



# **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МИРОВОМ НАУЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**Сборник статей  
Международной научно - практической конференции  
25 мая 2017 г.**

**Часть 1**

Пермь  
НИЦ АЭТЕРНА  
2017

УДК 001.1  
ББК 60

С 57

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МИРОВОМ НАУЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ:** сборник статей Международной научно - практической конференции (25 мая 2017 г., г. Пермь). В 6 ч. Ч.1 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 273 с.

ISBN 978-5-00109-152-3 ч.1  
ISBN 978-5-00109-158-5

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно - практической конференции «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МИРОВОМ НАУЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ», состоявшейся 25 мая 2017 г. в г. Пермь. 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 аутентичность и 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 и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 242 - 02 / 2014К от 7 февраля 2014 г.**

УДК 001.1  
ББК 60

ISBN 978-5-00109-152-3 ч.1  
ISBN 978-5-00109-158-5

© ООО «АЭТЕРНА», 2017  
© Коллектив авторов, 2017

**Ответственный редактор:**

**Сукиасян Асатур Альбертович**, кандидат экономических наук,  
Башкирский государственный университет, РЭУ им. Г.В. Плеханова

**В состав редакционной коллегии и организационного комитета входят:**

Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук,  
Уральский государственный медицинский университет»

Баишева Зилия Вагизовна, доктор филологических наук  
Башкирский государственный университет

Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук  
Башкирский государственный университет

Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор  
Башкирский государственный университет

Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук, доцент  
Академия управления МВД России, член РАЮН

Виневская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО ТГПИ имени А.П. Чехова

Вельчинская Елена Васильевна, кандидат химических наук  
Национальный медицинский университет имени А.А. Богомольца

Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук,  
Башкирский государственный университет

Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук, доцент  
Московский педагогический государственный университет

Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук  
Кубанский государственный университет

Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук  
МГИМО МИД России

Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук  
Мордовский государственный педагогический институт им. М. Е. Евсевьева,

Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук  
Институт менеджмента, экономики и инноваций

Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук,  
Технологический центр по животноводству

Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук  
Воронежский государственный университет

Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор  
Уфимский государственный авиационный технический университет

Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук  
Кубанский Государственный Университет.

Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук  
Казахский Национальный Аграрный Университет

Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук  
Новокузнецкий филиал - институт «Кемеровский государственный университет»

Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук  
Саратовский государственный медицинский университет

Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук  
Казанский государственный технический университет

Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук  
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук  
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук  
Воронежская государственная медицинская академия им. Н.Н. Бурденко

Прошин Иван Александрович, доктор технических наук  
Пензенский государственный технологический университет

Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук  
Московский городской университет управления Правительства Москвы

Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук  
Института психологии им. Л.С. Выготского РГГУ, академик РАЕН

Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук  
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук  
Государственный аграрный университет Северного Зауралья

Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук  
Южно - уральский государственный университет

Professor Dipl. Eng Venelin Terziev, DSc., PhD, D.Sc. (National Security), D.Sc. (Ec.)  
University of Rousse, Bulgaria

Хромина Светлана Ивановна, кандидат биологических наук, доцент,  
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства

Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико - математических наук  
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.

Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент  
Международный инновационный университет, Сочи.

Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук  
Башкирский государственный университет

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Динамика международной торговли услугами в последнее время не только сравнительно быстро увеличивается, но и значительно дополняет мировой товарооборот, и во многом благоприятствует его росту и развитию национальных хозяйств. В частности, международная торговля услугами содействует повышению эффективности материального и нематериального производства, созданию новых рабочих мест, пополнению доходов бюджета и поступлению иностранной валюты для осуществления необходимого импорта.

Динамику услуг определяют долговременные основополагающие факторы экономического развития. В ходе общественного разделения труда активное выделение звеньев, специализирующихся на производстве услуг, вызвано действием закона возвышения потребностей, усиливающейся интеграцией материальных и нематериальных элементов производства, изменениями в характере экономического роста – выдвиганием на первый план в комплексе его источников научного знания, нематериального накопления, человеческого фактора. Потребности в развитии услуг выходят за рамки сугубо экономических: процесс гуманизации экономического роста сопровождается расширением комплекса услуг, направленных на совершенствование самого человека, его интеллектуальных и физических возможностей, удовлетворение его культурных, духовных и социальных запросов.

К факторам развития относят также развитие информационных технологий, внешнеэкономическую политику государств, различного рода социальные изменения, направления развития бизнеса, интернационализацию и глобализацию.

По мнению большинства экспертов, данные по экспорту и импорту услуг в мире, весьма занижены. Представить точные показатели достаточно сложно, для этого необходимо наличие хорошо организованной статистической службы, применяющей одинаковые подходы к методике подсчета услуг. Зачастую услуги проводятся через внутрифирменный подсчет по внутренним технологиям расчетов. Например, предоставление транспортных услуг практически всегда связано со страхованием, но в статистике разных стран не всегда показатель «страхование» разбивается на подпоказатели.

Экспорт и импорт услуг может иметь как самостоятельный характер, так и сопутствовать торговле промышленными товарами на мировом рынке, как, например страховых, юридических и банковских услуг.

В настоящее время сервисный сектор становится предметом все более пристального внимания со стороны исследователей, принадлежащих к самым различным научным направлениям, среди которых – международная экономика, маркетинг, менеджмент [2].

Сфера услуг каждой страны имеет свой индивидуальный, неповторимый путь развития. И хотя в одних странах уже сформировалась «сервисная экономика», а в других сфера услуг не столь развита, в целом можно говорить об общей тенденции повышения роли сервисного сектора в общемировом экономическом пространстве. В условиях активного развития сферы услуг обозначаются все новые экономические, статистические, управленческие, технологические проблемы, связанные, в частности, с торговлей услугами на мировом рынке, сервисной деятельностью на национальном уровне, функционированием отдельных организаций сферы услуг и т.д.

В структуре мирового экспорта услуг ведущее место занимают услуги частного сектора и транспортные услуги. 75 % стоимостного объема услуг экспортируется развитыми странами. Наиболее значимой с точки зрения мировой экономики разновидностью услуг являются транспортные услуги (международная перевозка товаров и пассажиров).

Транспортные издержки – это все затраты по доставке товара от продавца к покупателю, включающие цену фрахта, страхования, погрузки, разгрузки, упаковки, распаковки и другие сопутствующие расходы. Транспортные издержки составляют в среднем 3 - 4 % мирового импорта и имеют тенденцию к сокращению. Наиболее низки издержки при использовании трубопроводного транспорта.

Транспортные издержки влияют на территориальное размещение предприятий. Территориальное разделение труда выделяет:

- 1) отрасли, ориентированные на ресурсы (добывающие);
- 2) отрасли, ориентированные на рынок (обрабатывающие);
- 3) свободно ориентированные отрасли (с минимальными издержками производства) [1].

Широко распространена сдача внаем машин и оборудования нерезиденту – аренда. Видами международной аренды являются рентинг (срок аренды до года), хайринг (срок аренды 3–5 лет), лизинг (срок аренды более 5 лет). Лизинг наиболее распространен, что связано с инвестиционно - внедренческой деятельностью.

Лизинговая компания может приобрести оборудование у иностранной фирмы и сдать его в аренду в своей стране (импортный лизинг), и наоборот (экспортный лизинг). В торговле услугами широко распространены консалтинговые услуги (аудит, управленческие консультации и др.), посредничество. Посредниками могут быть: торговые фирмы; торговые дома – крупные торговые объединения; поверенные с правом совершать сделки от имени фирмы и за ее счет; комиссионеры, передающие товар от своего имени и за свой счет. Величина вознаграждения посредников составляет определенный процент от цены проданных товаров.

По разным оценкам мировой экспорт услуг за 1980 - 2015 гг. вырос с 381 млрд долл. до 6,8 трлн долл. Мировой экономический кризис привел к сокращению объема мирового экспорта услуг в 2009 г. до 3,4 трлн дол. В 2011 г. объем мирового экспорта услуг вырос на 11 % по отношению к 2010 г. и достиг 4,17 трлн долл., превысив докризисный уровень 3,85 трлн долл. в 2008 г.

Среди современных тенденций развития сферы услуг можно выделить следующие. Во - первых, это появление абсолютно новых видов услуг (например, электронная торговля). Во - вторых, выделение из сферы производства тех услуг, которые ранее носили внутрифирменный характер (маркетинговые, бухгалтерские). Большой ассортимент доступных услуг и активное использование сети Интернет, где покупатели заказывают все

– от мебели и бытовой техники до различного рода консультаций по менеджменту и маркетингу [3]. Наконец, это образование интегрированных компаний, предоставляющих потребителю целый набор услуг («пакетирование»).

Таким образом, обмен услугами занимает важное место в международной торговле. Существенной чертой последних десятилетий стало формирование глобального рынка услуг, в который вовлечены все без исключения страны. Он характеризуется высокой динамикой, быстрым научно - техническим прогрессом, сложностью унифицированного подхода к регулированию ввоза и вывоза услуг.

#### **Список использованной литературы:**

1. Евсеева М.Н. Тенденции развития сферы услуг мировой экономике // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2012. – №1 - 1. – С.46 - 49.
2. Калинкина Г.Е. Международная торговля в системе мировой экономики. WTO. Содействие управлению торговыми потоками [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / Калинкина Г.Е., Трибушный И.Ю. – Саратов: Вузовское образование, 2014. – 229 с.
3. Лашко С.И. Основные черты новой эры глобального развития // В сборнике: Социально - экономический ежегодник - 2015. Сборник научных статей. Краснодар, 2015. – С. 36 - 43.

