 млн. руб., а расходы – 63423 млн. руб. Налогов и сборов в бюджетную систему РФ поступило на сумму 43859 млн. руб., а в консолидированный бюджет субъекта – 48326 млн. рублей. Удельный вес налогов и сборов в доходах региона за 2017 год – 74,2 % . Задолжность по налогам и сборам составила 3558 млн. руб.

Сопоставив социально - экономические и финансовые показатели обоих регионов, можно сделать вывод, что в Липецкой области наблюдается неэффективная налоговая политика. По основным показателям, влияющим на эффективность налогообложения, таким как численность населения, среднедушевой доход, численность занятых, она превосходит Курскую область, но по сумме поступления налогов и сборов в бюджетную систему РФ значительно уступает. Однако тут нужно учитывать, что в Липецкой области действует особая экономическая зона промышленно - производственного типа, из - за чего сумма налогов и сборов значительно снижена.

В целом, можно сделать вывод, что на налоговую безопасность региона влияют множество факторов. Состояние налоговой системы определяется во многом такими моментами, как экономические, организационные, социальные условия развития региона. Решение вопроса об эффективности налогообложения, или, другими словами, о наращивании доли собственных налоговых поступлений в бюджетных доходах республики, становится наиболее приоритетным, во многом определяется эффективностью

контрольных мероприятий налоговых органов за полнотой и своевременностью уплаты налогов и сборов.

Список использованной литературы:

1 Мурзина А.В. Налоговый контроль как фактор налоговой безопасности [Текст] / А. В. Мурзина // Наука в исследованиях молодежи. – 2017. – С 56 - 57.

2 Коробейникова Е.В. Налоги как фактор экономической безопасности региона [Текст] // «Научно - практический электронный журнал Аллея Науки». 2018. № 8(24).

3 Арапова О.А. Характеристика налоговых рисков, угроз налоговой безопасности и их оценка на региональном уровне [Текст] / О. А. Арапова // Вектор экономики. – 2017. – №8 (17). – С. 13.

4 Ткачева Т.Ю. Налоговый потенциал региона: проблемы и перспективы развития [Текст] // Экономика. Налоги. Право. 2016. №2.

5 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: http: // www.gsk.ru

© О.Е.Казачёк, А.С.Афанасьева, 2019

УДК 338.27

Карпов С.А.
студент 1 курса ОГУ им. И.С.Тургенева,
г. Орел, РФ
E - mail: karpik - karpik@ mail.ru
Паничев Д.С.
студент 1 курса ОГУ им. И.С.Тургенева,
г. Орел, РФ
E - mail: Dan2525@mail.ru
Научный руководитель: Мельник Т.Е.
канд. экон. наук, доцент ОГУ им. И.С.Тургенева,
г. Орел, РФ
E - mail: sych01@mail.ru

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПОДДЕРЖКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ

Аннотация

В статье ставится задача понятным языком показать преимущества и недостатки программ поддержки принятия инвестиционных решений

Ключевые слова

Обзор, Пакет COMFAR, Пакет «Project Expert 5», Пакет «Альт - Инвест».

На современном этапе модификации финансовых отношений становление организаций сопровождается возрастанием роли информационных ресурсов в процессе управления. Организационно - информационное обеспечение процесса управления компаниями в

условиях динамично изменяющейся внешней и внутренней среды инициирует формирование информационного пространства, внутри которого разрозненная информация, обработанная соответствующими программно - аппаратными средствами, становится полной и достаточной для принятия управленческих решений.

Одно из направлений деятельности крупной организации, позволяющее гарантирована функционировать и развиваться является инвестиционная деятельность. Сегмент инвестиционной деятельности нуждается в поддержке повсеместного использования информационных технологий и систем так как предполагает обработку и использование большого массива исходной информации.

За последние время были отмечены не большое количество программных продуктов, которые «прижились» на российском рынке кибер продуктов и средств, расширяющих возможности оценки эффективности инвестиционных проектов. Отдать ветвь первенства какой - либо из далее рассмотренных программ невозможно т.к., программы хоть и направленны на помощь своим пользователям они достигают своих целей по - разному. В принципе программы можно разделить на 2 вида.

Программы первого вида рассчитаны для оценки финансовых результатов прошедшей деятельности, отображённых в бух. Отчетности за истекший период.

Программы второго вида разработаны для планирования и сравнительного анализа инвестиционных проектов в целях выбора оптимальной формы финансирования.

В основе всех наших программ лежат разработки от ЮНИДО, все они сопоставимы по таким критериям, как: функциональные возможности, качество программной реализации, удобство пользовательского интерфейса, степень «закрытости» пакета.

Пакет COMFAR

Наш первый программный продукт на повестке дня. COMFAR, прошедший международную сертификацию, относится к программам «закрытого» класса. В его работу невозможно вмешаться, что для опытного пользователя «не есть хорошо». COMFARу можно приписать жирный плюс за его вывод информации пользователю в виде большого количества графической информации. Наш инструмент умеет рассчитывать коммерческую и экономическую эффективность. Если с 2й все понятно, то первая работает на основе имитации реального потока денежных средств. Так же можно упомянуть что расчёт экономической деятельности можно вести в двух валютах – национальной и иностранной.

Пакет «Альт - Инвест»

Следующий подопытный: пакет «Альт - Инвест». Созданный исследовательско - консультативной фирмой «Альт», представляет собой комплекс взаимосвязанных электронных таблиц «Excel» вследствие чего является «открытой» программой. Пользуясь преимуществом «открытости» опытный пользователь может задавать нестандартные таблицы, рассчитывать какие - либо дополнительные параметры проекта. Областью применения данной программы является анализ финансовой состоятельности и экономической эффективности проектов любого типа. Подходя с точки зрения международных требований, «Альт - Инвест» максимально адаптирован к России и странам СНГ. Также следует упомянуть собрата нашей программы: «Альт - Инвест - Прим». Этот программный продукт предназначен для экспресс - оценки привлекательности проекта, который дает пользователю возможность выполнить предварительную оценку состоятельности проекта.

Пакет «Project Expert 5»

И напоследок интересный экземпляр: «Project Expert 5». Начнем по порядку. Формально «Project Expert 5» относится к классу «закрытых» программных продуктов. Он позволяет просматривать введённые данные и результат работы. Однако программа имеет мощный ассортимент разнообразных отчетов под вкус любого пользователя, тем самым косвенно обходя «закрытость» программного проекта. Можно выделить интересную функцию, программа способна разрабатывать и анализировать проекты на срок до 50 лет! Система автоматически предоставляет показатели характеризующие инвестиционный проект в целом. Также программа не упускает из виду чувствительность проекта рассматривая этот пункт по 13 критериям позволяя создавать разные сценарии для одного и того - же проекта. Система не забыла и про графическое представление данных. «Project Expert 5» позволяет строить самые разные графики и диаграммы предоставляя возможность распечатать их. Ко всем перечисленным достоинствам так же следует отнести базовый плюс программы – удобный и понятный интерфейс. Чёткость и понятность работы позволяет даже самому не опытному пользователю быстро освоится в программе для дальнейшей продуктивной работы.

Подводя итоги обзора наиболее распространенных на российском рынке компьютерных программ для расчета и анализа инвестиционных проектов, следует сказать, что все отечественные программы по своим функциональным возможностям и ценовым показателям превосходят зарубежные аналоги. Выбор конкретной программы должен быть определен пользователем в зависимости от поставленных задач. Так программу "Project Expert" можно рекомендовать тем, кто работает, в основном, с западными инвесторами, для которых наиболее привычен тип документов, подготавливаемый данной программой. Программу "Альт - Инвест", скорее всего, можно рекомендовать консалтинговым фирмам как основу для разработки индивидуальной модели функционирования предприятия, что, правда, может потребовать участия в этом разработчиков программы. Относительно программы "COMFAR" можно сказать, что она остается неким общепризнанным международным эталоном, но ее цена и функциональные характеристики, вряд ли привлекут к ней внимание наших пользователей.

Список использованной литературы:

1. Альт - Инвест - инвестиционный и финансовый анализ, программы и семинары, бизнес - план, управление инвестиционными проектами, бюджетирование [электронный ресурс]. –URL: https: // www.alt - invest.ru / index.php / ru / programmy / opisaniya / alt - invest

2. Альт - Инвест Строительство - инвестиционный и финансовый анализ, программы и семинары, бизнес - план, управление инвестиционными проектами, бюджетирование. [электронный ресурс]. – URL: https: // www.alt - invest.ru / index.php / ru / programmy / opisaniya / alt - invest - stroitelstvo.

3. Климкина Л.П. PROJECT EXPERT – разработка бизнес планов и оценка инвестиционных проектов. / Л.П. Климкина // СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АПК Сборник статей III - й Международной научно - практической конференции [текст]. – 2015. – С. 97 - 101.

4. Программа «COMFAR» - Характеристика, особенности компьютерных программ по оценке инвестиционных проектов [электронный ресурс]. –URL: https: // studbooks.net / 1363155 / menedzhment / programma _ comfar

5. COMFAR: Ресурсы: ЮНИДО [электронный ресурс]. –URL: http: // www.unido.ru / resources / comfar /

6. Project Expert - программа разработки бизнес планов и оценки инвестиционных проектов [электронный ресурс]. –URL:https: // www.expert - systems.com / financial / pe /

© Карпов С.А., Паничев Д.С., 2019

УДК 33

Корнюхин Н.О.
студент, 1 курс, факультет «Физико - математический»
Орловский Государственный Университет им. И.С.Тургенева
г. Орел,РФ
E - mail: kolian.ka@yandex.ru

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ. ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация: В статье ставится задача рассмотреть предпосылки глобализационных процессов. Так же выделить их позитивные и негативные последствия, потенциальные проблемы и опасности глобализации.

Ключевые слова: Глобализация, глобализация экономики.

Глобализация сделалась важной чертой современной мировой системы. Согласно зрения на глобализацию, ни одно действие, ни один процесс в мире невозможно рассматривать ограниченно только как таковое (таковой).

Глобализация интернациональных взаимоотношений — данное усиление взаимозависимости и взаимовлияния разных областей общественной жизни и деятельности в области интернациональных отношений. Процесс глобализации включает различные области мировой экономики, а именно: внешнюю, международную, мировую торговлю товарами, услугами, технологиями, объектами интеллектуальной собственности; международное движение факторов производства (рабочей силы, денежных средств, информации); производственное, научно - техническое, технологическое, инжиниринговое и информационное сотрудничество. Предпосылки развития глобализационных процессов. Можно отметить ключевые предпосылки (движущие силы), обусловливающие процесс глобализации:

1.Производственные, научно - промышленные и технологические: резкое увеличение масштабов изготовления; переход к новейшему технологическому методу производства — к значительным, наукоемким технологиям; активное и широкое распространение новых технологий, ликвидирующих барьеры на пути перемещения товаров, услуг, капиталов;

2.Организационные: международные формы осуществления производственно - хозяйственной деятельности (ТНК): организационные формы, рамки деятельности которых выходят за национальные границы, приобретают международный характер, способствуя

формированию единого рыночного пространства; выход неправительственных учреждений на многонациональный или международный уровень. Новую глобальную роль стали играть такие международные организации, как ООН, МВФ, Всемирный банк, ВТО и т.п.

3. Экономические: либерализация торговли товарами и услугами, рынков капитала и прочие формы финансовой либерализации, спровоцировавшие ограничение политики протекционизма и сделавшие мировую торговлю более свободной; небывалая сосредоточение и централизация капитала, взрывообразное увеличение производных финансово - экономических инструментов, внезапное снижение периода реализации межвалютных сделок;

4. Информационные: радикальное изменение средств делового общения, обмена производственной, научно - технической, экономической, финансовой информацией; появление и развитие принципиально новых систем получения, передачи и обрабатывания данных позволили создать глобальные сети, объединяющие финансовые и товарные рынки, включая рынки ноу - хау и профессиональных услуг. Информационное обслуживание непосредственно связано с успехами в электронике — с формированием электронной почты, Интернет;

Позитивные последствия глобализационных процессов. Позитивное значение глобализации сложно переоценить.Неизмеримо умножаются способности человечества, более полно учитываются все стороны его жизнедеятельности, формируются требования для гармонизации. Глобализация мировой экономики формирует серьезную основу решения всеобщих трудностей человечества. В качестве позитивных последствий (преимуществ) глобализационных процессов можно назвать:

1. Глобализация способствует углублению специализации и международного разделения труда. В ее условиях наиболее результативно распределяются ресурсы и средства, что в конечном счете способствует увеличению среднего уровня жизни и расширению жизненных перспектив населения (при более низких для него затратах).

2. Важным преимуществом глобализационных процессов является экономия на масштабах производства, что вероятно может привести к сокращению издержек и снижению цен, а, следовательно, к устойчивому экономическому росту. Конечным итогом глобализации, как надеются многие специалисты, должно стать всеобщее увеличение благосостояния в мире.

3. Негативные последствия, потенциальные проблемы и опасности глобализации. Несправедливое распределение благ от глобализации порождает угрозу столкновений на региональном, национальном и интернациональном уровнях. Происходит не конвергенция или выравнивание доходов, а скорее их поляризация. В процессе ее стремительно развивающиеся страны входят в круг богатых государств, а бедные страны все больше отстают от них. В качестве проблем, вероятно способных вызвать негативные последствия от глобализационных процессов во всех странах, можно назвать: неравномерность распределения преимуществ от глобализации в разрезе отдельных отраслей национальной экономики; возможная деиндустриализация национальных экономик; возможность перехода контроля над экономикой отдельных стран от суверенных правительств в другие руки, в том числе к более сильным государствам, ТНК или международным организациям; В качестве наиболее часто обсуждаемых социально - политических

проблем, потенциально имеющих место в развитых странах в связи с процессами глобализации, можно назвать:

1.рост безработицы в результате: внедрения новых технологий, что приводит к сокращению рабочих мест в промышленности, усиливает социальную напряженность;

2.изменения структуры производства и перемещения массового выпуска трудоемких видов товаров в развивающиеся страны, что тяжело ударяет по традиционным отраслям этих стран, вызывая там закрытие многих производств;

Одной из проблем глобализации считается потенциальная глобальная нестабильность из - за взаимозависимости национальных экономик на всемирном уровне. В результате локальные экономические колебания или кризисы в одной стране могут иметь региональные или даже глобальные последствия.

Библиографический список

1. Глобализация, рост и бедность. Построение всеобщей мировой экономики. / Весь Мир, 2014. - С.124 - 130.

2. Мировая экономика. / Под редакцией Б.М. Смитиенко. // Юрайт, Высшее образование, 2012. - С.70 - 90.

3. Мировая экономика / В.К. Ломакин. // Юнити - Дана, 2014. - С.50 - 70.

4. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия [электронный ресурс] - https: // www.cfin.ru / press / management / 2001 - 3 / 10.shtml

5. Интеграционные процессы политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира [электронный ресурс] - https: // borzilova.ru / 2015 / 07 / 14 / раздел - 4 - интеграционные - процессы - поли /

© Корнюхин Н.О.,2019

УДК 338

Ю.А. Кошелева
студент магистратуры 1 курса ИТМО
г. Санкт - Петербург, РФ
E - mail: missjulia5052@yandex.ru
Научный руководитель: О.Г. Тихомирова
канд. экон. наук, доцент ИТМО
г. Санкт - Петербург, РФ
E - mail: olgatikhomirov@yandex.ru

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ НА КОНГРЕССНО - ВЫСТАВОЧНЫХ ПЛОЩАДКАХ

Аннотация

В последние годы в России наблюдаются активные попытки перехода к инновационной экономики. Важным элементом инновационного процесса является маркетинг. Одним из эффективнейших инструментов маркетинга является конгрессно - выставочная

инфраструктура. Целью данной работы является выявление факторов, оказывающих влияние на формирование инновационной среды на выставочных площадках.

Ключевые слова:

Инновация, конгрессно - выставочная инфраструктура, трансфер технологий, инновационный процесс, эффективность инноваций.

Инновацию можно определить, как прибыльное использование какого - либо новшества(продукта, услуги, технологии, организационно - технического решения).

По своей природе конгрессно - выставочная деятельность относится к инновационной инфраструктуре и поэтому является неотъемлемой частью развития современной российской экономики[1, с.98].

Реализация конгрессно - выставочных мероприятий стимулирует научно - деловой обмен, способствует распространению инноваций и даже повышает инвестиционную привлекательность регионов проведения таких мероприятий.

Существует ряд проблем, сдерживающих осуществление эффективных инноваций в сфере выставочной деятельности. Одной из главных проблем функционирования выставочной отрасли является неполучение организаторами выставок полной и достоверной информации об инновационном развитии той или иной отрасли. Вторая проблема, препятствующая эффективной реализации инноваций связана с тем, что риск является неотделимой частью всякого инновационного процесса. Контракты, заключаемые на выставках, между потенциальными продавцами и потенциальными покупателями даже закреплённые документально, приводят к реализации договоренностей лишь через месяцы, а иногда даже годы. От сюда следует, что подобный временной разрыв приводит к сложности оценки эффективности проведения выставочных мероприятий. Третья важнейшая проблема носит технологический характер и связана с тем, что зачастую презентуемые инновации намного опережают технические возможности выставочных площадок[2, с.190].

Проведенные исследования показывают, можно выделить следующие направления, способствующие эффективному трансферу инноваций на выставочных площадках: технологические, институциональные и социально - ценностные[2, с.189].

Технологическое направление требует смены используемых технологий на более прогрессивные инновационные технологии.

Институциональное направление связанно с инновационным типом развития общества, которое предполагает многообразие форм экономической деятельности.

Социально - ценностное направление, включающее комплекс условий, формирующих ожидания потребителей и производителей.

В Таблице 1 систематизированы факторы, стимулирующие инновационное развитие конгрессно - выставочной отрасли.

Таблица 1— Факторы формирования инновационной среды

№	Группа факторов	Содержание факторов
1	Экономические	• устойчивое финансовое положение выставочной инфраструктуры; • активная финансовая поддержка государства; • платёжеспособный спрос потребителей;

		• себестоимость инновации; • уровень риска инноваций в выставочной отрасли; • рентабельность инноваций в выставочной отрасли
2	Производственно - технологические	• инновационный потенциал предприятия; • степень износа производственного оборудования; • наличие научно - технической и экспериментальной базы; • квалификация персонала, реализующего инновации на выставочных площадках; • привлечение необходимых контрагентов; • уровень развития инфраструктуры
3	Информационные	• объём, качество, полнота информации о презентуемом продукте; • объём, качество, полнота информации об используемых выставочными площадками технологий; • объём, качество информации о рынках сбыта презентуемого продукта
4	Организационно - управленческие	• резерв различных ресурсов для реализации инноваций на выставочных площадках; • гибкость организационных структур; • стиль управления и возможность формирования целевых инновационных групп
5	Рыночные	• уровень рыночной конкуренции; • привлекательность мест проведение выставок; • учёт ожиданий потребителей инновационной продукции

К результатам реализации инноваций в конгрессно - выставочной сфере относятся[3, с.164]:

• вариант выставочной продукции, превышающей рыночные потребности, когда крайне необходимый инновационный товар благодаря инновациям в выставочной деятельности либо достигает потребителя за более короткий период, либо получает распространение в более широких границах;

- вариант выставочной продукции, соответствующей неявным рыночным потребностям, когда инновационный товар не получил бы признания потребителей еще длительное время без его продвижения на выставочных площадках, за счёт чего происходит сокращение времени этого признания;
- вариант продукции, когда инновационный товар преодолевает негативную реакцию группы потенциальных потребителей только благодаря участию в выставочной деятельности.

Литература

1. Бычков И. Г. Перспективы развития конгрессно - выставочной деятельности в Санкт - Петербурге // Маркетинг услуг.— 2012. — №2.— С. 96 - 105.
2. Федорова Е.В. Конгрессно - выставочная инфраструктура как основа инновационного регионального развития // Современные аспекты экономики. - 2013 - № 4. С.188 - 193
3. Стосенко В.Р, Тебекин А.В. Проблемы продвижения инноваций на выстачных площадках // Экономика и экономические науки. - 2014 - №2 С.162 - 167

© Ю.А. Кошелева, 2019

УДК 372.8

Кутлугалямова Г. А.
Студентка ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы», г. Уфа, РФ
e - mail: gkutlugalyamova@mail.ru

АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА» В КУРСЕ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ» В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается суть понятия «сегментирование рынка» и его характеристика, раскрывается значение темы «Сегментирование рынка» в курсе дисциплины «Маркетинг».

Ключевые слова: маркетинг, потребительский рынок, сегментирование рынка, сегментация, сегмент.

С каждым днем компаниями все больше осознается значительность ориентирования на клиента, что, в свою очередь, ведет к существенному повышению актуальности развития методологии всего комплекса маркетинговых исследований.

Любой рынок состоит из потребителей, которые отличаются друг от друга по вкусам, желаниям, потребностям и приобретают товары исходя из разных мотиваций. Для того, чтобы достигнуть главной и единственной цели своей деятельности - получения максимальной прибыли, предприятию целесообразно вместо жесткой борьбы с конкурентами эффективнее обслуживать тот или иной сегмент рынка.

Поэтому осуществление успешной маркетинговой деятельности предполагает учет индивидуальных предпочтений различных категорий потребителей. Стремясь как можно лучше исследовать потребности своих клиентов и определить их особенности, компании делят их на группы, важнейшей характеристикой при формировании которых является

однородность [3, с. 17]. Так, одной из важнейших областей маркетинговых исследований являются проекты, сопряженные с необходимостью идентифицировать и описать существующие сегменты рынка: особую роль приобретает процесс «сегментирование рынка».

Сегментирование можно определить как деление рынка по какому - либо признаку на части (сегменты) или группы потребителей, имеющих устойчивый спрос на определенные виды товаров, реализация которых зависит от того, как реагирует каждый из сегментов на предложение товара с учетом различных средств продвижения – рекламы, формы сбыта и др.

Сегментирование рынка можно назвать основополагающим элементом современного маркетинга. Это специальный аналитический процесс, в котором на первое место ставится покупатель, который своими индивидуальными запросами помогает оптимизировать ресурсы и подчеркивает сильные стороны бизнеса фирмы по сравнению с конкурентами, с позиций степени удовлетворения своих запросов. Сегментирование позволяет акцентировать внимание на потребностях потенциальных потребителей, стимулирует разработку новых товаров, помогает компаниям разработать эффективный комплекс маркетинга, способствует эффективному распределению маркетинговых ресурсов между отдельными товарами.

Маркетинг рассматривается как управленческая концепция и функция, ориентирующаяся на эффективное использование потенциальных возможностей внешней среды и ресурсов предприятия для получения прибыли путем удовлетворения требований потребителей. Изучение темы «Сегментирование рынка» является необходимым для полноценного, успешного усвоение курса дисциплины «Маркетинг» в системе профессионального образования. Будущий профессиональный маркетолог обязан знать и владеть на практике принципами проведения сегментирования, уметь правильно выделять целевые сегменты, позиционировать товары и определить ключевые факторы, которые позволят обеспечить успех на выбранных целевых сегментах.

Изучение данной темы позволяет сформировать у студентов общую систему знаний об основах современной теории и практики маркетингового управления компанией. В процессе обучения у студентов происходит формирование маркетингового мышления, необходимого для управления фирмой и успешной работы в современном бизнесе, усвоение необходимых знаний и навыков, позволяющих обеспечить эффективную деятельность компании (фирмы) с учетом требований потребителя.

Осуществляя сегментирование, маркетолог не только проводит комплексное, подробное, углубленное исследование всего рынка и функционирующих на нем фирм (используя любые возможные методы и технологии), но еще и определяет рыночную стратегию, а также разработку инструментов маркетингового комплекса специально для каждого рыночного сегмента в опоре на его индивидуальные характеристики [2, с. 58]. Таким образом, специалист, освоивший тему «Сегментирование рынка», сможет планировать маркетинговые мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях, обеспечить рациональное применение финансовых средств, выделяемые на маркетинговые цели, умело оценить экономическую целесообразность маркетинговых мероприятий. Зная потребности того или иного сегмента и его мотивацию в получении товара или услуги, он сможет прогнозировать развитие спроса, продаж и товарооборота.

Маркетолога, не способного провести сегментирование, нельзя назвать специалистом. Если он не знает основы, которым и выступает сегментирование, он не владеет в полной мере понятиями и принципами современного маркетинга, не может организовать маркетинговые исследования, не может правильно организовать товарную и сбытовую

политику фирмы и разработать концепцию системы продаж, - а значит, организовать всю маркетинговую деятельность фирмы и, тем самым, обеспечить ей место на рынке.

Вопросы организации и проведения сегментирования рынка входят практически во все учебники и учебные пособия по маркетингу, одновременно все большее количество российских предприятий используют в своей производственно - сбытовой деятельности эту рыночную технологию [1, с. 119]. Однако в тоже время следует указать, что проблемы сегментирования в недостаточной степени рассмотрены в отечественной литературе, наблюдаются расхождения в терминологии и описании технологии применения конкретных методов. Зачастую авторы без всякого осмысления «копируют» материал друг у друга. В связи с этим крайне важно сформировать у студентов наиболее глубокие знания по теме, раскрыть им всю полноту взглядов на проблему .

Подводя итоги, мы можем отметить, что теоретическое исследование темы «Сегментирование рынка» и усвоение навыков его практического проведения приобретает ключевое значение для успешности изучение всей дисциплины «Маркетинг». Без правильного понимания методологии маркетинговых инструментов, владения теорией эффективность их применения компаниями в процессе экономической и производственной деятельности будет весьма низкой.

Список использованной литературы:

1. Карасев А.П. Две стороны понятия «сегментирование рынка» // Вестник университета. 2015. № 11. С. 119 - 122.
2. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник. - М. : ИНФРА - М, 2007. 360 с.
3. Старовойтова, Я.Ю., Федоров, М.В. Эволюция и концепции сегментации рынка // Известия Уральского государственного экономического университета. 2010. № 3 (29). С. 17 - 23.

© Кутлугалямова Г.А., 2019

УДК 338.984

Мамедли Р.
Магистрант 2 - го года обучения
Астраханский государственный технический университет
г. Астрахань, Россия
Азизова Е.А.
к.э.н., доцент кафедры «Производственный менеджмент»
Астраханский государственный технический университет
г. Астрахань, Россия
azizovaea@bk.ru

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПРОЦЕССА МАТЕТЕРИАЛЬНО - ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются подходы разных авторов к определению термина «материально - техническое обеспечение» на предприятии.

Ключевые слова: теоретический анализ, материально - техническое обеспечение, ресурсообеспечение, материально - технические ресурсы.

Деятельность любого хозяйствующего субъекта вне зависимости от его организационно - правовой формы, неразрывно связана с материально – техническим обеспечением (далее по тексту МТО).

Анализ научной литературы позволяет утверждать, что все авторы придерживаются единой позиции в отношении особой значимости МТО в деятельности современных предприятий. Мы разделяем точку зрения исследователей, по мнению которых, «…от качества работы всей цепочки МТО, которая включает формирование заказов, закупку необходимых в деятельности предприятия материально - технических ресурсов, их доставки, распределения - зависит эффективность деятельности предприятия в целом и успешное выполнение его производственных планов». [1, С.9]

Несмотря на отсутствие разногласий в научной среде в отношении особой роли МТО в деятельности хозяйствующего субъекта, теоретический анализ опубликованных источников позволяет утверждать, что единой трактовки термина МТО до настоящего времени не выработано. Более того, нередко систему МТО сопоставляют материально - техническими ресурсами - МТР; материально - техническими запасами - МТЗ; материально - техническим снабжением - МТС.

По нашему мнению, отсутствие точного и единого понимания МТО в значительной степени снижает эффективность возможности построения и осуществления на практике этого многоаспектного процесса, в этой связи далее обратимся к проведению понятийного анализа этой важной категории.

В публикации А.В. Рикошинского акцентируется внимание на МТО предприятий, но при этом автор в статье оперирует термином МТР, приравнивая «ресурсы» и «обеспечение»: «Основная роль ресурсов заключается в поддержании системы материально - технического обеспечения, которое видится в решении двух задач: определении запаса МТР и создании системы контроля». [3, С.9] С представленным определением сложно согласиться в полном объеме. Ресурсы предприятия (материально - технические, трудовые, финансовые) действительно занимают ключевое значение в его деятельности, представляя собой средства, на основе которых осуществляется предпринимательская деятельность, тем не менее, «ресурсы» - это всегда лишь часть единого целого – системы, имеющей название «обеспечение» (МТО).

В учебном издании В.Г. Щекина МТО и «снабжение» трактуются как равнозначные понятия, при этом автор предлагает достаточно «узкую» его трактовку: «Процесс поставки на склады предприятия или на рабочие места требуемых в соответствии с планами производства материально - технических ресурсов». [4, С. 117]

По мнению О.Б. Забелиной, чью точку зрения мы разделяем, МТО - самостоятельное понятие, которое можно охарактеризовать как управляемый и организуемый процесс на предприятиях, функционирующих в рыночной экономической среде. [2, С.12] Цель процесса МТО заключается в своевременном и полном удовлетворении потребности отдельных объектов и всей экономики в целом в сохранности экономической устойчивости.

Из определения можно сделать важный вывод, что МТО – это всегда управляемая система, которую целесообразно рассматривать с двух сторон:

- с позиции ее стабильного функционирования на предприятии (наличия ресурсной базы);

- с позиции надлежащего поведения самих обеспечиваемых структур по вопросам сохранения состояния удовлетворенности материально - техническими ресурсами (организационный, управленческий аспект) (рис. 1).

Рисунок 1 – Основные элементы системы МТО предприятия

По нашему мнению, МТО – это управляемая система организации обращения, использования и распределения средств труда, основных и оборотных фондов предприятия (материалов, сырья, полуфабрикатов, машин, оборудования).

В силу множества элементов и включений, МТО – это система, представляющая собой их совокупность (элементов), с присущими им свойствами, находящихся между собой в отношениях структурной пропорциональности и функциональной зависимости.

Другими словами, совокупность элементов, входящих в МТО с присущими им свойствами - это силы и средства системы (органы управления), которые находятся между собой в отношениях структурной пропорциональности – количественного и качественного наличия на каждом уровне управления - вертикальном или горизонтальном подчинении в целях общего организационного управления.

Список использованной литературы

1. Войченко О.В. Управление материально - техническим обеспечением транспортной компании на основе оценки стоимости жизненного цикла оборудования. Автореф. дисс. канд. экономических наук. – М., 2015. – 35с.

2. Забелина О.Б. Совершенствование процесса материально - технического обеспечения промышленных предприятий. Автореф. дисс. канд. экономических наук. – М., 2013. – 36 с.

3. Рикошинский А.В. Система управления материально - техническими ресурсами компаний: подходы и решения // Склад и техника. 2014. №2. – С. 8 - 14.

4. Щекин В.Г. Управление бизнесом. – М.: «ЭКСМО», 2012. – 329 с.

© Мамедли Р., Азизова Е А., 2019

УДК33

Потапова О. С.
Магистрант
ФГАУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева»
г. Самара РФ,
E - mail: potapov379@yandex.ru
Маслова М. С.
Магистрант
ФГАУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева»
г. Самара РФ,
E - mail: maslova - 1@yandex.ru

КОНТРОЛЬ И НАПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ МИССИИ КОМПАНИИ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЦЕЛЕЙ, ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ

Аннотация

Актуальность исследования обусловлена тем, что на современном рынке стоит вопрос о необходимости контроля и направления процесса разработки миссии компании при определении целей, политики и стратегии.

Целью является усиление контроля и направления процесса разработки миссии компании. Раскрывается значимость контроля над определением целей, политики и стратегии.

Ключевые слова

Контроль, процесс, миссии, компания, цель, стратегия.

Большая часть основоположников сохраняют позиции в Совете директоров, осуществляя контроль более значимые решения и результативность деятельности. В соответствии с исследованием, значительная доля погрешностей присутствие исполнении перехода происходит в этих вариантах, если эта контролирующая роль или пренебрегается, или безуспешно осуществляется основоположниками и их семьями.

В случае если сказать о самих преемниках, в таком случае, согласно исследованию, с целью эффективного и длительного семейного управления фирмы преемники обязаны выбираться весьма тщательно, их никак не должно быть очень много, для того чтобы не позволить падения и как следствия — паралича управления.

Другая опасность, какую несет в себе стремление верховного управления являться вовлеченным в нынешнюю работу, состоит в том, то что оно станет расходовать в обыденные процедуры время, что должно быть посвящено принятию стратегических решений.

Последней ключевой чертой коммерсантских фирм считается барственный атмосфера. Из - за незначительного объема и сравнительно непрерывного состава персонала в подобных фирмах формируется домашняя обстановка из числа работников. И несмотря на то преданный патернализм, достижимый из - за результат такого действия, может помочь

бизнесмену в конкретной грани формированию собственной фирмы и персонала, в длительном этапе способен послужить причиной к возвратным итогам.

Несмотря на то, то что коммерсантское руководство уступает высококлассному по абсолютно всем приведенным выше данным, в первоначальном стадии работы компании оно считается более подходящим. В случае если фирма, состоящая из незначительного числа человек, станет вводить строгую концепцию контролирования, корпоративную культуру, концепцию мотивации и т. д., в таком случае в скором времени она попросту очутится не в состоянии преодолевать с собственной текущей работой. Введение компонентов высококлассного управления, в этом числе предложение высококлассных менеджеров, обязано осуществляться только если фирма достигает конкретной стадии формирования и расположена к этому переходу. Стремление реализации неполного либо абсолютного перехода к высококлассному менеджменту чаще всего станет лишенной смысла, а в наихудшем случае способен нейтрализовать работу фирмы. С иной стороны, вряд ли нужно приступать к трансформации в период, если фирма пребывает на границы гибели из - за несоответствия управления и внутренних структур фирмы её размерам и положению, занимаемому на рынке, так как он способен быть весьма болезненным и расходным и не постоянно способен уберечь фирму.

Таким образом, критичной представляется проблема установления этапа, более оптимального с целью совершения перехода к высококлассному управлению. В случае если взглянуть на взаимозависимость с величиной фирмы, проявленном в размере продаж, и пользой, в таком случае возможно отметить, то что с этапа возникновения фирмы и вплоть до конкретной стадии данная взаимозависимость станет прямой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аверин, А.В. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации [Текст]: учебное пособие / А.В. Аверин. – М.:Изд. РАГС, 2013. – 224 с.

2. Ансофф, И. Стратегическое управление [Текст]: учебное пособие Сокр. пер.с англ. / И.Ансофф – М. : Экономика, 2013. – 519 с.

3. Арутюнов, Ю.А. Антикризисное управление [Текст]: Учебник для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / Ю.А. Арутюнов. — М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2013. — 416 с.

4. Беляев, А.А. Антикризисное управление [Текст]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / А.А. Беляев, Э.М. Коротков. — М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2013. — 319 с

5. Бланк, И.А. Менеджмент [Текст]: учебный курс / И.А. Бланк. Киев: Ника - Центр Эльга, 2013. — 680 с.

6. Богатко, А.Н. Система управления развитием предприятия [Текст]: учебное пособие / А.Н.Богатко. — М.: Финансы и статистика, 2013. - 240 с.

7. Gilder George. Economy. Encounter Books New YorkThe Israel Test: Why the World's Most Beseiged State Is a Beacon of Freedom and Hope for the World Economy Gilder George tps: // www.rulit.me / tag / economy / the - israel - test - why - the - world - 039 - s - most - beseiged - state - is - a - beacon - of - freedom - and - hope - for - the - worl - download - free - 275878.html.

8. Template Monster. Getting Started With Google Analytics - An Introduction for Beginners https: // www.rulit.me / tag / marketing - ads / getting - started - with - google - analytics - an - introduction - for - beginners - download - free - 515036.html.

9. Chertykovtsev V.K., MODERN APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF ECONOMIC SYSTEMS IN THE CONDITIONS OF GLOBAL TRANSFORMATION Proceedings of the III International scientific and practical conference . 2017.

10. Chertykovtsev V.K., The role of higher school in human capital formation. Modern approaches to the economic systems in the conditions of transformation: Proceedings of the III International scientific and practical conference (St. Louis, Missouri, February 17th, 2017). - St. Louis, Missouri, USA: Science and Innovation Center Publishing House. – 162p.

© Потапова О.С., Маслова М.С., 2019

УДК 657

Э.Н.Менсеитова
Магистрант 1 курса, «КФУ
им. В.И. Вернадского
Институт экономики и управления»
E - mail: nader - menseitov@mail.ru
Научный руководитель: д.э.н., доцент кафедры учёта,
анализа и аудита Сметанко А.В.
Крымский федеральный университет имени
В.И. Вернадского, Институт экономики
и управления, г. Симферополь, Республика Крым

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИКА УЧЕТА И АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы, касающиеся учета и аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками. Проанализированы характерные особенности расчетов с поставщиками и подрядчиками, а также рассмотрен порядок аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками. Отражены факторы, влияющие на величину дебиторской задолженности и кредиторской задолженности в организациях. Данная тема достаточно обширна и позволяет продолжать исследование.

Ключевые слова: учет, аудит, бухгалтерский учет, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, поставщики, подрядчики.

В условиях рыночной экономики для любой активно работающей организации учет расчетов с поставщиками и подрядчиками имеет очень большое значение.

Развивающиеся рыночные отношения способствую повышению производства и принятия управленческих решений, способствующих эффективности расчетов с дебиторами и кредиторами

Организации регулярно проводят расчеты с поставщиками и подрядчиками. С поставщиками за приобретенные у них основные средства, сырье, материалы и другие товарно - материальные ценности, выполненные работы и оказанные услуги; с подрядчиками за выполненные работы, этапы работ.

Юридические или физические лица, осуществляющие поставку товарно - материальных ценностей, оказывающие услуги и выполняющие работы являются поставщиками, а физические лица или специализированные предприятия, выполняющие строительно - монтажные работы при сооружении объектов на основании договоров подряда на капитальное строительство являются подрядчиками.

Перед тем как предприятию выстроить взаимоотношения и сформировать соответствующие расчетные операции с поставщиками и подрядчиками их необходимо найти. Нелегкой задачей является окончательный выбор поставщика или подрядчика. Заключение договора является основной причиной возникновения расчетных операций с поставщиками и подрядчиками. При этом возникает юридическое обязательство, которое не отражается на счетах бухгалтерского учета и в балансе[5].

Для того чтобы проверить основания для признания обязательств перед поставщиками и подрядчиками аудитору необходимо установить принадлежность предприятию обязательств перед поставщиками и подрядчиками. Для проведения этой контрольной процедуры необходимо просмотреть договора, счета, счета - фактуры, товарные накладные, товарно - транспортные накладные, акты выполненных работ или оказанных услуг, а также пакет документов, приложенные к претензиям и исковым заявлениям. Проверяющим необходимо установить наличие и правильное заполнение всех необходимых реквизитов, а также соответствие содержания договоров требованиям Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ)[2].

Организация учета расчетов с поставщиками и подрядчиками на предприятиях и в организациях заслуживает особого внимания в силу того, что обеспечивает достоверной и своевременной информацией менеджеров при принятии ими управленческих решений. Одним из объектов аудита является достоверная информация о расчетах с поставщиками и подрядчиками. Для подтверждения достоверности информации о расчетах с поставщиками и подрядчиками в организациях проведение контрольных процедур должно быть выполнено таким образом, чтобы убедиться в полноте отражения в учете всех обязательств перед ними. Подтверждение полноты информации об обязательствах перед поставщиками и подрядчиками по поступлению ТМЦ, выполненным работам и оказанным услугам, осуществляется выборочным методом в разрезе операций[1].