© А.Н. Авакян, В.Ф. Милованов, Ю.Г. Притула, 2017

**УДК 658.26**

**Л.А.Авдеева**

К.э.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Уфимский государственный нефтяной технический университет

**Д.Р.Баширова**

Магистрант

ФГБОУ ВПО «Уфимский государственный нефтяной технический университет

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ**

**Аннотация:** В статье на примере ООО «Газпром нефтехим Салават» рассматриваются основные аспекты применения методологии управления по целям для совершенствования стратегического управления нефтеперерабатывающими и нефтехимическими предприятиями. Авторами проанализированы основные компоненты стратегии нефтеперерабатывающей и нефтехимической компании, разработаны схема процессформирования стратегии компании и дерево стратегических целей ООО «Газпром нефтехим Салават», обоснованы приоритеты деятельности и предложения по направлениям совершенствования применения системы ключевых показателей эффективности

**Ключевые слова:** стратегическое управление, нефтепереработка, нефтехимия, цели, стратегия, компания, бизнес, показатели эффективности, конкурентоспособность, факторы.



В современных условиях одной из важнейших задач развития нефтеперерабатывающих и нефтехимических предприятий, повышения их эффективности и конкурентоспособности становится совершенствование стратегического управления с целью обеспечения согласования долгосрочных и текущих задач, решаемых на всех уровнях управления. Вопросам стратегического управления предприятиями посвящен ряд научных работ и публикаций [3, 6, 8, 14 - 18]. Другие аспекты эффективного функционирования предприятий топливно – энергетического комплекса отражены в работах [1, 2, 4, 5, 7, 9 - 13, 19].

Стратегическое управление следует рассматривать как динамическую совокупность взаимосвязанных управленческих процессов.



Рисунок 1 - Структура стратегического управления

Основными целями стратегического менеджмента является адаптации предприятия к быстро и порой непредсказуемо меняющейся ситуации во внешней среде, формирование потенциала для его развития и целевой подход к решению управленческих задач.

В общем смысле стратегия предприятия – это долгосрочное, детально обоснованное направление его развития, определяющее сферу, средства и формы его деятельности, систему внутрифирменных принципов, задач и приоритетов, а также укрепление его конкурентных позиций, достижение поставленных целей и удовлетворение потребностей заинтересованных лиц.

Формирование или корректировка стратегии становятся особенно необходимыми при внезапных изменениях во внешней среде предприятия, которые могут быть вызваны насыщением спроса, крупными технологическими изменениями, неожиданным появлением новых конкурентов, изменениями, касающимися социально - экономических условий и т.д. Элементы стратегии предприятия представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 - Основные компоненты стратегии нефтеперерабатывающей и нефтехимической компании

Формирование миссии и выбор стратегических целей являются в значительной степени предопределяют результаты стратегического управления. Стратегические цели определяют такие общие параметры, как масштаб, вид и сфера деятельности предприятия, на рассматриваемую перспективу. Схема выработки стратегии представлена на рисунке 3.



Рисунок 3 - Процесс разработки стратегии компании

В данной работе сделана попытка апробации применения методологии управления по целям к совершенствованию процессов стратегического управления нефтеперерабатывающим и нефтехимическим комплексом на примере ООО «Газпром нефтехим Салават», включающего несколько видов бизнеса и интегрированного в структуру ПАО «Газпром».

ООО «Газпром нефтехим Салават» является одним из крупнейших в России производственных нефтеперерабатывающих и нефтехимических комплексов.

Компания осуществляет полный цикл переработки углеводородного сырья и выпускает свыше 75 наименований продукции, реконструкцию действующих и строительство новых производств, внедряет автоматизированные системы управления технологическими процессами, совершенствует структуру управления с целью оптимизации деятельности предприятия.

ООО «Газпром нефтехим Салават» включает четыре завода: нефтеперерабатывающий, химический, газохимический, «Мономер» и ремонтно - механический завод, находящихся на одной производственной площадке в городе Салават, а также завод минеральных удобрений в городе Мелеуз и Ново - Салаватскую ТЭЦ.

Важным стратегическим преимуществом ООО «Газпром нефтехим Салават» является наличие полного цикла переработки углеводородного сырья, нефтехимии, производства минеральных удобрений.

Существенный синергетический эффект в рамках компании достигается за счет внутрикорпоративных поставок сырья и полупродуктов между заводами, интеграции систем энергообеспечения и общего планирования.

Компания характеризуется динамичным, устойчивым развитием, успешно реализующим программы по энергосбережению, ресурсосбережению, экологии. Вводит и осваивает новые, во многом инновационные технологии в данных областях.

В проектах инвестиционной программы делается акцент на использование более совершенных и безопасных технологий, на снижение воздействия на окружающую среду и соблюдение экологических норм. Все новые производства компании соответствуют требованиям промышленной и экологической безопасности.

Одной из главных особенностей управления по целям считается существование иерархии целей внутри предприятия. Исходя из приоритетов развития ООО «Газпром нефтехим Салават» в целом и входящих в его состав заводов разработано дерево стратегических целей, представленное на рисунке 4

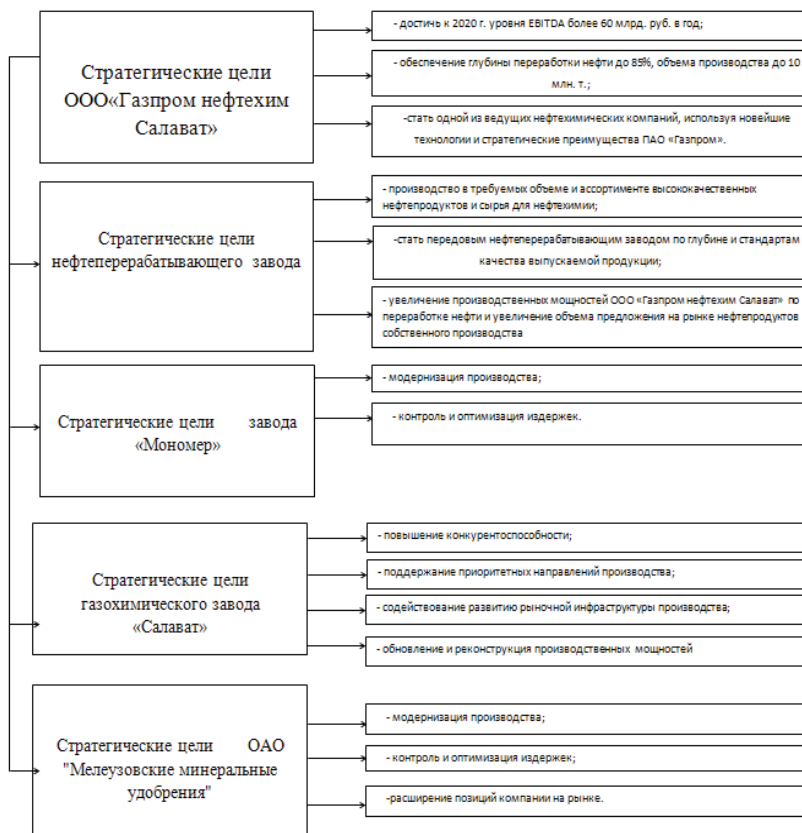


Рисунок 4 - Дерево целей ООО «Газпром нефтехим Салават».

Основные приоритеты и мероприятия по достижению стратегических целей ООО «Газпром нефтехим Салават», структурированные по видам бизнеса (нефтепереработка и нефтехимия) и направлениям совершенствования процесса управления компанией, приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Приоритеты и мероприятия по достижению стратегических целей  
ООО «Газпром нефтехим Салават»

| Виды деятельности       | Приоритеты   | Мероприятия   |
|-------------------------|--|---|
| <b>Нефтепереработка</b> | Повышение объемов выработки светлых нефтепродуктов                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Строительство установки каталитического крекинга,</li> <li>- Строительство установки гидрокрекинга</li> <li>- Модернизация облагораживающих мощностей (алкилирование, изомеризация и др.)</li> </ul>   |
|                         | Повышение глубины переработки  | Строительство установки замедленного коксования УЗК 2,0 млн. т.   |
| <b>Нефтехимия</b>       | Выпуск базовых продуктов нефтехимии  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Строительство установки пиролиза ЭП - 800</li> <li>- Строительство комплекса акриловой кислоты</li> </ul>  |
|                         | Выборочное углубление цепочки нефтехимии   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Производство базовых полимеров: полиэтилен, полипропилен</li> <li>- Производство альфа - олефинов</li> <li>- Создание СП по производству суперабсорбентов и стирол - акриловых дисперсий</li> </ul>  |
| <b>Управление</b>       | Партнерство с другими предприятиями для развития рынка нефтехимической продукции | Партнерство с предприятиями - производителями и переработчиками пластиков и продуктов жидкой химии  |
|                         | Создание передовой организационной модели управления                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Внедрение лучших практик в области корпоративного управления</li> <li>- Экспертиза и применение методов управления проектами, с использованием лучших мировых практик для выполнения проектов с соблюдением ограничений по срокам, бюджету и качеству</li> </ul> |

Для эффективного выполнения стратегических целей компании разрабатывается система ключевых показателей эффективности (КПЭ). Цикл актуализации системы КПЭ должен

быть синхронизирован с циклом стратегического планирования и бизнес - планирования, исходя из стратегических целей предприятия на планируемую перспективу.

Система КПЭ обеспечивается реализацию метода управления компанией по целям и предусматривает:

- выражение целей и задач в виде набора конкретных результатов деятельности предприятия и его отдельных бизнес - направлений;
- регулярный мониторинг выполнения целей и задач компании и принятие управленческих решений;
- вознаграждение персонала в соответствии с результатами достижения целей и задач предприятия.

### **Список использованной литературы**

1 Авдеева Л.А. О проблемах повышения энергетической эффективности производства // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 2 - й Междунар. науч.–практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчухина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчухиной. –Уфа: Изд - во «Нефтегазовое дело», 2014. с. 9 - 12.