В процессе деятельности организаций могут возникнуть обстоятельства, которые влияют на своевременное выполнение обязательств или вообще прекращают их осуществление. К таким обстоятельствам относятся временная или устойчивая финансовая неплатежеспособность, чрезвычайные события и банкротство. Следовательно, при осуществлении операций по расчетам с поставщиками и подрядчиками в бухгалтерском учете может возникать как дебиторская задолженность – в случае осуществления предоплаты, так и кредиторская задолженность – при условии такой оплаты или иного погашения обязательств. Выполнение своевременной проверки расчетов с поставщиками и подрядчиками, предупреждение просрочки кредиторской задолженности должны быть основой организации их учета[6].

Предприятие в день может совершать очень много расчетных операций с поставщиками и подрядчиками. Для того чтобы контролировать задолженность и своевременность таких расчетов необходимо использовать карточки по учету расчетов по каждому предприятию и состояния расчетов по ним на конец отчетного периода. Это позволит не терять время бухгалтеру на контролирование правильности расчетов и является предпосылкой для улучшения экономического состояния предприятия, так и на улучшение состояния расчетов с кредиторами и дебиторами.

Для своевременного признания и списания кредиторской задолженности в том периоде, в котором она возникла, необходимо провести проверку отчетного периода кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками. Проведение данной проверки осуществляется путем сопоставления информации о периоде, к которому должны относиться суммы начисления, отраженные в договорах, счетах - фактурах, в данных накопительных ведомостей, книге покупок. По сделкам, совершаемым с поставщиками - нерезидентами также необходимо проверить правильность переоценки кредиторской задолженности на отчетную дату. Несвоевременное списание задолженности с истекшим сроком исковой давности, а также не проведение переоценки обязательств являются основными нарушениями, с которыми сталкиваются аудиторы[3].

На финансовое состояние каждого отдельного предприятия, его ликвидность и платежеспособность, инвестиционную привлекательность, кредитоспособность и общую рентабельность оказывают влияние учетные показатели задолженности по расчетам. От скорости оборота капитала в основном зависит доходность предприятия. Предприятие будет работать эффективнее, если процесс расчетов будет осуществляться быстрее. Следует предотвращать просрочку расчетов и способствовать уменьшению кредиторской и дебиторской задолженностей[4].

Важная роль бухгалтерского учета расчетов с поставщиками и подрядчиками состоит в организации системы с целью принятия решений и оперативных мер информирования управленцев о моменте наступления исполнения обязательств, как со стороны контрагентов, так и со стороны самого предприятия с целью принятия решений и оперативных мер. Из - за разрыва во времени от момента перехода права собственности на приобретенные товары, оказанные услуги или выполненные работы до момента их оплаты возникает задолженность перед поставщиками. Кредиторская задолженность, как в целом, так и за товары, работы, услуги составляет значительную часть пассивов российских предприятий и с каждым годом растет. Кредиторская задолженность может быть, как положительным элементом финансово - хозяйственной деятельности, так и отрицательным. Она будет «дешевой» задолженностью по сравнению с обязательствами по полученным кредитам банков, векселям, облигациям. Однако, если величина кредиторской задолженности будет достаточно большой, то произойдет снижение платежеспособности субъектов хозяйствования. Что может привести к отказу других предприятий и финансовых структур от сотрудничества. Поскольку при учете расчетов с поставщиками и подрядчиками формируется основная часть доходов и денежных поступлений предприятий данный этап является важнейшим участком бухгалтерской работы[7].

Из - за постоянных изменений в законодательстве и неквалифицированного персонала при учете расчетов с поставщиками и подрядчиками возникает большое количество проблем, требующих дальнейшего изучения.

Подводя итоги, следует сказать, что цель учета и аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками – это доказательство полноты, достоверности и своевременности информации о расчетах с поставщиками и подрядчиками, которая отражена в бухгалтерском учете предприятия. Основными нормативными актами, которые используются для проверки, являются Налоговый кодекс, Гражданский кодекс, а также законодательные акты, регулирующие порядок расчетов с поставщиками и подрядчиками.

Список использованной литературы:

1. Байдыбекова С.К. Совершенствование учета расчетов с дебиторами и кредиторами // Управленческий учет. – 2015. – №6. – С. 63–71.

2. Бровкина Н. Д. Контроль и ревизия: учеб.пособие / под ред. М. В. Мельник. М.: Экономистъ,2007. 253 с.

3. Жминько С.И., Швырева О.И., Сафонова М.Ф. Внутренний аудит / Ростов н / Д: Феникс, 2008.316 с.

4. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебник. — 2 - ое изд. перераб. и доп. — М.: ИНФРА - М, 2014.

5.Муллинова С.А. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками // Научно - методический электронный журнал Концепт. – 2015. – №7. – С. 41–45.

6. Пошерстник Н.В. Бухгалтерский учет: Учебно - практическое пособие / Н.В. Пошерстник. — СПб.: Питер, 2015.

7. Светличная А.С. Учет и контроль расчетов с поставщиками и подрядчиками // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. – 2015. – №5–1. – С. 148–153.

© Э.Н.Менсеитова 2019

УДК 33

А.В. Мещерякова
студентка 1 курса магистратуры, заочная форма
Российская таможенная академия
E - mail: nastua _ 0996@mail.ru
Научный руководитель: Ткаченко Марина Федоровна
доктор экономических наук, доцент
E - mail: m.tkachenko@customs - academy.ru

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ОФШОРИЗАЦИИ НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

Аннотация

Тема офшоризации российской экономики актуальна, так как все большее количество капитала выводится в офшорные юрисдикции. Многие экономисты считают необходимым проведение эффективной налоговой политики.

Целью научного исследования является оценка влияния офшоризации на национальную экономику.

Метод сравнительный.

Результатом исследования является вывод о необходимости проведения экономических и политических реформ, а также проведение эффективной налоговой и инвестиционной политики.

Для снижения офшоризации национальной экономики необходимо проведение следующих мероприятий:

– ужесточение контроля над операциями с офшорами с целью повышения их прозрачности и борьба с фиктивными сделками;

– борьба с коррупцией, улучшение инвестиционного и налогового климата;

– создание правовой базы для применения офшоров в качестве метода международного налогового планирования.

Ключевые слова: офшор, бизнес, налог, инвестиции, реформа

В настоящее время офшорные юрисдикции широко используются в российском бизнесе. Увеличивается применение офшорных схем при транснациональных операциях, когда офшорные организации встраиваются в систему филиалов российской организации.

Среди стран Европейского союза (ЕС) наиболее активно в борьбе с офшорами продвинулись Великобритания и Франция. На наднациональном уровне ЕС антиофшорное регулирование базируется на принятом в 2004 г. «Сообщении по противодействию и борьбе с финансовыми и корпоративными злоупотреблениями» (Communication on preventing and combating financial and corporate malpractice), которое предполагает активизацию информационного обмена между странами о налогообложении компаний и проведение согласованной политики между членами ЕС в отношении офшорных зон[2].

Если рассматривать роль офшорных юрисдикций в привлечении иностранных инвестиций в РФ, то следует указать на то, что поступление капитала из офшоров, не является достоверным индикатором инвестиционной привлекательности экономики нашей страны, поскольку инвестиции приходят в страну не в результате улучшения ее инвестиционного климата, а, напротив, из - за того, что организации не удовлетворены бизнес климатом в России и поэтому регистрируют организации в офшорной юрисдикции, и уже оттуда осуществляют инвестиции в национальную экономику.

Для выявления мер по деофшоризации российской экономики необходимо проанализировать и систематизировать причины по которым российские организации используют офшорные юрисдикции[3]:

– трудности ведения бизнеса связанные с отношениями собственности и несовершенством налоговой системы;

– конкурентные преимущества, которые предоставляет офшорная юрисдикция;

– несовершенная структура иностранных инвестиций в Россию.

Существует несколько предложений, которые предусматривают ограничения в правах организации, зарегистрированные в налоговых юрисдикциях и российские организации, которые ими частично владеют[4]:

– запрет на заключение договоров, связанных с экспортом товаров и технологий из России, включенные в перечень правительства;

---

[2] Панова Галина Сергеевна, Туруев Игорь Борисович, Ярыгина Ирина Зотовна Деофшоризация как фактор развития национальной экономики // Вестник МГИМО. 2014. №2 (35). URL:https: // cyberleninka.ru / article / n / deofshorizatsiya - kak - faktor - razvitiya - natsionalnoy - ekonomiki

[3] Агафонова, Т.П. Правовое регулирование деятельности офшорных компаний в Российской Федерации / Т.П. Агафонова // Евразийский юридический журнал. - 2017. - № 8 (111). - С. 225 - 227.

[4] Там же

– запрет владения на праве собственности акциями акционерных обществ, осуществляющих производство стратегически значимой продукции;

– запрет поставки товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд.

Однако осуществление данных мер практически невозможно из - за большого количества офшорных юрисдикций и конфиденциальности информации.

Для того, чтобы прекратить «погоню за низшей границей» налоговой ставки необходимо принять комплексные меры, по следующим основаниям[5]:

– ужесточение контроля над операциями с офшорами с целью повышения их прозрачности и борьба с фиктивными сделками;

– борьба с коррупцией, улучшение инвестиционного и налогового климата;

– создание правовой базы для применения офшоров в качестве метода международного налогового планирования.

Офшоры представляют собой объективную необходимость, ответ на экономическую ситуацию с неблагоприятным инвестиционным климатом, но они лишают экономику ускоренно и качественно развиваться. Движущая сила состоит в противоречиях между государственными и частными интересами: государство стремиться к развитию экономики, частный сектор - к максимизации прибыли. Нивелировать противоречия можно с помощью государственной поддержки, прозрачности и стабильности условий ведения бизнеса.

Для увеличения конкурентоспособности налоговой политики необходимо проведение такой налоговой политики, которая позволяет национальному бизнесу занять достойное место на международном рынке.

Применение офшорами методов ухода от налогообложения является следствием несовершенства правовой и экономической ситуации в стране. Правовой режим регулируется, как правило, нормами гражданского права, отсутствие полноценной законодательной базы приводит к установлению участниками офшорной деятельности своих правил, которые предусматривают схемы ухода от налогов. Такие отрицательные факторы сказываются на конкуренции, развитии экономической и правовой реформ в российском обществе.

Проведение экономических реформ в политике и законодательстве способствуют борьбе с незаконным выводом капитала из России и уходом от уплаты налогов. От эффективности проводимой политики зависит характер вывода капитала, повышение международной конкурентоспособности российских компаний.

Недостаточно использовать только антиофшорную политику, требуется ряд комплексных мер, направленных на совершенствование внутренней налоговой политики, сокращение теневого сектора экономики, снижение административных барьеров, решение социальных проблем.

Использование офшорных юрисдикций оказывает огромное влияние на экономическую ситуацию в стране, так как это порождает снижение налоговых поступлений в бюджет, а от этого зависит финансирование всех сфер экономической жизни населения - общественного сектора экономики. Неплательщики налогов оказываются в более выгодном положении, поэтому законопослушные налогоплательщики могут отказаться от обязанности уплаты[6].

---

[5] Чашин, А.Н. Оффшорные зоны: правовое регулирование. - М.: Дело и сервис, 2013 - 64 с.

[6] Мысаченко В.И., Тимофеев М.И., Жеребцов В.И., Комаров В.Ю. и др О причинах низкой предпринимательской активности // Экономика и предпринимательство. 2018. № 2(91). С. 491 - 494.

В настоящее время Россия ведет борьбу с офшорами и фирмами - однодневками, уклонением от уплаты налогов. Неоднократно принимались попытки создания единого законодательного регулирования всей офшорной деятельности в стране. Приведение национальной законодательной системы к налоговым системам стран экономическим партнерам России затрагивает большое число направлений реформирования.

России необходимо учитывать тенденции развития современного мирового финансового сектора. Поэтому проблематика применения офшорных юрисдикций в российских организациях требует активной государственной деятельности. И несмотря на негативное влияние офшорных юрисдикций существует целый ряд факторов, который способен улучшить международное налоговое планирование.

Список литературы

1. Агафонова, Т.П. Правовое регулирование деятельности офшорных компаний в Российской Федерации / Т.П. Агафонова // Евразийский юридический журнал. - 2017. - № 8 (111). - С. 225 - 227.

2. Мысаченко В.И., Тимофеев М.И., Жеребцов В.И., Комаров В.Ю. и др О причинах низкой предпринимательской активности // Экономика и предпринимательство. 2018. № 2(91). С. 491 - 494.

3. Панова Галина Сергеевна, Туруев Игорь Борисович, Ярыгина Ирина Зотовна Деофшоризация как фактор развития национальной экономики // Вестник МГИМО. 2014. №2 (35). URL:https: // cyberleninka.ru / article / n / deofshorizatsiya - kak - faktor - razvitiya - natsionalnoy - ekonomiki

4. Чашин, А.Н. Оффшорные зоны: правовое регулирование. - М.: Дело и сервис, 2013 - 64 с.

© Мещерякова Анастасия, 2019.

УДК 330.101.2

А. Д. Мигамбану
студент ОГУ им. И.С. Тургенева
г. Орел, РФ
E - mail: amigambanu@mail.ru

ПОНЯТИЕ И СОСТАВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Актуальность темы данной статьи обусловлена тем, что бухгалтерская финансовая отчетность является источником информации для принятия управленческих решений. Цель проведенного исследования определить сущность и состав финансовой отчетности предприятия. Методом исследования выступает анализ научной и учебно - методической литературы. Результатом исследования выступает систематизация и обобщение информации по составу финансовой отчетности предприятия. Полученные результаты позволили сделать вывод о роли финансовой отчетности в деятельности предприятия.

Ключевые слова:
отчетность, отчет, баланс, финансовые результаты

В настоящий момент неотделимой частью информационной системы любой организации является бухгалтерская отчетность, которую необходимо составлять в соответствии со статьей 13 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402 - ФЗ [1]. В статье 3 данного закона закреплено ее понятие: «бухгалтерская (финансовая) отчетность – информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями закона».

Согласно положению по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4 / 99), бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении предприятия и результатах его хозяйственной деятельности. Это свод взаимосвязанных показателей об итогах работы экономического субъекта за отчетный период, основной информационный источник для разных групп пользователей [2].

Финансовая отчетность должна быть оперативной, достоверной, а главное быть эффективной и способной быстро приспосабливаться к современным рыночным условиям и законодательству.

Целью финансовой отчетности является предоставление достоверной и необходимой информации всем возможным внешним и внутренним пользователям [4, с.131].

Всем перечисленным пользователям бухгалтерская финансовая отчетность необходима для своих целей:

– государственным органам информация по финансовой отчетности необходима для осуществления своих правомочий, а именно проведение статистических исследований и осуществление налоговой политики.

– кредиторы и банки заинтересованы в информации, позволяющей оценить платежеспособность компании. Заемщики должны иметь хорошее экономическое положение, чтобы иметь возможность уплачивать проценты и займы, предоставленные кредитными организациями.

– поставщиков и подрядчиков интересует, прежде всего ликвидность баланса фирмы, т.е. возможность в срок расплатиться по собственным обязательствам.

– инвесторов и акционеров компании интересует также объем дивидендов, доходность компании в перспективе, его ликвидность и экономическая надежность с точки зрения рискованности вложенного капитала

– владельцы заинтересованы в отчетности прежде всего для оценки эффективности проводимой финансовой деятельности и нахождения недостатков, чтобы в будущем их устранить [5, с.68].

Организации оформляют отчеты по формам и инструкциям, подтвержденным Минфином и Росстатом РФ. Срок предоставления годового отчета организациями установлен не позднее 1 апреля, следующего за отчетным годом, а квартального – не позднее 30 дней после окончания отчетного периода [3, с.42]

На практике выделяют четыре основные формы финансовой отчетности, которые представлены на рисунке 1. По длительности расчетного периода каждая из форм может быть годовой либо промежуточной [6, с.476].

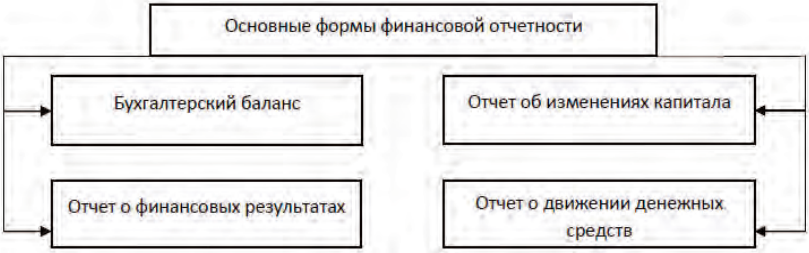


Рис.1. Основные формы финансовой отчетности

Самой распространённой формой финансовой отчетности является бухгалтерский баланс. Данный отчет предполагает обусловленный свод таблиц, в котором отображены активы (имущественное состояние) и пассивы фирмы (финансовое состояние). Данный тип финансовой отчетности никак не показывает передвижение денежных средств, однако дает данные о финансовом состоянии фирмы на дату формирования бухгалтерского баланса в выражении денежных единиц, т.е. особенностью данной формы отчетности является стоимостная оценка. Создание равновесия основывается на балансе между источниками капитала и его направленностью [3, с.177].

Также основной формой финансовой отчетности является отчет о финансовых результатах. Это бухгалтерский отчёт, который включает данные об абсолютно всех доходах и расходах компании, а также о его финансовых итогах. В отчёте о финансовых результатах должны быть так же отображены суммы штрафов. Среди статей отчёта о финансовых результатах есть и такие, как коммерческие расходы, суммы налогов, чистая прибыль. Отчёт о финансовых результатах – это точный показатель рентабельности компании.

Таким образом, финансовая отчетность играет важную роль в управлении организацией. При составлении отчетности важной целью новых выступает полное раскрытие информации в формах отчетности, а также повышение ее качества. У пользователей бухгалтерской отчетности должна быть ясность, каким образом получен тот или иной показатель. В целом, информация для заинтересованных пользователей представлена в отчетности в настоящее время в совокупности более полно и за больший период времени.

Список использованной литературы:

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 г. №402 - ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».
2. Бухгалтерская отчетность организации[Электронный ресурс]: ПБУ 4 / 99, утверждено приказом Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н // СПС «КонсультантПлюс».
3. Камысовская С.В. Бухгалтерская финансовая отчетность: формирование и анализ показателей: учебное пособие / С.В. Камысовская, Т.В. Захарова. М.: ФОРУМ: ИНФРА - М, 2014. 432с.
4. Курманова А.Х. Бухгалтерская (финансовая) отчётность: учебное пособие / А.Х. Курманова; Оренбургский гос. ун - т. Оренбург: ОГУ, 2013. 372 с.

5. Соколова Е.С. Бухгалтерская (финансовая) отчётность: учебник / Е.С. Соколова. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2015. 100 с.

6. Старовойтова Я.Ю. Информационная сущность и целевая направленность финансовой отчетности предприятия / Я.Ю. Старовойтова // Аллея науки. 2017. Т. 1. № 9. С. 473 - 477.

© А. Д. Мигамбану, 2019

УДК 338.2

А. Ю. Михайлюк
магистрант Факультета экономики и управления
Финансового университета при Правительстве РФ г. Омск, РФ
E - mail: mikhailiuk29@mail.ru

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ КАК ОСНОВА ИХ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается роль инвестиций в развитии экономики регионов и всей страны в целом. Изучаются ключевые составляющие инвестиционной привлекательности регионов. Проводится анализ рейтинга инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации за 2018 год.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестиционная политика, региональная экономика, инвестиции, социально - экономическое развитие.

В настоящее время инвестиционной деятельности придается большое значение. На протяжении нескольких лет экономических преобразований отношения центра и регионов изменялись, регионы стали более самостоятельно распоряжаться ресурсами и, как следствие, нести ответственность за принимаемые решения и последствия.

Главная роль инвестиций заключается в том, что они позволяют решать социально - экономические проблемы, поэтому инвестиционная привлекательность регионов, с помощью которой на территории концентрируются необходимые для развития инвестиции, требует рационального управления. Следовательно, принятие регионами инвестиционных решений является важным элементом инвестиционной привлекательности территорий, а, значит, и социально - экономического развития и конкурентоспособности региона [1, С.48].

В целом, инвестиционная привлекательность региона представляет собой сформированное инвестиционным потенциалом и рисками состояние регионального хозяйства.

Инвестиционную привлекательность региона можно оценить с помощью определенных критериев. Так, Национальное Рейтинговое Агентство выделяет следующие составляющие инвестиционной привлекательности [2]:

1. Выгода географического положения – близость к наиболее развитым регионам, к центру, благоприятные условия климата, расположение на крупнейших транспортных магистралях.
2. Состояние трудовых ресурсов – уровень развития образования, степень научного и инновационного потенциала.

3. Состояние инфраструктуры – развитие жилищной, транспортной, телекоммуникационной, финансовой, энергетической инфраструктуры, при этом во внимание главным образом принимается финансовая инфраструктура.

4. Оценка состояния внутреннего рынка региона – потенциал располагаемых доходов и покупательной способности населения.

5. Состояние производственного потенциала территории – степень развития отраслей региона в сфере инноваций.

6. Социально - политическая ситуация – стабильность общественно - политической ситуации и высокая активность населения.

7. Оценка финансовой устойчивости региона – уровень финансового состояние территории.

Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов формируется по специальной шкале, включающей в себя три категории (регионы с высокой, средней и умеренной инвестиционной привлекательностью), каждая из которых подразделяется еще на три уровня. Таким образом, рейтинг составляется по 9 группам инвестиционной привлекательности. Рейтинговые оценки присваиваются на основе статистических, опросных и экспертных показателей.

По данным Национального Рейтингового Агентства, лидирующие позиции в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов России 2018 года занимают Москва и Санкт - Петербург, на заключительных позициях оказались республики Тыва и Калмыкия.

Омская область улучшила свои позиции и заняла положение в 3 - й группе средней инвестиционной привлекательности или 6 - ой группе всего рейтинга, хотя еще в 2017 году она находилась в 1 - й группе умеренной инвестиционной привлекательности или 7 - ой группе всего рейтинга [2].

В рейтинге 2018 года 5 регионов улучшили свои позиции и 16 – ухудшили. Остальные регионы остались на прежних позициях. Среди причин роста позиций этих регионов – институциональные улучшения условий ведения бизнеса, развитие инфраструктуры и реализация проектов развития.

В категорию «высокая инвестиционная привлекательность» в 2018 году вошли 24 региона, в этом году данную категорию покинула Амурская область. В категорию «умеренная инвестиционная привлекательность» включены 27 регионов, к которым добавились Брянская и Костромская области.

Таким образом, развитие инвестиционной привлекательности, создание для этого благоприятных условий и работа по привлечению инвесторов – это цели, которые ставят перед собой регионы и вся страна в целом. От качества работы региональной власти и правильности проведения инвестиционной политики зависит экономическое развитие регионов и страны, а значит и благосостояние населения.

Список использованной литературы:

1. Ильющенко А.В. Сущность категории инвестиционная привлекательность региона // Бизнес образование в экономике знаний. - 2017. - №1. Режим доступа: https: // cyberleninka.ru / article / v / suschnost - kategorii - investitsionnaya - privlekatelnost - regiona (дата обращения: 25.03.2019).

2. Итоги V ежегодного рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http: // www.ra - national.ru / (дата обращения: 25.03.2018).

© А.Ю. Михайлюк, 2019

УДК 338.2

А. Ю. Михайлюк
магистрант Факультета экономики и управления
Финансового университета при Правительстве РФ, г. Омск, РФ
E - mail: mikhailiuk29@mail.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация. В статье показывается степень влияния инвестиционной активности на инвестиционную привлекательность регионов. Проводится анализ характеристики инвестиционной деятельности и инвестиционной активности регионов Сибирского федерального округа за 2018 год.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестиционная деятельность, инвестиционная активность, Сибирский федеральный округ, инвестиции, иностранные инвестиции.

Инвестиционная привлекательность оказывает существенное влияние на развитие экономики регионов и всей страны в целом. Оно оказывает влияние на рост экономики и развивает производственный потенциал страны. Поэтому сегодня одной из приоритетных задач по подъему экономики страны и регионов является оживление инвестиционной активности.

Из этого следует, что инвестиционная деятельность способна обеспечить функционирование и рост экономики, а значит и обеспечить населению государства достойный уровень жизни [1, с. 25].

Инвестиционную активность как составляющую инвестиционной привлекательности обычно характеризуют с помощью показателей объема, структуры и динамики инвестиций.

Одним из важных и основных показателей является объем инвестиций в основной капитал. Рассмотрим поступления инвестиций в основной капитал регионов Сибирского федерального округа (СФО) в 2018 году на рисунке 1 [2].

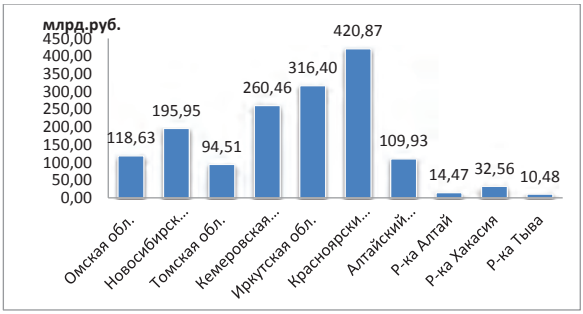


Рис. 1. Размер инвестиций в основной капитал регионов СФО в 2018г., млрд. руб.

Как видно из рисунка, наибольшей размер инвестиций получает Красноярский край, а именно 316,4 млрд. руб., второе место у Иркутской области – 316,4 млрд. руб., третье место занимает Кемеровская область, объем инвестиций которой меньше региона - лидера на 62 % . Совсем незначительный объем инвестиций приходится на Республики Алтай, Хакасия и Тыва. Размер их инвестиционных поступлений в основном капитале округа составляет от

0,6 до 2,5 % . Омская область среди регионов СФО занимает лишь 5 место с объемом инвестиций в 3,5 раза меньшим, нежели в Красноярском крае.

Инвестиционную привлекательность характеризует и поступление иностранных инвестиций в основной капитал (рис. 2).

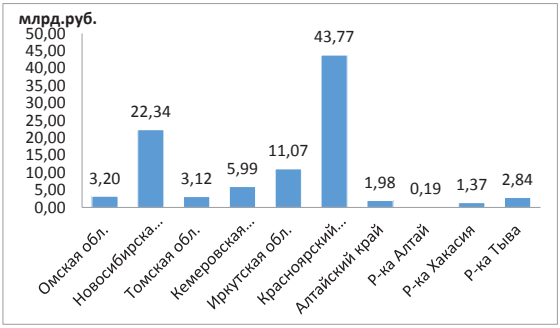


Рис. 2. Объем поступления иностранных инвестиций в основной капитал регионов СФО в 2018г., млрд. руб.

В 2018 году иностранные инвестиции в основном поступали в Красноярский край и Новосибирскую область и составили 45,6 и 23,3 % соответственно от всего объема иностранных инвестиций округа. Наименьший размер иностранных инвестиций получили Республики Алтай и Хакасия.

Рассмотрим соизмерение объема иностранных инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал СФО на рисунке 3.

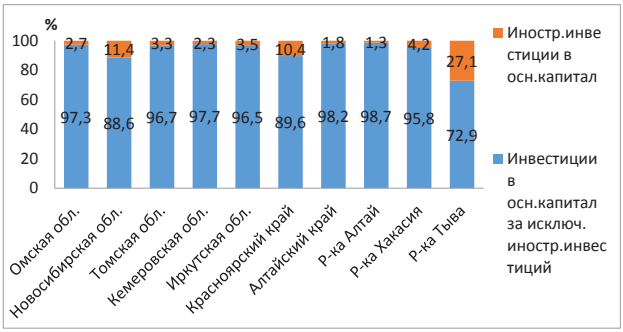


Рисунок 3. Доля иностранных инвестиций СФО в 2018году, % .

Из анализа статистических данных следует, что иностранные инвестиции имеют незначительный вес: от 1,3 до 27,1 % . Интересным является тот факт, что лидером по доли иностранных инвестиций в общей сумме инвестиций в основной капитал является Республика Тыва. Омская область занимает 4 место.

По результатам проведенного анализа следует сказать, что наблюдается неравномерность в инвестиционной деятельности и инвестиционной активности среди

регионов СФО, следовательно, это отражается и в неравномерности их инвестиционной привлекательности.

Список использованной литературы:

1. Мякшин, В.Н. Факторы инвестиционной привлекательности региона и их оценка [Текст] / В.Н. Мякшин // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – №14. – С.23 - 33.

2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http: // www.gks.ru (дата обращения: 02.05.2019).

© А.Ю. Михайлюк, 2019

УДК 330

Филенко А.С.
к.э.н., ст.преп,
ст.преп. кафедры менеджмента и государственного муниципального управления
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»
г. Симферополь, Российская Федерация
Мухтарова С.С.
студентка 5 курса
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»
г. Симферополь, Российская Федерация.

ОЦЕНКА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Человек, его творческие способности, силы и умственные возможности, с помощью которых он совершенствует себя и окружающую среду, всегда занимали основные место в экономических и социальных науках в мире. Человеческий капитал является частью совокупного капитала и под ним понимается сочетание составляющих его компонентов, то есть имеет собственную внутреннюю структуру. Изучение и анализ методов оценки человеческого капитала является важной частью деятельности кадровой политики на предприятии.

Ключевые слова: человеческий капитал, трудовой потенциал, человек, возможности, кадровая политика.

Развитие ведущих стран мира привело к созданию принципиально новой экономики, той экономики, которая базируется на знаниях, инновациях, глобальных информационных системах, новейших технологиях и венчурном бизнесе. Основу современной экономики составляет человеческий капитал**,** который является ключевой движущей силой социально - экономического развития общества.

Трансформация роли человеческого капитала в экономике, преобразование его из расходного фактора в основной производительный и социальный фактор развития экономики, привело к осознанию важности формирования новой парадигмы развития. В

рамках такой парадигмы развития стран и международного сообщества человеческий капитал взял первое место в национальном богатстве стран [1].

Выделим основные методы оценки человеческого капитала.

Одним из наиболее распространенных методов оценки человеческого капитала является определение человеческого капитала каждой личности и его оценки в составе общего интеллектуального капитала предприятия. Данный метод основывается на попытке оценки приведенной стоимости совокупности затрат, которые связаны с формированием человеческого капитала и будущего потока прибылей, которые обеспечит получение человеческого капитала нужной личности [1].

Методом к оценке человеческого капитала выступает экспертный подход, суть которого заключается в том, что исследованию подвергаются качественные показатели, которые описывают как индивидуальные особенности отдельного работника, так и свойства всех работников предприятия в комплексе.

Качественные характеристики отдельного сотрудника являются важной частью попытки его денежного измерения, так как именно наличие таких качественных особенностей как способность креативно мыслить, применять навыки и опыт вместе с интуицией и др. Необходимо отметить, что названные качественные характеристики являются значимой частью капитала знаний предприятия. Вклад трудовых ресурсов в общие результаты определяется по следующим основным направлениям [2]:

1. вклад в развитие новых научных исследований;
2. вклад в рост доходов предприятия;
3. вклад в развитие отношений с подрядчиками и заказчиками;
4. вклад в координацию деятельности структурных подразделений;
5. вклад в успешную реализацию линейных функций.

Второй подход заключается в оценке человеческого капитала исходя из направленных инвестиций и включает метод оценки человеческого капитала, при котором одним из существенных конкурентных преимуществ предприятия является проводимая им инновационная политика. Любую инновационную политику разрабатывают и внедряют сотрудники предприятия, поэтому эффективность функционирования предприятия напрямую зависит от того, насколько грамотны и образованы эти работники. Соответственно, видна важность постоянного и непрерывного обучения работников предприятия.

Можно рассматривать сумму затрат в образование, переподготовку, конкретного сотрудника или всех работников предприятия как долгосрочные инвестиции в капитал знаний данного предприятия [3].

Третий подход к оценка человеческого капитала может проводиться по аналогии с оценкой физического капитала. Данный метод оценки человеческого капитала основан на положении о том, что между физическим и человеческим капиталом есть некоторые сходства, которые позволяют выполнить оценку человеческого капитала по аналогии с физическим капиталом.

Во - первых, и человеческий капитал и основной задействованы в процессе хозяйственной деятельности предприятия, именно они формируют итоговые финансовые результаты деятельности предприятия.

Во - вторых, как основному капиталу присущ процесс морального и физического износа, так и человеческий капитал со временем обесценивается, так как часть информации забывается или устаревает, становится неактуальной. Конечно, есть весьма значительные различия между данными терминами. Человеческий капитал является неотъемлемой частью капитала знаний, для которого свойственен и закономерен особенный эффект,

означающий, что увеличение и развитие каждого составного элемента капитала знаний ведет не просто к обычному суммированию данных элементов, а вызывает синергию. Кроме того, человеческий капитал является стратегическим ресурсом предприятия и является основой развития, совершенствования и управления материальным или основным капиталом на предприятии [3].

Таким образом, существует несколько подходов к анализу и оценке человеческого капитала на предприятии. Выбор подхода зависит во многом от особенностей деятельности предприятия и его управляющих, которые должны принять рациональное и эффективное управленческое решение о выборе нужного подхода.

Список источников:

1. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2008. - 407
2. Лысков А.Ф. Человеческий капитал: понятие и взаимосвязь с другими категориями // "Менеджмент в России и за рубежом". - №6. - 2009, С.3 - 11
3. Шипунов В.Г., Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности: управление персоналом, управленческая психология, управление на предприятии. Учеб. для сред. спец. учеб. заведений. - 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: Высш. шк., 2008. - С.304

© Филенко А.С., Мухтарова С.С.

УДК 651.011.42

Паничев Д.С.
студент 1 курса ОГУ им. И.С.Тургенева,
г.Орел, РФ
E - mail:Dan2525@mail.ru
Карпов С.А.
студент 1 курса ОГУ им. И.С.Тургенева,
г.Орел, РФ
E - mail: karpik - karpik@mail.ru

ОБЗОР СОВРЕМЕННОГО РЫНКА СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В статье ставится задача рассмотреть рынок систем автоматизации делопроизводства организации на примере нескольких программных продуктов. Также выделить основные процессы и классифицировать САД.

Ключевые слова: Делопроизводство, система автоматизации делопроизводства, документооборот,1С, ДЕЛО 96, DOCSFusion.

Деятельность любой организации сопряжено с оформлением большого количества документов, эффективность ведения которых напрямую влияет на результаты его работы. Лавинообразное внедрение и распространение современных технологий позволило оптимизировать многие бизнесс - процессы в организации, в том числе и в сфере делопроизводства. Автоматизация делопроизводства на сегодняшний день стала не просто средством оптимизации внутренних процессов организации, а насущной необходимостью в условиях жесткой конкуренции. Именно автоматизация делопроизводства дает новые

возможность любой организации по ускорению работы, позволяет опередить конкурентов при принятии оперативных и стратегических решений.

Сегодня автоматизация делопроизводства и документооборота является одним из самых востребованных направлений. Выбор подходящей системы автоматизации делопроизводства – это довольно сложная задача, т.к. каждая организация имеет индивидуальные особенности своей деятельности, которые такие системы должны учитывать.

Делопроизводство – это специфическое направление деятельности, занимающееся составлением, оформлением документов, их обработкой и хранением [5].

Автоматизация делопроизводства –ключевое понятие документационного обеспечения управления и повышения его результативности на основе современных научных подходах, реализованных в программных средствах автоматизации.

Программы для документооборота позволяют автоматизировать основные процедуры, связанные с созданием, обработкой, передачей и хранением документов, а также контролем над их исполнением. Кроме того, такие системы предусматривают возможность коллективной работы над документами, что существенно сокращает время, отводимое на выполнение отдельных операций.

Внедрение на предприятии системы электронного документооборота позволяет обеспечить прозрачность любого бизнес процесса, а также получать в любой момент информацию о том, на каком этапе находится обработка документов[1].

Огромный потенциальный спрос на программы и услуги в области автоматизации делопроизводства вызван целым рядом причин. Во - первых, с документами работают абсолютно все организации и большое количество частных лиц. Во - вторых, практически каждая организация сталкивается с проблемами в делопроизводстве, даже если речь не идет об автоматизации: документы теряются, не контролируются и т. д. Также, за счет улучшения ведения делопроизводства предприятия и организации получают реальный шанс улучшить качество своего управления, что является одной из актуальнейших задач современной российской экономики. При этом, секретари и лица, отвечающие в организациях за ведение делопроизводства часто стремятся повысить свою квалификацию. К тому же, возросли запросы пользователей на усовершенствованные программы автоматизации делопроизводства, способные интегрироваться с многочисленными автоматизированными рабочими местами, информационными и прикладными системами.

Таким образом, можно сказать, что в процессах автоматизации делопроизводства нуждаются все компании без исключения. В связи с этим, в России появился устойчивый спрос на автоматизацию работы с документами в организации бизнеса.

На рынке АИС наибольший интерес вызывают 3 программных продукта: 1С, Дело 96, DOCSFusion, сравнительную характеристику которых представим в таблице 1.

Таблица 1. - Сравнительная характеристика 3 популярных программных продуктов.

Название	**Достоинства**	**Недостатки**	**Особенности**
Дело 96	Быстрые сроки внедрения	Высокая стоимость продукта, низкая функциональность, трудно интегрировать с другими программными продуктами.	Предназначена для автоматизации делопроизводственной деятельности (основанной на традиционных отечественных технологиях и

			закрепленных соответствующими стандартами)
DOCSFusion	Постраничный ввод объектов, поддержка пользовательских стилей, настраиваемые отчеты, встроенный веб - браузер, заложено создание архивов в виде БД.	Предпросмотр в поиске и конструктор работают медленно, документы не вкладываются в задание по умолчанию, процессы скрыты, а ОШС не наглядно.	Программный продукт, предназначенный для создания автоматизированных корпоративных решений по управлению документами и бизнес - процессами. Включает предметно - ориентированную платформу с открытыми интерфейсами прикладного программирования для разработки заказных приложений и готовые типовые приложения с возможностями параметрической настройки
1С	Развитая партнерская сеть, простой поиск любых документов, хранящихся в системе.	Высокая стоимость лицензий, функционала коробочной версии недостаточно для организации полноценного электронного документооборота, сложность настройки.	Предназначено для автоматизации бухгалтерского и управленческого учётов (включая начисление зарплаты и управление кадрами), экономической и организационной деятельности предприятия.

Рынок программных продуктов, решающие вопросы автоматизации делопроизводства очень широк, однако ведущее место занимают такие программы как 1С, DOCSFusion, Дело 96. Наибольший интерес вызывает, по нашему мнению, DOCSFusion, так как невысокая стоимость лицензий(в свою очередь 1С и Дело 96 являются дорогостоящими продуктами) , несложное создание отчетов, встроенный веб - браузер, легко интегрировать с другими программными продуктами(в то время, как Дело 96 не имеет таких функций), идеально подойдут любой компании.

Список использованной литературы

1. Автоматизация делопроизводства [электронный ресурс]. - URL:http: // www.wss - consulting.ru / solutions / ecm / avtomatizatsiyadeloproizvodstva.html).

2. Автоматизация делопроизводства. Области применения [электронный ресурс]. - URL:https: // www.gd.ru / articles / 9333 - avtomatizatsiya - deloproizvodstva.

3. Классификация автоматизированных систем делопроизводства и документооборота [электронный ресурс]. - URL: https: // studbooks.net / 1491844 / menedzhment / klassifikatsiya _ avtomatizirovannyh _ sistem _ deloproizvodstva _ elektronnogo _ dokumentooborota

4. Пахомов Е.В. Концепция экономической оценки качества систем автоматизации делопроизводства[текст] / Е.В.Пахомов // Известия ТРТУ. - 2002. - №1(24). - С.198.

5. Организация делопроизводства [электронный ресурс]. – URL: http: // mirznanii.com / a / 112429 / avtomatizatsiya - deloproizvodstva).

6. Преимущества СЭД «ДЕЛО». [электронный ресурс]. - URL: https: // www.eos.ru / eos _ products / eos _ delo / for _ them.php(8)

7. Преимущества 1С.[электронный ресурс]. - URL:http: // programmist1s.ru / preimushestva - 1s /

8. Пахомов Е.В. Формирование обеспечения для сравнительно оценки потребительского качества систем автоматизации делопроизводства [текст] / Е.В.Пахомов, Г.Н.Хубаев, А.Э.Саак // Известия ТРТУ. - 2002. - №4(27). - С.49 - 62.

© Паничев Д.С., Карпов С.А., 2019

УДК 339

Н.С. Паршакова
Студент 1 курса
Российской таможенной академии,
г. Люберцы, РФ
E - mail: n.s.parshakova@gmail.com
Научный руководитель: М.Ф. Ткаченко
доктор экон. наук, доцент
Российской таможенной академии
г. Люберцы, РФ
E - mail: m.tkachenko@customs - academy.ru

РОЛЬ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ

Аннотация. *В данной статье рассматриваются роль и влияние крупных корпораций на внешнеэкономический потенциал Российской экономики.*

Ключевые слова: *экономика, капитал, внешнеэкономический потенциал, внешняя торговля, компания, экспорт.*

Внешнеэкономический потенциал национальной экономики – это способность общества производить товары и услуги на мировых рынках. Чем выше данный потенциал, тем больше возможностей у государства к улучшению качества жизни граждан, за счет участия во внешней торговле и в международных отношениях.

В России, следует отметить, сальдо внешнеторгового баланса является положительным и растет, показывая тот факт, что темп роста импорта не превышает темп роста экспорта. По состоянию на 2 квартал 2019 года большой прирост экспорта наблюдается в сфере торговли оружием и боеприпасами (875 млн долларов), на рынке необработанного алюминия (409,3

млн долларов). Также с увеличением физических поставок наблюдается рост экспорта каменного угля и природного газа.

Поставкой топлива, добычей и обеспечением инфраструктуры для его доставки занимаются множество российских компаний. Эти организации поставляют за рубеж энергетические ресурсы, доля которых в структуре экспорта России выше половины от всего количества поставляемых за границу товаров и услуг.

В России большая часть всей добычи нефти приходится на компанию «Роснефть» [3]. За 2018 год компания добыла 230 млн тонн нефти, 59,2 млн из которых были поставлены на восток. Добыча нефти компанией «Роснефть» занимает 48 % от всего количества добытого в Российской Федерации «черного золота». После «Роснефть» второе место по данному рейтингу занимает АО «Лукойл», добывшее 88,3 млн тонн нефти, что составляет 18 % от всего экспорта данного энергоресурса.

Данная компания является одним из примеров нефтегазовых организаций, формирующее у нас в стране колоссальный внешнеэкономический потенциал. Это неудивительно, учитывая тот факт, что доля сырьевого минерального экспорта в России около 60 % , то есть почти две трети всего экспорта. Создавая базу для фактических поставок, а также налаживая отраслевую инфраструктуру, организации способны увеличить в количественном факторе поставки сырья. Так, проекты по типу «Ямал - Европа», открывают возможности для поставок дешевого газа нуждающимся европейским странам.

Также внешнеэкономический потенциал России определяют деловые партнеры, которых можно поделить на ряд сегментов: ЕС, США, СНГ, страны дальнего востока, ближний восток и так далее. Отдельного внимания требуют взаимоотношения с Китаем, который является самым крупным деловым партнером России [1].

По данным Аналитического центра при Правительстве РФ, в 2017 году Россия добыла 690,9 млрд кубометров голубого топлива, тем самым превысив значение 2016 года на 8,1 % . В 2017 году наши поставки газа, включая сжиженный природный газ, в денежном выражении выросли почти на 22 % по сравнению с предыдущим годом и составили $42,9 млрд. Во многом это было связано с восстановлением цен после провала в 2016 году. В физическом выражении объем годового экспорта составил 210,2 млрд кубометров, увеличившись на 5,7 % . Основной объем пришелся на газ в газообразном состоянии, а на сжиженный природный газ пришлось только 24,4 млн кубометров, то есть немногим более 1 % . В 2017 году импорт российского газа нарастили многие государства. Среди рекордсменов по темпам роста стоит выделить такие страны, как Литву, Австрию и Словакию, которые увеличили закупки более чем вполовину. На 47,4 % больше закупила Латвия и почти на треть – Эстония. В 2017 году было больше стран Евросоюза, которые нарастили закупки, нежели тех, кто закупки уменьшил.

Нельзя забывать о других отраслях, где компании хорошо проявляют себя во внешней торговле. Отличным примером может послужить рынок программного обеспечения (ПО). Главным потребителем российского программного обеспечения являются страны Латинской Америки, Ближнего Востока, Африка, страны – члены ЕС и государства, говорящие на немецком языке.

Валентин Макаров – президент ассоциации «Руссофт» – поясняет, что они условно разделяют софты на три сегмента: лицензированное ПО (экспорт составляет 40 %), трансграничные услуги (зарубежные поставки – 50 %) и работа по заданию от иностранных компаний (10 %). Заказы ассоциации продолжают увеличиваться даже в условиях кризиса. Из информации, предоставленной «Руссофтом», следует, что в 2014 году

было экспортировано программного обеспечения на общую стоимость 5,7 млрд долларов, что на 10 % превысило показатели предшествующего периода.

Компания «Лаборатория Касперского», разрабатывающая программы системной защиты, продает свою продукцию в 200 стран и, по версии агентств Gartner, IDC и Forrester, входит в четверку предприятий - лидеров, предлагающих ПО для охраны пользовательских устройств. Анализ экспорта России показал, что в 2013 году фирма заработала 667 млн долларов.

Роль крупных компаний во внешнеэкономическом потенциале является ключевой, так как именно развитие таких корпораций, участвующих в международной торговле, является стимулом роста возможностей на международном рынке. Надо учесть, что, субсидируя средства в эти организации «сейчас», в будущем государство вернет потраченные бюджетные деньги в виде налоговых отчислений. Чем качественнее компании страны будут предлагать товары и услуги, тем больше их будут закупать другие страны.

Таким образом, крупные компании занимают существенную долю в экспорте – 99,6 % от всего экспорта [2]. Поддержка крупных производителей для России сейчас необходима, в ближайшие годы надежд на прорывы малого и среднего бизнеса практически нет, что связано с тяжелыми условиями их существования на внутреннем рынке.

Хочется верить, что успехи в развитии больших компаний в России принесут плоды, как это произошло с ПАО «Роснефть». Крупные корпорации всегда будут влиять на внешнеэкономический потенциал, как и на уровень жизни в стране [4].

Список использованной литературы:

1. BTO Statistics database // Site of World Trade Organisation. - Эл.ресурс [Режим доступа]:URL: http: // stat.wto.org / Home / WSDBHome.aspx

2. Государственная служба статистики // - Эл.ресурс - [Режим доступа]: URL:http: // www.gks.ru / wps / wcm / connect / rosstat _ main / rosstat / ru / statistics / ftrade / #

3. Исследовательское подразделение медиахолдинга "ЭКСПЕРТ" // - Эл.ресурс - [Режим доступа]:URL: http: // www.acexpert.ru / news / analiticheskiy - centr - ekspert - podgotovlyal - reyting - .html

4. Официальный сайт компании «Роснефть» // - Эл.ресурс - [Режим доступа]:URL: https: // www.rosneft.ru / business / Downstream / crude _ oil _ sales / gas _ condensate _ exports / .

© Н.С. Паршакова, 2019

УДК 330.322

Пенькова К. В., студент Среднерусского института управления – филиал РАХНиГС
Тимохина В. А., студент Среднерусского института управления – филиал РАНХиГС
Научный руководитель **Попова О.В.**, доктор экономических наук,
профессор кафедры экономики и экономической безопасности
Среднерусского института управления – филиал РАНХиГС, г. Орёл

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЭКОНОМИКЕ, ИХ РОЛЬ И ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ В РОССИЮ

Аннотация: В статье рассматривается значение и роль иностранных инвестиций в экономике. Приводится ряд преимуществ, которые даёт привлечение иностранных инвестиций. Классифицируются инвестиции по длительности размещения, целям капиталовложения и формам собственности. Анализируется ситуация, складывающаяся в

России за последние годы в отношении иностранных инвестиций. Называются возможные проблемы снижения привлекательности рынка страны для инвесторов. Делается общий вывод.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, капитал, финансирование, экономический потенциал

В годы кризиса и посткризисного восстановления всё более актуальным становится вопрос привлечения в экономику России инвестиций из - за рубежа. Иностранные инвестиции являются важнейшим условием для роста экономики страны и ее стабилизации. Экономические ресурсы компаний ограничены, а покрыть их недостаток с помощью дополнительного национального капитала (займов, кредитов и т.д.) сложно по ряду различных причин. Например, из - за высокого уровня налогообложения и высокой нормы прибыли на вкладываемый капитал.

Инвестиции способствуют экономическому росту, обеспечивают благоприятный финансовый климат страны, являются дополнительным источником капиталовложений в национальное производство товаров и услуг.

Привлечение инвестиций из - за рубежа в национальную экономику дает множество преимуществ:

1) возможность финансирования масштабных инвестиционных проектов;

2) вместе с денежными ресурсами в экономику страны поступает многолетний опыт стран - инвесторов;

3) инвестиции из - за рубежа дают новый импульс и стимулируют рост внутренних инвестиций;

4) приток иностранных инвестиций способствует вовлечению страны в международное хозяйство, что обеспечивает стабильное развитие экономики.

При этом различают несколько видов инвестиций (рисунок 1).

Рисунок 1 - Виды иностранных инвестиций

Для повышения инвестиционной привлекательности страны для иностранных инвесторов необходимы следующие условия:

- соблюдение юридических гарантий иностранных инвесторов (прозрачность, понятность, стабильность законодательства, гарантия сохранности прав на собственность и т.д.);
- развитая инфраструктура рынка;
- экономическая стабильность в стране;
- политическая стабильность в стране.

К сожалению, в настоящее время российский рынок не является привлекательным для иностранных инвесторов. Об этом свидетельствует ситуация, сложившаяся за последние годы в отношении прямых иностранных инвестиций.

Так, приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Россию по итогам 2018 года составил $8,8 млрд. — это более чем втрое меньше, чем годом ранее — $28,6 млрд., следует из бюллетеня ЦБ «О чем говорят тренды» за апрель. Это минимальное значение притока инвестиций из - за рубежа за 10 лет. В процентах ВВП этот показатель за год сократился с 1,8 % до 0,5 % притом, что в среднем за последние пять лет он составлял 1,8 % . Чистый отток инвестиций составил $23,1 млрд. (он стал самым крупным с 2014 года).

Основной причиной оттока иностранных инвестиций за последние года являются высокие политические и экономические риски. Политическая ситуация на международной арене ухудшается, вводятся санкции против России, ответные санкции, российская национальная валюта девальвируется к доллару США, Евро и к ряду других валют – все эти факторы неблагоприятно влияют на решение иностранных инвесторов в вопросах инвестирования в российскую экономику. Кроме того, недоверие со стороны инвесторов могут вызывать такие факторы, как недостатки правового регулирования, нестабильность российской экономики, недостаток информации об инвестиционном климате в стране, неразвитость инфраструктуры и другие. Только после решения выше указанных проблем можно будет добиться доверия к стране как к заёмщику со стороны иностранных инвесторов.

Таким образом, иностранные инвестиции являются важным инструментом развития экономики. В настоящее время существует потребность повышения инвестиционной привлекательности России на международной арене, поскольку без инвестиций невозможно добиться экономического роста.

Список литературы

1) Демидович И.А. Проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику Российской Федерации [Эл. ресурс] / И.А. Демидович, А.А. Демидович // Аллея науки. - № 5. – С. 389 - 391. – 2018. – Режим доступа: https: // elibrary.ru / download / elibrary _ 35222096 _ 73672311.pdf

2) Колбасникова А. В. Проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику России [Эл. ресурс] / А. В. Колбасникова // Молодой ученый. - №26. - С. 315 - 318. —2016. – Режим доступа: https: // moluch.ru / archive / 130 / 35869 /

3) Краснощекова А.В Современные проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику Российской Федерации [Эл. ресурс] / А.В. Краснощекова, В.А Осипов //

Российский экономический интернет - журнал. - №2. - С.43. - 2018. - Режим доступа: http: // www.e - rej.ru / Articles / 2018 / Krasnoshchekova.pdf

4) Иностранные инвестиции в экономике России — современный этап и перспективы [Эл. ресурс] / Новости экономика . - 2017. – Режим доступа: https: // promdevelop.ru / inostrannye - investitsii - v - ekonomike - rossii /

© Пенькова К.В., Тимохина В.А., научный руководитель Попова О.В., 2019

УДК 65

И.Ю.Петренко,
ФГБОУ ВО МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ),
2 курс магистратуры,
«Реклама и внешние коммуникации»
г. Москва, РФ
E - mail: iracheba@ bk.ru

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

Аннотация

Актуальность данной статьи обуславливается тем, что на сегодняшний день в России существует объективная тенденция диспропорции в структуре инновационного развития российской промышленности. Целью исследования является выявление проблем в освоении производства новой продукции в России. Для этого были использованы методы анализа и наблюдения. В результате работы, были выявлены ограничения, в связи с которыми существуют проблемы освоения производства новой продукции. Российская экономика организована таким образом, что извлекать полезные ископаемые гораздо выгоднее, чем перерабатывать их. К тому же, каждый последующий этап переработки снижает прибыльность.

Ключевые слова:

Производство продукции, новая продукция, производство, вывод на рынок нового продукта.

На сегодняшний день в России существует объективная тенденция диспропорции в структуре инновационного развития российской промышленности. С одной стороны, подъем инвестиционной привлекательности сырьевого сектора, развивающегося в сторону большей производительности и снижения себестоимости добычи и первичной переработки, а с другой стороны, критически низкий уровень инновационности[7] (менее 7 % против 50–70 % в европейских странах), неэффективная экономика и низкая инвестиционная привлекательность средне - и высокотехнологичных секторов экономики.

[7] Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. N 39 - ФЗ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" (с изменениями от 28 декабря 2013 г.)

Наша страна нуждается в амбициозных людях. Поскольку развитая промышленность в государстве - это рабочие места, независимость и достойный уровень жизни для населения.

При реализации и освоении производства новой продукции, предприятия могут столкнуться с рядом трудностей, например:

1. Налоги

На данный момент российская налоговая система имеет очень высокий

уровень налогообложения. Многим предприятиям, чтобы покрыть все налоговые выплаты приходится прощаться со своей деятельностью в целом или же прибегать к «серыми» схемами.

Наиболее острые проблемы налогообложения являются:

- большое количество налогов;
- высокие налоги на зарплату;
- в состав налогооблагаемой базы входят некоторые расходов, которые в перспективе являются инвестициями в продукт. Сюда можно отнести маркетинг, PR - компания, выплаты процентов по кредиту и т.д.
- сохранение налогов с оборота

«Серые» схемы имеют так же и ряд минусов, которые существенно мешают полноценной деятельности предприятия.

В число этих минусов входят:

- страх перед налоговой инспекции, в случае неудачи, компания рискует полностью прекратить свою деятельность
- непрозрачность бухгалтерии, что приводит к невозможности привлечения внешнего капитала
- неравная конкуренция, затраты компании которая ведет «прозрачную» деятельность значительно выше, нежели у компании, которая скрывает свои доходы, это приводит к тому, что у компаний не равные возможности на рынке.

2. Сложность в получении кредита

В России довольно проблематично получить кредит малым предприятиям и предпринимателям в целом. Это происходит из - за того, что каждый выданный кредит для банка является активом, который должен приносить прибыль. [8]Естественно каждое предприятие имеет высокие риски, а банки хотят сократить их до минимума. В силу этих обстоятельств, для того, чтобы можно было взять кредит придётся потратить очень много времени, либо брать его под залог, а предпочтительно недвижимости.

3. Конкуренция

Именно конкуренция заставляет каждую компанию постоянно бороться за наиболее эффективное использование факторов производства. Но так же конкуренция дает много преимуществ и потребителю.

Производителей продукции это приводит к финансовым затратам, которые не все могут осилить. «Начинающим» производителям приходится еще тяжелее, так как они выходят на новый для них рынок с уже имеющимися аналогичными продуктами и сильными конкурентами. В силу этих обстоятельств «новичкам» требуется предпринять какие - то

[8] Николенко, Е. Б. Организационно - экономический механизм инвестиционного обеспечения НИОКР : / Е. Б. Николенко. – Уфа, 2012. – 26 с.

действия для укрепления их позиций, но для этого нужно много времени и финансирования.

4. Долларизация

На данный момент денежная и кредитная политика в России вместе с ведением бизнеса, сделала доллар эквивалентному рублю, несмотря но то, что Закон Российской Федерации гласит о том, что исключительным платежным средством является рубль. Так как обменный курс рубля к доллару в большинстве своем сформировывается с помощью неэкономических факторах, это говорит о том, что с деловой точки зрения это было мало предсказуемо. К сожалению, ни один производитель не смог бы спрогнозировать развитие своего бизнеса.

Но помимо этого доллар стал основной валютой цены и оплаты внешних контрактов, многие компании рассчитывают «внутреннюю» зарплату, инвестиции, проценты по кредиту в долларах. В следствии экономической не стабильности отношений рубля к доллару, многие компании понесли значительные убытки.

5. Качество профессиональных кадров

На данный момент на рынке российской промышленности является очень актуальной проблема дефицита квалифицированных рабочих кадров. Отсутствие квалифицированного персонала и неэффективная организация труда являются основными факторами, мешающими развитию экономики России в последние годы. На данный момент на рынке труда очень много заявок от соискателей. Но из них очень небольшой процент соискателей действительно квалифицированные работники. Это объясняется тем, что действительно хороший специалист зачастую не ищет работу, она сама его находит.

6. Монополия

На сегодняшний день предприятия сильно зависят от цен на продукты, которые поставляются компаниями монополистами. В число этих продуктов входят: электричество, вода и т.д. Так как время от времени эти компании поднимают цены, предприятия вынуждены так же поднимать цены на свою продукцию, для того что бы остаться «на плаву».

К сожалению, в России очень остро стоит проблема коррупции и взяток на всех уровнях государственных инстанций. Поэтому это так же затрудняет развитие бизнеса и приводит к определенным финансовым затратам.

7. Низкая рентабельность производства в России

Российская экономика организована таким образом, что извлекать полезные ископаемые гораздо выгоднее, чем перерабатывать их. К тому же, каждый последующий этап переработки снижает прибыльность. Это связано с высокими затратами, которые добавляются к каждой проблеме производства, которые были выше.

Список использованной литературы

1. Николенко, Е. Б. Организационно - экономический механизм инвестиционного обеспечения НИОКР : / Е. Б. Николенко. – Уфа, 2012. – 26 с.

2. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. N 39 - ФЗ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" (с изменениями от 28 декабря 2013 г.)

© И.Ю. Петренко, 2019

УДК 65

И.Ю.Петренко,
ФГБОУ ВО МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ),
2 курс магистратуры,
«Реклама и внешние коммуникации» г. Москва, РФ
E - mail: iracheba@ bk.ru

АНАЛИЗ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ И ВЫБОРА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация

Актуальность данной статьи обуславливается стремлением компаний создавать уникальные продукты, которые приносят сверхприбыль через временную монополизацию рынка. Целью исследования является выявление проблем при выводе новой продукции на рынок. Для этого были использованы методы анализа и наблюдения. В результате работы, были выявлены основные проблемы, с которыми сталкиваются компании при выводе нового продукта на рынок.

Ключевые слова:

Производство продукции, новая продукция, производство, вывод на рынок нового продукта.

Многие компании стремятся к увеличению своей доли на рынке, это достигается через горизонтальное и вертикальное развитие компании. Самый популярный способ – это расширение своего ассортимента и вывод новой продукции на рынок. Несмотря на растущий интерес компаний к низкобюджетным формам инноваций (модификация товаров, репозиционирование, выход на новые рынки), наибольшие затраты и время

необходимы на разработку и вывод на рынок совершенно новых и модернизированных товаров. Это объясняется стремлением компаний создавать уникальные продукты, которые приносят сверхприбыль через временную монополизацию рынка.[9]

Но у многих компаний были и неудачные примеры вывода нового продукта на рынок. Производить анализ своего неудачного опыта и опыта конкурентов очень важно. Это способствует избеганию множества ошибок в будущем при выводе своего нового продукта. В основном, причины этих неудач можно поделить на две группы. Первая - это маркетинговые ошибки. Вторая - форс - мажорные обстоятельства.

Первая группа. В подавляющем большинстве маркетинговые просчеты являются причинами провала вывода новой продукции. К маркетинговым ошибкам относятся: [10]

1. Не четкое понимание новизны товара.

Многие компании не могут четко сформулировать и показать потребителю, в чем конкретно их продукт новый и какие у него преимущества относительно его конкурентов и предшественников.

---

[9] Международные стандарты оценки. Седьмое издание. 200: (МСО 2005) Пер. с англ. М.: Рос. общество оценщиков, 2010

[10] Методические рекомендации, по оценке эффективности инвестиционных проектов (третья редакция). (Утверждено Минэкономики РФ, Минфин РФ, ГК РФ по строительной, архитектурной и жилищной политике №ВК 477 от 21.06.1999 г.). – М.: Экономика, 2008

2. Отсутствие четкого формулирования цели до начала НИОКР;

Каждый инновационный проект начинается с инициации. Его цели должны исправляться вместе с общей маркетинговой стратегией компании. Исходя из маркетинговых исследований, задач и целей компании должна формироваться концепция компании и только после этого должна финансироваться НИОКР по будущему продукту. Серьезные прикладные исследования, востребованные в будущем и на которые уходят многие годы работы, должны иметь конкретную систему целеполагания и маркетинговое планирование.

3. Неправильный выбор целевого рынка

Оценка потенциала новой продукции является одной из самых распространенных ошибок. Потенциалом рынка является его емкость и покупательская активность.

В настоящее время компании все чаще хотят сосредоточить свою деятельность на маленьких рыночных нишах, полностью монополизируя и удовлетворяя нужду небольшой категории потребителей.

4. Слабая система тактических маркетинговых инструментов

Сюда можно отнести:

- неправильное позиционирование товара
- неадекватная ценовая политика, сюда входит некорректный метод установления исходной цены, плохая рекламная кампания и т.д.

5. Плохо проработанные качественные характеристики продукта

Концепция качества включает в себя следующие компоненты:

- технические и экономические параметры (интенсивность материала, надежность, долговечность и т. Д.);
- эргономические показатели (антропометрические, гигиенические требования и эстетические параметры)
- Патентная чистота.

6. Неправильный выбор времени выхода продукта

Некорректные результаты маркетинговых исследований в итоге приводят к тому, что новый продукт выходит на рынок немного раньше, когда большая категория целевого рынка пока что не готова к его потреблению. Либо обратная сторона, когда продукт выходит слишком поздно и на рынке уже есть аналоги у конкурентов.

7. Расхождение планового и фактического бюджета компании

Эта проблема так же часто всплывает при выводе нового продукта на рынок.

Это происходит из - за плохо проработанного планового бюджета, не всегда получается включить и адекватно оценить все позиции расходов. Так же стоит включить в плановый бюджет статью о непредвиденных финансовых расходах проекта.

Ко второй группе относится резкое падение спроса, макроэкономический кризис, резкие политические изменения и так далее.

Прогнозировать эти события достаточно сложно, как и реакцию на них.

Создание и выход на рынок нового продукта является поэтапным процессом, преобразования идей в продукт, а затем в товар. Можно выделить семь основных этапов для реализации инновационного проекта.

1. Разработка новой стратегии продукта.
2. Формирование идеи.

3. Оценка альтернатив.
4. Бизнес - анализ.
5. Разработка и создание прототипа.
6. Маркетинговое тестирование.
7. Коммерциализация.

Исследования инновационной деятельности компаний позволяют выделить основные стратегические цели вывода на рынок новой продукции.

Консалтинговая фирма “Буз, Элен энд Гэмильтон” провела опрос, в котором учувствовало более ста компаний разных стран мира, Которые выпустили в период с 1998 по 2001 г. на рынок новые товары. 50 % из опрошенных назвали основной внешней стратегической целью вывода новой продукции на рынок, это сохранение рыночной доли, а 40 % акцентировали важность формирования репутации новатора. Из этого следует, что четкое понимание целей нововведения и потенциального целевого рынка создают базу для создания целостной идеи будущего продукта.

Исходя из этого, четкое понимание и формулирование своих целей о нововведении и адекватной оценке потенциального целевого рынка, создают хорошую базу для создания единой идеи будущего продукта.

Список использованных источников

1. Международные стандарты оценки. Седьмое издание. 200: (МСО 2005) Пер. с англ. М.: Рос. общество оценщиков, 2010

2. Методические рекомендации, по оценке эффективности инвестиционных проектов (третья редакция). (Утверждено Минэкономики РФ, Минфин РФ, ГК РФ по строительной, архитектурной и жилищной политике №ВК 477 от 21.06.1999 г.). – М.: Экономика, 2008

© И.Ю. Петренко, 2019

УДК 65

И.Ю.Петренко,
ФГБОУ ВО МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ),
2 курс магистратуры,
«Реклама и внешние коммуникации»
г. Москва, РФ
E - mail: iracheba@ bk.ru

ЭТАПЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРИ ВЫВОДЕ НОВОГО ТОВАРА НА РЫНОК

Аннотация

Актуальность данной статьи обуславливается тем, что проекты по оценке будущих перспектив новых продуктов на этапе планирования и инициации отличаются отсутствием реального рынка Целью исследования является выявление проблем при проведении маркетинговых исследований при выводе нового продукта на рынок. Для этого были

использованы методы анализа и наблюдения. В результате работы, были выявлены основные отличия и особенности маркетинговых исследований при выводе нового продукта на рынок от традиционных исследований рынка.

Ключевые слова:

Маркетинговые исследования, производство продукции, новая продукция, производство, вывод на рынок нового продукта.

Маркетинг новых продуктов имеет множество особенностей, которые отличают его от традиционных исследований. Подавляющее большинство проектов по оценке будущих перспектив новых продуктов на этапе планирования и инициации отличаются отсутствием реального рынка, это способствует появлению ряда трудностей для использования традиционных инструментов исследования. Маркетинг новых продуктов имеет множество отличий и особенностей от традиционных исследований рынка.

Характерной особенностью, с которыми сталкиваются маркетинговые исследования при выводе нового продукта, это отсутствие реальных потребителей, это приводит к трудностям в формирование выборки исследований. На самом деле, не всегда очевидно, кто именно наш потенциальный потребитель (респондент). [11]

Разница между инновационным маркетингом и исследованиями по существующим продуктам заключается в отсутствии практики регулярного потребления среди респондентов. В большинстве случаев (потенциальному) потребителю трудно оценить, как часто и в каких количествах он будет использовать новый продукт.

Так же для потенциальных потребителей проблематично произвести моделирование своего обыденного поведения в вероятных будущих ситуациях. Исключение приходится на продукты, которые рассчитаны на длительное использование. Зачастую, такая категория продуктов планируется заблаговременно. Одним из критериев, позволяющих выявить трудности респондентов при анализе полученной информации, является большая дисперсия ответов. Когда респонденты отвечают случайным образом, то ответы имеют более равномерное распределение.

Основным инструментом исследования в маркетинге новых продуктов является анализ любых аналогий. Новый продукт редко полностью уникален, обычно оказывается, что кто - то уже пробовал его перед нами. Опыт потребления можно найти в соседних городах или даже странах. Сложность, однако, заключается не в поиске аналогов, а в правильном переводе информации, полученной на интересующий нас рынок.

Полезным инструментом в исследовании новых продуктов является естественный эксперимент. Естественные эксперименты лучше всего использовать в ситуациях, когда новые продукты относительно недороги и могут быть помещены на витрину. Если нет продукта, то можно использовать прототип, главное, чтобы визуально он не сильно отличался от оригинала. Технология эксперимента в естественных условиях имеет множество преимуществ, потому что она дает возможность анализировать поведение потребителей в условиях, которые по максимуму приближенных к настоящим.

Технология естественного эксперимента хорошо совмещается с применением методов совместного анализа. Как правило, при создании нового продукта, поднимают вопросы о

[11] Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK®) / Project Management Institute. – 5 - е изд. – США: Project Management Institute, 2013. – 35 с.

выборе его оптимальных характеристик. Ключевым моментом является понятие «корреляция», поскольку потребитель во время «естественного» выбора в некотором смысле оценивает интегральный показатель качества продукта, не деля его на компоненты. В связи с этим при разработке нового продукта также целесообразны естественные эксперименты.

Одним из существенных преимуществ естественного эксперимента, это осуществимость построения достаточно точного пессимистического прогноза для реализации продукта, так как еще нет рекламы продукта, а также опыта потребления этого продукта, зависимого только от уровня распространения.[12]

В процессе исследования новых продуктов трудно найти соответствующую релевантную вторичку или провести экспертное исследование. Это вполне естественно, так как у нас совершенно новый продукт. Оценки, которые были полученные из разных источников, могут сильно различаться. Потенциальные потребители – всегда имеют разные показания. Исследования новых продуктов должны проводиться очень тщательно и скрупулёзно, старательно анализируя всю имеющуюся информацию и часто по очень «слабым сигналам».

Необходимым условием для превращения изделия в товар, является хорошее качество. Специалисты в сфере маркетинга, определяют качество, как нечто, что рынок считает качеством. Потребитель заинтересован в необходимом уровне качества продукции, то есть параметрах надежности, экономии, эргономике, эстетике, функциональных характеристиках и других элементах, которые являются компонентами понятия «качество». И качество - это не какая - то одна категория, мера, а ряд, адекватная соответствующему ряду потребностей.

Так же одной из проблем являются ограничительные элементы, они включают нормативные акты (законодательство, стандарты и т. Д.), которые устанавливают требования к продукту, которые необходимо учитывать при планировании торговли этими продуктами в определенном регионе в конкретной правовой, экономической и экологической среде.

Следующим фактором успеха на рынке является многофункциональность товаров, основанная на естественном стремлении потребителя удовлетворить ряд своих потребностей, покупая не группу товаров, а одну и как можно дешевле. В таких случаях основной задачей маркетолога является участие в формировании и развитии многофункциональности товаров.

Таким образом, мы проанализировали и вывели самые актуальные и распространенные проблемы в проведении маркетинговых исследований при выводе нового продукта на рынок. Используя полученную информацию, можно достигнуть более качественных результатов и глубокого понимания потребностей целевой аудитории потребителя рекламируемого продукта. Это в свою очередь положительно влияет на процессы продвижении продукции, удержанию позиций на рынке, продажам.

Список использованных источников

1. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK®) / Project Management Institute. – 5 - е изд. – США: Project Management Institute, 2013. – 35 с.

[12] Веселовский М.Я., Абрашкин М.С. Теоретические подходы к определению эффективности деятельности промышленных предприятий // Вопросы региональной экономики. 2013. - № 3. - С. 107 - 115.

2. Веселовский М.Я., Абрашкин М.С. Теоретические подходы к определению эффективности деятельности промышленных предприятий // Вопросы региональной экономики. 2013. - № 3. - С. 107 - 115.

© И.Ю. Петренко, 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль
Академик РАЕ, д - р тех. наук, профессор
г. Санкт - Петербург, РФ
E - mail: epyle@rambler.ru

РАСЧЕТ 3D - ГРАФИКОВ ПЕРЕМЕННОЙ X4SU ДЛЯ ПАРАМЕТРА SSU

Аннотация

Рассматривается актуальный вопрос получение при расчетах значения переменной X4su, для чего используют переменные X1, X2, X3 и параметр Ssu. Полученные значения переменной X4su позволяют выявить границы, в которых они могут существовать.

Ключевые слова: расчетная переменная X4su, параметр Ssu характеризующий ВВП, 3D - графики, Excel

Ранее автор провел расчеты по объему экономической оболочки Ssu (GDP), которые были описаны ранее в статьях. В представленной ниже статье показано, как влияют значения трех переменных X1, X2 и X3, а также параметра Ssu (GDP) на расчеты переменной X4su и построение 3D - графиков. При этом значения переменных могут быть постоянными, увеличиваются или уменьшаются в 10 раз. То есть рассматриваются изменения X4su = f(X1,X2,X3,Ssu).

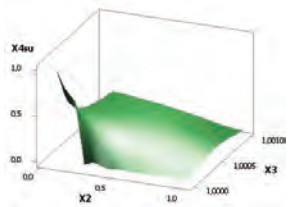


Рис. 1. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X3= Ssu=1, X2=1..0,1

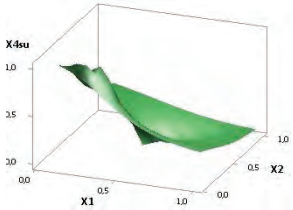


Рис. 2. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1=X2=1..0,1, X3=Ssu=1

Итак, на рис. 1 показан 3D - график зависимости X4su, когда значения переменных были следующими X1= X3 = Ssu = 1, X2 = 1..1. Как видно из данного рисунка значения X4su увеличиваются в 2,7 раза. На следующем рис. 2 изображен 3D - график для X4su, при переменных X1 = X2 = 1..0,1, X3 = Ssu = 1 увеличивается в 2,7 раза.

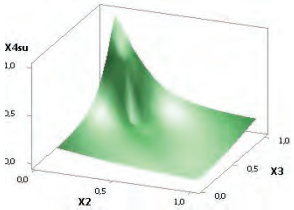


Рис. 3. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1=1, X2= X3= Ssu= 0,1..1

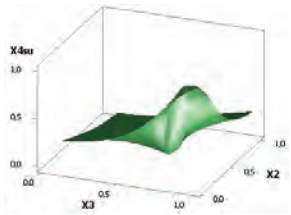


Рис. 4. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1=X2=1..0,1,X3= Ssu= 0,1..1

На двух рис. 3 и 4 представлены два 3D - графика для X4su, когда переменные были X1 = 1, X2 = X3 = Ssu = 0,1..1 и X1 = X2 = 1..0,1, X3 = Ssu = 0,1..1 соответственно. Как видно из рис. 3 построенная зависимость X4su увеличивается в 1,4 раз. 3D - график на рис. 4 увеличивается уже в 1,26 раз.

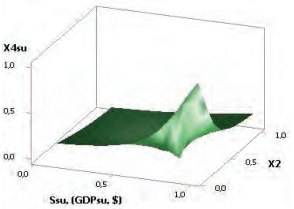


Рис. 5. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2= X3= 1..0,1, Ssu= 0,1..1

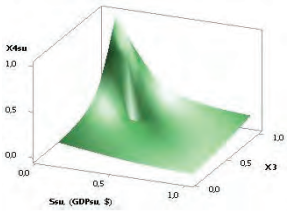


Рис. 6. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2= Ssu=1..0,1, X3= 0,1..1

Рассчитанные значения для зависимости X4su на рис. 5 при переменных X1 = X2= X3 = 1..0,1, Ssu = 0,1..1 увеличивается в 1,29 раз. На рис. 6 значения X4su для 3D - графика при X1 = X2 = Ssu = 1..0,1, X3 = 0,1..1 увеличиваются также в 1,29 раз.

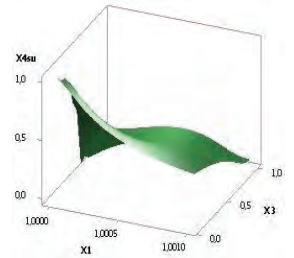


Рис. 7. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= 1,X2=X3=1..0,1,Ssu=1..10

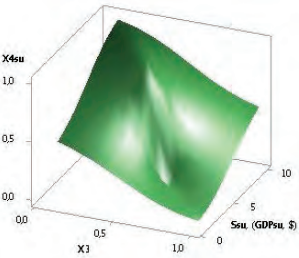


Рис. 8. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2= X3=1..0,1, Ssu=1..10

3D - графики для рис. 7 и 8 были построены при X1 = 1, X2 = X3 = 1..0,1, Ssu = 1..10 и X1 = X2 = X3 = 1..0,1, Ssu = 1..10соответственно. Здесь на рис. 7 значения переменной X4su увеличиваются в 1,77 раз, а на рис. 8 увеличиваются в 1,26 раз.

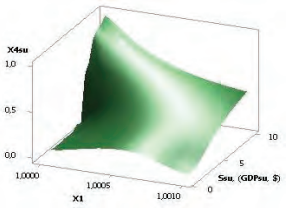


Рис. 9. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= 1,X2= X3=1..0,1, Ssu=1..10

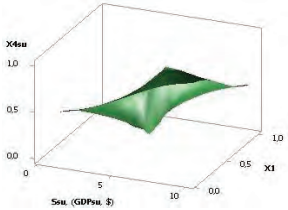


Рис. 10. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2= X3=1..0,1, Ssu=1..10

Следующие 3D - графики на двух рис. 9 и 10 были построены при X1= 1, X2 = X3 = 1..0,1, Ssu = 1..10 и X1 = X2 = X3 = 1..0,1, Ssu = 1..10соответственно. Здесь на рис. 9 X4su увеличивается в 1,77 раз. На рис. 10 значения увеличивается в 1,26 раз.

Из рис. 11 видно, что построенный 3D - график для X4su при X1 = 1, X2 = 1..0,1, X3 = 0,1..1, Ssu = 1..10 увеличивается в 1,14 раз.

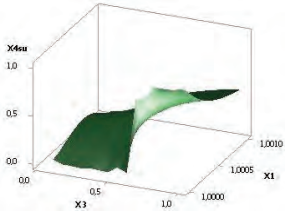


Рис. 11. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1=1, X2=1..0,1, X3= 0,1..1,Ssu=1..10

© Э.А Пиль, 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль
Академик РАЕ, д - р тех. наук, профессор
г. Санкт - Петербург, РФ
E - mail: epyle@rambler.ru

ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ЗНАЧЕНИЙ X4SU ПРИ SSU

Аннотация

Рассматривается актуальный вопрос получение при расчетах значения переменной X4su, для чего используют переменные X1, X2, X3 и параметр Ssu. Полученные значения переменной X4su позволяют выявить границы, в которых они могут существовать.

Ключевые слова: расчетная переменная X4su, параметр Ssu характеризующий ВВП, 3D - графики, Excel

Ранее автор провел расчеты по объему экономической оболочки Ssu (GDP), которые были описаны ранее в статьях. В представленной ниже статье показано, как влияют значения трех переменных X1, X2 и X3, а также параметра Ssu (GDP) на расчеты переменной X4su и построение 3D - графиков. При этом значения переменных могут быть постоянными, увеличиваются или уменьшаются в 10 раз. То есть рассматриваются изменения X4su=f(X1,X2,X3,Ssu).

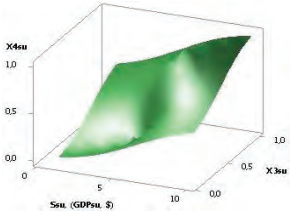


Рис. 1. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2=1..0,1,X3=0,1...1, Ssu=1..10

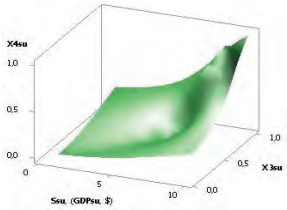


Рис. 2. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= 1..0,1,X2=1,X3=0,1..1,Ssu=1..10

Из рис. 1 видно, что 3D - график для X4su при переменных X1= X2=1..0,1,X3=0,1...1, Ssu=1..10 увеличивается в 1,16 раз. На рис. 2 3D - график для X4su при X1= 1..0,1,X2=1,X3=0,1..1,Ssu=1..10 увеличивается в 1,35 раз.