2 Авдеева Л.А., Асадуллина М.В. Об основных направлениях и факторах снижения энергоемкости валового регионального продукта Республики Башкортостан // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 3 - й Междунар. науч.–практ. конф. - Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 7 - 10.

3 Авдеева Л.А., Баширова Д.Р. Совершенствование системы стратегического управления нефтеперерабатывающим предприятием на основе сбалансированной системы показателей // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 9 - 14.

4 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. Об основных направлениях повышения эффективности системы материально – технического обеспечения строительства газопроводов (на примере ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ САХАЛИН ГАЗ КОМПЛЕКТ») // Контентус. 2014. №1(18).С.60 - 69.

5 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. К вопросу оптимизации материально – технического снабжения строительства газопроводов в сложных природно – климатических условиях // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы I Международной научно - практической конференции. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный нефтяной технический университет». 2013. С.9 - 11.

6 Авдеева Л.А., Веселов М.В. Совершенствование системы управления энергоэффективностью в нефтепереработке // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 3 - 6.

7 Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Об эффективности проекта реконструкции установки по производству этилена // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: Материалы III Международной научно - практической конференции –Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 11 - 13.

8 Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Совершенствование системы показателей оценки деятельности проектных организаций // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №4 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/26EVN416.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ

9 Авдеева Л.А., Наследникова Е.В.О разработке прогноза развития топливно – энергетического комплекса Республики Башкортостан на период до 2025 года // Современные тенденции в экономике и финансах: сб.науч.тр. по матер. 4 - й Всерос.заочн. науч.практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчухина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчухиной. – Уфа: Редакционно – издательский центр УГНТУ, 2014. - Вып.4. С. 6 - 8.

10 Авдеева Л.А., Ращепкина Н.С. О создании отечественного банка качества нефти // Нефтяное хозяйство.– 1996. №4. – С.63 - 65.

11 Авдеева Л.А., Соловьева И.А. Методические подходы к ценообразованию на нефть с учетом ее качества // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №2 (2017) <http://naukovedenie.ru/PDF/48EVN217.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

12 Авдеева Л. А., Соловьева И. А. Современные проблемы рыночного ценообразования на нефть // Евразийский юридический журнал. – 2017. №3(106). – С.344 - 347.

13 Веселов М.В, Авдеева Л.А. Повышение энергоэффективности нефтеперерабатывающего предприятия за счет внедрения системы быстродействующего автоматического включения резерва // Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сборник статей Международной научно – практической конференции (1 марта 2017 г., г. Уфа). В 2 ч. Ч1 – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. С.23 - 25.

14 Виханский О.С. Стратегическое управление. Учебник. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.:Гардарика, 1998 – 296с.

15 Каплан Р.С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р.С. Каплан, Д. П. Норгон. - М.: Олимп - Бизнес, 2012.

16 Марр Б. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер / Б. Марр ; пер. с англ. А.В. Шаврина. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 340 с.

17 Питер Ф. Друкер. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.

18 Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2003, 304 с.

19 Соловьева И. А., Авдеева Л. А. К вопросу о государственном регулировании цен реализации нефтепродуктов на внутреннем рынке России // Евразийский юридический журнал. - 2017. №3(106). – С.361 - 364.

© Л.А.Авдеева, Д.Р.Баширова, 2017

## ПРИМЕНЕНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ

**Аннотация:** В статье рассмотрены вопросы применения методологии разработки системы сбалансированных показателей для решения проблем совершенствования стратегического управления нефтеперерабатывающей и нефтехимической компанией. На примере ООО «Газпром нефтехим Салават» рассмотрены стратегические приоритеты компании, выбраны показатели, рекомендуемые для включения в ССП, предложена структура системы оценок показателей менеджмента и персонала предприятия.

**Ключевые слова:** стратегическое управление, система, показатели, цели, методы, бизнес, эффективность, комплекс, нефтепереработка, нефтехимия, оценка, деятельность.

Для решения приоритетных задач развития нефтеперерабатывающих и нефтехимических компаний по повышению эффективности их работы, увеличению глубины переработки нефти, повышению качества нефтепродуктов и продукции нефтехимии, строительству новых производственных мощностей и модернизации действующих, импортозамещению, обеспечению экологичности процессов необходимо совершенствование методов стратегического управления. В научной литературе и публикациях находят отражение весьма актуальные вопросы успешного функционирования предприятий топливно – энергетического комплекса в современных условиях [1,2, 4, 5, 7, 9 - 13, 19]. Вопросы совершенствования стратегического управления предприятиями нашли отражение в научной литературе и публикациях [3, 6, 8, 14 - 18].

В условиях многоаспектных направлений развития нефтеперерабатывающих и нефтехимических предприятий необходим комплексный подход к выбору приоритетов развития и оценке степени их достижения, обеспечивающий управление и контроль достижения стратегических целей.

Эффективным методом стратегического и оперативного управления предприятием, который позволяет увязать стратегические цели компании с бизнес - процессами и результатами работы персонала компании, детализированными для каждого уровня управления, является применение сбалансированной системы показателей - ССП (BSC - (Balanced Scorecard)).

Методология применения ССП создает условия для определения параметров достижения стратегических целей, определения методов их достижения, распределения ответственности за результаты реализации целей между менеджментом и другими

сотрудниками всех подразделений компании, а при необходимости – и своевременную корректировку стратегии.

При создании ССП цели группируются по четырем проекциям: финансы, рынок, бизнес - процессы, - процессы, потенциал (рисунок 1).

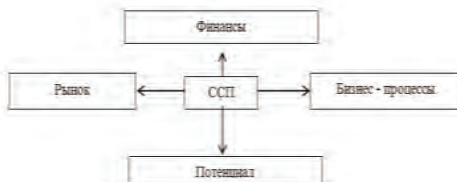


Рисунок 1 - Структура сбалансированной системы показателей (ССП)

Группировка стратегических целей в разрезе данных четырех проекций деятельности компании состоит в выделении всех стратегически важных аспектов деятельности, установив в каждом из них соответствующие цели. Перечень целей, включаемых в ССП специфичен для каждой компании, т.к. исходит из ее приоритетов, задач и возможностей их реализации.

В данной статье методология применения ССП рассмотрена на примере ООО «Газпром нефтехим Салават» - крупного нефтеперерабатывающего и нефтехимического комплекса, в состав которого входит четыре технологических завода: нефтеперерабатывающий, химический, газохимический, «Мономер», а также и ремонтно - механический завод, завод по производству минеральных удобрений в городе Мелеуз и Ново - Салаватская ТЭЦ. Основными видами бизнеса являются нефтепереработка, нефте- и газохимия, производство минеральных удобрений. Основные приоритеты компании в каждой сфере бизнеса представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 - Стратегические приоритеты ООО «Газпром нефтехим Салават» по видам бизнеса



Основные показатели, рекомендуемые к включению в ССП по данному предприятию и их количественная оценка приведены на рисунке 3.

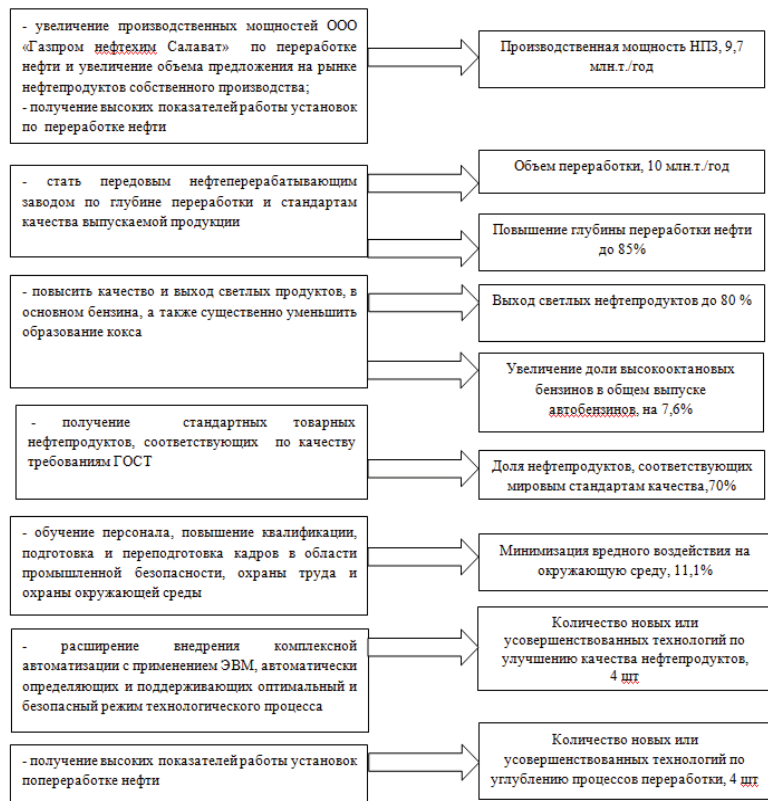


Рисунок 3 - Основные показатели ССС  
ООО «Газпром нефтехим Салават»

После создания ССП и разработки стратегической карты предприятия, соответствующей этой системе, необходима разработка системы мотивации персонала предприятия к достижению стратегических и тактических целей, что предполагает разработку системы показателей, позволяющих не только оценить объем выполненной работы каждого сотрудника, но и результат, полученный компанией от его деятельности.

Решение данной проблемы может быть выполнено через разработку системы ключевых показателей эффективности - КПЭ (KPI Key Performance Indicators), которые также должны быть структурированы по видам бизнеса и уровням управления. Для рассматриваемого в данной работе предприятия рекомендуется следующая структура системы КПЭ по видам бизнеса (рисунок 4).