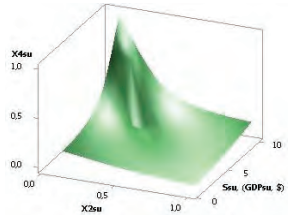


Рис. 3. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= Ssu=1..10,X2=1..0,1, X3=0,1..1

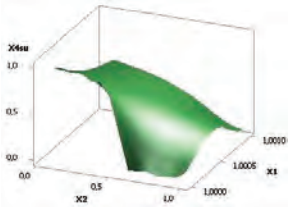


Рис. 4. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X3=1, X2=1..0,1, Ssu=1..10

3D - график для X4su, изображенный на рис. 3, видно, что он увеличивается в 1,29 раз. Данный график был построен при следующих значениях переменных X1= Ssu=1..10,X2=1..0,1, X3=0,1..1. Следующий 3D - график на рис. 4 был построен при переменных X1= X3=1, X2=1..0,1, Ssu=1..10. Здесь 3D - график увеличивается в 1,26 раз.

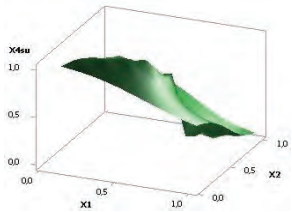


Рис. 5. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2=1..0,1, X3=1,Ssu= 1..10

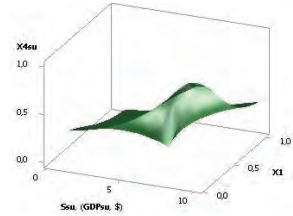


Рис. 6. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= 1..0,1,X2= X3=1, Ssu=1..10

При построении 3D - графика для рис. 5 были использованы следующие переменные X1= X2=1..0,1, X3=1, Ssu =1..10. Полученный 3D - график для X4su увеличивается в 1,28 раз. На рис. 6 показан 3D - график для X4su при X1= 1..0,1,X2= X3=1, Ssu=1..10, из которого видно, что X4su увеличивается в 1,77 раз.

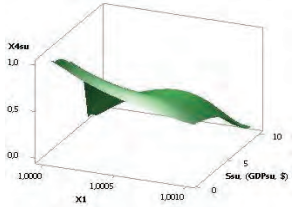


Рис. 7. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X3=1, X2=1..0,1, Ssu=10..1

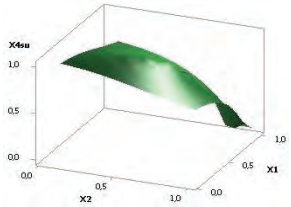


Рис. 8. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2=1..0,1, X3=1..0,1,Ssu=10..1

3D - график для X4su на рис. 7 при переменных X1= X3=1, X2=1..0,1, Ssu=10..1 увеличивается в 2,01 раза. На рис. 8 построенный 3D - график X4su увеличивается в 2,7 раза при переменных X1= X2=1..0,1, X3=1..0,1,Ssu=10..1. Представленный 3D - график для X4su на рис. 9 увеличивается в 1,77 раз, а на рис. 10 увеличивается в 1,26 раз. Здесь при построении 3D - графиков для X4su были использованы следующие значения переменных: X1= 1, X2= 1..0,1,X3= 0,1..1,Ssu=10..1 и X1= X2= 1..0,1, X3= 0,1..1,Ssu=10..1.

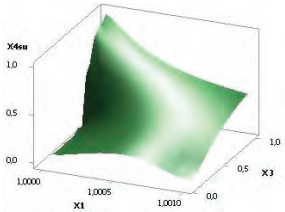


Рис. 9. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= 1, X2= 1..0,1,X3= 0,1..1,Ssu=10..1

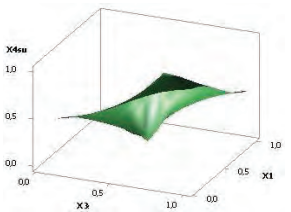


Рис. 10. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2= 1..0,1, X3= 0,1..1,Ssu=10..1

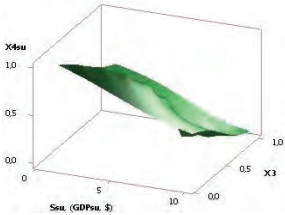


Рис. 11. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2= X3=1..0,1, Ssu=10..1

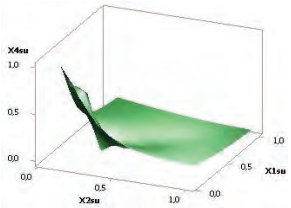


Рис. 12. X4su = f(X1,X2,X3,Ssu)
X1= X2= X3=1..0,1, Ssu=0,1..1

Как видно из рис. 11 3D - график увеличивается с 0,49 до 0,989, т.е. в 2,01 раза при переменных X1= X2= X3=1..0,1, Ssu=10..1. На последнем рис. 12 представлена зависимость

X4su при X1= X2= X3=1..0,1, Ssu=0,1..1 и в этом случае значения X4su увеличиваются в 1,29 раз.

© Э.А.Пиль, 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль
Академик РАЕ, д - р тех. наук, профессор
г. Санкт - Петербург, РФ
E - mail: epyle@rambler.ru

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ 2D - ГРАФИКОВ ДЛЯ Ssu С ПЕРЕМЕННОЙ X4su

Аннотация

Рассматривается актуальный вопрос получение при расчетах значения переменной X4su, для чего используют переменные X1, X2, X3 и параметр Ssu. Полученные значения переменной X4su позволяют выявить границы, в которых они могут существовать.

Ключевые слова: расчетная переменная X4su, параметр Ssu характеризующий ВВП, 3D - графики, Excel

Ранее автор рассматривал расчеты ВВП (GDP) для экономической оболочки, которые были опубликованы ранее в статьях. В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета переменной X4su. Полученные расчеты изображены в виде 2D - графики. При этом переменные являются постоянными, уменьшаются и увеличиваются. То есть, в статье рассмотрена зависимость изменения X4su = f(X1, X2, X3, Ssu).

На рисунке 1 показана зависимость X4su при X1 = 1..0,1, X2 = 1, X3 = 0,1..1, Ssu = 10..1. Из данного рисунка видно, что значения X4su остаются неизменными и равны нулю. Следующий рисунок 2 дает наглядное представление, что значения 2D - графика при X4su при X1 = 1.. 10, X2 = 1, X3 = 1..0,1, Ssu = 10..1 имеют также нулевые значения.

На следующих двух рисунках 3 и 4 показаны зависимости X4su = f(X1, X2, X3, Ssu), когда переменные были X1 = X2 = 1.. 10, X3 = 1..0,1, Ssu = 10..1 и X1 = 1, X2 = 1.. 10, X3 = 1..0,1, Ssu = 10..1 соответственно. Здесь на рисунках 3 и 4 переменная X4su имеет нулевое значение.

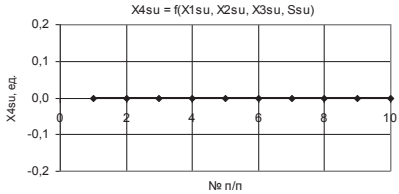


Рис. 1. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = 1..0,1,X2 = 1, X3 =0,1..1,Ssu= 10..1

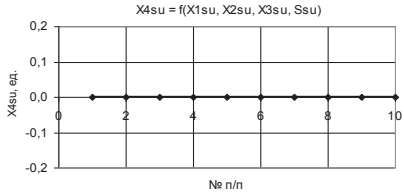


Рис. 2. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = 1.. 10,X2 = 1, X3 =1..0,1,Ssu= 10..1

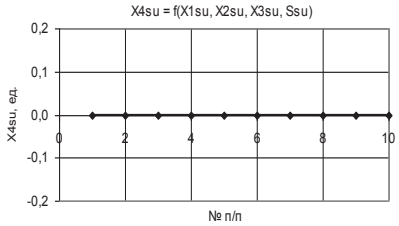


Рис. 3. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = X2s= 1.. 10, X3 =1..0,1, Ssu=10..1

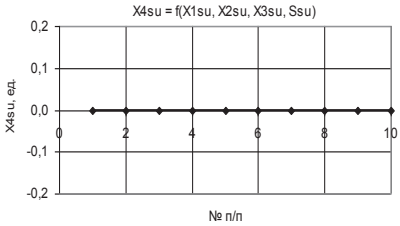


Рис. 4. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = 1,X2 = 1.. 10, X3 =1..0,1,Ssu= 10..1

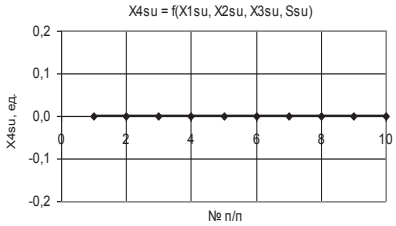


Рис. 5. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = 1..10,X2 = 1, X3 =1.. 0,1,Ssu= 10..1

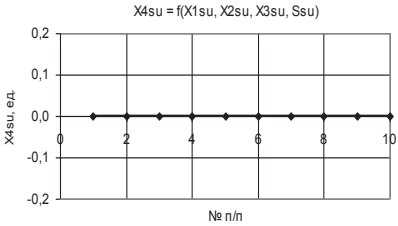


Рис. 6. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = X2 = 1..10, X3 =1..0,1,Ssu= 10..1

Следующие два рисунка 5 и 6 были построены при X1 = 1..10, X2 = 1, X3 =1.. 0,1, Ssu = 10..1 и X1 = X2 = 1..10, X3 = 1..0,1, Ssu = 10..1. Здесь на рисунках 5 и 6 получились значения переменной X4su аналогичные предыдущем.

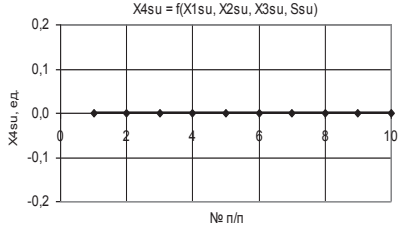


Рис. 7. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = 1,X2 = S= 10..1, X3su =1..0,1

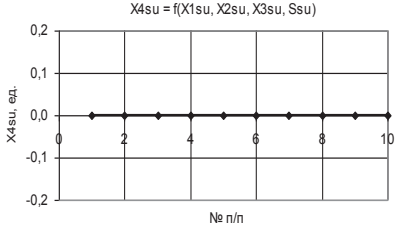


Рис. 8. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = 1,X2 = X3 =1..0,1,S= 10..1

Для построения двух 2D - графиков на рисунках 7 и 8 были использованы следующие значения переменных X1 = 1, X2 = Ssu = 10..1, X3 = 1..0,1 и X1 = 1, X2su = X3 = 1..0,1, Ssu = 10..1. Здесь на обоих рисунках 7 и 8 представленные значения переменной X4su не имеют решения, т.к. равны нулю.

Построенная зависимость X4su на рисунке 9 при X1 = X2 = X3 =1..0,1, Ssu = 10..1 увеличивается с нуля в точке 4 до 0,99 в точке 10.

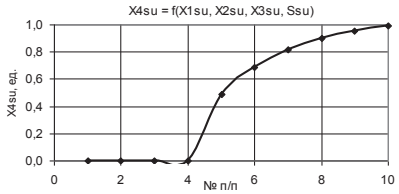


Рис. 9. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = X2 = X3 =1..0,1, Ssu= 10..1

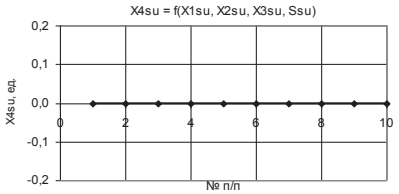


Рис. 10. X4su = f(X1, X2,X3,Ssu)
X1 = X3s=1..0,1, X2s= 1, Ssu= 10..1

На последнем рисунке 10 зависимость X4su при переменных X1 = X3 = 1..0,1, X2 = 1, S = 10..1 также не имеет решения.

© Э.А.Пиль, 2019

УДК 005.95 / .96

Полохина Д. А.,
магистрант 2 курс, направление подготовки 38.04.03 «Управление персоналом»,
Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС, г. Орел, Россия

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности управления персоналом в образовательном учреждении.

Ключевые слова. образование, управление персоналом, принципы, стабилизация.

Система управления персоналом является обязательной составляющей управления и развития любой организации. Она является одной из важнейших подсистем организации и, в конечном итоге, определяет успех ее развития. Совершенствование и оптимизация системы управления персоналом представляет собой сложный процесс, который требует учета многих переменных [3, с. 134].

Цели и задачи управления персоналом осуществляются через кадровую политику. Объектом кадровой политики предприятия является его персонал, то есть кадровый потенциал предприятия. Хозяйствующие субъекты различных организационно - правовых форм собственности, в соответствии с социально - экономическими изменениями в стране, стремятся создать адекватную систему управления, которая будет способна учитывать влияние множественности факторов внешнего окружения, изменчивость внутренней среды, на основании чего сможет вырабатывать соответствующую этим условиям эффективную кадровую политику предприятия [2, с. 77].

Система управления персоналом в образовательном учреждении включает в себя следующие стадии: формирование, использование, стабилизация и управление персоналом. На стадии формирования персонала закладываются основные принципы системы

управления персоналом. Отклонение численности персонала от обоснованной потребности в нем оказывает влияние на уровень кадрового потенциала образовательного учреждения [1, с. 219].

Дефицит работников приводит к повышению нагрузки на служащего, что негативно влияет на уровень производительности труда. В то же время избыток персонала приводит к усложнению управляемости коллективом в целом, отдельными сотрудниками и структурными подразделениями, снижению эффективности затрат на рабочую силу. Вследствие этого, на стадии формирования персонала задачей образовательной организации будет являться минимум запаса нереализованных возможностей использования персонала за счет эффективного воздействия на него с помощью различных методов и направлений системы управления персоналом. На стадии формирования персонала следует найти решение следующих задач:

- обеспечение оптимального уровня загрузки сотрудников с точки зрения наиболее полного применения их трудового потенциала и повышения эффективности их труда;
- оптимизация структуры сотрудников с различным функциональным содержанием труда.

Для решения задач оптимальной численности и структуры персонала целесообразно применять следующие аспекты при формировании персонала:

- соответствие количества работников объему выполненных ими работ;
- соответствие квалификации, опыта, индивидуальных качеств работника, уровня сложности выполняемых им функций;
- обусловленность структуры персонала объективными факторами предоставления образовательных услуг;
- максимальная эффективность применения рабочего времени;
- создание условий для повышения квалификации и расширения возможностей сотрудников.

Для устранения проблем, связанных с процессом адаптации сотрудников, который описан во второй главе, следует разработать внутренние нормативные документы, регламентирующие процедуру адаптации новых сотрудников [4, с. 101].

Благодаря целям достигается результативность организации и ее на всех уровнях производства: каждый коллектив имеет свою цель, которая подчиняется задачам отдела. В каждом отделе поставлены свои цели и задачи, которые подчиняются всеобщей цели организации, обеспечивая ее эффективность и высокую производительность труда.

На основании теоретического анализа было установлено, что система управления персоналом состоит из определённых этапов, каждый из которых влияет на эффективность управления в целом. Выбор неправильных методик может отрицательно сказываться на деятельности организации, быть причиной негативных последствий.

Список использованной литературы

1. Анненкова А.А. Трудовой потенциал региона: современное состояние и структурные изменения / Анненкова А.А., Сидорова О.Н. // Среднерусский вестник общественных наук. 2012. № 3. С. 219 - 221.
2. Докукина И.А. Основные аспекты управления поведением в организации на основе корпоративной культуры / Докукина И.А. // В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ

НАУКИ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 75 - 77.

3. Докукина И.А. Перспективные направления развития человеческого потенциала в условиях инновационной активности региона / Докукина И.А., Ловчикова Е.И. // В сборнике: Проблемы развития отраслей АПК: тенденции и перспективы 2012. С. 130 - 134.

4. Лытнева Н.А. Развитие методического инструментария в управлении оценкой эффективности персонала / Лытнева Н.А., Парушина Н.В. // Вестник ОрелГИЭТ. 2015. № 2 (32). С. 101 - 106.

© Д. А. Полохина, 2019.

УДК 330

Абкадыров Р.Р.
к.г.н., ст.преп.
ст.преп кафедры менеджмента и государственного управления
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»
г. Симферополь, Российская Федерация
Пурто Э.У.
студент 4 курса
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»
г. Симферополь, Российская Федерация.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Аннотация. Рост национальной экономики в современных условиях хозяйствования обусловлен развитием научно - технического прогресса. Поэтому НТП требует комплексного подхода для своей реализации – объединения науки, техники, экономики предпринимательства и менеджмента. Инновационный процесс тесно связан с товарно - денежными отношениями на всех его этапах. Это обстоятельство убедительно проявляется в условиях регулируемой рыночной экономики в развитых странах. Основное количество инновационных процессов реализуется здесь частными компаниями разного уровня и масштаба. Данные процессы выступают не как самостоятельная цель, а как средства для лучшего решения производственных и коммерческих задач компаний добивающихся высокой прибыльности.

Ключевые слова: инновационный процесс, управление, рынок, научно - технический прогресс, инновационный продукт.

«Инновационный процесс – это процесс преобразования научного знания в инновацию, который можно представить как последовательную цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании» [1]. Главной отличительной особенностью инновационного процесса от научно - технического прогресса то, что

инновационный процесс не останавливается после внедрения продукта, услуги или технологии на рынок.

Наиболее перспективным направлением научно - технического развития экономики страны становится инновационный процесс, так как его реализация предполагает, что инновации подразумевают практический и коммерческий эффект.

Можно выделить три стадии инновационного процесса:

— Разработка нового продукта, услуги или технологии;
— Внедрение на рынок;
— Получение экономического эффекта.

Главная его особенность заключается в том, что сама идея, дающая толчок производству инновационного продукта, является уже не результатом так называемой «чистой науки», а выступает как практически направленная инновационная идея, предусматривающая получение конкретного экономического эффекта [2].

Сегодня интенсификация инноваций должна стать основой для развития современной экономики. Статистические данные Министерства промышленности, науки и технологий Российской Федерации показывает, что рынок высокотехнологичной продукции составляет 2 триллиона 400 миллиардов долларов. В процентном распределении 38 % приходится на долю США, 31 % - Японии, 15 % - Германии. На долю России приходится 0,5 % , при этом расчеты утверждают, что Россия может иметь долю в 12 - 18 % макротехнологий. Основной проблемой, которая сдерживает рост инноваций в России являются сложности организации и управления инновационными процессами в отдельных субъектах.

Такие проблемы возникают вследствие недооценки сложности и важности инновационных процессов, которые сегодня являются основой для развития экономики любой страны и регуляторами ее стабильного функционирования. Также негативно на развитии инновационных процессов отражается неготовность и неприспособленность промышленности России в переходный период к инновациям как факторам обеспечения конкурентоспособности в условиях рыночной экономики. В значительной степени это было обусловлено различиями в подходах к управлению ИП в плановой и рыночной экономике [3].

Управление инновационным процессом в рыночной экономике имеет свои особенности. Главной проблемой внедрения инноваций является восприятие рынком нового продукта.

Выделим этапы инновационного процесса в рыночной экономике.

Ключевым событием для становления определённого инновационного процесса является поиск рыночной ниши, где будет присутствовать спрос на будущую инновацию. На этом этапе анализируются желания потенциальных потребителей, планируются ценовые параметры, выявляются границы рынка.

Вторая стадия инновационного процесса состоит в проведении научно - исследовательских разработок, которые позволяют выявить аспекты практического применения результатов проведенного исследования. Работы на этом этапе сопровождаются высокой степенью риска получения в итоге отрицательных результатов, а также высокой вероятностью потерь вложенных в исследования денежных средств.

Третий этап состоит из опытно - конструкторских работ, в результате которых должны появиться образцы новых изделий. На этом этапе осуществляется переход от исследований к промышленному освоению.

Завершающей стадией инновационного процесса является внедрение продуктов, услуг или технологий на рынок. Эта стадия включается в себя производство, мелкие доработки, массовое производство, сертификацию, а также расширение рынка сбыта путем проведения маркетинговой деятельности.

Последующие стадии инновационного процесса основаны на насыщении рынка продуктом, а затем спадом объема продаж.

Такая схема инновационного процесса общепризнана и распространяется для всех видов инновационных продуктов [3].

Таким образом, инновационный процесс — это процесс перехода научного знания в инновационный продукт, услугу или технологию. Основной чертой его является непрерывность после внедрения, что открывает для ИП новые рынки. Поэтому можно сделать вывод, что посредством инновационного процесса создаются новые продукты, услуги и технологии, которые необходимы рынку.

Список использованной литературы:

1) Управление инновационным процессом [электронный ресурс] – Режим доступа: https: // otherreferats.allbest.ru / management / 00180324 _ 0.html

2) Управление инновационным процессом в условиях рынка [электронный ресурс] – Режим доступа: https: // works.doklad.ru / view / a6eVGyhr8pE.html

3) Инновационный процесс [электронный ресурс] – Режим доступа: http: // mirznanii.com / a / 166960 / upravlenie - innovatsionnym - protsessom - v - usloviyakh - rynka

© Абкадыров Р.Р., Пурто Э.У.

УДК33

Я.Р.Рамазанова
магистрант 1 курса
Российская таможенная академия,
г. Люберцы, РФ
E - mail: yanina.ramazanova@mail.ru
Научный руководитель: Н.А. Бударина
доктор экон. наук, профессор кафедры МЭО
Российская таможенная академия
г. Люберцы, РФ
E - mail: natala5555@ rambler.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА: РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ

Аннотация. *В данной статье проанализирован начальный этап разработки бренда. Основное внимание уделено важности процесса позиционирования бренда для его выхода на рынок. Приведено определение понятию позиционирование бреда. Приведен пример составления концепции позиционирования. Описаны этапы позиционирования бренда.*

Представлены основные задачи позиционирования бренда. Разработан алгоритм позиционирования. В статье проанализированы основные методы позиционирования бренда.

Ключевые слова: брендинг, позиционирование, марка, конкурентоспособность, рынок, брендменеджмент, концепция позиционирования.

Annotation. *The article analyzes the initial stage of brand development. Given the definition of the concept of positioning delusions. The focus is on the importance of the brand positioning process for its entry into the market. Describes the stages of brand positioning. Presents the main objectives of brand positioning. Developed positioning algorithm. An example of a positioning concept is given. The article analyzes the main methods of brand positioning.*

Key words: *branding, positioning, brand, competitiveness, market, brand management, positioning concept.*

Важнейшим этапом для разработки успешного бренда, является его грамотное позиционирование. Позиционирование представляет собой базовый начальный этап становления бренда, оно включает как изучение и выявления конкурентных преимуществ, так и поиск наиболее выгодной ниши и формы размещения коммерческого предложения на рынке.

Позиционирование - инструмент продвижения бренда, нахождение места в сознании целевой аудитории и формирование определенных образов и атрибутов бренда, которые наиболее выгодно отличались бы от марок конкурентов и являлись бы для целевого потребителя значимыми, соответствовали его потребностям или потребительским ожиданиям наилучшим образом [1, с. 408].

Идеология бренда должна быть понятна как для работников фирмы, так и для потребителей. Аудитория, на которую направлен товар, должна видеть, почему данный товар лучше, в чем преимущества перед конкурентами, в чем ваше отличие.

Главная задача позиционирования - утвердиться в сознание покупателя как лучший бренд с лучшим товаром.

Процесс воссоздания позиционирования бренда довольно непростой и многошаговый процесс. Можно выделить три основных этапа разработки позиционирования бренда:

Во - первых, исследование конкурентной среды. Полное изучение конкурентов, их преимуществ, и слабых сторон, исследование рынка, то, как потребители воспринимают определенных конкурентов, оценка коммуникативных платформ конкурентов;

Во - вторых, создание системы позиционирования бренда, подбор ее основных атрибутов, основополагающих принципов, которые определят вектора его развития. Воссоздание идеологии бренда и его визуализация, отражающая послание, которое он несет.

В - третьих, тестирование вариантов на предмет соответствия ценностным преференциям целевой аудитории, уникальности в конкурентном окружении и адекватности платформы товарной категории [2, с. 256].

Так же есть четыре «золотых» правила, которые необходимо учитывать при вырабатывании позиционирования бренда:

- позиционирование должно отличаться от позиционирования конкурентов, что позволяет предприятию быть узнаваемым и уникальным.

- важно, чтобы продукт соответствовал спросу потребителей. Надо правильно поставить вопрос нуждается ли целевой потребитель в данном товаре.

- товар и бренд должен соответствовать своему позиционированию. Так как если ситуация будет обратная, это испортит престиж фирмы, так как ожидания потребителя остаются неоправданными

- если бренд является престижным, то он не должен быть представлен и предлагаться в коммерческих киосках, это меняет его ценность, депозиционирует его. Так же если бренд является массовым и представлен по низкой цене, не желательно, что бы он содержал в себе сложные приемы, которые могут быть не понятны для потребителя, на которого рассчитан этот товар.

Ответственный подход к позиционированию важен. Позиционирование является фундаментом, от которого зависит устойчивость бренда на рынке [5, с.35 - 50].

Приведём несколько вариантов позиционирования:

1.Позиционирование качества. Качество одно из важнейших условий хорошего бренда, то чем можно привлечь людей, которые действительно могут отдать хорошие сумму, за качественный продукт. Высокая цена, у многих ассоциируется с хорошим качеством, хоть зачастую это таковым не является. Следовательно, увеличив стоимость можно создать восприятие бренда, как качественного продукта, но важно все же что бы продукт соответствовал своей цене. Так же если сузить специализацию фирмы на одной деятельности или одном продукте, то фирма будет восприниматься как эксперт в своей деятельности, не та которая создает много продуктов среднего качества, а один квалитативный. Компания, сфокусированная на определенной деятельность в восприятии потребителей является лучше, чем у фирмы – универсал.

2. Позиционирование ценности. Дорогой бренд, воспринимается, как ценный бренд. В наше время популярность среди потребителей, таких брендов как никогда актуальна.

3. Позиционирование особенностей. Позиционирование с опором на характеристики.

4. Позиционирование с упором на отношение. Изучить скрытые, внутренние потребности потребителей и создать связь со своим брендом. Построить позиционирование не только на своем товаре, но и на покупателях этого товара.

5. Позиционирование стремлений. Пробуждение эмоций у потребителя, создать связь между своим брендом и стремлениями, к чему любо важному, месту, человеку, состоянию души.

6. Позиционирование соперничества. Когда фирма показывает, свои преимущества перед конкурентами.

7. Позиционирование с упором на чувства. Многие фирмы используют эмоциональный прием, игра на чувствах. Психологические подход в практике весьма эффективен.

8. Позиционирование, основанное на выгоде. Идея маркетологов заключается в том, что, приобретая товар покупатель, так же получает от фирмы что - то взамен, или же что потраченное со временем вернется [4, с. 96].

Если бренд грамотно отнесется к позиционированию, то это позволит ей закрепиться в сознание потребителя, как фирма, которой можно доверять, чей товар является наилучшим среди конкурентов.

Коков должен быть алгоритм позиционирования?

● В первую очередь надо определить:

- предназначение товара,
- товарная группа товара,
- какие потребности будет удовлетворять данный товар,
- польза и преимущество использования это марки.

● Нужно исследовать по каким критериям покупатели выбирают товар из одной группы, как воспринимают качественные характеристики продуктов одной группы и каковы их ожидания от бренда.

● Изучение конкурентных брендов. Исследование всех конкурентных марок в различных товарных группах.

● Разделить возможных потребителей марки на сегменты – однородные группы.

После того как всех потенциальных конкурентов отсортировали по степени влияния на целевой рынок, изучаем как эти марки себя позиционируют, то как потребители оценивают эти марки, их характеристику и качество, их сильные стороны. Надо исследовать, как покупатели относятся к брендам, как различают и идентифицируют бренды по разным признакам, и так же влияние, которое данная марка оказывает на чувства потребителя, какую оценку он ей дает, какие ассоциации возникают.

Сравнение позиций конкурентоспособных марок, дает возможность выяснить, по каким критериям покупатели выделяют и связывают марки в одной товарной категории, это позволяет найти нишу, т.е. не занятый, недостаточно освоенный участок рынка среди марочных позиций, который будет удовлетворять нужды покупателя и сулит получение прибыли. Затем формулируются позиции бренда, которые зависят от выгод и положительных сторон марки, минусов конкурентов и актуальности этой позиции для целевого сегмента потребителей [3, с. 256].

Ключевые характеристики позиционирования бренда, сокращаются до краткой концепции позиционирования, она становится смысловым стержнем, для дальнейшей деятельности фирмы, она определяет «роль» марки в сознании целевых потребителей.

Концепцию позиционирования бренда можно сформулировать в одном предложение: «Для [целевых клиентов], [название бренда] – это [определение места на рынке], которая обеспечивает [возможности бренда], потому что только [название бренда] является [причина верить]».

Изучив ключевые характеристики позиционирования бренда, можно рассмотреть несколько концепций мировых брендов:

‣ «Автомобили «Renault» предназначены для удовлетворения потребителей без предубеждений, нонконформистов; *Renault* — мечтательный, смелый и сердечный производитель автомобилей, предлагает испытать уникальное удовольствие от движения и жизни в салоне».

‣ «Для пользователей World Wide Web, читающих книги, Amazon.com является розничным продавцом книг, который обеспечивает мгновенный доступ к более чем 1,1 миллиону книг. В отличие от традиционных розничных продавцов книг, Amazon.com предлагает сочетание необычайного удобства, низких цен и комплексного выбора».

‣ Бытовая «Electrolux» предназначена для современных, серьезных семей, так как она предлагает им продуманные решения с простотой и заботой.

‣ «Для городских жителей, образованных и технически опытных потребителей. Используя услугу обмена автомобилями Zipcar вместо того, чтобы покупать автомобиль, вы экономите деньги, сокращая выбросы углерода».

У многих мировых брендов концепция позиционирования похожа на девиз, начертанный на развевающемся знамени, и на предложение потребителям объединиться под этим флагом:

- «Adidas - Невозможное возможно»;
- «Volvo - Самые надежные машины в мире»;
- «Philips - Изменим жизнь к лучшему»;
- «Apple - Думай иначе»;
- «Pepsi - Выбор нового поколения»;
- «Toyota - Управляй мечтой»;
- «L'Oreal - Потому что ты этого заслуживаешь»;
- «Любуйся красотами Америки из окна своего «Chevrolet».

Сильная идея бренда, при этом простая и актуальная, в которой наблюдается важность своей миссии, заряжает аудиторию своей энергий, следовательно, ведет к увеличению потребителей данного бренда.

Таким образом, подводя итоги, можно заключить, что позиционирование бренда является довольно трудоёмким, многоэтапным процессом, но является важнейшей и базовой частью в становлении бренда, который нельзя пускать на самотек. Ответственный подход к позиционированию бренда даст возможность компании выйти на рынок, закрепиться в сознание потребителей как хороший и доброкачественный бренд, и занять лидирующие позиции на мировом рынке.

Список литературы

1. Домнин, В. Н. Стратегический брендинг : учебно - наглядное пособие / В. Н. Домнин. – СПб. : Изд - во СПбГУЭФ, 2016. – 408 .

2. Идрис, М. Брендинг за 60 минут / М. Идрис. - М.: Эксмо, 2016. - 256 с.

3.Музыкант, В.Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: Риор, 2018. - 256 с.

4. Секстон, Д. Университет Трампа. Брендинг 101 / Д. Секстон. - Мн.: Попурри, 2017. - 96 с.

5. Старов С. Бренд: понятие, сущность, эволюция. Вестник Санкт - Петербургского университета. Сер. Менеджмент (2): 2010. - 3–39.

6. Тамберг В., Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса. М., 2009.

7. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд: Учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд. - М.: ЮНИТИ, 2014. - 559 с.

8. Шарков Ф. И. Интегрированные бренд - коммуникации (бренд в системе интегрированных коммуникаций). М.: РИП - Холдинг, 2014. - 324 с.

© Я.Р. Рамазанова , 2019

УДК33

Тищенко М.В., Рыжкина П.В.
студентки 2 курса; факультета ЭиФ, РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация
Миненко А.С.
студентка 3 курса; факультета ЭиФ, РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация
Научный руководитель: **Кузнецова М.А.**
ст.пр., РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

К ВОПРОСУ СОДЕРЖАНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация: в статье рассматриваются основные моменты формирования учетной политики и условия использования документооборота.

Ключевые слова: учетные документы, способы ведения бухгалтерского учета, документооборот.

Создание и ведение бухгалтерского учета определяется степенью его ограничений. В условиях постоянного контроля учета из единых правил складываются определенные нормы, которые необходимо соблюдать на систематической основе.

Без определенного руководства учета невозможно оценить работу организации по учетным данным. Наиболее рациональным вариантом организации бухгалтерского учета является объединение централизации и либерализации бухгалтерского учета, которое предполагает установление требований и правил бухгалтерского учета методологическим центром, а допустимые конкретные способы бухгалтерского учета выбираются организацией самостоятельно в зависимости от специфики ее деятельности и т.д. [1]

Реализация, правильно подобранной учетной политики способно влиять на повышение эффективности использования различных ресурсов, получить дополнительные источники финансирования, а также привлечь внешние ресурсы для расширения деятельности на мировом рынке.

В каждой организации в обязательном порядке формируется документ, который будет определять порядок ведения бухгалтерского учета. Этим внутренних документов является приказ руководителя об учетной политики. Способы ведения бухгалтерского учета применяются во всех подразделениях организации независимо от местонахождения.

Ведение бухгалтерского учета можно условно говоря разделить на условия и способы. Условия, которые помогут реализовать требования в области учетной политики могут быть следующими: рабочий план счетов; формы первичных документов; порядок инвентаризации активов.

Условия, которые помогут в применении способов оценки могут быть следующими: правила документооборота; технология обработки учетной информации.

Правила документооборота устанавливаются для правильного создания и контроля в бухгалтерском учете первичной документации. Для этого прежде всего создается график документооборота, который непосредственно входит в состав учетной политики организации. В графике документооборота прописывается перечень работ, которые необходимо проводить каждым подразделением организации в соответствии со сроками выполнения. [2, С.73]

Для того, чтобы сотрудники не нарушали правила документооборота им выдается выписка из графика. В данной выписке прописывается документы, которые необходимо предоставить на проверку, срок их оформления. Функция контроля за соблюдением графика возлагается на главного бухгалтера, а за своевременное создание документов и передачу их для отражения в бухгалтерском учете несут лица, которые подписали эти документы.

Для правильной работы всех подразделений организаций существуют определенные требования к документообороту:

- составление первичного документа в момент совершения операции в соответствии с требованиями;
- передача документов в бухгалтерию для проверки документов;
- обработка документов.

Учетная политика организации должна применятся каждый год. Но нормативными документами предусмотрено частичное изменение учетной политики:

- при изменении законодательства РФ;
- при изменении нормативных актов бухгалтерского учета. [3, С.36]

Официальные изменения должны вводиться с 1 января, следующего за годом утверждения изменений.

Подводя итог, хотелось бы подчеркнуть, что каждая организация имеет право выбрать любой способ ведения учета в зависимости от специфики деятельности. Учетная политика организации является основополагающим элементов документального регулирования бухгалтерских служб. Причем правильно сформированная политика позволяет оптимизировать налогообложение и иных операций.

В заключении следует отметить, что при формировании учетной политики организации следует учитывать особенности ее уставной деятельности, форму собственности и организационно - правовую форму, объемы операций и другие факторы.

Список литературы:

1. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 21.11.1996 3129 - ФЗ (в ред. От 03.11.2006 No 183 - ФЗ);
2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учеб. пособие. – М.:ИФНРА - М, 2002 г., - 97 с.

3. Палия В.,Виляя Р.Ван. Управленческий учет: Учеб. пособие. –М.:ИНФРА – М, 1997 г., - 35 - 39 с.

© Тищенко М.В., Рыжкина П.В., Миненко А.С., 2019 г.

УДК33

Тищенко М.В., Рыжкина П.В.
студентки 2 курса; факультета ЭиФ, РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация
Миненко А.С.
студентка 3 курса; факультета ЭиФ, РГЭУ (РИНХ),
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

ОБ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТАХ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ КОНТРОЛЬ В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: в настоящее время внутренний финансовый контроль в секторе госуправления находится в процессе реформирования. Его очередной этап связан с внедрением единых федеральных стандартов внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля, которые, в свою очередь, разрабатываются на основе международных стандартов.

Ключевые слова: финансовый контроль, автономные учреждения, бюджет, целевые средства.

Согласно Бюджетному кодексу бюджетный контроль подразделяется на внутренний и внешний [1]: внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль в сфере бюджетных правоотношений является контрольной деятельностью соответственно Счетной палаты Российской Федерации, контрольно - счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Внутренний государственный (муниципальный) финансовый контроль в сфере бюджетных правоотношений является контрольной деятельностью Федерального казначейства, органов государственного (муниципального) финансового контроля, являющихся соответственно органами (должностными лицами) исполнительной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций (далее - органы внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля), финансовых органов субъектов Российской Федерации (муниципальных образований).

О том, как изменится внутренний финконтроль в ближайшем будущем, можно судить, в частности, по законопроекту N 493988 - 7. Расскажем, какие изменения в жизнь автономных учреждений привнесет данный законопроект и как его можно использовать для построения системы внутреннего контроля автономных учреждений. Кроме того, проанализируем методологическое содержание международных стандартов внутреннего контроля в госсекторе, значимость которых сегодня возрастает.

Место автономных учреждений в системе государственного (муниципального) финансового контроля обусловлено тем, что они являются самостоятельными субъектами

гражданских прав и их финансирование осуществляется в виде субсидий. В зависимости от того, в одной или разных системах находятся субъект и объект, контроль делится на внешний и внутренний. [2]

Как экономический субъект автономное учреждение осуществляет внутренний финансовый контроль. Обязательность этого установлена ст. 19 Закона о бухгалтерском учете и п. 6 Инструкции N 157н. Здесь автономные учреждения - субъект контроля. Во внутреннем контроле учреждения не ограничены нормативными рамками, что позволяет им самостоятельно выбрать его формы и способы, то есть наиболее удобный для себя формат контроля.

Руководителей интересуют оба статуса автономных учреждений: желательно, чтобы собственная контрольная система способствовала успешному прохождению проверок, проводимых вышестоящими органами. Если уровень организации внутреннего контроля оценивается внешними контролерами как высокий, за этим следует ослабление надзора и, соответственно, более комфортная текущая работа учреждения.

Осуществление контроля в бюджетной сфере регулируется гл. 26 БК РФ. Внутренний финансовый контроль и внутренний финансовый аудит отнесены к бюджетным полномочиям главных администраторов (администраторов) бюджетных средств (ст. 160.2 - 1 БК РФ). Под последними понимаются министерства и ведомства, прочие государственные органы (органы местного самоуправления) и их территориальные органы, казенные учреждения.

Сюда не входят государственные (муниципальные) учреждения, а потому в системе государственного внутреннего финконтроля автономные учреждения не обладают субъектностью. Но какой бы вид контроля ни осуществлялся, методология практически одинакова. Отслеживая основные тенденции развития внутреннего контроля в госсекторе, автономные учреждения могут взять на вооружение все передовые техники проверки.

По Правилам N 193 внутренний финансовый контроль проводится исполнителями и руководителями структурных единиц, внутренний финансовый аудит - функционально независимым подразделением. Такие контроль и аудит тесно связаны между собой. Контроль интегрирован во все стадии принятия и исполнения управленческих решений в рамках финансового менеджмента государственного сектора.

С помощью аудита оценивается эффективность контроля и вырабатываются рекомендации по ее повышению. При этом цели, задачи и методы внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового автономные аудита схожи, они различаются только предметом изучения.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (в ред. Федеральных законов от 20.08.2004 No 120 - ФЗ, от 27.12.2005 No 197 - ФЗ) // СПС Консультант Плюс.