Рисунок 4 – Структура системы ключевых показателей эффективности

В системе КПЭ должны присутствовать несколько групп показателей, которые адекватно отражают реализацию стратегических целей и приоритетных задач компании в нескольких плоскостях:

- финансовой — путем включения показателей результативности финансовой деятельности компании / бизнес - процесса / проекта;
- производственной — путем включения результатов операционной деятельности компании (объем переработки, объем продаж и т.д.) и ее отдельных подразделений;
- проектной — через показатели реализации проектов (сроки, стоимость, качество).

Соотношение между количеством КПЭ, отражающих результаты финансовой, производственной и проектной деятельности может меняться в зависимости от приоритетов компании.

### Список использованной литературы

1 Авдеева Л.А. О проблемах повышения энергетической эффективности производства // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 2 - й Междунар. науч.–практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчухина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчухиной. –Уфа: Изд - во «Нефтегазовое дело», 2014. с. 9 - 12.

2 Авдеева Л.А., Асадуллина М.В. Об основных направлениях и факторах снижения энергоемкости валового регионального продукта Республики Башкортостан // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: сб. науч. тр. по матер. 3 - й Междунар. науч.–практ. конф. - Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 7 - 10.

3 Авдеева Л.А., Баширова Д.Р. Совершенствование системы стратегического управления нефтеперерабатывающим предприятием на основе сбалансированной системы показателей // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 9 - 14.

4 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. Об основных направлениях повышения эффективности системы материально – технического обеспечения строительства газопроводов (на примере ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ САХАЛИН ГАЗ КОМПЛЕКТ») // Контентус. 2014. №1(18).С.60 - 69.

5 Авдеева Л.А., Беспалова Е.В. К вопросу оптимизации материально – технического снабжения строительства газопроводов в сложных природно – климатических условиях // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы I Международной научно - практической конференции. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный нефтяной технический университет». 2013. С.9 - 11.

6 Авдеева Л.А., Веселов М.В. Совершенствование системы управления энергоэффективностью в нефтепереработке // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: материалы V Международной научно - практической конференции / редкол.: Т.Б Лейберт. - Уфа, Изд - во УГНТУ, 2016. С. 3 - 6.

7 Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Об эффективности проекта реконструкции установки по производству этилена // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: Материалы III Международной научно - практической конференции –Уфа, Изд - во УГНТУ, Институт экономики. 2015. С. 11 - 13.

8 Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Совершенствование системы показателей оценки деятельности проектных организаций // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №4 (2016) [http:// naukovedenie.ru / PDF / 26EVN416.pdf](http://naukovedenie.ru/PDF/26EVN416.pdf) (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ

9 Авдеева Л.А., Наследникова Е.В.О разработке прогноза развития топливно – энергетического комплекса Республики Башкортостан на период до 2025 года // Современные тенденции в экономике и финансах: сб.науч.тр. по матер. 4 - й Всерос.заочн. науч.практ. конф. / редкол.: Л. И. Ванчухина и др; под общ. ред. проф. Л. И. Ванчухиной. – Уфа: Редакционно – издательский центр УГНТУ, 2014. - Вып.4. С. 6 - 8.

10 Авдеева Л.А., Ращепкина Н.С. О создании отечественного банка качества нефти // Нефтяное хозяйство.– 1996. №4. – С.63 - 65.

11 Авдеева Л.А., Соловьева И.А. Методические подходы к ценообразованию на нефть с учетом ее качества // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №2 (2017) [http:// naukovedenie.ru / PDF / 48EVN217.pdf](http://naukovedenie.ru/PDF/48EVN217.pdf) (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ

12 Авдеева Л. А., Соловьева И. А. Современные проблемы рыночного ценообразования на нефть // Евразийский юридический журнал. – 2017. №3(106). – С.344 - 347.

13 Веселов М.В, Авдеева Л.А. Повышение энергоэффективности нефтеперерабатывающего предприятия за счет внедрения системы быстродействующего

автоматического включения резерва // Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сборник статей Международной научно – практической конференции (1 марта 2017 г., г. Уфа). В 2 ч. Ч1 – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. С.23 - 25.

14 Виханский О.С. Стратегическое управление. Учебник. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М.:Гардарика, 1998 – 296с.

15 Каплан Р.С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р.С. Каплан, Д. П. Нортон. - М.: Олимп - Бизнес, 2012.

16 Марр Б. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер / Б. Марр ; пер. с англ. А.В. Шаврина. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 340 с.

17 Питер Ф. Друкер. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.

18 Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2003, 304 с.

19 Соловьева И. А., Авдеева Л. А. К вопросу о государственном регулировании цен реализации нефтепродуктов на внутреннем рынке России // Евразийский юридический журнал. - 2017. №3(106). – С.361 - 364.

© Л.А.Авдеева, Д.Р.Баширова, 2017

**УДК 338**

**Ваниева А.Р.**

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и государственного управления  
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»

**Аджимуллаева М.И.**

Студентка 4 курса специальности «Менеджмент»  
ГБОУВО РК «Крымский инженерно - педагогический университет»

Г. Симферополь, Российская Федерация

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Различные проблемы, вынуждающие своевременное их решение оказывают значительную роль на развитие науки и практики оценки финансового состояния предприятия. На сегодняшний день существует различные группировки проблем оценки финансового состояния предприятия. К ним относятся: проблема терминологии, проблема идентификации, проблема информативности, слабая разработка отдельных аспектов оценки финансового состояния, отсутствие совокупной, единой оценки деятельности предприятия, проблема недоработки российской системы бухгалтерского учета, проблема неразвитости нормативно - правовой среды, проблемы коэффициентного анализа. [2, с.5]

Проблема идентификации, группировки статей баланса и других форм бухгалтерской отчетности предприятия для их оценки обуславливается определенной формой официальной бухгалтерской отчетности, которая в свою очередь является первостепенной

базой данных для оценки финансового состояния предприятия. В первую очередь, смены форм бухгалтерской отчетности, которые проводят время от времени, приводят к возникающим трудностям, так как финансовый аналитик вынужден подстраиваться под эти изменения, внося коррективы. Также, не всегда реформированные группировки в данных бухгалтерской отчетности удобны для оценки финансового состояния предприятия.

На основе предыдущей проблемы вытекает следующая - проблема информативности бухгалтерской отчетности. Под этой проблемой стоит понимать возможность на базе бухгалтерской отчетности получить необходимую информацию для оценки финансового состояния предприятия.

Данные оценки финансового состояния предприятия также базируются на искаженной информации по различным причинам. Для того, чтобы убедиться в достоверности исходных данных и получить реальные результаты оценки финансового состояния предприятия необходима информация независимого аудита, который в свою очередь даст возможность найти различные ошибки и погрешности.

Проблемы оценки финансового состояния усложняются отсутствием интегральной оценки деятельности предприятий. Часто руководитель требует информацию о том, как изменилось финансовое состояние организации, как изменилось положение дел по сравнению с прошлыми периодами, либо какое положение занимает предприятие по сравнению с конкурирующими организациями. При этом ни один частный показатель (выручка, рентабельность) не даст ответа на данный вопрос. Западные интегральные показатели не соответствуют российской практике. Это все говорит о том, что возникла проблема необходимости создания совокупной, единой оценки, которую невозможно измерить непосредственно, но можно будет использовать в проведении анализа, оценки или прогноза.

Значительно снижает эффективность финансового аналитика проблема неразвитости нормативно - правовой среды. Неразвитость нормативно - правовой среды заметно снижает эффективность работы менеджмента. От качества нормативно - правовой среды зависит способность компаний успешно выполнять стратегические планы своей деятельности. Если компания стремится к достижению финансовой устойчивости, ей важно работать в надежной, стабильной управляемой системе, гарантирующей устойчивый и последовательный подход к принятию управленческих решений. Несмотря на улучшения российской нормативной базы, деятельность регулирующих органов не всегда эффективна, а их решения зачастую безосновательны. [1, с. 41]

Стоит также упомянуть о тех сложностях, связанных с позиционированием субъекта оценки финансового состояния предприятия. Оценка может проводиться с различных позиций (по правилам проведения арбитражными управляющими финансового анализа предприятия, по методике Федеральной службы по финансовому оздоровлению и банкротству РФ, по методике Федеральной налоговой службы) на базе различной доступной информации, что в свою очередь приводит к расхождениям в определении однотипных показателей.

В современной теории и практике оценка финансового состояния предприятия проводится на основе расчета и оценки финансовых коэффициентов. Финансово - экономическое состояние организации нужно анализировать не только с позиции соотношения статей баланса, но и проводить коэффициентный анализ, который вызывает

значительное количество неточностей в оценке финансового состояния и подвергается обоснованной критике специалистов.

Список упомянутых выше проблем оценки финансового состояния предприятия не является полным. Любой квалифицированный аналитик по своему мнению может дополнить этот список рядом других проблем. А пока, обозначенные проблемы определяют направления развития оценки финансового состояния предприятия на ближайшую перспективу.

#### **Список источников:**

1. Исаева, Ш.М. Современные проблемы проведения анализа финансово - экономического состояния предприятия и пути их решения / Ш.М. Исаева, Х.С. Ясулова // Журнал. Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2 - 3. - С.124.

2. Морозова, И.Л. Проблемы оценки финансового состояния предприятия / И.Л. Морозова // Журнал. Актуальные вопросы экономических наук. - 2016. - № 50 - 2. - С. 198.

© Ваниева А.Р., Аджимуллаева М.И., 2017

**УДК 338.984**

**Азаренко В.И.**

курсант 522 учебной группы экономического факультета  
ФКОУ ВО «Академия права и управления» ФСИН России  
г. Рязань, Российская Федерация

### **МОДЕЛИРОВАНИЕ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ В УИС**

Стратегическое планирование - это одна из функций стратегического управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения [1].

Выбор стратегии зависит от ресурсов предприятия и готовности к риску. Исторически сложилось, что большинство наиболее известных модельных инструментов стратегического управления были разработаны примерно по следующей логической схеме: эффективная стратегия — это в основном результат ряда типовых стратегических решений, включающих выбор одной альтернативы из заданного набора типовых стратегий для каждого конкретного бизнеса организации.