2. Епифанова В.И. Роль учета и контроля бюджетных обязательств в управлении расходами бюджета / В.И. Епифанова // Журнал «Финансы», 2018 г.

© Тищенко М.В., Рыжкина П.В., Миненко А.С., 2019 г.

УДК 330.34

М.Т. Сабиев, Е.Р. Грешнова, Б.А. Долуда
Студенты
«РГЭУ (РИНХ)»
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация
E - mail: doluda.bogdan@yandex.ru

ПУТИ ИНТЕГРАЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Аннотация
В статье рассматриваются пути интеграции России в систему международных экономических отношений. Авторами анализируются и приводятся приоритетные пути государственной политики, которые могут поспособствовать становлению России, как активного участника мировой экономики.

Ключевые слова
Интеграция, экономика, экономические отношения, Российская Федерация.

Российская Федерация сегодня обладает всеми необходимыми преимуществами, которые вполне реально дают стране шанс прекратить спад производства, позволяющими выйти на путь стабильного экономического развития. Именно благодаря этим преимуществам Россия вполне реально может стать страной, которая сможет влиять на многие мировые глобальные трансформации, стать одним из ключевых участников мировых экономических отношений. Однако для этого стране критически необходимо решить проблемы, с которыми она столкнулась в последние годы – найти модель устойчивого экономического развития и следовать ей. Наиболее действенной и эффективной стратегией интеграции России в мировую экономику является сочетание структурной перестройки экономики с ее ориентацией на активный рост экспорта. Именно через развитие экспорта может быть достигнуто сохранение положительного сальдо торгового баланса.

Наращивание экономической мощи страны сегодня невозможно представить без её интеграции в мировую экономику, однако этот процесс не должен ограничиваться отраслями топливно - энергетического комплекса, первичной переработки минерального и сельскохозяйственного сырья. Россия должна найти и занять свою нишу в мировой экономике и этой нишей вполне обоснованно может стать сфера высоких технологий.

Ведь в настоящее время место страны в глобальной экономике определяется, прежде всего, качеством человеческого капитала, состоянием образования, степенью и эффективностью использования достижений науки и техники в производстве.

На сегодняшний день большое количество сырья, ресурсов и рабочей силы уже нельзя расценивать как ключевое конкурентное преимущество. Это связано с тем, что с каждым годом происходит все большее обесценивание этих факторов в создании стоимости конечных продуктов.

Так, одним из основных приоритетов государственной экономической политики России должно стать сохранение и развитие научно технического потенциала страны, а также повышение ее конкурентоспособности и как в целом на мировом рынке, так и на отдельных товарных.

В настоящее время Российская Федерация по - прежнему остается мировым лидером в разработке и решении ряда фундаментальных проблем в разных областях науки - физике,

математике, химии, физиологии, медицине, а также разного рода прикладных разработках - лазерной и криогенной, технологиях новых материалов, аэрокосмической техники, отдельных образцов военной техники и технологий и др. [1]

Крайне важно со стороны государства стимулировать развитие высокотехнологичных производств, основанных на отечественных научно - технических разработках, ведь именно эти производства способны обеспечить конкурентные преимущества российским и мировым компаниям как в долгосрочной, так и в краткосрочной перспективах. Сейчас именно отраслевые научно - исследовательские институты, обладают техническими разработками и технологиями, которые в перспективе будут определять не только конкурентоспособность отдельных товаропроизводителей, отраслей промышленности, но и основные направления развития мировой цивилизации.

Приоритетное развитие наукоемких отраслей поможет России занять достойное место в международном разделении труда и значительно повысить конкурентоспособность страны как в целом в глобальной экономике, так и на отдельных товарных рынках. Рассчитывать на прорыв, на мировые рынки готовых изделий и наукоемких изделий Россия, может, лишь резко сократив издержки производства, при этом повысив производительность, интенсивность труда и эффективность материального производства. [2]

В заключение можно сделать вывод, что нельзя представить себе существование какой - либо универсальной модели социально - экономического развития и прогресса в целом. Каждая страна, вставшая на путь развития должна выбирать тот путь, который в наилучшей степени отвечает ее историческим, политическим и культурным традициям.

Список использованной литературы:

1. Бабанов В. Н. Производительный потенциал России // Научно - методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 5. – С. 6–12. – URL: http: // e - koncept.ru / 2016 / 56141.html (дата обращения: 22.05.2019).

2. Информационно - аналитическое сетевое издание - http: // провэд.рф / (дата обращения: 22.05.2019).

© М.Т. Сабиев, Е.Р. Грешнова, Б.А. Долуда, 2019

УДК 343

Б. Б. Сайфидинов
канд. экон. наук, доцент РГППУ,
г. Екатеринбург, РФ
E - mail: bs1947@yandex.ru
С. А. Ершов
студент РГППУ,
г. Екатеринбург, РФ
E - mail: const1723@gmail.com

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В КАЧЕСТВЕ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ

Аннотация: Статья посвящена научному обоснованию способов переработки бытовых отходов в качестве вторичного сырья. Рассматривается возможность применения к

бытовым отходам методов обеспечения и оценки эффективности переработки, опробованных в отношении переработки техногенных отходов.

Ключевые слова: вторичное сырье, бытовые отходы, эффективность переработки, методики оценки эффективности переработки.

Переработка отходов производства и потребления является одной из наиболее значимых проблем в современном мире. В не меньшей степени она актуальна и для Россиийской Федерации, учитывая ее масштаб. Наблюдается ускоряющийся рост образования отходов в России: в 2005 г. - 3,2 млрд. т.; в 2018 г. — 8,2 млрд. т.

Общий объем накопленных неутилизированных отходов оценивается более, чем в 110 млрд. т. Скопившиеся на территории страны отходы, свалки, захоронения высокотоксичных и ядовитых веществ наносят огромный экологический ущерб. На территории РФ насчитывается более 10 000 полигонов и свалок. При этом средний уровень использования отходов в хозяйственных целях составляет не более 33 - 38 % , средний уровень вторичного использования промышленных отходов составляет неболее одной трети, твердых бытовых – всего 3,5 % [5, с. 24–26].

Цикл появления и жизни мусора выглядит следующий образом. Сначала на фабрике изготавливают предмет, который имеет ценность, товар продают покупателю. Потребитель использует товар и выбрасывает его, когда ценность товара для покупателя становится равной нулю. Мусор попадает из мусорного ведра в мусорный бак. Затем вывозится из города на мусоровозах и сгружается на полигоны, свалку за городом. И там мусор доживает свою жизнь. Таким образом, с точки зрения нашей планеты мусор никуда не исчезает, он просто перемещается с фабрик и домохозяйств на полигоны. Альтернатива захоронению, которое не приносит никаких доходов, — вторичная переработка бытовых отходов, рециклинг [1; 3; 5].

При явном растущем интересе к проблеме эффективности использования бытовых отходов как вторичного сырья единой систематизированной терминологии по данной проблематике пока не разработано, методология исследования и оценки твердых бытовых отходов (ТБО) не сформирована, общепринятая классификация бытовых ресурсов отсутствует, структура взаимосвязей «отходы – ресурсы – сырье» страдает пробелами, а само понятие «антропогенное сырье» трактуется неоднозначно. Ввиду явной актуальности множества очерченных проблем попробуем разобраться хотя бы с частью из них. Вся произведенная в стране продукция практически полностью переходит в категорию отходов после ее использования потребителями как в сфере производства и услуг, так и в процессе конечного потребления. Значительное количество отходов образуется в очистных сооружениях, как в производственном, так и в коммунальном секторе экономики. Глобально все отходы делятся на 2 типа — отходы производственного и бытового потребления. Ко второму типу относятся твердые бытовые отходы (ТБО) — объект дальнейшего изучения. Это отходы упаковки, изношенная одежда и обувь, отработанные аккумуляторы, гальванические элементы и люминесцентные лампы, а также потерявшие потребительские свойства мебель, бытовые приборы и бытовая техника, автотранспортные средства, электро - радиоаппаратура, техника, отработанные масла и технологические жидкости и т. д.

В России, по оценкам Научно исследовательского центра по проблемам управления ресурсосбережением и отходам [2], ежегодно образуется:

- промышленных отходов – около трех миллиардов тонн (при этом более 90 % таких отходов являются побочным эффектом добычи и обогащения полезных ископаемых;
- строительных отходов, включая отходы от сноса зданий и замусоренный грунт, — 100 млн т;
- твердые бытовые отходы – около сорока миллионов тонн;
- отходы агропромышленного комплекса (характеризуется влажностью более 95 %) – 102 млн. т.

Особую категорию составляют отходы медицинских учреждений, которые, занимая незначительную долю в общей структуре ТБО (в пределах 2 %), представляет опасность в эпидемиологическом плане.

По своему составу ТБО могут быть классифицированы следующим образом:

- бумажные отходы — 43 % от общего объема ТБО;
- пищевые отходы (органического происхождения) — 19 %
- различные виды стекла — 12 %
- железосодержащие сплавы (от консервных банок до радиаторов отопления) — 9 % ;
- алюминий и другие цветные металлы — 2 % ;
- пластик и пластмассы — 10 % ;
- кожа, резина, текстиль — 5 % .

Данная классификация показывает разнообразие бытового (домашнего) мусора по составу. Значительную часть ТБО составляют пластмассы и полимеры, которые в обычных условиях чрезвычайно долго разлагаются. При этом, многие разновидности этого вида отходов вполне могут быть использованы и для этого - вторично переработаны. Это касается большинства разновидностей ТБО, за исключением пищевых (органических).

В исследованиях, посвященных вопросам переработки вторичного сырья, часто используются термины «ресурсы», «сырье», «отходы», «вторичное сырье» [1; 2; 4; 5].

Проведенный анализ экономических исследований, посвященных вопросам вовлечения в переработку бытовых отходов, позволил выявить несовершенство используемых классификаций объективно препятствующее эффективности использования вторичного сырья. Так, например, традиционно вторсырье подразделяют на техногенное и ТБО. Техногенные отходы являются предметом ответственности промышленных предприятий и выходят за рамки настоящей статьи.

Кроме этого, было выявлено, что не все ТБО могут теоретически быть использованы в качестве вторсырья, а только около 80 % их состава. Эта часть ТБО может быть определена как «антропогенные ресурсы». Находясь в логике темы статьи целесообразно прибегнуть к еще одному понятию, которое наиболее точно может быть сформулировано, как «антропогенное сырье» - та часть антропогенных ресурсов, использование которой во вторичной переработке технологически возможно (имеются в виду существующие стандарты и технологии) и экономически эффективно.

При таком подходе становится возможным использование в отношении ТБО «наработанного» в промышленной сфере инструментария эффективной переработки техногенного сырья, включающего следующие классификационные признаки эффективности:

- масштабность формирования вторсырья и его высокая локализация (в крупных городах и т.п.);

- востребованность (уровень рыночного спроса на ресурс);

- комплексность использования (возможная степень использования всех полезных компонентов ресурса);

- рентабельность переработки.

Таким образом, в данной статье на основании анализа подходов к классификации бытовых отходов и исследованию структура ТБО формулируется вывод о принципиальной возможности и экономической целесообразности использования обеспечивающего экономическую эффективность инструментария, уже апробированного в процессе переработки техногенных отходов.

Список использованной литературы

1. Брянцева О.С. Развитие методического инструментария оценки эффективности использования техногенного металлургического сырья / Автореферат диссертации на соискание уч. степени канд. экон. наук, Екатеринбург – 2012.

2. Научно исследовательский центр по проблемам управления ресурсосбережением и отходам. URL: http: // www.fgunitspuro.ru

3. Управление электронными и электрическими отходами во Франции / пер. Я. Филимонова // Твердые бытовые отходы. - 2010. - № 12. - С. 59 - 63.

4. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7 - ФЗ «Об охране окружающей среды».

5. Чуркин Н.П. Формирование отходоперерабатывающей индустрии и ее законодательное обеспечение / Н.П. Чуркин, В.В. Жуков // Экологический вестник России. – 2012. — № 6.

© Б.Б. Сайфидинов, С.А. Ершов, 2019

УДК 336.27

В.В. Слепцов
старший преподаватель
Ачинский филиал Красноярского ГАУ
г. Ачинск, РФ
E - mail: slepcovvadim@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАЛОГОВОГО БАНКРОТСТВА

Аннотация

В статье отмечаются процедуры банкротства как юридического, так и физического лица. В статье проанализированы преимущества с законодательной точки зрения. Выявлены главные риски, которое несет в себе налоговое банкротство. Сделан вывод о том, какие претензии налоговых органов оказываются не обоснованными.

Ключевые слова

Банкротство, кредитор, задолженность, несостоятельность, налоговая служба.

Один из законных вариантов избавления от долгов – банкротство. При наличии достаточных обстоятельств (задолженность определенного размера, неисполнение обязательств по ее погашению и очевидная невозможность сделать это в предстоящее время) гражданин или организация могут быть признаны банкротом. Напомним, что задолженность, при неспособности погасить ее в течение 3 - х месяцев, для юрлица должна составлять минимум 300 тыс. руб., а для физлиц (включая ИП) – 500 тыс. руб. Инициатором процедуры банкротства может стать сам должник, любой из его кредиторов или уполномоченный государственный орган. В качестве последнего чаще всего выступает Федеральная налоговая служба России. И ситуации, когда налоговая подала на банкротство, случаются все чаще. Отметим, что такие заявления подаются преимущественно в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. В отношении «физиков» вероятность такого обращения очень мала т.к. налоговая задолженность, превышающая полмиллиона рублей, у данной категории налогоплательщиков встречается крайне редко, и налоговики находят иные пути ее погашения. Такого термина официально в законодательстве нет, но на практике его используют все чаще. Под ним понимают процедуру банкротства, начатую по обращению налогового органа.

Нередко ФНС в таких делах – основной или единственный кредитор. Отметим, что законодательство предусматривает ряд преимуществ для налоговой службы по сравнению с другими кредиторами:

- срок подачи требований в конкурсном производстве можно продлить до полугода;
- усложненный порядок пересмотра полученных ИФНС платежей в рамках обжалования сделок должника;
- возможность заявлять о привлечении к субсидиарной ответственности руководителя должника, при условии, что более половины задолженности возникло в результате нарушений законодательства.

Также отметим, что действующее законодательство предусматривает возможность налоговых органов привлекать к погашению задолженности не только самого должника и его руководителя, но и бенефициаров или аффилированных лиц. Нередко это происходит в рамках процедуры банкротства. Уже два года действует порядок, при котором заключение соглашения об отступном в пользу одного из конкурсных кредиторов, предусматривает его обязанность внести часть стоимости получаемого имущества в конкурсную массу. Для налоговых органов это стало возможностью частично погашать свою задолженность т.к. ранее подобные соглашения позволяли закрыть требования всех кредиторов, кроме уполномоченного государственного органа, который не вправе принимать в качестве погашения имущество и обязательства имущественного характера.

Как отмечают руководители налогового ведомства, долгое время бизнес пытался избавиться от проблем через банкротство, налоги при этом в бюджет практически не попадали и списывались как безнадежные. Расширение возможностей взыскания как на предбанкротной стадии, так и в самой процедуре, изменили процент погашения налоговых долгов в большую сторону. Фактически, законодательство о банкротстве в настоящее время не дает умышленно обанкротить компанию с целью уйти от задолженности по налогам. Для должника вариант, когда налоговая служба подает на банкротство, не желателен т.к. в этом случае арбитражный управляющий будет выбираться заявителем и,

следовательно, будет отстаивать интересы этого кредитора. Формально арбитражный управляющий должен сохранять независимость по отношению и к должнику, и к кредитору. Но практика показывает, что привлеченные налоговой арбитражные управляющие чаще остальных подают заявления о привлечении к субсидиарной ответственности, взыскивают неосновательное обогащение или убытки с бывших руководителей. Это возможно по той причине, что действующая редакция закона «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127 - ФЗ содержит презумпцию вины руководителя юридического лица, т.е. изначально считается, что его виновные действия привели организацию к невозможности расплатиться со своими долгами в том числе, произвести положенные выплаты в бюджет [1].

Таким образом, один из главных рисков, которое несет в себе налоговое банкротство – возможность взыскания налоговых долгов с руководителя, учредителей и иных лиц, связанных с организацией.

Поводом для субсидиарной ответственности может стать:

- Отказ в передаче документов по деятельности должника;
- Совершение сделок, заведомо невыгодных для организации;
- Непринятие мер по погашению налоговой задолженности;
- Отсутствие плана погашения долгов перед контрагентами и бюджетом.

И множество иных случаев, когда уполномоченный орган или арбитражный управляющий могут убедить суд, что недобросовестные или неправомерные действия руководителя юридического лица привели к его несостоятельности. Для этого собственники и руководители бизнеса должны регулярно контролировать уровень налоговой задолженности. Безусловно, лучший вариант – своевременно исполнять обязанности перед бюджетом и по другим обязательным платежам, но реалии бизнеса таковы, что не всегда это становится возможным. Если же кризисное положение компании очевидно, то лучший выход – самостоятельная подача заявления на банкротство. Долги по налогам в этом случае никуда не денутся, но даже если основным кредитором будет ФНС, то самостоятельное обращение позволит выбрать арбитражного управляющего, который будет лоялен к должнику. В некоторых случаях претензии налоговых органов оказываются не совсем обоснованными. В судебной практике встречаются дела, когда должникам удавалось оспорить сумму задолженности, предъявляемой налоговиками. В результате отпадали основания для признания должника банкротом т.к. размер налоговой задолженности оказывался менее установленной законодательством суммы для банкротства. Таким образом, даже заявление налоговой о банкротстве компании - должника не всегда означает ее окончательную гибель [2].

Список использованной литературы:

1. О несостоятельности (банкротстве) [Электронный ресурс]: федер. закон от 26 окт. 2002 г. № 127 - ФЗ. // Рос. газ. - 2002. - 02 нояб. - (в ред. от 23 апр. 2018 г.). URL: http: // www.consultant.ru / document / cons _ doc _ LAW _ 39331

2. Обзор судебной практики по вопросам, связанным с участием уполномоченных органов в делах о банкротстве и применяемых в этих делах процедурах банкротства [Электронный ресурс]: утв. Президиумом Верхов. Суда Рос. Федерации от 20 дек. 2016 г. - URL: http: // www.consultant.ru / document / cons _ doc _ LAW _ 209226 /

© В.В. Слепцов, 2019

УДК 338

В.А.ГОРБАЧЁВ
старший преподаватель факультета экономики,
Институт экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского
Н.В. СТАНЧЕВА
магистрант 1 курса факультета экономики,
Институт экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского
snv1968@inbox.ru

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ. ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОВ УЧЕТА, АУДИТА И АНАЛИЗА РАСХОДОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Аннотация
В статье рассмотрены вопросы внедрения управленческого учета, классификации затрат, особенностей их учета, применяемых методов аудита и анализа.

Ключевые слова:
Классификация затрат, аудит, анализ, управленческий учет, управленческие решения.

Реализации функций эффективной системы управления предприятием напрямую способствует действенное функционирование системы управленческого учета.

Управленческий учет дает ответ на вопрос, в каком состоянии находится организация, как необходимо распределить имеющиеся ресурсы, чтобы повысить эффективность деятельности предприятия. При этом менеджер организации самостоятельно решает вопросы управленческого учета – как распределить затраты, как детализировать места возникновения затрат, как организовать внутреннюю управленческую отчетность и контроль в организации.

В процессе развития производства предприятие должно правильно спланировать затраты, в целях получения прибыли, поскольку величина получаемой предприятием прибыли не стабильна [1].

С целью эффективного управления затратами в хозяйстве для целей управленческого учета разработана своя классификация затрат в процессе производства.

Анализ ряда научных статей таких авторов как Толчинской М.Н., Гавриловой Э.Н., Блиновой Т.В., Василицкой В.А., Ковалёвой А.В., Чаицкой Е.П, Мамаевой У.З. и др. позволяет сформулировать ряд наиболее актуальных проблем, связанных с ведением учета, аудита и анализа расходов в бухгалтерском учете для принятия оперативных управленческих решений.

Одной из них является проблема отсутствия единства мнений относительно определения применяемой методики учета, аудита и анализа расходов в системе принятия управленческих решений.

Обоснованность применяемого предприятием метода учёта затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) устанавливается на основе изучения особенностей производства предприятия и анализа его учётной политики [2]. В

основе классификации методов учёта затрат лежат способы их группировки по объектам учёта и способы калькулирования себестоимости.

При условии, что традиционные методы управления и учёта затрат (например, стандарт - костинг) ранее достаточно оправдывали себя, то в настоящее время специалисты предполагают, что на сегодняшний день необходимо пересмотреть сложившиеся подходы, которые уже не соответствуют современным условиям конкурентной среды. При этом модификация методологии учёта затрат и калькулирования себестоимости новых (инновационных) продуктов является одной из наиважнейших задач [3].

На настоящем этапе возрастают требования к повышению эффективности управления предприятием, которые обусловливают необходимость функциональной активизации и реформирования внутреннего финансового аудита как составной части управления.

Проведение управленческого аудита является важнейшей задачей внутреннего контроля. При этом функции управления затратами реализуются посредством элементов управленческого цикла: прогнозирование и планирование, организацию, координацию, активизацию и стимулирование выполнения, контроль, учет, анализ и регулирование. Анализ затрат условно начинается с первоначального определения принципов группировки затрат. Применяемый метод ведения учета затрат и определения себестоимости готовой продукции, влияет на финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия. Применение того или иного метода определяется характером выпускаемой продукции и особенностями производства [4].

Аудиторская проверка учета затрат на производство продукции (услуг, работ) проводится с учетом результатов тестирования систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля аудируемого предприятия.

До принятия управленческих решений, влияющих на потребление ресурсов, предполагается осуществить тщательную контрольно - аналитическую оценку издержек производства. Проверку необходимо проводить на всех стадиях осуществления управленческих решений, а также охватывать все виды решений (оперативные, тактические, стратегические). По мере возрастания уровня управленческого решения роль аналитических исследований в установлении полноты его реализации и оптимизации издержек на предстоящий период должна усиливаться. При этом в не зависимости от уровня значения управленческого решения указанные исследования требуется проводить путем самых разных подходов и методик анализа затрат, что значительно расширяет спектр аналитической информации, принимаемой к учету при управлении издержками производства.

Указанный подход к вопросу анализа затрат и связанных с ним последствий способствует повышению уровня принимаемых управленческих решений и роли менеджеров хозяйствующего субъекта в их выполнении.

На каждом этапе принятия управленческих решений, в отношении расхода ресурсов применятся свой вариант анализа затрат.

Правильно проведенный анализ и аудит учета затрат и формирования себестоимости продукции является необходимым условием для эффективных результатов работы управленческого персонала организации посредством предоставления ему бухгалтерской информации по всем интересующим показателям предприятия [4].

Актуальность темы учета, аудита и анализа расходов в системе принятия управленческих решений обусловлена тем, что на современном этапе развития отечественной экономики в условиях политики импортозамещения происходят значительные качественные изменения во многих областях национального хозяйства. Как результат возрастают роль и значение проблематики затрат, от решения которой зависит не только величина прибыли, но и сохранение предприятием своего места на отечественном рынке. То есть необходимо создать условия для того, чтобы вести эффективную хозяйственную деятельность для укрепления конкурентоспособности предприятия. Для этого требуется постоянный поиск внутренних резервов для сокращения себестоимости продукции и роста объемов производства.

Список использованной литературы:

1. Боброва, Е.А. Методика планирования управлениями затратами предприятия / Е.А.Боброва // Бухгалтерский учет, анализ и аудит Вестник / ОрелГИЭТ – 2014. – No3. – С. 29.
2. Емелин В. Н., Шведкова А. М. Роль службы внутреннего аудита в управлении затратами (отечественная и зарубежная практика) // Молодой ученый. — 2013. — №7. — С. 164 - 167.
3. Аврова И.А. Управленческий учет. / И.А. Аврова - М.: Бератор - Пресс, 2009. – С.21.
4. Керимов, В.Э. Управленческий учёт: монография / В.Э. Керимов, В.В. Сорокина / Управленческий учёт в государственных корпорациях. – М., 2003. – С.15.

© Н.В.Станчева, 2019

УДК 338

Н.В. СТАНЧЕВА
магистрант 1 курса факультета экономики,
Институт экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского
snv1968@inbox.ru
В.А.ГОРБАЧЁВ
старший преподаватель факультета экономики,
Институт экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы организации ведения управленческого учета, методы учета затрат и их роль в системе принятия управленческих решений.

Ключевые слова:

Классификация затрат, аудит, анализ, управленческий учет, управленческие решения.

Реализации функций эффективной системы управления предприятием напрямую способствует действенное функционирование системы управленческого учета.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что управленческий учет в наше время играет огромную роль в развитии предприятия и экономики в целом, но никто не рассматривает его достаточно серьезно. В этой статье хотелось показать насколько важен управленческий учет, на мой взгляд - это актуальная тема в настоящее время.

Управленческий учет дает ответ на вопрос, в каком состоянии находится организация, как необходимо распределить имеющиеся ресурсы, чтобы повысить эффективность деятельности предприятия. Процессу постановки системы управления или внедрению управленческих решений предшествует комплексная диагностика, включающая оценку текущей стратегии предприятия, структуры управления компанией – административного подчинения и функционального взаимодействия, информационных и документарных потоков.

В процессе развития производства предприятие должно правильно спланировать затраты, в целях получения прибыли, поскольку величина получаемой предприятием прибыли не постоянна [1].

Главной задачей управленческого учета является удовлетворение потребностей органов управления организации в вопросе предоставления необходимой информации по интересующим их вопросам.

С целью эффективного управления затратами для целей управленческого учета разработана своя классификация затрат в процессе производства.

Исходя из анализа ряда научных статей таких авторов как Блиновой Т.В., Василицкой В.А., Ковалёвой А.В., Чаицкой Е.П, Толчинской М.Н., Гавриловой Э.Н., Мамаевой У.З. и др. можно определить наиболее актуальные проблемы, связанные с ведением учета, аудита и анализа расходов в бухгалтерском учете в системе принятия оперативных управленческих решений. Одной из проблем является проблема отсутствия единства мнений относительно определения применяемой методики учета, аудита и анализа расходов в системе принятия управленческих решений.

Выбор того или иного подхода к классификации затрат определяется управленческими задачами, при этом необходимо учитывать то обстоятельство, что построение системы управления затратами должно основываться на принципе экономической эффективности и определения степени детализации затрат. Другими словами, результат от внедрения данной системы должен значительно превышать затраты на его разработку и внедрение. При этом применение отличных классификаций в практической деятельности предприятия чаще всего происходит в условиях формирования разрозненных управленческих задач (а не в единой системе управления организации). Применение отличных подходов в процессе планирования, учета и анализа затрат дает возможность реализовать различные задачи управления затратами: определить боле привлекательные направления вложения средств, сократить непроизводительные затраты, сформировать показатели себестоимости, выявить возможные резервы снижения затрат, определить минимально необходимый размер производства, понизить рыночную стоимость, уменьшить влияние величины затрат на выручку и прибыль.

При этом модификация методологии учёта затрат и калькулирования себестоимости новых продуктов является одной из главных задач [3]. На каждом этапе принятия

управленческих решений, в отношении расхода ресурсов применют свой вариант анализа затрат.

Правильно проведенный анализ и аудит учета затрат и формирования себестоимости продукции является необходимым условием для эффективной работы управленческого персонала посредством представления бухгалтерской информации по всем важным показателям предприятия [4].

Актуальность темы управленческого учета обусловлена тем, что на современном этапе развития отечественной экономики в условиях политики импортозамещения происходят значительные качественные изменения во многих областях национального хозяйства. Как результат возрастают роль и значение проблематики затрат, от решения которой зависит не только величина прибыли, но и сохранение предприятием своего места на отечественном рынке. Другими словами, необходимо создать условия для того, чтобы вести эффективную хозяйственную деятельность для укрепления конкурентоспособности предприятия. Для этого требуется постоянный поиск внутренних резервов для сокращения себестоимости продукции и роста объемов производства.

Список использованной литературы:

1. Боброва, Е.А. Методика планирования управлениями затратами предприятия / Е.А.Боброва // Бухгалтерский учет, анализ и аудит Вестник / ОрелГИЭТ – 2014. – No3. – С. 29.
2. Емелин В. Н., Шведкова А. М. Роль службы внутреннего аудита в управлении затратами (отечественная и зарубежная практика) // Молодой ученый. — 2013. — №7. — С. 164 - 167.
3. Аврова И.А. Управленческий учет. / И.А. Аврова - М.: Бератор - Пресс, 2009. – С.21.
4. Керимов, В.Э. Управленческий учёт: монография / В.Э. Керимов, В.В. Сорокина / Управленческий учёт в государственных корпорациях. – М., 2003. – С.15.

© Н.В.Станчева, 2019

УДК 330

К. С. Талызова
Студентка 1 курса, РТА, Г. Люберцы, РФ
E - mail: talizova@yandex.ru
Научный руководитель: М.Ф. Ткаченко
доктор экон. наук, доцент РТА, г. Люберцы, РФ
E - mail: marstav251280@gmail.com

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЭЗ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ)

Аннотация: В статье проанализирован зарубежный опыт использования СЭЗ для развития бизнеса международных компаний. Примером данного исследования является Китай. Методом сравнения и анализа выявлена специфика развития СЭЗ в Китае.

Результаты исследования подчеркнули необходимость использования опыта развития СЭЗ в бизнесе международных компаний на примере Китая.

Ключевые слова: зарубежный опыт; Китай; СЭЗ; инвестиции; бизнес; международные компании; этапы развития; особенности.

Annotation: The article analyzes the foreign experience of using the FEZ for the development of the business of international companies. An example of this research is China. The method of comparison and analysis revealed the specifics of the development of the FEZ in China. The results of the study emphasized the need to use the experience of the development of free economic zones in the business of international companies on the example of China.

Keywords: foreign experience; China; FEZ; investments; business; international companies; stages of development; features.

На сегодня ОЭЗ являются основным средством, с помощью которого китайское правительство обеспечивает льготную политику на местном, провинциальном и национальном уровнях с целью развития технологий и промышленности. За время существования ОЭЗ в стране Китай приобрел большой опыт в планировании, создании, развитии и эксплуатации ОЭЗ. Сегодня все областные центры, автономные регионы и крупные города КНР присоединились к торговле на национальном уровне и функционированию зон экономического сотрудничества. Особые экономические зоны также являются неотъемлемой частью Нового шелкового пути XXI в., экономического пояса, что, в свою очередь, направлено на стимулирование развития отношений между странами Азии, Африки и Европы.

Развитие свободных экономических зон в Китае можно разделить на 3 этапа: 1) 1978 - 1982 гг.; 2) 1983 - 1989 гг.; 3) с 1989 г. по настоящее время.[13]

На 1 - м этапе (1978 - 1982 гг.) сформировалась договорно - правовая и организационная основа привлечения иностранного капитала: приняты законы, которые регламентируют вопросы налогообложения, передачи технологий, трудовых отношений, валютного и таможенного режима, кредитно - финансового обеспечения. Кроме того, были учреждены органы, ответственные за привлечение иностранного капитала, контролирующие и регулирующие деятельность зарубежных предпринимателей. Благодаря первому этапу, в Китае были созданы организационные и законодательные основы, которые регулировали долю поступлений, а также деятельность зарубежного капитала по всей территории страны.

Для 2 - го этапа характерно дальнейшее расширение территорий КНР, открытых для иностранного капитала, улучшение договорно - правовой базы сотрудничества с зарубежными инвесторами и дальнейшая либерализация государственной политики в области привлечения иностранного капитала.

На 3 - м этапе происходит усовершенствование инвестиционного процесса. В 1989 г. Госсоветом Китайской Народной Республики были определены приоритеты для зарубежных инвестиций. Самыми значительными признали проекты совместных предприятий, которые ориентировались на то, чтобы:

- изготовить продукцию, необходимую, но не производимую в КНР;
- выпускать продукцию для экспорта;

13 Русакович В.И. СЭЗ как фактор интеграции стран Азии в мировую экономику: реалии XXI века // Глобализация: влияние на страны Азии. Ежегодник - 2015. – М.: РУДН, 2015.

- делать капиталовложения в развитие технологий, помогающие повысить уровень экономической эффективности;

- делать капиталовложения в энергетику, коммуникации и транспорт, сырьевые отрасли, производство электронной и бытовой техники, портовое хозяйство.

Наибольшее преимущество получили проекты с высокими и новыми технологиями. К трудоёмким проектам в обрабатывающей промышленности, использующим низко квалифицированную рабочую силу, применяются ограничительные меры.

Пять СЭЗ, созданных на восточном побережье континентального Китая и на острове Хайнань в начале 80 - х годов прошлого столетия для привлечения иностранных инвестиций, в настоящее время продолжают играть важную роль в развитии национальной экономики. В 2017 г. суммарный объем их внешней торговли увеличился на 7,4 % по сравнению с 2016 г. до 3,8 трлн. юаней, в том числе экспорт – до 2,2 трлн. юаней (+5,9 %), импорт – до 1,6 трлн. юаней (+9,6 %). Общая доля СЭЗ во внешнеторговом обороте Китая составила 13,7 % (- 1 %).

Внешняя торговля СЭЗ КНР в 2017 г.

СЭЗ	Стоимость, млн. юаней			Прирост, %		
	Товаро - оборот	Экспорт	Импорт	Товаро - оборот	Экспо рт	Импо рт
Шэньчжэнь	2801146	1653357	1147789	6,4	5,5	7,9
Сямэнь	581604	325365	256239	14,3	5,2	28,4
Чжухай	299012	188298	110714	8,6	4,4	16,4
Шаньтоу (январь - ноябрь)	52382	39195	13188	2,5	1,2	6,7
Хайнань	70237	29566	40671	- 6,5	110,4	- 33,4
Всего	**3804381**	**2235781**	**1568601**	**7,4**	**5,9**	**9,6**

Источник: Портал внешнеэкономической информации
http: // www.ved.gov.ru / exportcountries /

Центральным элементом государственной политики КНР в отношении к иностранным инвестициям было формирование на территории страны свободных экономических зон (СЭЗ), в которых иностранному капиталу обеспечивались льготные условия по сравнению с режимом деятельности местных предприятий.

В начале 1980 - х гг. руководство страны, реализуя политику реформ и открытости, решило воспользоваться новыми экономическими институтами — СЭЗ. В качестве эксперимента были образованы первые четыре СЭЗ в городах Шенжен, Чжухае, Шаньтоу и Ксиамен. На территориях зон было разрешено присутствие зарубежных инвесторов, и, в отличие от плановой системы, началось применение международных стандартов ведения бизнеса.[14]

Эксперты отмечают, что, открывая «специальные экономические зоны» или «специальные города», правительство Китая рассчитывало главным образом на капитал

14 ОАО «СЭЗ». http: // www.russez.ru / oez, январь, 2017.

заморских китайцев. По предварительным расчетам, около 80 % инвестиций в КНР внесены китайцами, проживающими в Гонконге, Макао, Тайване, Сингапуре и иных странах Юго - Восточной Азии.

Первые четыре СЭЗ показали себя эффективными и удачными, в связи с чем за период 1980–1990 гг. в прибрежных районах Китая были созданы ещё 14 экономических зон. При организации СЭЗ учитывались как экономические и географические факторы регионов, так и наличие местных ресурсов для организации их переработки и производства.

Сегодня в Китае функционируют порядка 200 экономических зон различного вида, которые были образованы на различных этапах развития страны и отличающиеся друг от друга своими целями и задачами, в частности[15]:

1. Специальные экономические зоны — 6 ед. (Шэньчжэнь, Чжухай, Шаньтоу, Сямэнь, Хайнань, Новый район Пудонг). СЭЗ были созданы на восточном побережье Китая в начале 1980 - х гг. в целях активизации привлечения иностранных инвестиций. Сейчас они продолжают играть значительную роль в развитии местной экономики. В 2013 г. объем внешней торговли СЭЗ составил около 700 млрд долл. США с ростом на 15 % , в том числе экспорт — 395 млрд долл. США (рост на 14 %), импорт — 305 млрд долл. США (рост на 16 %).

2. Зоны технико - экономического развития государственного уровня (ЗТЭР) — 90 ед. (в гг. Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Тяньцзинь, Далянь, Харбин, Урумчи, Ханчжоу и др.). ЗТЭР начали создаваться с 1984 г. в восточных регионах (средняя площадь — 10 кв. км). Главной задачей ЗТЭР является привлечение инвестиций для развития высокотехнологичных производств. Наиболее успешная — Тяньцзиньская зона (ТАЙДА). В ней работают более 5 тыс. СП с объемом инвестиций более 25 млрд долл. США.

3. Зоны новых и высоких технологий — 114 ед. (технопарк «Чжунгуньцунь» в г. Пекин; парк высоких технологий «Чжанцзян» в районе Пудонг г. Шанхай; парк высоких технологий в г. Тяньцзинь; открытая зона высоких технологий в г. Нанкин; и др.). В отличие от ЗТЭР данные зоны имеют более узкую сферу научно - технической и производственной деятельности, в том числе электронные и информационные технологии, биотехнологии и технологии новых медицинских препаратов, новые материалы и технологии их внедрения, аэрокосмические технологии, современные технологии обработки материалов, технологии морского промысла и др.

4. Свободные таможенные зоны — 13 ед. (в гг. Шанхай, Далянь, Гуанчжоу, Нинбо, Чжанцзяган, Хайкоу, Сямэнь, Шэньчжэнь и др.). Объем внешней торговли СТЗ в 2013 г. составил порядка 317 млрд долл. США с ростом на 25 % , из них экспорт — 125 млрд долл.США (рост на 43 %), импорт — 192 млрд долл. США (рост на 15 %).

Наиболее успешным примером данного типа зон считается СТЗ «Вайгаоцяо» в г. Шанхай. В течение 2012 г. объем внешнеторговых операций зоны составил 94,4 млрд долл. США, или 40 % внешней торговли всех СТЗ Китая. Одной из главных сфер деятельности зоны является обработка поступающих товаров, развитие электронной системы оформления таможенных процедур и др.

5. Зоны приграничного экономического сотрудничества — 14 ед. (в гг. Хэйхэ, Суйфэньхэ, Маньчжоули, Эрлянь, Хуэйчунь и т.д.). В ЗПЭС поощряется прежде всего

15 Данные Минкоммерции КНР. www.ved.gov.ru / exportcountries / cn / about _ cn / laws _ ved _ cn / special _ area _ cn

деятельность предприятий по производству сельскохозяйственных, электробытовых и текстильных товаров на экспорт.

6. Шанхайская зона свободной торговли (ШЗСТ). Она охватывает бондовую зону и логистический парк Вайгаоцяо, портовую зону Яншань и комплексную зону аэропорта Пудун. Общая площадь — более 29 кв. км. ШЗСТ сосредоточена на сфере услуг (финансовые, водные перевозки, бизнес - услуги, профессиональные, культурные и социальные) и международной торговле.

Рис.1. Географическое расположение СЭЗ в Китае

Следует отметить, что основные принципы в отношении притока иностранного капитала устанавливались центральным правительством, а контроль и исполнение осуществлялось региональной властью. В Китае существует «отраслевой (стимулируемый, разрешённый и запрещённый) список», согласно которому принимается решение о выдаче разрешения на инвестирование и который обновляется каждые 5 лет.

В число стимулируемых отраслей включены: высокие технологии, альтернативные источники энергии и т.д., а запрещенных — стратегически важные отрасли, в том числе связанные с госбезопасностью.

СЭЗ КНР находятся под управлением Административного комитета СЭЗ. Действует принцип «одно окно». Рассмотрение проекта, регистрация предприятия и прочие бюрократические процедуры, необходимые для реализации проекта, занимают не более 20 дней.