Стратегическое планирование не нацелено на минимизацию риска. Ведь риск – одна из важнейших характеристик предпринимательства. «Имеющиеся средства производства имеют тем большую экономическую эффективность, чем выше степень неопределенности», – утверждал великий австрийский экономист Э. Бем - Баверк [2].

Однако для режимного объекта главное внимание должно концентрироваться не столько на высокой рискованности, сколько на обеспечении максимальной согласованности принимаемых решений с принципами функционирования в долгосрочной перспективе хозяйствования.

Алгоритм стратегического планирования на предприятии (режимном объекте) предполагает последовательное решение следующих задач:

- Определение миссии и целей организации.
- Анализ стратегических альтернатив.
- Выбор стратегии.
- Реализация стратегии.
- Оценка и контроль выполнения.

Одним из эффективных инструментов стратегического планирования в части производства и реализации продукции, выпускаемой в учреждениях УИС, можно считать матрицу Бостонской консультационной группы (БКГ), позволяющую предложить для руководства тот или иной вариант развития событий, связанных с изменением рыночной конъюнктуры [3].

Появление модели или матрицы БКГ явилось логическим завершением одной исследовательской работы, проведенной в свое время специалистами Бостонской консультативной группы (Boston Consulting Group) в области стратегического планирования. В основе матрицы БКГ лежит модель жизненного цикла товара, в соответствии с которой товар в своем развитии проходит четыре стадии: выход на рынок (товар - "проблема"), рост (товар - "звезда"), зрелость (товар - "дойная корова") и спад (товар - "собака").

Для оценки конкурентоспособности отдельных товаров(видов деятельности) в матрице используются два критерия: темп роста отраслевого рынка и относительная доля рынка. Графическая модель матрицы БКГ представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Модель матрицы БКГ

Матрица позволяет проанализировать два параметра. Первый – это темп роста нужного нам сегмента рынка. Этот критерий говорит нам о привлекательности рынка для компании в данный момент.

Второй параметр – это доля рынка, которая есть у компании, относительно самого опасного для компании конкурента. Этот параметр позволяет нам сказать, насколько данный продукт конкурентоспособен в данной категории [4].

По этим двум параметрам в матрице можно выделить четыре группы рынков товара, соответствующие различным приоритетным стратегическим целям и финансовым потребностям:

1. "Проблемы" (быстрый рост / малая доля): товары этой группы могут оказаться очень перспективными, поскольку рынок расширяется, но требуют значительных средств для поддержания роста.

2. "Звезды" (быстрый рост / высокая доля) – это рыночные лидеры. Они приносят значительную прибыль благодаря своей конкурентоспособности, но также нуждаются в финансировании для поддержания высокой доли динамичного рынка.

3. "Дойные коровы" (медленный рост / высокая доля): товары, способные принести больше прибыли, чем необходимо для поддержания их роста. Они являются основным источником финансовых средств для диверсификации и научных исследований. Приоритетная стратегическая цель – "сбор урожая".

4. "Собаки" (медленный рост / малая доля) – это продукты, которые находятся в невыгодном положении по издержкам и не имеют возможностей роста. Сохранение таких товаров связано со значительными финансовыми расходами при небольших шансах на улучшение положения.

Таким образом, применяя модель матрицы Бостонской консультативной группы (Boston Consulting Group) в области стратегического планирования, можно выстроить целостную картину положения того или иного вида товара на рынке, а значит вполне реально получить обоснованный прогноз развития данной сферы, основанный на выводах сгенерированных путем изучения полученных данных [5].

#### **Список используемой литературы:**

1. Волкогонова О.Д., Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Учебник (ГРИФ). – М.: ИНФРА - М, 2014;
  2. Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие (ГРИФ). – М.: ИНФРА - М, 2013;
  3. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. - М.:ИНФРА - М, 2009. - 288 с. - (Высшее образование).
  4. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента: Учебное пособие, изд. 2 - е, дополненное и переработанное. Таганрог: Изд. - во ТРТУ, 2015.
  5. З. Орлов А.И. Менеджмент / Учебник. - М.: Издательство "Изумруд", 2013. - 298 с.
- © В.И. Азаренко, 2017

**УДК 659.19**

**Аксененко Т.Ю.**

студентка направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»  
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»  
г. Новосибирск, Российская Федерация

### **ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ КНИГОИЗДАТЕЛЬСТВА**

Сегодня основным и традиционным интеллектуальным продуктом, призванным удовлетворять духовные, научно - познавательные, образовательные, эстетические и этические потребности человека по - прежнему является книга [4].



И, конечно же, центральной задачей книжной торговли, как и любого бизнеса, является эффективная реализация имеющейся продукции[1]. Применение PR - инструментов дает надежные результаты завоевания доверия и благосклонности, лояльности покупателя, столь необходимые для развития книжного магазина и распространения книг в целом.

Среди основных технологий рекламы и связей с общественностью в сфере книгоиздательства выделяют следующие:

1) Взаимодействие со СМИ. Для привлечения как можно большего количества читателей желательно проводить интерактивные мероприятия, а в качестве площадки для размещения информации использовать традиционные СМИ.

2) Создание фирменного стиля компании. Фирменный стиль – совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео и т. д.), которые обеспечивают единство всем материалам фирмы, улучшают ее запоминаемость и восприятие целевыми группами, позволяют противопоставить свои товары и услуги товарам и услугам других компаний.

3) Презентация издания. Тут важно правильно выбрать состав журналистов. Обязательно присутствие автора. Перед презентацией или в ее рамках может быть организована пресс - конференция.

4) Выставки. Накануне выставки необходимо распространить пресс - релиз о том, что нового и интересного представляет издательство, какие мероприятия пройдут на его стенде. Можно организовать on - line новости с места событий на сайте компании, раздавать сувениры и информационные материалы.

5) Организация продажи книг в крупных книжных магазинах с участием автора. Это событие можно раскрыть в сообщениях для прессы, пригласить журналистов, которые в идеале могут сделать хорошее публицити как самому такому мероприятию, так и книге, издательству, а заодно и автору.

6) Отзывы. Отзывы от читателей на издание, качество редакторской работы, полиграфического исполнения можно получать заполнением анкет в книжных магазинах или на выставках. Отзывы можно и полезно получать после акций, организованных издательством, или мероприятий с его участием. Это поможет скорректировать деятельность PR - отдела и издательства в целом [5].

По результатам исследования проекта «Литературная карта» можно сказать, что в структуре затрат издательств на продвижение книги и чтения основные расходы приходятся на прямую рекламу. Изготовление POS-материалов, наружная, транспортная реклама могут занимать до 71 % бюджета издательства на продвижение книг. Организация автограф-сессий авторов, а также мастер - классов, конкурсов, лекториев и прочих развлекательных мероприятий для читателей — это гораздо менее затратные инициативы. Как правило, издатели тратят на это 10—11 % бюджета. Дорого обходятся издателям и online-продвижение (поддержка сайта, блог, социальные сети) — от 10 % до 40 % [2].

Таким образом, мы видим, что использование рекламы и PR - технологий в сфере книгоиздательства является неотъемлемой частью существования данного бизнеса.

Правильно организованная книжная реклама помогает решить многие задачи, такие как пропаганда чтения, достоверное информирование о лучших книжных новинках, формирование неповторимого имиджа издательства, книжных магазинов, а также авторов [3].

### Список использованной литературы:

1. Беклешов Д.В. Реклама книг сегодня / Д.В. Беклешов. – М.: Книга, 2015. – 202с.
2. Бэйверсток Э. Книжный маркетинг / Э. Бэйверсток. – Спб.: БХВ - Петербург, 2016. – 336с.
3. Веденеев Д. С. Книжный маркетинг / Д.С. Веденеев. – М.: Финпресс, 2014. – 315с.
4. Ленский Б.В. Книгоиздательский бизнес / Б.В. Ленский. – М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 2013. – 386 с.
5. Петровичева Л.И. Реклама и пропаганда книги: Тексты лекций для студентов специальности 1 - 47 01 01 «Издательское дело» / Ред. - сост. Л. И. Петровичева. – Мн.: БГТУ, 2014. – 74 с.

© Т.Ю.Аксененко, 2017

УДК 659.134

Аксененко Т.Ю.

студентка направления подготовки «Реклама и связи с общественностью  
Новосибирский государственный университет  
экономики и управления «НИНХ»  
г. Новосибирск, Российская Федерация

### ИССЛЕДОВАНИЕ ДОВЕРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К РЕКЛАМЕ

Маркетинговое исследование доверия потребителей к рекламе является актуальным. Это связано с тем, что доверие потребителей к рекламе играет огромную роль в стимулировании сбыта той или иной товарной категории. Если потребитель доверяет определенной продукции или марке, то, скорее всего, он станет постоянным её покупателем, а это, несомненно, отражается на уровне доходов той или иной компании.

Предварительным этапом разработки теоретических и эмпирических вопросов проведения маркетингового исследования [2], программы его проведения [1] является изучение состояния доверия потребителей к рекламе. Стоит отметить, что в литературе существует множество исследовательских работ, затрагивающих различные вопросы, касаемые уровня доверия потребителей к рекламе той или иной товарной категории.

Так, Корешнекова Л.В. и Зельникова В. Ю. выделяют следующие факторы, вызывающие недоверие к рекламе: отрицательные эмоции; недоверие российских потребителей обещаниям сделать что - либо на уровне экстремума - класса; реклама высококачественного товара; реализуемого по низкой цене; явная глупость героя рекламного ролика [4].

Также Лебедев А.Б. в качестве факторов, вызывающих недоверие к рекламе, называет: неэффективную стратегию составления рекламно - информационных посланий; низкий уровень организации рекламной коммуникации; преобладание рекламы суггестивной направленности; утверждения компании о том, что она делает что - то лучше остальных [5].

Изучение вышеприведенных исследований позволило выделить основные положения изучения доверительного отношения потребителей к рекламе.

Цель нашего исследования: изучить уровень доверия потребителей к рекламе, выявить факторы, влияющие на уровень доверия и предложить рекомендации по повышению уровня доверия.

С учетом предлагаемых в научной литературе требований [3] теоретическая модель исследования представлена в нашем исследовании такими переменными, как виды и способы распространения рекламы, особенностями рекламы, влияющими на доверительные / не доверительные отношения потребителей к ней, проблемами, сдерживающими поддержание высокого уровня доверия и перечнем рекомендаций по исключению выявленных проблем.

Эмпирическая модель в нашем исследовании представлена следующими операциональными понятиями: канал распространения рекламы, соотношение цена / качество, предыдущий опыт, рекомендации специалиста и др.

В следующей публикации мы представим общественности результаты своего исследования.

### **Список использованной литературы:**

1. Воловская Н.М. Рабочая программа как необходимый стратегический документ маркетинговых исследований // Теория и практика общественного развития. - 2017. - №2. – С. 37 - 39
2. Воловская Н.М. Этапы проведения маркетинговых исследований // Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: Сборник статей Международной научно - практической конференции, 1 декабря 2016, г. Уфа. - С. 78 - 82.
3. Воловская, Н. М. Методология и методика социологического исследования: Учеб. Пособие / Н. М. Воловская; НГУЭУ. – Новосибирск: Изд - во НГУЭУ, 2011. – 192 с.
4. Корешникова Л.В., Зельникова В. Ю. Психология доверия рекламе / Тезисы докладов Первой Всероссийской конференции «Психология в рекламе». –М., 1996. – С. 24 - 25.
5. Лебедев А.Б. Психология рекламы. – Спб.: Питер, 2003. – С. 87 - 88.

© Т.Ю.Аксененко, 2017

**УДК33**

**А.Г. Александрова**

студентка факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК, факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

## **ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ, МОДЕЛИ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

Разные авторы предлагают разные методики и модели финансовой оценки. Детализация процедурной стороны методики финансовой оценки зависит от поставленных целей, а

также различных факторов информационного, временного, методического и технического обеспечения.

Финансовая оценка проводится с помощью различного типа моделей, позволяющих структурировать и идентифицировать взаимосвязи между основными показателями. Можно выделить три основных типа моделей: дескриптивные, предикативные и нормативные. Приведенными моделями, естественно, не исчерпывается их многообразие, в том числе и в системе оценки финансово хозяйственной деятельности организации. Анализ методик оценки финансового состояния, приведённых в различных источниках, позволил выявить следующее.

Для оценки финансового состояния организации применяются западные методики, принятые в странах с развитой рыночной экономикой, но адаптированные к российской системе учета и отчетности. Причем, большинство рассматриваемых методик схожи между собой по набору показателей и методике их расчета. Различия методик заключаются в том, что к стандартному набору показателей прибавляются показатели, отражающие точку зрения конкретного автора.

Предварительную оценку недостатков в работе организации можно сделать на основе выявления «больных» статей отчётности, которые условно можно подразделить на две группы.

Первая группа. Статьи отчетности, свидетельствующие о крайне неудовлетворительной работе организации в отчётном периоде и сложившемся в результате этого плохом финансовом положении: «Непокрытые убытки прошлых лет», «Непокрытый убыток отчётного года», «Кредиты и займы, не погашенные в срок», «Кредиторская задолженность просроченная», «Векселя, выданные просроченные». Причины образования отрицательной разницы между доходами и расходами по укрупнённой номенклатуре статей можно определить по форме №2. Затем причины убыточной работы анализируются детально.

Вторая группа. Статьи отчетности, свидетельствующие об определённых недостатках в работе организации: «Дебиторская задолженность просроченная», «Векселя, полученные просроченные», «Дебиторская задолженность, списанная на финансовые результаты» (по данным аналитического учёта). Значимость этих статей в отношении устойчивости финансового состояния зависит от их удельного веса в валюте баланса. Бухгалтерский баланс служит индикатором для оценки финансового состояния организации. Увеличение валюты баланса за анализируемый период свидетельствует, как правило, о росте производственных возможностей организации и заслуживает положительной оценки, если это не обусловлено инфляцией. Снижение валюты баланса оценивается отрицательно, так как сокращается хозяйственная деятельность организации.

Целесообразно сопоставить изменение итога баланса с изменениями финансовых результатов хозяйственной деятельности, выручкой от реализации продукции. опережение темпов роста выручки от реализации свидетельствует об улучшении использования средств в организации по сравнению с предыдущим периодом, и наоборот.

Краткая оценка финансового состояния предусмотрена формами официальной отчётности организации (аналитическая записка). Аналитическая работа планомерно ведётся банками, аудиторскими фирмами, страховыми компаниями и другими организациями.

Между тем может возникать необходимость во внеплановом анализе финансового состояния организации. И плановый, и внеплановый анализ может порождать конфликтные ситуации, связанные с противоречивостью экономических отношений всех заинтересованных в анализе лиц. На практике оценка может отталкиваться от известных заранее узких мест в работе организации. В иных случаях подобные узкие места должны быть предварительно выявлены.

Оценка баланса неэффективна в следующих случаях:

- общая неопределённость и неустойчивость. Особая неопределённость и неустойчивость характерны для периодов глубокого кризиса, сопровождаемого сверхвысокой инфляцией, политической нестабильностью;

- фирма берёт кредиты в банке под проект. Выполнение проекта, вероятнее всего, значительно деформирует баланс организации. До окончания реализации проекта кредиторской задолженности противостоят незавершенные капитальные вложения;

- малое предприятие имеет неразвитый баланс. В этом случае необходим анализ конкретных сделок, осуществляемых этой организацией, ее клиентов;

- организация выполняет специфические функции. Организация может выполнять лишь функции расчётного счёта для других фирм и организаций, не заниматься своей основной деятельностью, а служить посредником в торговых операциях, сдавать имущество в аренду;

- организация находится в специфических условиях. Оценка баланса даёт хорошие результаты для организаций, работающих в конкурентной среде. Оценка баланса не определяет специфических факторов успеха, не связанных со структурой актива или пассива (например, наличие особых льгот и преимуществ, квот, лицензий, различных форм монополии). В этом случае необходим особый анализ устойчивости организации к резким изменениям;

- оценка баланса не выявляет каких-либо отклонений. В этом случае необходим более глубокий анализ фирмы. Это может быть комплексный анализ от продукта до поставщиков, либо более глубокий анализ баланса организации (построение прогнозного баланса). «Очень хороший» баланс порождает подозрения в его искусственности и, следовательно, наличии теневых операций в организации.

Однако типичной ошибкой анализа является его «зацикленность» только на узком месте. Так, например, движение средств на счетах организации, конечно, отслеживается финансистами и руководством. В связи с этим приходится следить за движением дебиторской и кредиторской задолженности.

Тем не менее, если остаться в рамках названных счетов, организация не определит закономерностей движения наличных средств. В то же время в официальную отчётность наших организаций не входят формы движения наличности, и анализ такого движения затрудняется. Если же попробовать проанализировать все возможные факторы, воздействующие на динамику наличных средств организации, то станет очевидной малая эффективность узкого подхода.

Ошибки оценки могут объясняться не только отсутствием необходимой полноты, но и ошибками в данных, вызванными условиями их сбора и предварительной обработки. Ярким примером могут быть попытки анализировать сравнительную эффективность

различных производств в рамках одной организации без учёта способов разложения накладных расходов, методов списания затрат материалов на себестоимость и т.д.

Другой важный источник ошибок финансовой оценки положения организации (впрочем, и любого другого экономического анализа) – игнорирование возможного поведения участников рынка. Макроэкономический анализ сегодняшней российской экономики наводит на предположения о её специфическом характере как экономике банкротства. Это экономика, участники которой приспособились к неблагоприятным условиям сверхвысокой инфляции и спада отечественного производства, применяя определённые приёмы выживания.

Модели хозяйствования, нацеленные только на выживание, противоречат поведению капиталистических организаций, нацеленных на производство прибыли, накопление. На странности в поведении организаций наталкивались многие исследователи кризисных ситуаций в экономике. Так, например, слабые организации в кризисной ситуации оказываются более живучими, чем сильные. Объяснить это можно поведением банков, кредитующих слабые организации активнее, чем сильные, из-за опасений широкого распространения банкротств.

В наших условиях такое неэффективное поведение подкрепляется дополнительными институциональными причинами. Значительная часть наших банков создана самими организациями, которые являются акционерами. Такие «карманные» банки вынуждены выдавать кредиты своим акционерам, а потери компенсировать более рискованными кредитами торговым организациям или валютными операциями. Определённые корректировки расчётов необходимы также в связи с известными недостатками отчётных форм.

Таким образом, неудовлетворительные показатели финансового состояния организации, перспектив ее развития свидетельствуют о необходимости перейти к новой идеологии в управлении, либо отказаться от прежнего профиля организации. В этом случае можно разрабатывать стратегические меры: миссию, мотивацию, стратегический и оперативный контроллинг. Первоначальная миссия организации, дающая импульс к разработке её основной концепции, цели и задач с учётом перспектив, открывающихся перед компанией, и их долгосрочных оценок, должна обеспечивать возможность поддержания определённого статуса фирмы и давать ей конкурентные преимущества продолжительное время.

### **Список использованной литературы:**

1 Захарян А.В. Основные проблемы и перспективы развития рынка земельных ресурсов в России / Прокофьева М.А., Захарян А.В. // В сборнике: Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 110 - 112.

2 Захарян А.В. Рынок агрострахования российской федерации или игра без правил / Ребров Е.А., Захарян А.В. // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 128 - 131.