Другим требованием к участникам СЭЗ является составление доли иностранного партнера не менее 25 % уставного фонда совместного предприятия. Уставный фонд должен быть сформирован в течение 2 лет с момента регистрации предприятия, а первые 15 % в течение 3 месяцев.

Изучение показывает, что зоны экономического развития считаются наиболее распространенными и успешными СЭЗ. Примером является созданная в 1984 г. Тяньцзинская зона экономического развития «ТАЙДА». Общая территория «ТАЙДА» составляет 33 кв. км. Инфраструктура зоны обеспечена за счет государственного

долгосрочного кредита, выделенного Административному комитету «ТАЙДА», который имеет статус местной власти районного уровня. Его бюджет формируется за счет части налоговых поступлений от компаний (40 % от всех поступлений), доходов от реализации права использования земельными участками и арендами зданий в СЭЗ. В США, Японии, Германии и Гонконге имеются представительства «ТАЙДА», занимающиеся поиском и привлечением инвесторов и покупателей товаров предприятий СЭЗ.

Правительство КНР оказало всяческое содействие развитию зоны «ТАЙДА», в том числе путем предоставления её участникам налоговых льгот. В частности, предприятия с иностранным капиталом в среднем облагались налогом на прибыль в размере 15 % , в то время как местные платили 30 % . Такая льготная политика действовала до 2008 г., впоследствии установлена единая налоговая ставка для местных и иностранных предприятий — 25 % .[16]

К сегодняшнему дню на территории зоны ведут свою деятельность порядка более 5 тыс. совместных предприятий с общим объемом инвестиций более 30 млрд долл. США. Основными отраслевыми направлениями являются производство электронных средств связи, автомобилестроение, пищевая промышленность, фармацевтика.

Более 100 компаний из рейтингового списка «Fortune Global 500» организовали свой бизнес в «ТАЙДА». В первой половине 2016 г. валовой внутренний продукт «ТАЙДА» составил порядка 143 млрд юаней (около 25 млрд долл. США) с ростом на 11 % . Данная зона является лидером по привлечению инвестиций не только в КНР, но и в АТР в целом.[17]

Таким образом, особенности политики КНР по отношению к развитию свободных экономических зон и привлечению иностранного капитала заключались в последовательности мер по созданию конкурентоспособного инвестиционного климата для инвесторов, поэтапном разрешении доступа к сырьевым ресурсам, крупных государственных и региональных вложениях для развития инфраструктуры СЭЗ, а также предоставлении больших полномочий Администрациям СЭЗ. Главными особенностями свободных экономических зон в Китае являются:

- самостоятельное экономическое развитие на основе принципов рыночного регулирования;
- опора на зарубежные капиталовложения. Однако этот принцип ещё не удалось реализовать;
- главный современный отраслевой приоритет – промышленность. До 1989 г. Китай шёл почти на любые иностранные инвестиции в СЭЗ;
- ориентация производств на экспорт, широкое привлечение зарубежного сырья для производства;
- включение обширных национальных регионов;
- активное взаимное сотрудничество свободных экономических зон с другими регионами страны;
- налоговая система дифференцируется по региональным особенностям свободных зон.

Список использованной литературы

1. Русакович В.И. СЭЗ как фактор интеграции стран Азии в мировую экономику: реалии XXI века // Глобализация: влияние на страны Азии. Ежегодник - 2015. – М.: РУДН, 2015.

[16] Официальный сайт «ТАЙДА»: www.en.teda.gov.cn
17 Официальный сайт «ТАЙДА»: www.en.teda.gov.cn

2. Соловьёва Ю.В. Страны АТЭС: передача технологий как фактор развития // Азия и Африка сегодня. - 2016. - №8. - С. 42 - 47.

3. Федякина, Л. Н. Международные экономические отношения : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. Н. Федякина. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 461 с..

4. Шкваря Л., Григоренко О., Стрыгин А., Русакович В., Шилина С. Влияние глобального экономического кризиса на технологические рынки стран Азии (Индия, Китай) // Центральная Азия и Кавказ. - 2016. - Т. 19. - № 2. - С. 119 - 130.

5. Шкваря Л.В. СВОТ - анализ СЭЗ в странах Персидского залива и опыт для России // Геополитика и экогеодинамика регионов. - 2018. - Т. 4 (14). - № 3. - С. 26 - 38.

6. ОАО «СЭЗ». http: // www.russez.ru / oez, январь, 2017.

7. Минкоммерция КНР.г www.ved.gov.ru / exportcountries / cn / about _ cn / laws _ ved _ cn / special _ area _ cn

8. Официальный сайт «ТАЙДА»: www.en.teda.gov.cn

9. Портал внешнеэкономической информации http: // www.ved.gov.ru / exportcountries / .

© К.С. Талызова, 2019

УДК 336.02

А.Х.Озниев
студент 5 курса ЭБ ЮРИУ РАНХиГС
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: masafi16@rambler.ru
Н.В.Токмачева
канд. экон. наук, доцент ЮРИУ РАНХиГС,
г. Ростов - на - Дону, РФ
E - mail: tokmacheva777@ yandex.ru

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАЛОГОВОГО ПАСПОРТА РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН

Аннотация

На сегодняшний день ФНС России является главным администратором налоговых доходов государства, которые составляют порядка 80 % доходов консолидированного бюджета страны. Совершенствование налогового администрирования связано с систематизацией статистической информации не только по основным налогам, но и в разрезе отдельных территориальных образований. В качестве метода исследования используется анализ. В результате исследования определены ключевые налоговые показатели по республике Дагестан.

Ключевые слова:

Налоговый паспорт, доходы консолидированного бюджета, задолженность

Анализ налогового паспорта Республики Дагестан позволит определить экономический потенциал региона, а также налоговую нагрузку по отдельным видам налогов и видам экономической деятельности.

Республика Дагестан имеет свои отличительные особенности, на основе которых формировалась экономика полуострова. Такими особенностями являются: приморское положение региона, плодородные почвы, теплый климат, а также природные и рекреационные ресурсы. Благодаря сложившимся факторам базовыми отраслями региона являются: пищевая промышленность, производство строительных материалов, машиностроение, сельское хозяйство, а также курортная сфера [1].

Численность населения региона на 1 января 2018 года составляет 3 063,9 млн. чел. Из них 45,2 % проживают в городах, а остальные 54,4 % – жители сельской местности. Численность экономически активного населения составляет 1359,8 тыс. чел., из них количество безработных – 163,4 тыс. чел. (уровень безработицы – 6,37 %). Среднемесячная номинальная заработная плата составляет 23268 рублей [2, раздел 1].

Валовой региональный продукт (ВРП) региона в 2017 году составляет 597,1 млрд. руб. Первое место в структуре ВРП занимает промышленность, доля которой составляет 115,7 % На втором месте находится индекс цен производителей промышленных товаров, занимающая 105,2 % Стоит отметить, что оборот розничной торговли за год увеличился на 105,1 % . Третье место в структуре ВРП занимает добыча полезных ископаемых, доля которого составляет 100,2 % .

Внешнеторговый оборот в 2017 году составляет 12,264 млрд. руб. Сумма экспорта товаров составляет 3 223,7 млрд. руб. Наибольшая доля экспорта приходится на продукцию химической промышленности. Сумма экспорта товаров составляет 55,2 млрд. руб. Основные импортируемые товары –продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного).

Поступления администрируемых доходов в структуре консолидированного бюджета Российской Федерации составляют 33 114,7 млрд. руб. Из них 8,075 млрд. руб. принадлежит федеральному бюджету, а 6 469 млрд. руб. – местному бюджету.

Наибольшие администрируемые доходы приносит налог на доходы физических лиц. Его сумма составляет 12 486 млрд. руб. На втором месте находится налог на добавленную стоимость на товары, реализуемые на территории РФ. Его сумма составляет 5 312,2 млрд. руб. [2, раздел 5].

Поступления администрируемых доходов в консолидированный бюджет Российской Федерации в структуре основных видов экономической деятельности составляют 33 014.7 млрд. руб. Из них 8 075,4млрд. руб. принадлежит федеральным налогам (преимущественно НДФЛ и НДС), 24 939 млрд. руб. – региональным налогам, а 6 464 млн. руб. – местным налогам.

Наибольшее количество доходов в консолидированный бюджет приносят обрабатывающие производства, а именно производство пищевых продуктов. Данная отрасль приносит 10,88 млрд. руб., что составляет 22 % всех доходов консолидированного бюджета. На втором месте – оптовая и розничная торговля, сумма доходов которой составляет 7,85 млрд. руб. или 15,9 % всех доходов. На третьем месте – транспорт и связь, приносящие 4,27 млрд. руб. или 8,6 % всех поступлений [2, раздел 6].

Задолженность по налогам и сборам в консолидированный бюджет Российской Федерации по состоянию на 01.01.2017 составляет 11 126,3 млн. руб. При этом на федеральные налоги приходится 5 655,7 млн. руб, на региональные налоги – 3 411,5 на местные налоги – 1780 млн. руб. (1,6 %) [2, раздел 7].

Льготы по администрируемым доходам составляют 1,473 млрд. руб. Из них 594 млрд. руб. приходится на налог на имущество организаций, 105,7 млн. руб. – на налог на прибыль организаций, а 88,4 млн. руб. – на земельный налог [2, раздел 3].

В 2017 году налоговыми органами было проведено 186 выездных налоговых проверок. По итогам всех 186 проверок были выявлены нарушения. Также было проведено 250 758 камеральных налоговых проверок. По итогам 20 751 проверок налоговыми органами были выявлены нарушения [2, раздел 4].

Таким образом, на основе проведенного анализа налогового паспорта Республики Дагестан можно судить об экономическом потенциале региона, о налоговой нагрузке, о структуре налоговой базы и поступлений налогов и сборов по уровням бюджетной системы, по видам экономической деятельности, о задолженности, налоговой базе, а также об основных показателях социально - экономического развития региона.

Литература

1. Инвестиционный портал Республики Дагестан. Экономическое обозрение // URL: http: // investkavkaz.ru / national _ program _ d

2. ФНС РФ. Налоговый паспорт Республики Дагестан // URL: https: // www.nalog.ru

© Н.В. Токмачева, А.Х.Озниев, 2019

УДК 658.3.07

Усачева Е.А.
студентка 1 курса ОГУ им. И.С.Тургенева, г. Орел, РФ
E - mail: ulena41297@gmail.com
Научный руководитель: Мельник Т.Е.
канд. экон. наук, доцент ОГУ им. И.С.Тургенева, г. Орел, РФ
E - mail: sych01@mail.ru

ЭФФЕКТИВНОСТЬ АВТОМАТИЗАЦИИ КАДРОВОЙ СЛУЖБЫ В СИСТЕМЕ 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ

Аннотация

Проводится обзор автоматизации кадровой службы на примере 1С предприятия. Целью статьи является анализ кадровых служб при помощи автоматизированной информационной системы. Были рассмотрены возможности применения системы 1С:Предприятие с целью создания системы учета кадров.

Ключевые слова:

1С: Предприятие, автоматизированная информационная система, кадровая политика, экономика, кадровая документация.

С переходом к рыночной экономике происходят принципиальные изменения в системе управления предприятиями. Следствием таких изменений становятся новые подходы к организации и качеству управления предприятием, а также к управленческим кадрам.

Кадровая политика включает разработку общих принципов и определение приоритетов целей в области управления персоналом; планирование потребности в трудовых ресурсах и путей формирования штатов; создание поддержки системы движения кадровой информации; определение принципов распределения средств; обеспечение эффективной системы стимулирования труда; политику развития персонала.

На сегодняшний день лидирующие позиции по количеству внедрений информационных систем в управлении персоналом, занимают системы, которые базируются на финансовой составляющей. Среди этих систем, можно выделить такие, как: «Босс - кадровик», «1С: Предприятие», Platinum, Ultima - S, Scala, «Галактика», «Парус», «БЭСТ», «Инфософт» [2].

1С: Предприятие является системой программ для автоматизации различных областей экономической деятельности. Она включает в себя платформу и прикладные решения. Платформа не является программным продуктом для использования конечными пользователями, которые работают с одним из многих прикладных решений (конфигураций) [1].

Рассмотрим пример реализации внедрения автоматизированной системы управления (АИС) персоналом на малом предприятии на основе 1С конфигуратора. Для более эффективного учета персонала на нашем предприятии создадим базу данных необходимую для ведения личной карточки для каждого сотрудника. Выходными данными конкретной базы данных являются различного рода сведения о сотрудниках, штатное расписание. Так же, сотрудник может увольняться, быть вознагражден, перемещен в другое подразделение. На всё перечисленное составляются специальные приказы, которые содержат разного рода информацию.

Поэтому в конфигураторе 1С регистр сведений:

- регистр сведений «Сведения о приеме на работу». Структура данных: измерения - сотрудник; ресурсы - подразделение, комментарий. Включен в подсистему документация и режим записи является подчинение регистратору, которым выступает документ «Приказ о приме на работу»;

- регистр сведений «Сведения об увольнении». Структура данных: измерения - сотрудник; ресурсы – подразделение, комментарий. Включен в подсистему документация и режим записи является подчинения регистратору, которым выступает документ «Приказ об увольнении»;

- регистр сведений «Сведения о награждении». Структура данных: измерения - сотрудник; ресурсы – подразделение, комментарий. Вклюен в подсистему документация и режим записи является подчинение регистратору, которым выступает документ «Приказ о награждении»;

- регистр сведений «Сведения о перемещении». Структура данных: измерения - сотрудник; ресурсы – подразделение, комментарий. Включен в подсистему документация и режим записи является подчинение регистратору, которым выступает документ «Приказ о перемещении».

Создадим возможность формирования следующих документов:

- документ «Приказ о приеме на работу», предназначен для приказов, которые отражаются в регистре сведений о найме сотрудников в организацию;

- документ «Приказ об увольнении», предназначен для учета приказов, который ведется в регистре сведений уволенных работников;

- документ «Приказ о перемещении», предназначен для информации о перемещении работника;

- документ «Приказ о награждении», предназначен для информации, о сотрудниках, которые были награждены. Всё документы включены в подсистему «Документация» и имеют реквизиты, которые будут отражаться в информационной базе: сотрудник, комментарий, подразделение, номер, дата.

АИС призвана упростить работу отдела кадров, обеспечить простой доступ к информации, разрабатывается в целях экономии времени и уменьшения трудоемкости при работе. Обеспечивает: ввод данных, создавать первичные документы, отчеты [3].

Подводя итог, можно сказать, что использование новых технологий повышает эффективность работы кадров за счет использования преимуществ информационных систем и внедрение их оставит сотрудникам больше времени для работы с современными инструментами управление персоналом такие как управление мотивацией, планирование расходов и многие другие.

Список использованной литературы:

1. Заика А.А. Основы разработки прикладных решений для 1С:Предприятие 8.1 [Электронный ресурс] / А.А. Заика. — Электрон. текстовые данные. — М. : Интернет - Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. — 207 с. — 2227 - 8397. — Режим доступа: http: // www.iprbookshop.ru / 52154.html

2. Исакова А.И. Предметно - ориентированные экономические информационные системы [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.И. Исакова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. — 238 с. — 2227 - 8397. — Режим доступа: http: // www.iprbookshop.ru / 72164.html

3. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. Экономические информационные системы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.В. Акимова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 172 с. — 2227 - 8397. — Режим доступа: http: // www.iprbookshop.ru / 47675.html

© Усачева Е.А., 2019

УДК33

Д.Ю. Чигринова,
студент 2 курса КГТУ,
E - mail:diana25042009@rambler.ru
Научный руководитель
к.п.н., доцент КГТУ,
Т.М. Дерендяева
г. Калининград, РФ

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация:

Рассматривается профессиональная ориентация молодежи как деятельность, направленная на обеспечение самореализации молодых людей и формированию у них

профессионально важных качеств в условиях доминирования в обществе электронной культуры.

Ключевые слова:

Профессиональная ориентация, самореализация молодежи, информационно - коммуникационные технологии, условия интернетизации общества.

Профессиональная ориентация молодежи, организованная в соответствии с возможностями отдельно взятой личности и запросами общества, является одним критериев качества образовательной деятельности. В условиях рыночной экономики, изменчивости и непредсказуемости социально - экономической ситуации, усложняются методы работы по профессиональной ориентации молодых людей, вынужденных адаптироваться к нестабильной ситуации на рынке труда. Система высшего образования, действующая в режиме постоянного реформирования, объективно требует осуществления новых подходов, предполагающих внедрение новых технологийй. Отсутствие гарантий вуза в трудоустройстве выпускников тормозит формирование и реализацию их карьерных стратегий. Распространение принципиально новых носителей информации, иных способов её освоения и передачи, визуализация восприятия действительности через электронные устройства кардинально меняет формы и методы обучения, наполняет его другим содержанием. В силу этого профориентации молодежи, как многогранная реальность нуждается в глубоком междисциплинарном исследовании в условиях использования информационно коммуникационных технологий, пронизывающих все содержание социальной жизни [1, с. 41].

Карьерные ожидания, которые не могут быть реализованы, в будущем могут привести к разочарованию в профессии. Правильный выбор профессии отдельной личностью, обеспечивает воспроизводство рабочих кадров в обществе в целом. Ранее востребованные формы профориентации перестали соответствовать реальной жизни, а новые формы профориентации еще находятся в стадии сформирования [2, с. 84]. Интеллектуальный рост и совершенствование творческих способностей становятся наиболее ценными характеристиками человека при решении постоянно усложняющихся профессиональных задач. Т. М. Дерендяева и Г.А. Мухина, выявляя особенности интеграции экономического и технического образования, отмечали, что «эффективность любой профессиональной деятельности во многом определяется самим субъектом деятельности, поэтому выявление личностных качеств, лежащих в основе субъектной позиции, является одной из основных задач психологии и профессиональной педагогики» [2, с. 115].

Профориентацию как научно - обоснованная система мероприятий связана с направленностью ее на формирование и развитие адаптационных возможностей молодого человека не только в широком социальном контексте его жизнедеятельности и труда. Профориентация протекает параллельно с процессом идентификации молодых людей с профессией как социальная группой, реализуясь на личностном уровне через выбор вариантов профессионального развития, согласования жизненных планов, ценностных ориентаций, склонностей с социально - экономическими условиями и требованиями общества. Распространение новых носителей информации, визуализация восприятия через электронные устройства кардинально меняет формы и методы обучения и взаимодействия людей. [1, с. 42]. Новейшие технологии создают проблемы, связанные с

функционированием человека как психосоциального существа, меняя его адаптивное поведение, трансформируя сенсорные системы в процессе обучения. По мнению Т. М. Дерендяевой и Г.А. Мухиной «в условиях интернетизации общества выбор профессии является сложной проблемой, не поддающейся достаточно полному описанию и исследованию с позиции отдельно взятой теории или концепции» [2, с. 82]. Совершенствование процесса профориентации, требует объединение усилий, педагогов, психологов, социологов для обеспечения самоопределения молодого поколения в условиях доминирования в обществе электронной культуры.

Список использованной литературы:

1.Белецкая, Т.В., Кривошеев, В.В. Электронная культура и электронное общество: становление новых реалий. // Проблемы межрегиональных связей. 2016. - №11. - С.41 - 43.

2.Дерендяева, Т.М., Мухина. Г.А. Самореализация и выбор профессии как актуальная проблема молодого поколения в условиях формирования информационного общества. / Т.М. Дерендяева // Вестник Калининградского филиала Санкт - Петербургского университета МВД России. 2017. - №3(49). - С. 80 - 84.

3. Дерендяева, Т.М., Мухина. Г.А. Особенности интеграции социально - экономического и инженерно - технического образования при подготовке специалистов современных производств. / Т.М. Дерендяева // Вестник Калининградского филиала Санкт - Петербургского университета МВД России. 2016. - №2(44). - С. 115 - 118.

© Д.Ю. Чигринова, 2019

УДК 330

Швечкова А.Д.
магистрант факультета технологического менеджмента и инноваций
Университет ИТМО
Россия, г. Санкт - Петербург
Email: nastya - shv@mail.ru
Мишура Л. Г.
д.э.н., доцент факультета технологического менеджмента и инноваций
Университет ИТМО
г. Санкт - Петербург, РФ
Email: mishuralg@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ ПОСЛЕДСТВИЙ КРИЗИСА НА РЕАЛИЗАЦИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: *в данной статье рассматриваются последствия кризиса 2014 года на реализацию инновационных проектов в России, анализируется состояние экономики, инновационной и социальной сфер.*

Ключевые слова: *кризис, инновации, инновационные проекты, экономика.*

Как и для любого термина, существует множество определений «кризиса». Для нас особенно важным будет рассмотреть взгляды на определение данного термина в экономическом понимании.

Манушин Д.В. в своей статье «Новый взгляд на понятие «кризис»» рассматривает понятие как ситуативное положение изучаемого объекта среди субъектов, которые оценивают отклонение от нормы как слишком большое, однако реальное для изменения при отсутствии каких - либо действий. Норма характеризуется как средний уровень всех свойств схожих объектов, которые обладают такими же ресурсами, возможностями и результатами деятельности. В целом, автор приводит пример, в котором наступление кризиса чаще всего связано с сильнейшим экономическим спадом. После него граждане ощущают, что докризисное состояние можно вернуть, поэтому существующее положение дел объявляется кризисным. Оно может быть преодолено удовлетворением физиологических потребностей граждан. Если же этого не происходит, то кризис ликвидируется путем радикальных изменений в политике. Автор отмечает, что при постепенном незначительном ухудшении экономического состояния никто не определит его как кризис [1, с. 18]

Другие авторы определяют кризис как резкую и внезапную смену тренда повышения к понижению, и только в таком порядке, поскольку в обратном процессе такого не случается. Такой спад сопряжен с появлением контрадикций в социально - экономических системах, которые в конечном итоге угрожают всей жизнеспособности. Кризис зачастую имеет значение разрушения организованности системы посредством удаления неустойчивых элементов. Сама конструкция социально - экономической среды упрощается.

Кризисы не происходят по какой - либо одной модели, существуют разные типологии. По масштабу выделяют локальные и общие кризисы, вторые, соответственно охватывают гораздо больше элементов, а также и могут провоцировать первые. Относительно структуры кризисы подразделяются на пять уровней:

1. Кризис отдельной организации, группы предприятий, подотрасли или небольшого региона. Причинами подобных локальных кризисов могут быть ошибки в управлении организацией, определенные действия конкурентов и т.д. Такие кризисы оказывают влияние на небольшое количество объектов, функционирующих в определенной отрасли. Влияние на регион может быть оказано только в случае, если данный небольшой кризис порождает множество других, тогда он может быть оценен как значительный фактор влияния на экономику;
2. Локальный кризис региона, большой группы предприятий или взаимосвязанные отрасли. Такие кризисы могут проявляться как отраслевые (кризис текстильной промышленности), кризис отдельного сектора производства в отрасли (кризис производства дискетных информационных носителей) и т.д.;
3. Кризис третьего уровня связан с кризисной ситуацией в одном из этапов большого воспроизводственного цикла. Здесь кризисная ситуация связана с нарушением баланса распределения благ, например, кризис в сфере потребления. Также к кризисам этого уровня можно отнести кризисы перепроизводства, когда нарушается распределение и пропорции обмена, а в последствии и процесс потребления средств производства;
4. Кризис развития производительных сил характеризует состояние экономики, при котором в течение длительного периода времени производительность труда практически не

растет. Начало такого кризиса обычно лежит в наиболее капиталоемких, сложных для освоения отраслях, откуда уходят инвестиции и развитие в целом;

5. Общий кризис всех производственных отношений. Такой тип кризиса глубже кризиса четвертого уровня, поскольку он затрагивает не только экономическую сторону вопросу, но и социальную, политическую и др. В этой связи в обществе протекают два процесса: формирование новых элементов и разложение старых институтов. В целом, сам кризис производственных отношений состоит в нежелании различных классов общества вступать в такие отношения [2, с.15].

Типология кризисов, которые в целом существуют в современной структуре, представлена на рисунке 1 [3, с. 60].

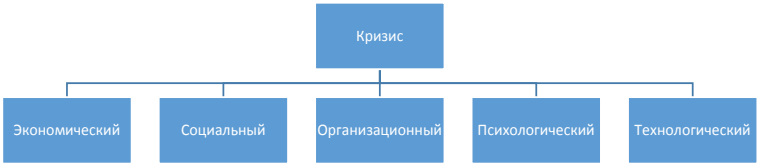


Рисунок 1 – Типология кризиса

Экономический кризис заключает в себе дисбаланс, который создается в экономике страны или отдельного предприятия, он связан с ухудшением взаимоотношений экономических агентов, отсутствием своевременных платежей, банкротством и т.д. В структуре экономических кризисов важно отметить финансовый кризис как один их наиболее встречающихся в современности. Главной их особенностью является проблематика, основа которой лежит в противоречии финансовой системы [3, с. 61]. Чаще всего финансовый кризис связан с группой явлений, которые его сопровождают: серьезными сбоями в финансовом посредничестве и предоставлении внешнего финансирования различным субъектам экономики; крупномасштабными проблемами баланса (фирм, домашних хозяйств, финансовых посредников и суверенных компаний); и наличием больших масштабов государственной поддержки (в форме поддержки ликвидности и рекапитализации). Отсюда, финансовый кризис – многоплановое явление, которое не может быть определено с помощью какого - то одного индикатора [4, с. 22].

Социальный кризис, который чаще всего взаимосвязан с экономическим, отражается в столкновениях между различными социальными группами. При возникновении социального кризиса появляется определенная разбалансировка социальной составляющей жизни общества, особенно касательно системы социального обеспечения и социальной защиты [5, с. 36].

Организационный кризис развивается как кризис интеграции и разделения деятельности на предприятии. Он может быть охарактеризован как период, который часто сопряжен с отсутствием стабильности, с двумя вариантами исхода: переход экономики или организации к новому этапу развития либо деструктивный распад [6,

с. 18]. Организационный кризис чаще просто сковывает организационную деятельность.

Что касается психологических кризисов, то их проявления встречаются среди обширных групп людей в виде массовой паники, страха за будущее состояние экономики, общества и т.д. Они также тесно связаны с другими типами кризисов, часто сопровождают их.

Технологический кризис может возникнуть при дисбалансе потребности в новых технологиях и реальном их наличии. В широком смысле технологический кризис рассматривается как кризис прогресса научно - технической базы, связанным с нарастающими противоречиями между тенденциями развития, реальными возможностями, результатами деятельности и т.д. [3, с. 61].

В большинстве случаев, когда мы говорим о экономическом или финансовом кризисе, мы рассматриваем это понятие в рамках макроэкономики. Кризис может быть связан с общемировым сообществом, а может быть сконцентрирован в одной из стран. В современном мире наиболее очевидными считаются данные проявления кризиса как социально - экономического происшествия:

1. Увеличение разницы между доходами «бедных» и «богатых», происходит обнищание большей части населения;
2. Наличие дисбаланса в воспроизводственной структуре экономики, разницы между материально - вещественными и финансовостоимостными факторами производства;
3. Обесценивание основного капитала, которое сопряжено с искусственным завышением прибыли. Результаты деятельности никак не подкреплены реальными операциями с основными капиталообразующими факторами;
4. Большое сокращение инвестиционной активности, которое в долгосрочной перспективе не дает возможности поддерживать воспроизводство даже на привычном уровне;
5. Образование хаоса в организации работы финансовой системы [7, с. 9].

В последние годы экономика России прошла через кризис, последствия которого мы можем наблюдать до сих пор. Именно этот процесс можно выделить как основную проблему неконкурентоспособности нашей экономики в последние 5 лет [8, с. 504].

В 2014 году США и страны ЕС ввели санкции против Российской Федерации, и до сих пор мы имеем лишь ухудшающееся положение по данному вопросу. Эти события очень сильно повлияли на некоторые факторы развития нашей экономики. Рассмотрим несколько актуальных проблем, которые формируют экономическую среду в России, которая впоследствии оказывает влияние на инновационный сектор.

1. Отток инвестиций.

Ранее мы отметили, что для реализации инновационных проектов зачастую не хватает инвестиций, как внутренних, так и внешних. За 2018 год по данным Центрального Банка России прямые инвестиции в Российскую экономику сократились на 6,5 млрд. долл., что является минимальным значением с 1997 года. В целом это означает, что зарубежные инвесторы больше выводили финансовые ресурсы, нежели вкладывали (рис. 5) [9].

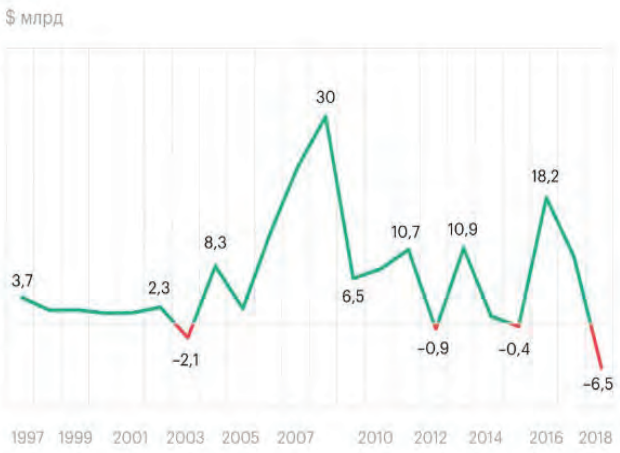


Рисунок 2 – Участие иностранных инвесторов в капитале российских компаний

Снижение значений по данному показателю началось еще в 2017 году, набирая ход в 2018. Инвесторы и компании, которые изначально видели ослабление курса экономического развития и кризис как факторы, которые могут дать возможности для наращивания объемов производства на территории РФ, сейчас меняют свои планы [9].

2. Высокий уровень налогообложения.

Характерным фактором, который является причиной недостатка внутренних финансовых ресурсов в организации, является высокая налоговая нагрузка на коммерческие компании. Хорошо это иллюстрирует ежегодный отчет Paying Taxes 2019 от компании консалтинговой компании PWC [10]. Каждый год в данном отчете публикуется информация о том, сколько денег государство получает в виде налоговых отчислений. В таблице 3 отражен процент валовой прибыли (TTCR), который компании отдают государству в виде налогов. Мы включили в таблицу 3 все страны, которые являются передовыми в сфере инноваций.

Таблица 3 – Налоговая нагрузка (TTCP) на компании в развитых странах, %

Страна	TTCR
США	43,8
Канада	20,5
Швейцария	28,8
Нидерланды	40,8
Швеция	49,1
Израиль	26,2
Кипр	22,2
Сингапур	20,6
Южная Корея	33,1
Россия	**46,3**

Насколько мы можем видеть из таблицы, Россия опережает по уровню налоговой нагрузки на предприятие восемь стран из девяти. Хотя, как уже было сказано ранее, наша страна находится на этапе развития, экономическое состояние на данный момент оставляет желать лучшего. В этой связи, налоговая нагрузка, которая превышает уровень многих развитых стран, только уменьшает шансы на реализацию инновационных проектов в различных сферах. К примеру, недавнее повышение НДС вызвало бурное обсуждение правильности данного решения. По мнению прогнозистов «Деловой России» повышение НДС снижает прибыль российских компаний, в некоторых отраслях с высокой добавленной стоимостью, таких как машиностроение, фискальная нагрузка может возрасти до 25 % [11]. Это приводит к снижению инвестиционной привлекательности отрасли, усложнению создания рабочих мест, и пр., а, как известно, в машиностроении часто развивают инновации.

3. Нестабильность экономики.

Другим важным фактором, сопряженным с состоянием кризиса в РФ, является отсутствие стабильности. Согласно данным опроса ВЦИОМ, 68 % бизнесменов определяют состояние экономики в России кризисным. Наиболее важными факторами предприниматели назвали экономическую нестабильность, большую налоговую нагрузку и низкую покупательскую способность населения [11]. Кризис в России сопряжен с неопределенностью, которая является причиной увеличения сбережений и сокращению капитала в обороте. В отечественной экономике на данном этапе субъектами слишком болезненно переносится период неопределенности [12, с. 3]. Соответственно, малая инициатива к инвестированию и к простой трате средств, то есть склонность к сбережениям в период кризиса, оставляет огромный отпечаток на работоспособности и эффективности экономики в целом. Инновационная деятельность, которая является неоднозначной как возможный вариант вложения средств особенно страдает при всей неблагоприятной обстановке в экономике. Важно отметить, что в состоянии неустойчивости экономики сильно повышаются риски реализации проектов, что также отрицательно отражается на уровне инициативности в сфере их реализации.

4. Падение курса национальной валюты

Другой признак существующего долгоиграющего кризиса в РФ является сильное ослабление позиций рубля на международном валютном рынке. На графике (рис. 6) [13] представлена динамика курса доллара к рублю за последние 9 лет.

Рисунок 6 – Динамика стоимости доллара по отношению к рублю

Как следует из графика, основное повышение стоимости доллара по отношению к рублю приходится на 2014 год. Нам известно, что это прежде всего связано с введением политических санкции против РФ. Этот факт повлек за собой проблемы во многих сферах экономики, в том числе и валютном секторе. И как мы видим, до сих пор рубль не смог укрепиться на международном валютном рынке, санкции с каждым годом ужесточаются, не давая возможности улучшить позиции. На сфере инноваций такие резкие ослабления позиций отечественной валюты сказываются весьма неблагоприятно. Инновационная деятельность зачастую может являться коллаборацией нескольких международных субъектов, соответственно такое положение дел существенно урезает количество возможностей.

5. Изолированность экономики

Возвращаясь к аспекту введения санкций, стоит отметить, что для инновационной среды это может быть двояким фактором влияния. С одной стороны, санкции частично изолируют обмен знаниями, технологиями, практиками между странами. Многие инновационные продукты не могут быть выведены на зарубежные рынки, как и многие, которые наоборот не спешат выходить на российский рынок. С другой стороны, при отсутствии международного влияния внутри страны могут создаваться объекты инновационной деятельности, обладающие уникальной новизной.

Как можно заключить из предоставленных фактов, при реализации проектов нужно учитывать эти особенности экономической ситуации в Российской Федерации.

Список литературы:

1. Манушин Д. В. Новый взгляд на понятие «кризис» // Экономический анализ: теория и практика. 2013. №. 15 (318);
2. Цветков К.Л. Типология экономических кризисов // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2015. №2 (13);
3. Катунина Д. В. Понятие, сущность и типология кризиса // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 2 - 1. С. 59 - 61;
4. Claessens S., Kose M. M. A. Financial crises explanations, types, and implications // International Monetary Fund. 2013. №. 13 - 28;
5. Вильданов И. Э. Социальный кризис: изучение, проблемы и решения // Вестник Казанского технологического университета. 2006. №2;
6. Пыткин А.Н., Кондратьева К.В. Опережающее управление развитием предприятия в условиях организационного кризиса // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. 2018. №1;
7. Богачева Т. В. Понятие кризиса и механизм его возникновения // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2009. №2;
8. Симонова М. Д. Современное состояние экономики России в аспекте влияния на кредитный рынок, его структуру и динамику развития // Молодой ученый. 2016. №29. С. 502 - 506;
9. ЦБ зафиксировал рекордный отток зарубежных инвестиций из России [Электронный ресурс] / А. Фейнберг // РБК. – 2019. – Режим доступа: https: // www.rbc.ru / economics / 08 / 04 / 2019 / 5cab58a09a7947da221f5958;
10. Paying taxes 2018 [Электронный ресурс] / PWC // - 2019. – Режим доступа: https: // www.pwc.com / gx / en / paying - taxes / pdf / pwc - paying - taxes - 2019.pdf;

11. Это катастрофа: бизнес не верит в светлое будущее [Электронный ресурс] / Е. Петрова // Газета.ru. – 2018. – Режим доступа: https: // www.gazeta.ru / business / 2018 / 05 / 22 / 11760139.shtml?updated;

12. Рудяков В.А. Влияние фактора неопределенности на развитие экономического кризиса в России // Наука и техника. 2016. №2;

13. Динамика курса доллара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https: // www.banki.ru / products / currency / usd.

© А.Д. Швечкова, 2019

УДК 332

Д.А. Шекурова
Студентка 4 курса УЛГУ
г. Ульяновск, РФ
darya.shekurova.97@mail.ru

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КЛИМАТ

Аннотация

В данной статье даны и проанализированы определения таких многогранных понятий, как «предпринимательство» и «предпринимательский климат», изучены факторы, оказывающие воздействие на деловой климат, рассмотрена значимость разработки стратегии управления деловым климатом, дана оценка предпринимательского климата Ульяновской области.

Ключевые слова:

Предпринимательство, предпринимательский климат, экономическое развитие, малый и средний бизнес, факторы, идентификаторы, оценка, Ульяновская область, государственная программа.

Предпринимательство – важная составляющая и источник развития национальной экономики страны. Данный вид деятельности с каждым годом получает всё большее распространение в странах с рыночной экономикой. Предпринимательство - вид экономической деятельности, направленный на систематическое получение прибыли при наиболее выгодном способе использования ресурсов, и связанный с постоянными рисками. Предпринимательство является важным стратегическим ресурсом и, конечно же, оценка предпринимательского климата выбранной территории является значимым аспектом при принятии инвестиционных решений для бизнеса.

В любом государстве предпринимательский климат определяется как основной фактор экономического развития и повышения уровня жизни населения. В России оценку предпринимательского климата начали проводить сравнительно недавно, ведь до конца 1980 - х годов данный вид деятельности не был особо выражен на территории нашей страны. Как следствие, основной задачей на период 1980 - 1990 годов – была идентификация предпринимательства, как нового социального слоя, а уже после 1990 - х годов всё больше внимания стало уделяться внутренним и внешним факторам, оказывающим воздействие на предпринимательство. На сегодняшний момент существует большое количество факторов, методов и стратегий управления предпринимательским климатом.

Предпринимательский климат региона – набор факторов, дающих право предпринимателям работать на равных условиях и при равных возможностях для достижения своих целей. Предпринимательский климат складывается из взаимодействия объективных и субъективных факторов. Субъективные факторы имеют своё выражение в деятельности властей всех уровней (от регионального до федерального уровня) для развития экономики страны и региона. Объективные факторы, в свою очередь, состоят из особенностей географического расположения региона, численности населения, природных богатств, развития промышленности в регионе.

Предпринимательский климат в том или ином регионе может быть, как благоприятным, так и неблагоприятным. Благоприятный предпринимательский климат даёт предпосылки для успешного ведения бизнеса, а бизнес, в свою очередь, позитивно развиваясь, повышает налоговые отчисления, участвует в благотворительности, в развитии региона, в котором осуществляет свою деятельность.

Каждый предприниматель, прежде чем начать бизнес в каком - либо регионе нашей страны, должен провести анализ делового климата, всесторонне его изучить и сделать вывод об успешности (неуспешности) своего бизнеса и особо учесть различные угрозы, характерные для определённого региона с точки зрения экономической безопасности.

Больше всего от предпринимательского климата зависят малый и средний бизнес. Наличие или отсутствие благоприятного делового климата измеряется большим количеством индикаторов, таких как поддержкой региональных органов власти и в то же время свободой от их опеки, отсутствием или наличием коррупции, которая влияет на определенный вид бизнеса, простотой открытия бизнеса, правильным налогообложением, доступностью получения кредитов, обоснованностью проверок контролирующих органов.

Основным фактором, влияющим на предпринимательский климат, является гарантия на право собственности, ведь до сих пор в нашей стране осуществляются рейдерские захваты (конечно, не такие, какие были в 1990 - х годах – с убийствами, насилием и пр.) с более изощрёнными методами и средствами.

Также существенными и немаловажными факторами определения предпринимательского климата является уровень налоговой нагрузки на бизнес, сниженное давление на бизнес разного рода проверками, как со стороны органов власти, так и со стороны действующих в регионе контролирующих организаций.