3 Захарян А.В. Финансовая устойчивость сельскохозяйственных формирований как ключевой признак эффективной деятельности / Фоменко Д.П., Захарян А.В. // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей

Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 188 - 189.

4 Захарян А.В. Финансовые ресурсы домашних хозяйств как источник роста национальной экономики / Калайчиев Р.В., Захарян А.В. // В сборнике: Наука третьего тысячелетия Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 69 - 72.

5 Захарян А.В. Проблемы управления финансами корпорации / Петрова К.Д., Захарян А.В. // В сборнике: Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 121 - 123.

6. Захарян А.В. Пути совершенствования денежных потоков организаций / Гакаме Ф.Р., Захарян А.В. // В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 73 - 75.

© Захарян А.В., Александрова А.Г., 2017

**УДК 338.242**

**Л.А.Алтухова**

к.э.н., доцент ФГБОУ ВО СтГАУ,  
г. Ставрополь, РФ

**И.А. Семко**

к.э.н., доцент ФГБОУ ВО СтГАУ,  
г. Ставрополь, РФ

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ АГРАРНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В АПК**

Происходящие в последние годы изменения в политической и экономической ситуации затронули практически все сферы экономики и потребовали изменения системы управления как отраслями в целом, так и отдельными хозяйствующими субъектами. Вопросы реализации стратегии импортозамещения особенно тесно коснулись предприятий аграрного сектора России. При формировании и реализации стратегии импортозамещения необходимо подходить к агропромышленному комплексу как наиболее сложной системе, функционирование которой происходит под влиянием закономерностей экономического, социального и биологического характера.

При формировании стратегии импортозамещения необходимо учитывать особенности сельскохозяйственных предприятий как объектов управления.

В первую очередь, это связано с необходимостью учитывать особенности такого фактора производства, как земля. При проектировании системы управления следует исходить из его ограниченности и необходимости проведения политики направленной на сохранение и повышения его качественных характеристик. Кроме того, наблюдается высокая доля зависимости результативности сельскохозяйственного производства от природно -

климатических условий и почвенного плодородия. Даже при применении высокоинтенсивных технологий в сельском хозяйстве, современной системы страхования рисков аграрный бизнес по - прежнему остаются достаточно непредсказуемым [8, с.257].

Следует учитывать такой аспект как достаточно диверсификацию производства. Определенные усилия по разнообразию производства конечно предпринимается. Так, за последние годы, учеными создано порядка 40 сортов и гибридов овощных культур с повышенными характеристиками. Вместе с тем, следует отметить, что деятельность селекционеров приводит к улучшению качественных и количественных показателей товарной продукции, а не к выведению новых видов сельскохозяйственных животных или культур. Таким образом, по сравнению с другими отраслями народного хозяйства и сферами АПК сельскохозяйственные производители ограничены в возможностях.

Определенные требования к построению системы управления аграрными предприятиями предъявляют условия развития и характеристика конкурентных отношений в отрасли. Высокий уровень конкуренции сельскохозяйственных товаропроизводителей связанный с тем, что в аграрном секторе экономики прослеживаются такие тенденции как существование в ограниченном сегменте экономики большого скопления продавцов, каждый из которых не имеет необходимого объема предложения для влияния на ценовые факторы. Так же наблюдается низкий уровень конкуренции ряда предприятий других сфер АПК.

Формирование стратегии импортозамещения в аграрном производстве требует особого учета и разработки мер, направленных на изменение ситуации на рынках семян сельскохозяйственных культур, средств защиты растений, кормов и кормовых добавок для сельскохозяйственных животных, рынках сельскохозяйственной техники. Доля импортной техники в общем количестве сельскохозяйственной за последние три года составила по тракторам почти 65 % , по машинам и оборудованию для животноводства почти 90 % . Необходимо преодолеть существующую техническую и определенную ресурсную зависимость отечественного сельхозпроизводства от импортных составляющих.

Таким образом, импортозамещение – это длительный процесс, предполагающий учет особенностей сельскохозяйственного производства, связанный с технологическими темпами производства продукции, необходимостью совершенствования некоторых аспектов экономики отрасли и требующий системных управленческих решений.

### **Список использованной литературы:**

1. Nikitenko G., Nazarenko A., Zaporozhets D., Sergienko E., Baydakov A. Cyclical pattern of structural changes in entrepreneurship / Journal of Advanced Research in Law and Economics. 2015. Т. 6. № 1. С. 138 - 146.
2. Байдаков А.Н., Кенина Д.С. Формирование технологии разработки и принятия предпринимательских решений. Ставрополь, 2014.
3. Беликова И.П., Коршикова М.В., Кошель М.В., Сахнюк Т.И. Управление и организация инновационной деятельности. Ставрополь, 2016.
4. Грищенко К.В., Запорожец Д.В. Власть и стиль руководства. Культура управленческой деятельности менеджера / Актуальные проблемы экономики и управления Межрегиональная научно - практическая конференция. 2015. С. 31 - 35.



5. Левушкина С.В. Особенности и современные тенденции развития различных форм предпринимательской деятельности / Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2012. № 81. С. 878 - 889.

6. Милаевская С.С., Кухарь Н.Ю. Инновации в системе управления бизнес - процессами / Инновации в науке: пути развития. Чебоксары, 2012. С. 538 - 542.

7. Семко И.А., Алтухова Л.А. Направления формирования организационной культуры / Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 6(18). С. 239–244.

8. Черникова Л.И., Гурова В.И. Сущность ресурсного потенциала предприятия / Экономические и информационные аспекты развития региона: теория и практика Международная научно - практическая конференция. Ставропольский государственный аграрный университет. 2015. С. 257 - 258.

© И.А. Семко, 2017

© Л.А. Алтухова, 2017

**УДК 330**

**Андреева Е.Ю.**

к.э.н., старший преподаватель кафедры Коммерции и логистики  
ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»

г. Ростов - на - Дону, РФ

e - mail: katrin8906@mail.ru

### **ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРМИНАЛЬНО - СКЛАДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

В условиях насыщенности потребительского рынка товарами, а кроме того ограниченности покупательской способности и финансового дефицита у многих компаний возникает проблема связанная с удержанием и укреплением своих позиций на рынке за счет повышения эффективности не только внутренних бизнес - процессов работы, но и в первую очередь способностью обеспечить своевременную доставку нужного товара в нужное место, нужного количества и необходимым потребителю качеством с минимальными финансовыми затратами. Для осуществления данных задач необходимо оптимально и рационально использовать все инструменты планирования, организации, контроля, формирования и перемещения материальных потоков, другими словами: грамотно построить и скоординировать логистические процессы, связанные как с производством и хранением, так и со сбытом продукции [1].

В задачи логистического комплекса входит поддержка и развитие производственных процессов, доведение качества продукции до ее коммерческого использования; управление возвратными материальными потоками; предоставление услуг дополнительного сервиса. Инновационность такого комплекса услуг заключается в том, что логистический оператор полностью берет на себя функции по управлению и, если необходимо, оптимизации

процесса управления товародвижением, что позволяет предприятиям и поставщикам продукции оптимизировать свои бизнес - процессы, сделать поток товаров от производителя к потребителю не только беспрепятственным, но и выгодным, а также сосредоточить свои силы на развитии и укреплении своих сильных сторон и конкурентных преимуществ [7].

Сегодня терминально - складские комплексы являются наиболее перспективными направлениями развития, которые предоставляют своим клиентам полный спектр услуг по обслуживанию материального, информационного и сервисного потоков. Освоение инновационных процессных технологий мирового уровня позволяют предприятиям не только развиваться как субъекту инновационной и экономической деятельности, но и эффективно участвовать в логистической цепи товародвижения международных, федеральных и местных поставщиков продукции [5].

Причинами привлечения инвестиций в складскую логистику обусловлено множеством причин: повышение скорости и количества оборотов запасов, привлечение и использование оборотных средств для оптимизации операционных расходов, проведение стабильной политики по сохранению установленных уровней запасов на складах; обновления основных средств; обновление складской инфраструктуры; обновление технологий погрузочно - транспортных работ и др.. Исходя из основной стратегической цели логистики складирования, которой является формирование эффективной складской сети, инвестиционные расходы должны обеспечить оптимальный выбор варианта финансирования при существующих ограничениях и сроках окупаемости [9].

Основными источниками инвестиций в складскую логистику являются собственные, привлеченные и заемные средства. При этом в зависимости от источников возможно проведение инвестиционной деятельности за счет [4]:

- Амортизационных отчислений, которые являются значительной долей в общей сумме инвестиций, направляемых на поддержку и развитие основных средств.

- Прибыли, использование которой после уплаты соответствующих налогов является самостоятельным выбором хозяйствующего объекта.

- Бюджетных средств. Объемы бюджетных инвестиций в основной капитал определяются в инвестиционных проектах и программах, а строго фиксируются – в годовых бюджетах.

- Иностраннх инвестиций: реальные и портфельные.

- Эмиссионного инвестирования. Эмиссия ценных бумаг (акций, облигаций, векселей и др.).

- Механизма привлечение заемных средств, значительная часть которых может использоваться для инвестирования.

Однако основные проблемы развития терминально - складской инфраструктуры Ростовской области [8]:

1. Использование неконкургентоспособных транспортно - логистических технологий.

2. Перегрузочные мощности не обеспечены обслуживающей транспортно - логистической инфраструктурой (припортовыми станциями, накопительными терминалами, авто - и железнодорожными подъездами, современными логистическими центрами).

3. Существующая нормативно - правовая база не стимулирует внедрение инновационных технологий в данный сектор экономики.

4. Низкий уровень безопасности технологических процессов во всех отраслях транспорта.