Перед каждым регионом России, как на региональном, так и на федеральном уровне, стоит важнейшая задача – разработка уникальной стратегии формирования, эффективного развития благоприятного делового климата с учетом ресурсных особенностей региона, с его потенциальными возможностями, существующей на его территории предпринимательской среды. Проблема разработки данной стратегии и её успешного развития, функционирования и действенности является в настоящее время весьма сложной и вполне актуальной не только для самих предпринимателей, но и, конечно же, для региона и страны в целом, ведь предпринимательство выступает одним из важных элементов экономической системы и движущей силой, оказывающей влияние на развитие экономического потенциала региона.

Так, что касается предпринимательского климата на территории Ульяновской области, то следует отметить тот факт, что на протяжении уже 10 лет, благодаря политике, выбранной губернатором, регион является одним

из передовых в формировании благоприятного делового климата. Уровень развития малого и среднего бизнеса в регионе является сравнительно высоким. По данным 2018 года на территории области действует более 44 тысяч субъектов малого и среднего бизнеса, за

последний год было зарегистрировано порядка 7 тысяч новых субъектов и увеличение налоговых поступлений в бюджет на 12 % .

Выработанная стратегия формирования благоприятного предпринимательского климата на территории Ульяновского региона не только успешно функционирует на сегодняшний день, но и имеет большие перспективы и планы на будущее. На данным момент предприниматели области имеют право на получение льгот по аренде и выкупу государственного имущества, снижены ставки налога при упрощенной системы налогообложения на территории региона - региональными властями используется дифференцированный подход в зависимости от видов деятельности - 5 % , 10 % , 15 % , также имеют место быть налоговые каникулы, и, безусловно, сокращено количество плановых и внеплановых проверок на территории области. Все перечисленные выше факторы, описанные в различных нормативно - правовых актах и программах области, не только успешно влияют на формирование комфортной и благоприятной деловой среды, но и имеют своё продолжение как в различных бизнес - форумах, так и в новой государственной программы "Развитие малого и среднего предпринимательства в Ульяновской области" на 2019 - 2024 годы.

Список использованной литературы

1. Постановление от 29 октября 2018 года N 24 / 521 - П Об утверждении государственной программы Ульяновской области "Развитие малого и среднего предпринимательства в Ульяновской области" на 2019 - 2024 гг.
2. Имаева Г. Р. Предпринимательский климат в России и формирующие его факторы: социологический анализ // Мониторинг. 2013. №2 (114).
3. Карелина А.С., Байгулова А.А. Особенности региональной экономической безопасности // Вектор экономики. 2019. № 4 (34). С.1.
4. Кондратьева М. Н., Баландина Е. В., Глухова С. А., Нилова И. В., Шубина Т. Н., Романченко В. А. Актуальные проблемы развития социально - экономических систем в современных условиях. – Ульяновск: УлГТУ. 2012. – 131 с.

© Д.А. Шекурова, 2019

УДК 65

Е.С.Шешерина
Магистрант 1 курса ЯрГУ им.П.Г.Демидова
г. Ярославль, РФ
E - mail: kt.she@bk.ru
Научный руководитель: Е.Г.Патрушева
Профессор, доктор экон.наук ЯрГУ им.П.Г.Демидова
г. Ярославль, РФ
E - mail: patr5@yandex.ru

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИСТЕМ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация:

Рынок систем безопасности России считается одним из сравнительно молодых и не вполне оформившихся сегментов национальной экономики. При сложившейся структуре

отечественного рынка систем безопасности на нем уже определились основные игроки. При этом деятельность отдела маркетинга предприятий - производителей систем безопасности на данном рынке крайне велика: именно отдел маркетинга осуществляет взаимодействие с потенциальными заказчиками, участвует в разработке и продвижении продукта. Но пока в этом секторе национальной экономики практически отсутствует наработанный опыт взаимодействия с потребителями, что создает серьезные трудности в эффективном функционировании отделов маркетинга и сдерживает развитие организаций - производителей.

Ключевые слова:

Рынок систем безопасности, технические средства охраны, отдел маркетинга, организация труда, разработка и продвижение продукции.

Российский рынок систем безопасности - один из наиболее быстро развивающихся сегментов национальной экономики, на котором стремится найти свое место и закрепиться широкий спектр различных производителей, оказывающих проектные, монтажные, охранные и прочие услуги.

Спецификой взаимодействия производителей оборудования систем безопасностей с потребителями является необходимость выполнения специальных технических требований заказчиков. Наиболее популярными российскими компаниями, работающими в сфере систем безопасности, в январе 2019 года стали системные интеграторы [9], т.е. компании, обеспечивающие создание, внедрение и сопровождение функционирования охранных систем. Именно поэтому системные интеграторы — это довольно крупные компании, включающие различные подразделения: разработки, проектирования, поставок. производства, продажи, монтажа, продвижения собственных продуктов.

В публикации Д.А.Скирневского [6] справедливо показано, что наличие превосходных технических и эксплуатационных характеристик создаваемых систем не является гарантией успешной работы на рынке без налаживания работы отдела маркетинга. При этом специфика отрасли и особенности состояния рынка оказывают существенное влияние на технологии маркетинга, применяемые инструменты и алгоритмы принятия решений. Действительно, маркетинговая деятельность системных интеграторов должна быть сосредоточена на:

а) определении рыночных потребностей для разработки отвечающих запросам рынка продуктов;

б) изучении мировых технологий в создании систем безопасности;

в) выборе актуальных мер продвижении продукции на рынок систем безопасности.

Кроме того, мы разделяем мнения авторов [5], доказывающих, что основой эффективного функционирования отдела маркетинга является создание оптимальной структуры отдела и налаживание оперативной системы обмена информацией с другими подразделениями предприятия и организациями за его пределами.

Таким образом, обоснование содержания работы отдела маркетинга с учетом отраслевой специфики, обеспечивающей эффективность его функционирования, а также рекомендаций по формированию организационной структуры маркетинговых подразделений производителей систем безопасности представляет актуальную научно - практическую задачу.

Исходя из динамично меняющихся технологий и требований заказчиков по техническому уровню создаваемых систем, деятельность маркетингового отдела включает

участие в разработке продукции, которая должна учитывать содержание поступающих запросов от заказчиков на разработку продукции, требующих как принципиально новых разработок, так и расширения номенклатуры продукции [3].

Так, у предприятий - производителей на рынке систем безопасности существуют альтернативные пути разработки новой продукции:

1) При работе с крупными заказчиками речь идет о радикальной инновации, создаваемой «под заказ».

2) При работе с заказчиками среднего бизнеса – это направленная модификация и модернизация продукции. Для ее обеспечения необходим непрерывный процесс разработок в режиме обратной связи с потребительским спросом и развитием технологий.

3) При работе с некрупными заказчиками – стандартные предложения готовых продуктов.

Краткая характеристика вариантов разработки продуктов и задач отдела маркетинга представлена нами в таблице 1.

Таблица 1 – Задачи отдела маркетинга на этапе разработки продукта

Вариант выпуска продукции	**Описание**	**Отдел маркетинга**
Инновация	Создание принципиально нового вида продукции, предназначенного для конкретного заказчика.	- создание положительного имиджа компании; - обсуждение требований к потребительским характеристикам продукции; - анализ рынка на предмет применения новой продукции; - взаимодействие с постоянными заказчиками на предмет потребности в новой продукции; - сбор аналитической информации о возможностях продвижения нового продукта и поиск потенциальных заказчиков /
Модификация и модернизация	Преобразование и усовершенствование существующих продуктов под конкретных заказчиков.	- работы по взаимодействию, осуществлению технической поддержки и налаживанию обратной связи с постоянными заказчиками, проектными и монтажными организациями; - проведение опросов и анализа потребностей участников рынка систем безопасности с целью предоставления разработчикам систематизированной информации о необходимости в усовершенствовании и модификации производимых продуктов.

Работа со стандартным продуктом	Продажа готовых стандартных продуктов.	- организация работы по анализу различных Интернет ресурсов и сайтов с размещенными запросами котировок, тендеров и аукционов на поставку ТСО, относящихся к группе выпускаемой продукции; - предоставление руководству предприятия и научному отделу перечня выявленных основных технических и эксплуатационных характеристик конкурентной продукции, в совокупности с анализом производственных возможностей и возможными объемами потребности потенциальных заказчиков. - сбор аналитической информации о конкурентах и возможностях продвижения стандартного продукта, поиск потенциальных заказчиков.

Ключом стабильного увеличения объемов сбыта является включение ТСО в максимальное количество проектов крупных заказчиков. Для этого отделу маркетинга необходимо постоянно работать со стратегий развития внешних коммуникаций: осуществлять взаимодействие в направлении распространения и предоставления информации необходимой заказчикам для применения и эксплуатации ТСО. В этом направлении работы отдела маркетинга, по нашему мнению, должны разделяться на участие в выставках, печать статей в СМИ, размещение информации на сайте и отраслевых Интернет - порталах, а так же прямое взаимодействие с заказчиками.

Только полный комплекс всех выше указанных работ позволит в полной мере обеспечить потенциальных и постоянных заказчиков необходимой технической и эксплуатационной информацией, что позволит увеличить объем сбыта.

Таким образом, при динамичном развитии рынка систем безопасности, росте конкуренции и повышении требований к системам безопасности, огромное влияние на деятельность предприятий - производителей оказывает рациональная работа отдела маркетинга, которая заключается в поиске новых заказчиков, разработке проектов - презентаций, ведения проектов систем безопасности от их основания. Качественное выполнение вышеуказанных задач позволит отделу маркетинга предприятия - производителя систем безопасности повысить интерес большого числа потенциальных заказчиков, увеличить общий объем продаж и получить дополнительные конкурентные преимущества.

Библиографический список:

1. Дмитриева, С. И. Организация работы департамента инноваций в промышленном холдинге / С. И. Дмитриева. – М . : Изд - во МГОУ, 2014. - 48 с.

2. Королькова, Е. М. Организация маркетинга на предприятии : учеб. пособие / Е. М. Королькова. - Тамбов : Изд - во Тамб. гос. техн. ун - та, 2001. - 148 с.

3. Травин, В. В. Менеджмент персонала предприятия : учебно - практ. пособие / В. В. Травин, В. А. Дятлов. - 5 - е изд. - М. : Дело, 2003. - 272 с.

4. Филимонович, С. Р. Поиски российской модели менеджмента: взгляды инсайдеров / С. Р. Филимонович // Российский журнал менеджмента. - 2004. - № 3. - 16 с.

5. Портал по безопасности [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // sec.ru (дата обращения: 30.03.2019)

6. Официальный сайт ЗАО «НПП «СКИЗЭЛ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // www.skichel.ru / ru / main (дата обращения: 30.03.2019)

7. Security Lab [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // www.securitylab.ru / (дата обращения: 30.03.19)

8. Secuteck [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // www.secuteck.ru (дата обращения: 06.04.19)

9. Security bridge [Электронный ресурс]. Режим доступа: http: // price.security - bridge.com / (дата обращения: 16.04.19)

10. CNEWS [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.cnews.ru (дата обращения: 16.04.19)

© Е.С.Шешерина, 2019

УДК 338

А.В. Шобухов
Уфимский Государственный Авиационный Технический Университет
гУфа, РФ
E - mail: Andrei102rus@bk.ru

КЛАССИФИКАЦИЯ БИЗНЕС - МОДЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ, РАБОТАЮЩИХ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация

Инновационная бизнес - модель позволяет менеджменту компании определить способы и методы коммерциализации и реализации своих технологий и идей. Выбор той или иной бизнес - модели влияет на такие элементы окупаемости, как возможность успешного возврата инвестиций, время, за которое производство продукции достигает требуемого объема, объем прибыльности и распределение дохода и риска между различными участниками на стадиях коммерциализации и реализации. Проведена классификация бизнес - моделей интернет - проектов российского сегмента сети Интернет; приведены особенности и общие черты каждой группы.

Ключевые слова

бизнес - модель; интернет - проекты; классификация интернет - проектов; типы интернет - проектов.

В контексте революционных изменений в экономике информационных сетей и институциональных изменений традиционная модель интегрированного управления,

которая успешно работает в промышленных экономических условиях, становится излишней. Создание новой бизнес - платформы, которая адаптируется к рынку и делает развитие организации устойчивым, становится практичным.

Классификация бизнес - моделей с точки зрения стратегического управления и принятия управленческих решений, ключевые элементы и характеристики внедрены в труды зарубежных ученых.

Теоретической основой исследования бизнес - моделирования является работа российских ученых: В.С. Каткало, И.С. Краевский, Д. Лейкина, Е.М. Марголин В.Д. Маркова А.Н. Петрова Б.М. Рапопорт, С.В. Рогожина А.И. Скубченко Н.Д. Стрекалова В.А. Тамбовцева Г. Уварова, А.И. Шаталова Г.В. Широковой и др.

Использование информационных технологий для исследования тем новых бизнес - моделей очень актуально и популярно сегодня. Иностранные авторы и российские ученые провели обширные исследования на эту тему. Среди иностранных авторов профессор Майкл Рапп, который предлагает классификацию 41 бизнес - моделей, которые могут быть реализованы с использованием веб - технологий [3].

Профессор Линда Эпплгейт из Гарвардской школы бизнеса предложила очень интересную классификацию бизнес - моделей, основанных на информационных технологиях. До появления моделей, представленных автором, они были разделены на две категории: оцифровка, то есть внедрение моделей и электронных моделей на платформе традиционных предприятий, которые разрабатывали и использовали цифровые технологии в Интернете [2]. Стоит отметить, что существуют стандарты, общие для различных классификаций, использующих модель интегрированного управления технологии GG - степень, в которой информационные технологии существуют в модели.

Кроме того, следует отметить что, долгосрочные бизнес - модели теории и практики, используемые в различных формальных и неформальных определениях, передают ключевые аспекты бизнеса, включая бизнес - цели, стратегии линейки продуктов, инфраструктуру, организационную структуру, методы распределения, операционные процессы и т. д. Существуют различные способы категоризации бизнес - модели инновационных компаний, работающих в сети Интернет [1].

Рассмотрим классификацию бизнес - моделей для интернет - провайдеров, они классифицируются по типам бизнес - процессов, которые являются основными видами деятельности интернет - проекта. В этой категории определены следующие модели деловой активности:

1) посредническая;
2) рекламная;
3) информационная;
4) партнерская;
5) социальная;
6) абонентская;
7) модель прямых продаж;
8) торговая.

Модель посреднической деятельности. В Интернете, как и в любой другой отрасли, в некоторых областях связь между продавцом и покупателем происходит через механизм. Посреднический механизм в Интернете распространяется на B2B, B2C и C2C. Наиболее

очевидным примером такой деятельности может быть деятельность электронной платежной системы (Яндекс.Деньги, WebMoney, PayPal), в которой плательщик выплачивает системе определенный процент от суммы перевода. Другим примером является так называемый «аукционный брокер», который покупает товары, запрошенные покупателем для онлайн - аукционов под определенный процент или сумму, и предоставляет услуги по их доставке.

Активная рекламная модель. Рекламная модель кампании обычно применяется к крупным тематическим интернет - проектам с большим трафиком, что создает благоприятные условия для рекламодателей. Эту модель также можно использовать для специализированных контент - проектов. Самые популярные методы рекламы включают в себя:

- контекстная реклама (рекламная презентация в зависимости от содержания текущей страницы интернет - проекта или поискового запроса);
- медийная реклама (размещение крупных рекламных изображений на страницах интернет - проектов означает широкий охват аудитории, особенно для повышения узнаваемости бренда).

Информационная модель деятельности. Информационная модель понимается как деятельность, которая предоставляет информацию. В основном о статистике, предоставляющей пользовательские настройки. Даже в интернет - инжиниринге широко используются данные большого количества продавцов товаров и услуг, подведены их собственные расценки, сроки доставки, цены и так далее. Таким образом, покупатель, запрашивающий информацию о товаре или услуге в таком агрегаторе, имеет возможность выбирать между несколькими продавцами.

Партнерская модель деятельности. Интернет - проекты, работающие в этой бизнес - модели, на самом деле являются дочерними компаниями прямых производителей товаров и услуг. Зачастую стоимость партнерства между товарами и услугами не превышает стоимость, указанную производителем. Разница между деятельностью альянса и посредничеством заключается в том, что партнеры и покупатели продавца не предоставляют посреднические услуги. Кроме того, прямые производители платят партнерам комиссионные за каждый проданный продукт или услугу.

Социальная модель деятельности. Основным принципом этой бизнес - модели является объединение пользователей в соответствии с конкретными интересами, то есть формирование так называемой социальной группы. Например, социальные сети сегодня очень популярны. Это интернет - проекты, объединяющие большое количество людей, которых объединяет общая идея, цель, задача или проблема. Кроме того, социальная модель предполагает объединение людей на основе профессиональных интересов. Например, когда большое количество программистов со всего мира собираются вместе для разработки программного обеспечения. В то же время основным принципом этой ассоциации является отсутствие компенсации за работу программистов и бесплатное распространение программного обеспечения для разработки.

Модель подписки. Идеальный пример этой реальной модели - подписка на журналы. Когда читатель платит за подписку, он часто получает газеты, журналы или другие печатные материалы, написанные им. Если подписка не была оплачена вовремя, доставка сообщения будет прекращена. Таким же образом модель была настроена в виртуальном отделе. Платный контент доступен для средств массовой информации и различных специалистов. Небольшая часть различий в подписке на печатную публикацию может представлять собой возможность ознакомиться с содержанием статьи или следующего информационного бюллетеня.

Режим прямых продаж. Модель включает производителей, продающих товары и услуги напрямую. Также можно говорить о цифровых товарах (программном обеспечении), а также о физических объектах (мебель, бытовая техника и т. Д.), То есть прямые производители или важные поставщики организуют цепочку распределения через независимые силы. Как правило, модели прямых продаж предоставляют возможность настроить федеративную модель кампании, чтобы привлечь больше людей к распределению этих товаров и услуг.

Модель торговой деятельности. Интернет - магазин или каталог товаров - идеальный пример онлайн - активности проекта в торговой модели. Важное отличие и особенность модели транзакций по сравнению с моделью прямых продаж заключается в том, что продавец не является производителем предлагаемых товаров и услуг.

Итак, сегодня существует множество способов классификации бизнес - моделей инновационных компаний, работающих в Интернете. Все это можно классифицировать по категории бизнес - процесса, типу бизнес - процесса, автору и характеру бизнес - процесса.

Список использованной литературы:

1. Столяров. С.А. Бизнес - модели интернет - проектов. Классификация и особенности // Университет Им. В.И. Вернадского. №3(34). 2015. – С.293 - 269.

2. Camp, J. Trust and Risk in Internet Commerce / J. Camp. – Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2014. – 210 p.

3. Gordijn, J. Value - Based Requirements Engineering: Exploring Innovative Ecommerce Ideas / J. Gordijn, J.M. Akkermans // Requirements Engineering Journal. – 2013. – Vol. 8, No. 2. – P. 114–134.

© А.В. Шобухов, 2019

УДК 65

Ягафарова И.А.
студент 4 курса КФ ОГУ
г. Кумератау, РБ
E - mail: queenofmadnes@mail.ru
Цыркаева Е.А.
старший преподаватель КФ ОГУ
г. Кумертау, РБ
E - mail: 25Lenchik555@maii.ru
Сагитов Р.Ф.
канд. тех. наук, доцент КФ ОГУ
г. Кумертау, РБ

ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ ЖКХ. СОСТАВ, СТРУКТУРА И АНАЛИЗ

Аннотация: в статье отражены подходы к управлению оборотными активами организации сферы ЖКХ, состав структура и источники формирования оборотных средств. Описаны теоретико - методические вопросы формирования и усовершенствования

политики управления оборотными средствами на предприятиях жилищно - коммунального хозяйства.

Ключевые слова: оборотные средства, активы, жилищно - коммунальное хозяйство, политика управления, направления улучшения.

Финансовое положение предприятия, его показатели ликвидности и платежеспособности непосредственно зависят от того, насколько быстро средства, вложенные в оборотные активы, превращаются в реальные деньги, т.е. повышение эффективности управления оборотными активами отражает улучшение финансового состояния предприятия.

Управление оборотными активами предприятия позволяет добиться следующего:

- высокий уровень эффективности реального применения капитала;
- сохранение ликвидности на уровне, позволяющем говорить о конкурентоспособности предприятия;
- предприятие функционирует без сбоев и «провалов» [3].

Для организаций сферы ЖКХ оборотными средствами в первую очередь являются денежные средства и основные средства, потому что такие организации ничего не производят и не имеют для этого базы.

Оборотные средства организаций сферы ЖКХ бывают постоянными (денежные средства, незавершенное производство) и переменными (основные средства, материальные активы).

Денежные формируются из платы за услуги, которые организация предоставляет собственникам помещений в многоквартирном доме.

К основным средствам относятся материальные активы из разряда недвижимого имущества, в том числе жилые и нежилые помещения, доходные дома; материальные активы из разряда движимого имущества, в том числе производственную технику, автотранспорт, офисную оргтехнику, компьютеры, мебель и прочее [1].

Основным источником формирования денежных средств организаций сферы ЖКХ является плата за деятельность по управлению эксплуатацией, которая формируется из платы за жилое помещение и платы за коммунальные услуги.

Дополнительным источником формирования денежных средств может быть плата за услуги по сервисному обслуживанию внутриквартирного инженерного оборудования, за клининговые, строительно - монтажные услуги [4].

Оборотный капитал рассчитывается как разница между суммой краткосрочной дебиторской задолженности и суммой краткосрочной кредиторской задолженности.

Плата за коммунальные услуги при условии увеличения сокращения дебиторской задолженности граждан перед организацией ЖКХ и отсрочки погашения кредиторской задолженности перед ресурсоснабжающими организациями предоставляет возможность организации ЖКХ в краткосрочном периоде пользоваться средствами ресурсоснабжающих организаций и содействует формированию положительного оборотного капитала [5].

Рассмотрим на примере управление оборотными активами ООО «Домоуправление 9» г. Салават.

Основным видом деятельности предприятия является управление эксплуатацией жилого фонда за вознаграждение или на договорной основе.

Общество осуществляет следующие виды деятельности:

- управление эксплуатацией жилого фонда;
- работы строительные отделочные;
- производство электромонтажных, санитарно - технических и прочих строительно - монтажных работ.

Оборотные средства организации в основном представлены запасами материалов, запасных частей для проведения ремонтов, малоценных и быстро изнашивающихся предметов и хозяйственного инвентаря.

Структура оборотных активов не соответствует нормативной, так как дебиторская задолженность составляет 67 - 69 % от всей структуры баланса.

Так как дебиторская задолженность занимает практически 2 / 3 доли в оборотных средствах, целесообразно рассмотреть ее структуру. Структура задолженности в 2016 - 2018 гг. представлена в таблице 1:

Таблица 1 - Структура дебиторской задолженности на 2016 - 2017 гг.

Задолженность	Всего, тыс. руб.			Из них просроченная, тыс. руб.		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Покупатели	2417,67	2931,76	2709,70	1350,19	1655,20	1450,90
В т. ч. население	1864,85	2629,03	2398,63	928,29	1537,23	1217,30
Поставщики	123,71	75,16	63,83	-	-	-
Расчеты по социальному Страхованию	33,46	51,87	95,95			
Расчеты с разными дебиторами и кредиторами	- 292,83	- 1,79	- 10,48	-	-	-
Всего	2282,00	3 057,00	2859,00	1350,19	1655,20	1450,90

ООО «Домоуправление 9» г. Салават проводило следующие мероприятия, направленные на снижение задолженности:

- претензионно - исковая работа;
- взыскана сумма по исполнительному производству в размере 237,843 тыс. руб.,
- списание дебиторской задолженности на сумму 252,715 тыс. руб.

Снижение дебиторской задолженности на 31.12.2018 года по сравнению с задолженностью на 01.01.2018 года, составило 198,0 тыс. руб. Однако, доля дебиторской задолженности на 2018 г. в структуре оборотного капитала по - прежнему велика.

Вся финансово - экономическая деятельность нуждается в постоянном вложении капитала. Для определения зависимости предприятия от инвестирования необходимо рассмотреть данные, указанные в таблице 2:

Таблица 2 - Показатели баланса за 2016 - 2018 гг.
ООО «Домоуправление 9» г. Салават, тыс. руб.

Наименование Показателя	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2017 г.	На 31 декабря 2018 г.	Изменение 2016 - 2017 (%)	Изменение 2017 - 2018 (%)
Оборотные активы	3292	4429	4 231	134	95
Заемные средства	3217	3455	2725	107	79
Собственный Капитал	3745	4999	7069	133	141

Оборотные активы на предприятии возросли на 34 % по отношению к 2016 г. В 2018 г. они уменьшились на 198 тыс. руб. по отношению к 2017 г.

Темп роста заемных средств ООО «Домоуправление 9» г. Салават в 2017 году составил 107 % , что меньше темпа роста собственного капитала (133 %) и меньше роста оборотных активов (134 %). В 2018 г. заемные средства уменьшились по отношению к 2017 г. и составили 79 % . Собственный капитал предприятия в динамике 2016 - 2018 гг. увеличился на 3 324 тыс. руб. В целом, тенденция увеличения собственного капитала и уменьшение заемного расценивается как положительная. Зависимость предприятия от инвестирования с каждым годом уменьшается.

Для оценки финансовой устойчивости предприятия нужно рассчитать величину собственного оборотного капитала (СОК) и его долю в финансировании оборотных активов организации. Расчеты данного показателя представлены в таблице 3:

Таблица 3 - Расчет собственного оборотного капитала за 2016 - 2018 гг. (тыс. руб.)

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Оборотные активы	3292	4429	4231
Собственный оборотный капитал	- 397	975	- 1332
Собственный капитал	3745	4999	7069
Заемный капитал	3217	3455	2725
Внеоборотные активы	4142	4024	5563

Отрицательное значение собственного оборотного капитала в 2015 означает, что часть краткосрочных заемных средств осталась в основных средствах или ушла на покрытие убытков. Это говорит о кризисном состоянии компании в данном году.

На период 2016 - 2018 гг. состояние предприятия значительно улучшилось. В 2018 г. собственный оборотный капитал уменьшился до значения - 1332. Отрицательное значение собственного оборотного капитала может привести предприятие к несостоятельности, так как такое значение говорит о невозможности предприятия своевременно погасить краткосрочные обязательства. Данная ситуация может быть вызвана следующими причинами:

- низкой эффективностью использования активов компании;
- наличием и увеличением остатков незавершенного строительства;
- ростом дебиторской задолженности;
- убыточностью работы предприятия.

Рассмотрев динамику состава и структуры оборотных активов ООО «Домоуправление №9» необходимо проанализировать эффективность использования каждого из элементов функционирующих средств.

Основным показателем, отражающим эффективность использования оборотных активов является их оборачиваемость, поэтому необходимо рассмотреть динамику данного показателя (таблица 5):

Таблица 5 – Оборачиваемость элементов оборотных активов ООО «Домоуправление №9» за 2016 - 2018 гг.

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолют. отклонение 2018г. от 2016г.	Темп роста, % 2018г. к 2016г.
1	2	3	4	5	6
Оборачиваемость оборотных активов					
- в разах	3,52	2,44	2,42	- 1,10	68,75
- в днях	102,37	147,54	148,89	+46,52	145,44
Оборачиваемость дебиторской задолженности					
- в разах	5,32	3,49	3,17	- 2,15	59,59
- в днях	67,64	103,14	113,45	+45,81	167,73
1	2	3	4	5	6
Оборачиваемость денежных средств					
- в разах	18,25	30,22	31,05	+12,80	170,14
- в днях	19,73	11,91	11,59	- 8,14	58,74
Оборачиваемость прочих оборотных активов					
- в разах	14,58	11,68	15,10	+0,52	103,57
- в днях	24,68	30,82	23,85	- 0,83	96,64

Общая оборачиваемость всех функционирующих активов предприятия за анализируемый период снизилась на 1,10 раза, темп роста при этом составил 68,75 % . Значение показателя в 2018 году достигло 2,42 раза, а продолжительность одного оборота 148,89 дней. Динамика оборачиваемости оборотных активов полностью отражает динамику оборачиваемости дебиторской задолженности.

Таким образом, можно сказать, что в ООО «Домоуправление 9» г. Салават наблюдается замедление оборачиваемости активов и увеличения периода оборота, и рост стоимости оборотных активов предприятия. Также отмечается рост дебиторской задолженности, что удостоверяет о неэффективности управления оборотными активами на предприятии.

Сегодня предприятия ЖКХ России имеют ряд проблем в структуре и составе оборотных средств, а именно: избыточные объемы дебиторской задолженности, недостаточное количество денежных средств и текущих финансовых инвестиций, товарно - материальных ценностей. Перечисленные тенденции затрудняют политику управления оборотными средствами. В итоге предприятия ЖКХ становятся убыточными, а рентабельность оборотных средств - отрицательной.

Таким образом, можно установить следующие принципы эффективного управления оборотными средствами: проведение расчета потребности в оборотных средствах; использование оборотных средств только по целевому назначению; обеспечивать рациональное использование оборотных средств [2].

Список источников:

1. Князькова Е.С. К вопросу об управлении оборотными активами предприятия // Молодой ученый. - 2017. - №37. - С. 55 - 60.

2. Маккаева Р.С. Пути повышения эффективности использования оборотных средств торговых предприятий в современных условиях / Маккаева Р.С. // Современные научные исследования и инновации. - 2017. - № 2.

3. Радченко В.М., Морозова Н.А. Управление оборотными активами предприятия в общем комплексе проблем повышения эффективности их использования // Научно - методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 23. – С. 96–100.

4. Сафонова Н.С., Блажевич О.Г., Гнездилова А.С. Сущность, классификация и особенности управления оборотными активами предприятия // Бюллетень науки и практики. - 2016. - № 8. - С. 192–201.

5. Шахбанов Р.Б., Бабаева З.Ш., Папалашев А.А. Методы управления оборотными активами предприятия // Финансовая экономика. - 2017. - № 5. - С. 14–16.

© Ягафарова И.А, 2019

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

УДК 1.17.177

Ш.Ж.Балпанова
студент, КарГУ им. Е.А.Букетова
г.Караганда, РК
E - mail: lu _ s _ lay@mail.ru

THE CONCEPT OF THE IDEAL MAN IN THE TEACHINGS OF CONFUCIUS

Abstract

This article describes the ethical aspects of certain philosophical concepts in Confucius philosophy. Also there is a description of Confucius' spiritual and moral values of the philosophical heritage. The importance of building social relations in a humanistic character is emphasized. The article also covers the contribution to the improvement of the people's moral qualities in the ethical concepts that he developed.

Keywords:

moral, duty, junzi, justice, humanity.

Confucius was the ancient Chinese thinker, the founder of confucialism, the most significant person in the history of China. The world community recognizes his wisdom and greatness. Confucius received a high reputation as a teacher, because many people respected him for his honesty and sensitivity. For centuries, his philosophy has been studied and research is currently being conducted not only in China, but also in Korea, Japan, and Singapore. The main content of Confucius' teachings − the rules of behavior, ways of a good life. This is a political and personal ethical system. Confucius did not teach anything, he repeated that he did not always offer new training, but demanded strict observance only of ancient laws and rules.

Testing his age and setting past centuries as an example, on the basis of these contradictions, Confucius created his ideal man junzi. High moral junzi should have been distinguished by two basic qualities: a sense of humanity and duty. The nobility concept (jen) the philosopher explained in a broad sense and was called moral, including numerous humanistic and values that are rarely found among Confucius' contemporaries, even between the closest disciples and followers. For example, Meng Wu - bo asked Confucius whether his students Zi Lu and Qiu could be considered humane people. The philosopher replied that to the first they could entrust with the rule of the whole kingdom, the other − 1000 yard territories. However, Confucius, in accordance with the text of "Lunyui", did not directly answer the question of morality of two: " I do not know whether he has nobility". [1, 99 p.]

According to Confucius, nobility (jen) characterized a lot of things. It assumed a sense of restraint, simplicity, intelligence, mercy, impartiality, justice. A humanist person must, above all, put humanity first in the strict sense of the word, that is, first of all, love for people; he must get rid of his egoistic thoughts and use all his strengths and abilities for the benefit of others. There is no need to seek morality. Only if you want it will be near you. In short, as a principle, Confucius' jen takes as an example the relationship between people and basically describes the unqualified rule that genius and heroes had. According to Confucius, in ancient China, Yao, Shun and Yu were considered as examples of the most humane emperor. Another example of a humane person was Confucius' the most beloved, but early deceased student, Yan Hui, who was content with one cup

of rice and one scoop of water a day, lived in a shabby shack, but was always cheerful. As stated in "Lunyui", Yan Hui's heart was always filled with love for people [4, p. 118,120]. As for living people, philosopher's contemporaries, his assessment was very tough. For him, humanity was the highest appreciation of man, the highest degree of morality. Confucius said about himself: "As for great wisdom and nobility, can I hope for them?".

The second side of the obligatory properties of junzi was called duty (yi) in the teachings of Confucius. The duty in his teaching is, first of all, the moral obligation of a person, which he imposes on himself due to his kindness and maturity. Duty must be fulfilled with the inner conviction that this must be done. Duty (yi) opposes material gain: "a noble person (jen) thinks about duty, a low person thinks about profit". In the same way as the philosopher jen explained in detail the concept yi. There were various views and aspects that evoke a sense of duty. However, the main position was approximately as follows. A person must be honest and fairly committed to duty. He must sincerely serve the state, the father, the eldest. Man is always obliged to perfect himself. He must learn throughout his life, know and understand only Tao, that is, the ancient sages who possessed the truth.

In Confucius' teachings of nobility (jen) and duty (yi) were not separated from each other. The compatibility of these two properties allowed a person to become junzi. In "Lunyui" a lot is said about what should be junzi. This kind person should be honest and sincere, simple and calm. He must see everything, understand everything, be careful of the word, be careful of the matter. He must deal with doubts, think about actions in case of anger, think about honesty in a profitable business. In his youth, he should avoid lust, in an adulthood – the conflicts, in his old age − stinginess. The exalted man is calm and free; he is indifferent to food, wealth, life comfort and material benefits. He fully devotes himself to high ideas, serving people, and seeking the truth. Understanding the truth in the morning, in the evening he can "calmly die" [1,101 pp.]. Everyone should strive to such an ideal that Confucius taught. Only one who has surpassed all this and achieved success from all sides will become a real junzi, a living example for all. In other words, in Confucius' teachings, the "noble man" is a social ideal, symbolizing all moral qualities and designated as a model of "high", far from Confucius's contemporaries. Thus, the social ideal formed during the time of Confucius against ordinary reality subsequently played a large role in China. However, there much has changed. If the true subjective of Confucius' striving is to create the ideal of a moral and humanistic, noble and harmoniously developed person, over time, only an appearance emerged in Confucian doctrine, expressed in the form of devotion display to the elders, respect for the ancient order.

Having identified bad thoughts and intentions, the junzi must make every effort to correct them, and if they are not identified, then double the attempts at moral self - improvement. Confucius urged people to evaluate their moral state, to be thoroughly tested and, if such defects were found in another person, said: "When you see a wise person, try to be like him, when you see a stupid person, pay attention to your inner analysis."

"Do not be afraid to correct your mistakes," said Confucius. Correcting his mistakes, a person should gradually adjust his moral nature, approaching the ideal model of moral and cultural behavior − junzi. If a person cannot admit his mistakes and carefully evaluate shortcomings, then he cannot control himself in accordance with the moral principles of junzi, since, in accordance with Confucius' comments, bad thoughts grow every day. Since the ideal of junzi is very difficult to realize, and because weak human weaknesses are diverse, the experience of moral self -

improvement can become very hard, continuous and long (perhaps throughout life) by people with weak will and people who do not have specific abilities. For example, Confucius himself said that only in 60 years he learned to distinguish truth from falsehood, and only after 70 years of life he began to live at the request of his heart, without breaking the rules. Moral and mental self - perfection has become such a laborious task, since, in accordance with the idea of Confucianism, a person who embarked on this path strengthens the requirements and intensifies efforts in determining high demands on himself, especially when a significant difference is found between the "high man" and the "low man" , that is, between junzi and hsiao - jen. "A noble man demands from himself, a low man demands from others". At the same time, if the junzi constantly increase their demands on themselves and continuously develop in their moral development, then hsiao - jen, on the contrary, indulges his sins and constantly declines. "A kind person moves up, a low person moves down" [4.318 p.]. As early Confucianists believed, in principle, a person has the potential to change his moral and psychological state through self - education, because a person has a desire to better his nature and strive for self - improvement, the meaning of which is to define, develop and overcome evil "moral" initiative in oneself, that is, humanism. As stated in "Lunyui": "Natural qualities bring people together, and acquired habits are removed".

According to Confucianists' understanding, nobility is the basis of human nature (ben) and the true path of man (Tao), as well as high ethical principles of "overcoming the personality and returning to the rules (li)". Compared to "Ren" (morality), all the virtues of a "good person" – " yi" (duty, justice), "hsiao " "(respect for parents), and" di "(respect for elders) arise from it. Confucius said that for junzi, the lack of nobility is worse than death, and if he faces a choice between the "principles of life or morality," the "high man" will die, but he does not give up his goal of life. "Junzi should not forget about morality, both in a hurry and in a particularly dangerous state, as well as during the meal" [2,100]. In addition, in any case, there is a need for constant self - control so that the junzi can fully comply with his moral principles and report on his moral state. Junzi do not forget about nobility and constantly monitor their mental activity in any life situation – from the usual situation to the most extreme one, they must maintain inner calm, endurance, endurance.

A high sense of social responsibility, the Confucian junzi, in the performance of its duties, prompts to show maximum enthusiasm and diligence, to be passionate, to be transferred as much as possible to his chosen work. As Confucius noted, junzi, not to mention socially significant activities, even in his personal life should not allow any negligence, carelessness, laziness. Such an enthusiasm for public duties required Confucianists, corresponding to the will (chi). Confucius said: "to people who live alone and strengthen their will (chi) in order to" fulfill their duty (decent) ". Special attention was paid to the factor of will, Men - zi formulated as the will of man, which "fills" strength and toughness from beginning to end, hardness, controlling precisely this vital energy (qi). "Will is the most important thing, and vital energy is the second degree," says and calls for the strengthening of the will by regulating their vital energy.

Junzi in Confucianism should have been engaged in self - education, moral regulation, as Confucius, as they say, does not learn to self - educate and govern the state as a whole. "How to manage other people if you can't control yourself ?!" he says. "If you control yourself, it will not be difficult to manage the state," because "a person controls himself, he does not order, but he does, he does not control himself," although he ordered, he does not obey "[4, p. 286,289]. At the same time, Confucius noted that in his administration, above all, at the level of the individual, society, state, at the level of the whole "blue sky", at the level of "regulation", "establishment of order".

Considering the ultimate goal of moral, cultural, mental and social development of a person and society, "management is ordering," he said.

Confucius' sociopolitical principles, the social ideal made by him, as well as the revelation to the authority of ancient influential geniuses, gave impetus to the formation of the entire religious and ethical concept of Confucianism. Unlike other civilizational societies in China, starting from the time of Confucius, moral values were consciously considered above religion and lasted for many centuries [1.107 pp.]. The Chinese, as a rule, considered all questions of religion through the prism of morality, and in religion itself they saw not only mysticism, metaphysics, theological judgments, but also pragmatic morality, which is directly related to people's lives. If in other countries morality is always regarded as an additional, auxiliary, stemming from the basic religious principles, and in other countries, morality is religious, then China can be said the opposite: in China, religion was moral, that is, was subject to traditions and norms consecrated by Confucianism and by principle.

In fact, from the point of view of orthodox theology, Confucianism is not like religion. As in any religion, the highest power of the creator, metaphysical judgments, supernatural phenomena and miracles were always in the first place. Any known religious systems do not affect the mind, but the human senses, surprising his imagination and subordinate mental activity. As stated in "Lunyui", Confucius did not like to talk about supernatural powers and spirits. He also refrained from telling about fate, because he does not want to limit the wants and possibilities of a person fate. When asked what death is, the philosopher said: "We do not know what life is, how can we know what death is?!". The main thing for Confucius was not the mystical significance of religious temples, but their solemn part, ceremony. In other words, Confucius saw religious rites as a great educational value, reminiscent not of mysterious and supernatural forces, but of respectable duties to ancestors and to forces from another world.

At present, Confucius moral teaching is regarded as a tool for improving human behavior in a society filled with selfishness and self - interest. The doctrine pays special attention to respect for moral and ethical standards, promotes mercy, based on humanism, the leadership of the state and the people. The study of Confucianism helps to consolidate traditional and modern ideas about values, to unite Eastern and Western cultures. The Confucian School of Philosophy, founded by a great thinker, for centuries deeply influenced various spheres of the social life of ancient China and enjoyed great prestige among modern Chinese. In modern society, Confucianism should play not only as the spiritual leadership of the Chinese, but also a worthy role in improving the moral qualities of people, promoting the acquisitiveness and general prosperity of world culture and equality of world religious trends.

References

1. Vasil'yev.L.S. Kul'ty, religii, traditsii v Kitaye. 2 - ye izd. – M.:Izdatel'skaya firma "Vostochnaya literatura" RAN, 2001. – 488s.

2. "Alemdik filosofiyalyq mura". Jiiyrma tomdyq. 1 - tom. Ejelgi shygys filosofiyasi. – Almaty: Jazushy, 2005. – 560b.

3. Alekseyev V.M. Kitayskaya literatura. – M.: Nauka. Glavnaya redaktsiya vostochnoy literatury, 1978. – 595s.

4. Lun Yu (Besedy i vyskazyvaniya). V kn.: Chzhutszy tszi - chen. T.1.Pekin, 1954.

© Ш.Ж.Балпанова, 2019

УДК 165

Камалеева А. М.
Магистрант первого года обучения, 47.04.01 «Философия»,
Казанский (Приволжский) Федеральный Университет, город Казань, РФ
alslkazan@mail.ru

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБОСНОВАНИЯ ЭПИСТИМИЧЕСКОГО АВТОРИТЕТА В РАБОТЕ ЛИНДЫ ЗАГЗЕБСКИ «ЭПИСТЕМИЧЕСКИЙ АВТОРИТЕТ. СОВРЕМЕННАЯ ЛИБЕРАЛЬНАЯ ЗАЩИТА»

Аннотация: В статье анализируется обоснование эпистимического авторитета у Линды Загзебски, которое кратко излагается ею в статье «Эпистемический авторитет. Современная либеральная защита». Интерес автора вызывает аргументация Загзебски, основанием своим имеющая сопоставление эпистимического и политического авторитета. Автор статьи критикует основные положения аргументации Загзебски с точки зрения социальной философии и показывает, что сопоставление и фактическое приравнивание эпистимического и политического авторитета невозможно из - за принципиального отличия природы двух явлений.

Ключевые слова: эпистемология, эпистемический авторитет, эпистемическая автономия , массовое общество, Линда Загзебски

В современной эпистемологии большой интерес вызывает проблема соотношения эпистемического авторитета и эпистемической автономии. Американский философ Линда Тринкхаус Загзебски, как отметил российский исследователь, Гаспаров Игорь Гарибович, «является одним из пионеров в изучении вопросов, связанных с эпистемическим авторитетом и эпистемической автономией» [1, с. 108]. Особенность ее позиции заключается в том, что она пытается найти баланс между эпистимической автономией и авторитетом. В своей аргументации Загзебски опирается на Джозефа Раца, который приводит три тезиса в защиту политического авторитета: тезис о независимости от содержания, тезис о приоритетности и тезис стандартного обоснования.

Первый тезис сводится к тому, что индивид должен выполнять любые предписания авторитета независимо от содержания, которое вкладывается в речь этого авторитета [2, с. 96].

Второй тезис состоит в том, что индивид должен поступать по велению авторитета, отметая все остальные данные в пользу этого действия, только потому, что так повелел властный субъект [2, с. 97].

Третий тезис гласит, что порой наиболее эффективный способ достичь своей цели это действовать по велению авторитета, а не по собственному усмотрению [2, с. 98].

По мнению Раца, автономией субъект обладает лишь в определенные моменты (выборы, референдум и т.д.), но в любое другое время он лишен своей автономности и обязан выполнять все, что потребует от него субъект, наделенный авторитетом. Если подчиненного не устраивают решения, который принимает субъект наделенный политическим авторитетом, он вправе на следующих выборах избрать другого и тем самым выразить свое недовольство.

Рац преследует свою собственную цель. Он пытается обосновать систему законов, используя свой последний тезис Стандартного обоснования. Но мы обратили внимание на ту параллель, которую проводит Загзебски между политическим и эпистемическим авторитетом. Так как после того, как Загзебски приводит рассуждения Джозефа Раца, она берет и без особых усилий приравнивает эпистемиеский авторитет политическому авторитету. Единственное основание такого шага выражается ею буквально в двух предложениях. Она пишет: «У нас имеется множество практических целей, и поэтому тезис об обосновании авторитета может быть использован для обоснования следования авторитету во многих областях, никак не связанных с правом: в вопросах о здоровье, компьютере, выращивании растений в саду. Мы хотим отыскать истину во многих областях и у нас есть основания считать, что в этих различных областях имеются люди, авторитет которых может быть обоснован, если детализировать тезис Раца о Стандартном обосновании» [2, с. 98]. Но нас не устраивает такая аргументация и на то есть своя причина.

Наше возражение вырастает из самой сущности современного общества, из ее омассовленности. Массовое общество отличается от, часто предшествовавшего ему, феодального общества тем, что управление впервые передается в руки того, кто до этого не учился править [3]. Следовательно, мы имеем право сомневаться в решении того, кого выбрали. В этом плане можно привести в пример недавние события во Франции. Если правительство принимает меры, которые не удовлетворяют общество, то общество имеет полное право заявить об этом. Сегодня народ не находится в том же положении, что народ под властью монарха, в массовом обществе правит такой же массовый человек как и все остальные, который не был с детства воспитан для управления государством. Народ на время наделяет кого - либо властью. И получается если чиновник – слуга народа, то этот «слуга» должен выполнят условия «трудового договора», в ином случае логично, что последует «увольнение», которое может осуществиться либо мирным путем, который предлагает нам Рац, либо путем изъявления своего недовольства на улице (митинги, шествия и т.д.). Но разве такая же логика в научном сообществе?

В академическом сообществе авторитет – это Primus inter pares. Если кто - то – первый среди равных, значит, есть те, кто не равен им. В науке мы все еще можем говорить о некотором авторитете элиты. Никакой математик (в здравом уме) не будет спорить с биологом о Законе единообразия гибридов первого поколения Менделя.

Обычный человек в отношении ученого, конечно, не может выступать как равный, поэтому речи об автономии у него быть не может. Проблема состоит в том, что некоторые ученые могут отстаивать противоположные гипотезы, но компетенций, чтобы разобраться в ситуации и сделать обоснованный выбор, у обывателя нет. Ему придется слепо довериться одной из сторон, как если бы он был крестьянином в феодальной Европе.

Таким образом, в политике авторитетом обладает лишь тот, кого наделил этим авторитетом народ, но при этом сам народ является так же временным носителем авторитета и наделен им лишь в некоторые моменты, например, во время выборов. Авторитет, и в науке, и в политике представляет собой некий формальный статус. Но в первом случае этот статус дарует и отбирает народ, а во втором случае решение принимает узкий круг специалистов, понять и оспорить решение которых может лишь равный.

Список использованной литературы:

1. Гаспаров И.Г. Эпистемический авториет и автономия эпистемического субъекта / И.Г. Гаспаров // Эпистемология и философия науки. - 2017. - Т. 53. - № 3. – С. 108 – 122.

2. Загзебски Л. Эпистемический авторитет. Современная либеральная защита / Л. Загзебски // Эпистемология и философия науки. - 2017. - Т. 53. - № 3. – С. 92 – 107.

3. Ортега - и - Гассет Х. Восстание масс [Электронный ресурс] URL: http: // e - libra.ru / read / 348229 - vosstanie - mass - sbornik.html свободный. – Проверено: 23.12.2018.

© Камалеева Айсылу Мударисовна, 2019

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

УДК 7.034

Емельянова А. А.
студент ТулГУ
г. Тула, РФ
E - mail: Sa1eenS@ mail.ru

КЛАССИЦИЗМ И БАРОККО В ДВОРЦОВО - ПАРКОВОМ АНСАМБЛЕ ВЕРСАЛЯ

Аннотация

Изучается история строительства Версальского дворца. Анализируется проявление форм барокко и классицизма в архитектуре, внутреннем пространстве, а также в парковом ансамбле.

Ключевые слова:

Архитектура, стиль барокко, классицизм, Версальский дворец, интерьер, скульптура, регулярный парк.

Со второй половины XVI века во Франции утвердилась власть абсолютной монархии. Ситуацию в обществе наглядно объясняла знаменитая фраза короля Людовика XIV: «Государство – это я». Поэтому главная цель официального искусства заключалась в возвеличивании деяний французских королей, сменявших последовательно друг друга. Придворное искусство активно использовало идеи стиля барокко, стремившегося к грандиозным и торжественным формам, преувеличенной эмоциональности образов. Широко применялись художественный средства, создавшие эффект зрелищности и театральности.

Помимо барокко с первой половины XVII в. начал зарождаться классицизм. Его взгляды были обращены к античному искусству Древней Греции и республиканскому Риму. Поскольку искусство вдохновлялось приемами классики, оно получило одноименное название. В отличие от преувеличенной эмоциональности барокко, классицизм утверждал идеи разума и воли. В противовес динамичным, перегруженным барочным формам, классицистические взгляды стремились к ясности и простоте конструкции. Преувеличенная грандиозность и торжественность сменилась спокойной соразмерностью и сдержанностью.

С первой половины XVII века столица Франции превратилась из города - крепости в город - резиденцию. На территории дворца обязательно устраивался парк, планировка которого отличалась упорядоченностью и ясностью композиции. Газоны подстригались, деревьям и кустарникам придавались формы правильных геометрических фигур, таким образом, демонстрировалось преимущество человека над природой и стремление подчинить ее разуму. Дорожки и аллеи пересекались под прямым углом. Такой парк получил название регулярный.

Дворцово - парковый ансамбль в Версале представлял собой грандиозную резиденцию французских королей, возведенную недалеко от Парижа. Архитектура дворца должна была возвеличивать абсолютную монархию. Тем более что время правления Людовика XIV было ознаменовано расцветом культуры и господства Франции в Европе.

История Версальского дворца началась с охотничьего замка Людовика XIII, который был возведен в 1624 г. и в дальнейшем сильно перестроен. Людовик XIV не захотел сносить отцовскую резиденцию и приказал, наоборот, расширить ее. В дальнейшем, старинная постройка стала центральной частью грандиозного дворцово - паркового комплекса. Здание располагалось в месте соединения трех проспектов, центральная дорога вела в Париж.

С 1668г. по 1671 г. Луи Лево обустроил бывший охотничий замок новыми корпусам, в результате образовался внутренний двор, получивший название Мраморный двор. Фасады, обращенные в сторону города, сохранили старинный внешний вид. Чередование на фасадах тесаного камня и кирпича, придавало постройке красочность и нарядность. Здание венчали крутые кровли, что создавало особый характер охотничьего замка.

Следующий этап строительства дворца связан с именем Ардуэна - Мансара. Архитектор еще больше увеличил размер здания, пристроив по сторонам два длинных корпуса: южный и северный, протяженностью 500 м каждый. Остроконечные кровли центральной части дворца были заменены плоскими конструкциями. Также всем фасадам со стороны парка зодчий придал единый внешний вид.

Постройки имели три этажа. Нижний этаж – цокольный, был украшен каменным рустом. Второй этаж, именуемый бельэтажем, Ардуэн - Мансар сознательно выделил из плоскости здания. Поскольку именно здесь располагались парадные помещения. Фасад второго этажа декорировали колоны и пилястры ионического ордера. Третий этаж самый низкий по высоте имел название «аттик». Здание венчала балюстрада со скульптурами трофеев. Монотонность фасада нарушал выступ в плоскости стены в виде ризалита с портиком, увенчанным скульптурами.

В центральной части дворца и вокруг Мраморного двора располагались апартаменты королевской семьи, в боковых корпусах помещались придворные и охрана.

В Версальском дворце сочетались различные стили, в первую очередь, барокко и классицизм. Убранство интерьеров было представлено характерными барочными мотивами: декоративными картушами, овальными медальонами, зеркалами. Особая роскошь подчеркивалась использованием дорогих материалов: позолоты, мрамора, бронзы и ценных пород дерева.

Классические традиции в интерьерах особенно проявились в залах, посвященных античным богам: Аполлону, Венере, Марсу, Меркурию и др. Дворцовые помещения украшали потолочные плафоны, расписанные на темы Античных мифов. В зале Аполлона помещался трон Людовика XIV, изготовленный из литого серебра с балдахином.

В центральном корпусе располагалась Зеркальная галерея (архитектор – Ардуэн - Мансар), где проводились торжественные приемы и балы. Завершалась галерея залом Мира и Войны. Планировка залов представляла собой анфиладу, и все помещения выстраивались на одной оси. Протяженность Зеркальной галереи составляла 73 м. Внутренне пространство галереи украшали зеркала, расположенные против окон. Благодаря такому декоративному приему, дневной свет отражался в зеркалах, и создавалась иллюзия расширения пространства. Помимо зеркал Ардуэн - Мансар украсил галерею пилястрами и пилонами. Также интерьер декорировали панно потолочных плафонов работы Шарля Лебрена. Росписи демонстрировали аллегоричные сцены, возвеличивавшие деяния французского короля. Рассказывая о проявлениях стиля барокко в архитектуре и интерьерах Версальского

дворца, нельзя не упомянуть выдающиеся работы придворного краснодеревщика Людовика XIV – Андре Шарля Буля. Вызывала особое восхищение парадная мебель французского короля, в отделке которой Буль использовал разнообразные техники: мозаику, интарсию. Применял в качестве украшения ценные материалы: редкие породы дерева, перламутр, бронзу, пластины панциря черепахи и слоновой кости.

Особое внимание при описании дворцового комплекса необходимо уделить парковому ансамблю. Его благоустройством занимался Андрэ Ленотр. Парк имел регулярную планировку, основанную на веерообразной композиции. В парке преобладали прямые линии, геометрические формы и симметрия. Планировка парка раскрывала основную идею классицизма, опирающуюся на разум человека. Также следуя законам регулярного парка, деревьям и газонам придавалась правильная форма. Поверхность водоемов была ровной и зеркальной. Тем самым, утверждалась тема подчинения человеческим разумом стихийных сил природы (в духе философии Декарта).

В результате многочисленных реконструкций дворцово - парковый ансамбль приобрел окончательный внешний вид. Его центральная часть имела П - образную форму с курдонером, обращенным в сторону города. С Мраморного двора расходились три луча – проспекта, центральный проспект вел в Париж. В точке соединения трех лучей – дорог (в курдонере) была установлена конная статуя Людовика XIV. По другую сторону дворца проспект переходил в аллею парка.

Подводя итог в изучении истории Версальского дворца и выявлении особенностей стилеобразования архитектуры и паркового ансамбля, можно назвать характерные мотивы барочного и классического стилей, проявившиеся в его экстерьерах и интерьерах, а также планировочном решении.

В основном, приемы барокко использовались в интерьерах дворца в перегруженности декора и украшении помещений картушами, скульптурой, зеркалами, пилястрами, пилонами, шпалерами и расписными потолочными плафонами. Также в качестве отделки использовались самые дорогие материалы. Многочисленные средства стиля барокко демонстрировали могущества французского короля и абсолютной монархии.

В сочетании с барокко, несмотря на кажущуюся противоречивость, в достаточной гармонии были представлены приемы классицизма. Особенно в архитектуре, планировочном решении дворца и благоустройстве паркового ансамбля. Следуя классическим традициям, композиция дворца развивалась в ширину, благодаря пристроенным боковым корпусам. Корпуса, возведенные Ардуэном - Мансаром, имели характерное для классицизма трехчастное деление и украшались традиционными для античной архитектуры элементами: колоннами, пилястрами, портиками. Также свойственный классическому стилю порядок и симметрия обнаруживался в благоустройстве парка, который имел регулярную планировку.

Список используемой литературы:

1. «Вся история искусства. Живопись, архитектура, скульптура, декоративное искусство.» / пер. с ит. Т.М. Котельниковой. – М.:АСТ: Астрель, 2007. – 369 с.
2. «Всеобщая история мировой культуры.» / Вейс Г. – М.: Эксмо, 2007. 786 с.

© А. А. Емельянова, 2019

УДК 7.034

Емельянова А. А.
студент ТулГУ
г. Тула, РФ
E - mail: Sa1eenS@ mail.ru

ЕВРОПЕЙСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В РУССКОЙ АРХИТЕКТУРЕ I ПОЛОВИНЫ XVIII В.

Аннотация

Изучается история архитектуры XVIII века. Раскрываются характерные в постройках того времени проявления европейского влияния.

Ключевые слова:

Классицизм, русская культура, европейское искусство, светская культура, архитектура, стилистические особенности.

Начало XVIII века в русской истории отмечено завершением многовекового средневековья и началом нового этапа в искусстве. К этому времени все больше укрепляется связь государства с европейскими странами: Италией, Голландией, Германией, и Польшей. В отличие от предыдущих периодов, когда искусство зависело от церкви и было вынуждено выполнять ее заказы, в XVIII веке стала развиваться светская культура. Петр I, понимая многовековую отсталость русского государства, принимал активные меры для его скорейшего развития. К XVII - XVIII вв. произошли изменения в архитектуре. Петербург, заложенный как порт и крепость, перерос в новую столицу. Строились русские города, развивалась торговля и промышленность, прилагались грандиозные усилия для того, чтобы Россия заняла достойное место рядом с европейскими государствами. Петр I всячески поддерживал идеи обмена опыта зарубежных и русских мастеров. Приглашал для работы в Россию иностранных архитекторов, скульпторов и живописцев. С первой половины XVIII в. приветствовались пенсионерские поездки талантливой молодежи, выходцев из «народа» для обучения за границей. Поэтому в этот период в русскую культуру начали проникать европейские тенденции, которые обогащали ее и стимулировали развитие.

Изучая стилистические особенности русской архитектуры начала XVIII века, можно обнаружить появление позднего барокко, господствовавшего в то время в европейском искусстве. Однако прямую аналогию проводить нельзя, поскольку русское зодчество имело свою особую национальную самобытность. К примеру, в ней обладало больше простых форм, чем это было свойственно западноевропейскому стилю.

Определить специфику русской архитектуры первой половины XVIII века можно на примере возведенных в этот период выдающихся сооружений. К их числу относилась церковь архангела «Гавриила» (1704 - 1707 гг.) архитектора И.П. Зарудного. Постройка получила название «Меньшиковой башни», т.к. была построена по приказу А.Д. Меньшикова.

В форме собора проявлялись новые европейские тенденции, распространившиеся в русской культуре. Церковь до пожара (1723 г.) представляла собой конструкцию башни,

что было нехарактерно для русского зодчества, и венчалась деревянным шпилем с позолоченной, медной фигурой архангела. В постройке сочетались мотивы русского зодчества с западноевропейской культурой. Европейские тенденции отразились в постройке в возведении башни, увенчанной шпилем и фигуркой архангела (православные церкви традиционно завершались крестами). Использовались колонны с античными капителями. Вход был обрамлен мощными валютами, что было достаточно смело для русской архитектуры первой половины XVIII в.

Вторая постройка, отражающая сочетание европейских тенденций и русских традиций – Петропавловский собор в Санкт - Петербурге (1712 - 1733 гг.) архитектора Доменико Трезини. Одной из выдающихся построек зодчего являлось здание Петропавловского собора, в решении которой ярко проявились веяния западноевропейской архитектуры. Собор представлял собой базилику, характерную для католических храмов. Постройку венчала башня - колокольня с высоким шпилем, украшенным фигурой ангела, что было также не традиционно для русского храмового зодчества.

Следующая постройка Доменико Трезини, представлявшая светский характер – Здание Двенадцати коллегий в Санкт - Петербурге. Сооружение развивалось в ширину, что было традиционно для европейской классицистической архитектуры и имело 12 секций, каждая из которых оформлялась как отдельный дом со своим перекрытием и фронтоном. Также зодчий применил в отделке второго и третьего этажа характерные для классицизма приемы – пилястры.

Можно отметить, что в первую половину XVIII века в русском храмовом зодчестве проявляется влияние европейского искусства. Особенно это ярко выраженно в вышеперечисленных постройках в Москве и в Санкт - Петербурге. Можно предположить, что именно в XVIII веке происходит обогащение русского наследия западноевропейскими тенденциями.

Список используемой литературы:

1. «Вся история искусства. Живопись, архитектура, скульптура, декоративное искусство.» / пер. с ит. Т.М. Котельниковой. – М.:АСТ: Астрель, 2007. – 416 с.
2. «Всеобщая история мировой культуры.» / Вейс – М.: Эксмо, 2007. - 786 с.
3. «История искусств. Живопись. Скульптура. Архитектура.» / Гнедич П.П. – М.: Эксмо, 2007. - 849 с.

© А. А. Емельянова, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Акиньшина А.В., Корнилова Е.Д.
ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ 6

Д.Е. Алексеев
ПОЛИТИЧЕСКИЕ СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ РОССИИ И ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА В УСЛОВИЯХ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ
THE POLITICAL PROSPECTS OF THE SCRIPT DEVELOPMENT OF RUSSIA AND THE EURASIAN ECONOMIC UNION IN CONDITIONS OF WESTERN SANCTIONS 8

Ю.С. Андреева
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЯХ 13

А. А. Ашуба, М. А. Мурадян
КОНСАЛТИНГ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЛАСТЯХ УПРАВЛЕНИЯ 16

А.Е.Баштовая
КОНСАЛТИНГОВЕ УСЛУГИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ
KONSALTINGOVE SERVICES AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT OF THE ECONOMY 19

Билялова А.И., Мерджанова Л.З.
ВОЗДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РФ 22

Билялова А.И., Ильясова Майя Казимовна
РОССИЙСКИЙ РЫНОК СИСТЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕЁ РАСШИРЕНИЯ 25

В.И. Борисов
ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ ДАТА - ЦЕНТРА ДЛЯ МАЙНИНГА КРИПТОВАЛЮТЫ 28

Буянова Ю. Е., Камарницкая В. А.
ДОСУДЕБНЫЙ ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПОРОВ 30

Васильева М.Д., Ахмадиева З.Р., Андрюшина Н.В.
ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ 33

Велиева В. Т.
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОСВЕННЫХ РАСХОДОВ ПО ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ МЕДИЦИНСКОЙ КЛИНИКИ 39

Велиева В. Т.
СРАВНЕНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ
В РОССИЙСКОМ УЧЕТЕ И МСФО 47

М. М. Гаджиев
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ
ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В РФ 50

Г.И Газин
НЕПРОПОРЦИОНАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ:
ПЕРЕСТРАХОВАНИЕ НА БАЗЕ ЭКСЦЕДЕНТА УБЫТКА 53

Глазко А.И., Бычкова А.А.
ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СВЯЗАННЫЕ
С УПРАВЛЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ 55

З. В. Глухова
Zlata Glukhova
ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ И ВЗАИМОСВЯЗЬ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ
И ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ
INTERDEPENDENCE AND INTERRELATION OF FINANCIAL RISKS
AND FINANCIAL SECURITY OF HOUSEHOLD ECONOMIES 58

Г.А. Гончаров
G. Goncharov
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ
METHODOLOGICAL APPROACHES
TO ASSESSMENT OF ECONOMIC SECURITY
OF SMALL ENTERPRISE AS A SECTOR OF ECONOMY 61

Гончарова А.В., Рябова К.А.
ПОСЛЕДСТВИЯ ПОВЫШЕНИЯ
ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА В РОССИИ 69

Е. Р. Грешнова, Б.А. Долуда, М. Т. Сабиев
ИЗМЕНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ПРИ СТАНДАРТИЗАЦИИ
СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ISO СЕРИИ 9000 71

Е.А.Гроздева
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ 73

Р.В. Гура
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ В ЛОГИСТИКЕ
MATHEMATICAL METHODS AND MODELS IN LOGISTICS 79

Ваниева А.Р., Джалалов Х.Э.
ПЛАНИРОВАНИЕ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА НА РЫНОК 81

С.С. Доброскокина
ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ УРОВНЯ ЦЕН 83

М.О. Довгань
ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ ЦЕЛЕЙ 87

Ермошкина А.А.
Ermoshkina A. A.
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ
THE PECULIARITIES OF MUNICIPAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS 92

С.В. Заблоцкая
ЦЕННЫЕ БУМАГИ, КАК ПРИВЛЕЧЕННЫЙ ИСТОЧНИК
ФОРМИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ 95

А.С. Зайцев, Н.М. Паршин
A.S. Zaitsev, N.M. Parshin
СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ЕЁ ВЗАИМОСВЯЗЬ
СО СТРАТЕГИЕЙ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ПАО ГАЗПРОМ
MANAGEMENT STRATEGY OF THE ORGANIZATION
AND ITS INTERCONNECTION WITH THE STRATEGY
OF PERSONNEL DEVELOPMENT OF PJSC GAZPROM 96

Зацаринная А.С.
СТРАХОВЫЕ И НЕСТРАХОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ
РИСКАМИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ 98

Зеленова А.В.
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 103

Ю.А. Зрожевская
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ОБЗОР ОТНОШЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ
К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 106

Иванова И.К.
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ ОРГАНИЗАЦИЙ 111

Иванова И.К.
ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ
В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ 112

К.А.Ильмекеева, Э.Б. Адельсеитова
ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ
И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА 114

Исаева А.М., Будунова З.М.
ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА 116

О.Е.Казачёк, М.С. Дехтяренко
УЧАСТНИКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПОРОВ 119

О.Е.Казачёк, А.С.Афанасьева
НАЛОГОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА
НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ И ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТЕЙ 123

Карпов С.А., Паничев Д.С.
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ
ПОДДЕРЖКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ 128

Корнюхин Н.О.
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ.
ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ 131

Ю.А. Кошелева
ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФОРМИРОВАНИЕ
ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ
НА КОНГРЕССНО - ВЫСТАВОЧНЫХ ПЛОЩАДКАХ 133

Кутлугалямова Г. А.
АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА»
В КУРСЕ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ»
В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ 136

Мамедли Р., Азизова Е.А.
АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ
К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПРОЦЕССА
МАТЕТЕРИАЛЬНО - ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ 138

Потапова О. С., Маслова М. С.
КОНТРОЛЬ И НАПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ
МИССИИ КОМПАНИИ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЦЕЛЕЙ,
ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ 141

Э.Н.Менсеитова
ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИКА УЧЕТА И АУДИТА РАСЧЕТОВ
С ПОСТАВЩИКАИ И ПОДРЯДЧИКАМИ 143

А.В. Мещерякова
ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ОФШОРИЗАЦИИ
НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ 147

А. Д. Мигамбану
ПОНЯТИЕ И СОСТАВ
ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 149

А. Ю. Михайлюк
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ
КАК ОСНОВА ИХ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ 152

А. Ю. Михайлюк
ХАРАКТЕРИСТИКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
РЕГИОНОВ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА 154

Филенко А.С., Мухтарова С.С.
ОЦЕНКА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ 156

Паничев Д.С., Карпов С.А.
ОБЗОР СОВРЕМЕННОГО РЫНКА СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ
ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ 158

Н.С. Паршакова
РОЛЬ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ
В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ 160

Пенькова К. В., Тимохина В. А.
ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЭКОНОМИКЕ,
ИХ РОЛЬ И ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ В РОССИЮ 163

И.Ю.Петренко
АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА
НОВОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ 166

И.Ю.Петренко
АНАЛИЗ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ
И ВЫБОРА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА 169

И.Ю.Петренко
ЭТАПЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
ПРИ ВЫВОДЕ НОВОГО ТОВАРА НА РЫНОК 171

Э.А. Пиль
РАСЧЕТ 3D - ГРАФИКОВ ПЕРЕМЕННОЙ X4SU ДЛЯ ПАРАМЕТРА SSU 174

Э.А. Пиль
ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ЗНАЧЕНИЙ X4SU ПРИ SSU 176

Э.А. Пиль
АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ 2D - ГРАФИКОВ ДЛЯ Ssu
С ПЕРЕМЕННОЙ X4su 179

Полохина Д. А.
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ 181

Абкадыров Р.Р., Пурто Э.У.
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ В УСЛОВИЯХ РЫНКА 183

Я.Р.Рамазанова
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА:
РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ 185

Тищенко М.В., Рыжкина П.В., Миненко А.С.
К ВОПРОСУ СОДЕРЖАНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ
УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ 190

Тищенко М.В., Рыжкина П.В., Миненко А.С.
ОБ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТАХ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ КОНТРОЛЬ
В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 192

М.Т. Сабиев, Е.Р. Грешнова, Б.А. Долуда
ПУТИ ИНТЕГРАЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ 194

Б. Б. Сайфидинов, С. А. Ершов
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ
В КАЧЕСТВЕ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ 195

В.В. Слепцов
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ
НАЛОГОВОГО БАНКРОТСТВА 198

В.А.ГОРБАЧЁВ, Н.В. СТАНЧЕВА
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ. ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОВ УЧЕТА,
АУДИТА И АНАЛИЗА РАСХОДОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА 201

Н.В. СТАНЧЕВА, В.А.ГОРБАЧЁВ
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ 203

К. С. Талызова
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЭЗ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ
(НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ) 205

А.Х.Озниев, Н.В.Токмачева
АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАЛОГОВОГО ПАСПОРТА РЕГИОНА
НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН 211

Усачева Е.А.
ЭФФЕКТИВНОСТЬ АВТОМАТИЗАЦИИ КАДРОВОЙ СЛУЖБЫ
В СИСТЕМЕ 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 213

Д.Ю. Чигринова
ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ
В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА 215

Швечкова А.Д., Мишура Л. Г.
ВЛИЯНИЕ ПОСЛЕДСТВИЙ КРИЗИСА
НА РЕАЛИЗАЦИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 217

Д.А. Шекурова
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КЛИМАТ 224

Е.С.Шешерина
СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИСТЕМ БЕЗОПАСНОСТИ 226

А.В. Шобухов
КЛАССИФИКАЦИЯ БИЗНЕС - МОДЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ, РАБОТАЮЩИХ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ 230

Ягафарова И.А., Цыркаева Е.А., Сагитов Р.Ф.
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ ЖКХ. СОСТАВ, СТРУКТУРА И АНАЛИЗ 233

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

Ш.Ж. Балпанова
THE CONCEPT OF THE IDEAL MAN IN THE TEACHINGS OF CONFUCIUS 240

Камалеева А. М.
КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБОСНОВАНИЯ ЭПИСТИМИЧЕСКОГО АВТОРИТЕТА В РАБОТЕ ЛИНДЫ ЗАГЗЕБСКИ «ЭПИСТЕМИЧЕСКИЙ АВТОРИТЕТ. СОВРЕМЕННАЯ ЛИБЕРАЛЬНАЯ ЗАЩИТА» 244

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Емельянова А. А.
КЛАССИЦИЗМ И БАРОККО В ДВОРЦОВО - ПАРКОВОМ АНСАМБЛЕ ВЕРСАЛЯ 248

Емельянова А. А.
ЕВРОПЕЙСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В РУССКОЙ АРХИТЕКТУРЕ I ПОЛОВИНЫ XVIII В. 251

OMEGA SCIENCE
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

http://os-russia.com
mail@os-russia.com
+7 (347) 299-41-99
г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

Международные научно-практические конференции

По итогам конференций издаются сборники статей, которым присваиваются УДК, ББК и ISBN. В приложении к сборнику будут приказ о проведении конференции и акт о результатах ее проведения

Всем участникам высылается индивидуальный сертификат, подтверждающий участие в конференции.

В течение 5 рабочих дней после проведения конференции сборники и сертификаты размещаются на сайте http://os-russia.com в разделе «Архив конференций»

Сборники постатейно размещаются в научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 981-04/2014К от 24.04.2014 г.

Публикация от 70 руб. за 1 страницу. Минимальный объем 3 страницы

С информацией и полным списком конференций Вы можете ознакомиться на нашем сайте **http://os-russia.com**

СИМВОЛ НАУКИ

ISSN 2410-700X

Международный научный журнал «Символ науки»

Свидетельство о регистрации СМИ № ПИ ФС77-61596

Договор о размещении журнала в НЭБ (elibrary.ru)№153-03/2015

Договор о размещении в "КиберЛенинке" №32509-01

Периодичность: прием материалов ежемесячно до 1 числа.

Формат: издается в печатном виде формата А4.

Стоимость и минимальный объем: 150 руб. за стр. Минимум – 3 стр.

Публикация и рассылка печатных экземпляров в течение 10 дней

НАУЧНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ МАТРИЦА НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ

ISSN 2541-8084

Научный электронный журнал «Матрица научного познания»

Размещение в НЭБ (elibrary.ru) по договору №153-03/2015

Периодичность: ежемесячно до 17 числа

Стоимость и минимальный объем: 150 руб. за стр. Минимум – 3 стр.

Формат: электронное научное издание

Публикация: в течение 7 рабочих дней

Эл. версия: сайт издателя, e-library.ru

Научное издание

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Сборник статей
Международной научно-практической конференции
4 июня 2019 г.

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов

Подписано в печать 07.06.2019 г. Формат 60x84/16.
Усл. печ. л. 15,35. Тираж 500. Заказ 433.

OMEGA SCIENCE
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР
ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Отпечатано в редакционно-издательском отделе
Международного центра инновационных исследований
OMEGA SCIENCE
450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2
https://os-russia.com
mail@os-russia.com
+7 960-800-41-99
+7 347-299-41-99

http://os-russia.com
mail@os-russia.com
+7 (347) 299-41-99
г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении
4 июня 2019 г.
Международной научно-практической конференции

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Международного центра инновационных исследований «Omega science»

1. Международная научно-практическая конференция является механизмом развития и совершенствования научно-исследовательской деятельности на территории РФ, ближнего и дальнего зарубежья

2. Цель конференции:

1) Пропаганда научных знаний
2) Представление научных и практических достижений в различных областях науки
3) Апробация результатов научно-практической деятельности

3. Задачи конференции:

1) Создать пространство для диалога российского и международного научного сообщества
2) Актуализировать теоретико-методологические основания проводимых исследований
3) Обсудить основные достижения в развитии науки и научно-исследовательской деятельности.

4. Редакционная коллегия и организационный комитет.

Состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конференции) представлен в лице:

1) Алиев Закир Гусейн оглы, доктор философии аграрных наук, профессор РАЕ, академик РАПВХН
2) Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук, доцент
3) Алдакушева Алла Брониславовна, кандидат экономических наук, доцент
4) Алейникова Елена Владимировна, доктор государственного управления, профессор
5) Бабаян Анжела Владиславовна, доктор педагогических наук, профессор
6) Баишева Зиля Вагизовна, доктор филологических наук, профессор
7) Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук, доцент
8) Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
9) Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук, доцент, член РАЮН
10) Виневская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент
11) Вельчинская Елена Васильевна, профессор, доктор фармацевтических наук, академик Международной академии науки и образования
12) Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук, доцент
13) Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук, доцент
14) Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук, доцент
15) Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук, доцент
16) Датий Алексей Васильевич, доктор медицинских наук, профессор
17) Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук, доцент, академик Международной академии социальных технологий (МАС), профессор Российской академии естествознания (РАЕ), заслуженный работник науки и образования РАЕ
18) Епхиева Марина Константиновна, кандидат педагогических наук, доцент, профессор РАЕ, Заслуженный работник науки и образования РАЕ
19) Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук, профессор
20) Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук, профессор,
21) Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук, профессор
22) Куликова Татьяна Ивановна, кандидат психологических наук, доцент
23) Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор
24) Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук, доцент
25) Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук, профессор

26) Кленина Елена Анатольевна, кандидат философских наук, доцент
27) Козлов Юрий Павлович, доктор биологических наук, профессор, президент Русского экологического общества, действительный член РАЕН и РЭА, заслуженный эколог РФ
28) Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент
29) Кондрашихин Андрей Борисович, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор
30) Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук, профессор
31) Ларионов Максим Викторович, доктор биологических наук, профессор
32) Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук, профессор
33) Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук, доцент
34) Песков Аркадий Евгеньевич, кандидат политических наук, доцент
35) Половеня Сергей Иванович, кандидат технических наук, доцент
36) Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
37) Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук, профессор
38) Прошин Иван Александрович, доктор технических наук, доцент
39) Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
40) Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук, профессор, академик РАЕН
41) Сирик Марина Сергеевна, кандидат юридических наук, доцент
42) Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук, профессор
43) Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук, профессор
44) Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук
45) Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук, доцент
46) Терзиев Венелин Кръстев, доктор экономических наук, доктор военных наук профессор, член-корреспондент РАЕ
47) Чиладзе Георгий Бидзинович, доктор экономических наук, доктор юридических наук, профессор
48) Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук, профессор
49) Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико-математических наук, профессор
50) Шошин Сергей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент
51) Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент
52) Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук, профессор
53) Янгиров Азат Вазирович, доктор экономических наук, профессор
54) Яруллин Рауль Рафаэллович, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАЕ

5. Секретариат конференции

В целях решения организационных задач конференции секретариат конференции включены:
1) Асабина Катерина Сергеевна
2) Агафонова Екатерина Вячеславовна
3) Зырянова Мария Александровна
4) Носков Олег Николаевич
5) Ганеева Гузель Венеровна
6) Тюрина Наиля Рашидовна

6. Порядок работы конференции

В соответствии с целями и задачами конференции определены следующие направления конференции

Секция 01. Физико-математические науки
Секция 02. Химические науки
Секция 03. Биологические науки
Секция 04. Геолого-минералогические науки
Секция 05. Технические науки
Секция 06. Сельскохозяйственные науки
Секция 07. Исторические науки
Секция 08. Экономические науки
Секция 09. Философские науки
Секция 10. Филологические науки
Секция 11. Юридические науки
Секция 12. Педагогические науки
Секция 13. Медицинские науки
Секция 14. Фармацевтические науки
Секция 15. Ветеринарные науки
Секция 16. Искусствоведение
Секция 17. Архитектура
Секция 18. Психологические науки
Секция 19. Социологические науки
Секция 20. Политические науки
Секция 21. Культурология
Секция 22. Науки о земле

7. Подведение итогов конференции.

В течение 5 рабочих дней после проведения конференции подготовить акт с результатами ее проведения
В течение 10 рабочих дней после проведения конференции издать сборник статей по ее итогам, подготовить сертификаты участникам конференции

Директор
МЦИИ Омега Сайнс
к.э.н., доцент **Сукиасян А. А.**

OMEGA SCIENCE
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР
ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

http://os-russia.com
mail@os-russia.com
+7 (347) 299-41-99
г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

АКТ

по итогам Международной научно-практической конференции

«ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»,

состоявшейся 4 июня 2019

1. Международную научно-практическую конференцию признать состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.
2. На конференцию было прислано 355 статей, из них в результате проверки материалов, было отобрано 320 статей.
3. Участниками конференции стали 480 делегатов из России, Казахстана, Армении, Узбекистана, Китая и Монголии.
4. Все участники получили именные сертификаты, подтверждающие участие в конференции.
5. По итогам конференции издан сборник статей, который постатейно размещен в научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 981-04/2014К от 24 апреля 2014г.
6. Участникам были предоставлены авторские экземпляры сборников статей Международной научно-практической конференции

Директор
МЦИИ Омега Сайнс
к.э.н., доцент **Сукиасян А. А.**