Для того, чтобы преодолеть все вышеуказанные проблемы необходимо сконцентрировать комплекс мер по ускоренному созданию, расширению и реконструкции терминалов, перевалочных и складских комплексов, элементов контейнерной системы, других сооружений транспортно - распределительной инфраструктуры, предусматривая параллельное решение следующих задач [7]:

- терминализация магистральных перевозок по основным направлениям грузопотоков всех видов транспорта;

- техническое переоснащение главных транспортных узлов экономических регионов;

- создание внутрирегиональных (местных) терминальных систем;

- создание системы обеспечения терминалов и складов различного назначения современными высокоэффективными средствами грузопереработки и информатики.

Реализация данных вопросов должна была осуществляться в несколько этапов.

На первом этапе должно предусматриваться проведение комплекса прединвестиционных и предпроектных исследований и разработок и формирование инновационной системы (фондов, корпораций, других коммерческих структур), а также создание необходимой правовой базы для стимулирования реализации программы.

На втором этапе за счет первичных целевых инвестиций должна была быть реализована серия пилот - проектов терминальной системы, а также начаться строительство новых и реконструкция существующих терминалов и других объектов транспортно - экспедиционной инфраструктуры, финансируемых вновь созданными в рамках Программы инвестиционными структурами с участием иностранных инвесторов. Одновременно должны были развернуться работы по развитию специализированных систем связи и информационных систем.

На третьем этапе планировалось развернутое сооружение терминалов различного назначения в основном за счет средств коммерческих структур и постепенное объединение объектов терминальной системы в единый транспортно - логистический комплекс.

Создание и реконструкция терминально - складской инфраструктуры при активной поддержке государства может стать ключевым направлением транспортной логистики страны. Основным макроэкономическим эффектом создания терминально - складских комплексов будут являться [2]:

– снижение доли совокупных народнохозяйственных затрат на продвижение грузов и товаров в структуре ВВП на 5–10 % ;

– снижение уровня инфляции за счет снижения логистических затрат;

– повышение инвестиционной привлекательности проектов по размещению производств на территории России.

Кроме того эффективное и рациональное размещение терминально - складских комплексов способно повысить конкурентоспособность экономики региона через создание эффективного современного логистического механизма, который с минимальными затратами обеспечит в масштабах экономики страны:

– комплексную логистику снабжения центров производства,

– оптимизацию складских запасов и высвобождение «замороженных» финансовых ресурсов,

– комплексную логистику распределения товаров от центров производства к центрам потребления (в том числе импортных товаров).

### Список использованной литературы:

1. Андреева Е.Ю. Логистический подход к организации терминально - складской деятельности / Е.Ю. Андреева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2013. № 4 (44). С. 18 - 22.
2. Андреева Е.Ю. Роль создания и развития терминально - складских комплексов для обеспечения межрегионального товарообмена / Е.Ю. Андреева // КОММЕРЦИЯ И ЛОГИСТИКА СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ. Санкт - Петербург, 2013. С. 259 - 263.
3. Андреева Е.Ю. Развитие терминально - складской инфраструктуры Ростовской области / Е.Ю. Андреева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2013. № 3. С. 23.
4. Андреева Е.Ю. Развитие терминально - складской инфраструктуры Ростовской области / Е.Ю. Андреева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2013. № 1 - 2 (41 - 42). С. 23 - 29.
5. Андреева Е.Ю., Пиливанова Е.К. Тенденции и современные направления развития терминально - складской инфраструктуры / Е.Ю. Андреева, Е.К. Пиливанова // Инновационные процессы в научной среде Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 82 - 85.
6. Грузоперерабатывающие терминалы и складские комплексы <http://www.logistics-gr.com>
7. Журнал Вестник экономики №1 (43) (2011г.) – Инновации в логистике. Что? Где? Зачем?
8. Проект стратегии социально - экономического развития Ростовской области на период до 2020 года
9. <http://ezarabotok.info> Особенности инновационных решений в логистике складирования

© Е.Ю. Андреева, 2017

УДК 339.372.6

**К.А. Андриянова**

Студентка 4 курса экономического факультета  
Поволжский Государственный Университет сервиса  
Г. Тольятти, Российская Федерация

**Научный руководитель: Е.В. Романеева**, к.э.н., доцент  
«Экономика, организация и коммерческая деятельность»  
Поволжский Государственный Университет  
Г. Тольятти, Российская Федерация

### ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Сети магазинов шаговой доступности со смешанным ассортиментом расширяют свои границы на рынке непродовольственных товаров, определяют направления развития

производства товаров, контролируют ассортимент и качество товаров и являются главным звеном между производителями и потребителями.

Согласно ГОСТ Р 51303 - 2013. Торговля. Термины и определения. Розничная торговля – это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [1, с.3].

К основным функциям розничной торговой сети относят: закупку и продажу товаров; транспортировку и хранение; принятие риска и финансовую деятельность; информирование рынка и получение информации о рынке; подсортировку и приведение к товарному виду [4, с.78].

Торговая сеть, представленная магазинами шаговой доступности с широким ассортиментом, дает возможность быстро и удобно приобрести нужный товар в условиях свободного выбора из широкого и глубокого ассортимента с минимальной затратой времени и сил.

Оперативные (торгово – технологические) процессы в универсаме – это совокупность торговых и технологических процессов, последовательно взаимосвязанных, целью которых является доведение товаров в широком ассортименте надлежащего качества до потребителей с наименьшими затратами труда и времени [2, с. 125].

Торговый процесс – обеспечивает смену формы стоимости. Предметом труда здесь являются не только товары, но и покупатели. Он включает не только доведение товаров до потребителя, но и изучение опроса населения, формирование ассортимента, рекламу товара. Структура торгового процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от степени хозяйственной самостоятельности магазина, формы продажи, вида и типа магазина.

Технологический процесс – обеспечивает обработку товарных потоков, начиная с поступления товара в магазин и кончая полной подготовкой их к продаже. Он включает такие операции как: приемка по количеству и качеству, хранение, фасовка, упаковка, перемещение, выкладка на торговое оборудование. Этот процесс осуществляется без участия покупателя [3, с.452].

Приемка товаров по количеству и качеству – осуществляется в соответствии с инструкциями «О порядке приемки продукции производственно – технического назначения и товаров народного потребления по количеству», «О порядке приемки продукции производственно – технического назначения и товаров народного потребления по количеству», если в договорах – поставки, стандарта и ТУ не предусмотрен другой порядок приемки товаров. Заключается в сверке массы, числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями сопроводительных документов. Приемка по количеству и качеству проводится в определенные сроки, указанные в инструкциях. При приемке по качеству выявляют качество и комплектность товара, соответствие тары, упаковки, маркировки установленным требованиям и сопроводительным документам.

В универсаме применяется метод самообслуживания - один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазинов, расширить объем реализации товаров: свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам, возможность самостоятельно осматривать и отбирать их без помощи продавца, что позволяет более рационально распределять функции между работниками магазина.

Схемы торгового и технологического процесса в магазине напрямую зависят от потребительских свойств товаров, степени их готовности к продаже, принятой системы товародвижения, применяемых формах продажи.

Ассортимент предлагаемых к продаже товаров, перечень оказываемых услуг, а так же формы продажи определяются продавцом самостоятельно в соответствии с профилем и специализацией сферы деятельности.

Таким образом, весь процесс организации торговли непродовольственных товаров строится на управлении и контроле.

Одним из самых важных показателей успешного развития торговой сети является клиентоориентированность – это показатель, который характеризует способности и возможности предприятия, направленные на максимизацию объема покупательского потока и доходов, с помощью повышения качества обслуживания потребителей, соответствия предлагаемых товаров и услуг требованиям клиентов и осознания их потребностей.

Для того чтобы удержаться на достойных позициях на современном рынке, необходимо, во - первых, уделить огромное внимание соотношению цена – качество, а во - вторых – показывать максимально высокие стандарты обслуживания покупателей.

Таким образом, ценностные качества предприятия растут, тем самым продвигая саму продукцию на рынке.

#### **Список использованной литературы:**

1. ГОСТ Р 51303 - 2013. Торговля. Термины и определения [Текст] : - Введ.2014 - 04 - 1. - : Стандартинформ, 2014.
2. Жулидов, С.И. Организация торговли [Текст] : учеб. / С.И. Жулидов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА - М, 2013. - 352 с.
3. Позняковский, В.М., Тыщенко, Е.А., Ермакова, В.П.Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: парфюмерно – косметические товары [Текст] : учеб. пособие / В.М. Позняковский, Е.А. Тыщенко, В.П. Ермакова. – М.: Инфра – М, 2016. – 396 с.
4. Романеева, Е.В., Сафарова, И.М. Перспективные направления развития товароведения в сфере сервиса [Текст] : учеб. пособие / Е.В. Романеева, И.М. Сафарова. – Тольятти : Издательство ПВГУС, 2015. – 152 с.

© К.А. Андриянова, 2017

**УДК 338.1**

**И. А. Анфимов**

студент 3 курса Института Экономики и Управления  
Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского

**Ю. Э. Муждабаев**

студент 3 курса Института Экономики и Управления  
Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского  
г. Симферополь, Российская Федерация

### **ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ЭФФЕКТИВНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Аннотация.** В работе проведен анализ основных факторов внешней среды, которые задают тон абсолютно всем аспектам функционирования организаций в условиях современной рыночной экономики; приводится обоснование значимости изучения этих

факторов, а также их постоянного мониторинга и учета менеджерами среднего и высшего звена с целью поддержания стабильного и успешного функционирования организации.

**Ключевые слова:** внешняя среда, организация, факторы, хозяйствующий субъект, эффективность, микросреда, макросреда, мониторинг, стратегический менеджмент, эффект.

**Введение.** Любая организация представляет из себя открытую систему, это означает, что она не способна функционировать изолированно и вынуждена постоянно взаимодействовать с объектами внешней среды: ресурсами, энергией, потребителями, потенциальными работниками, поставщиками. Внутренняя среда организации - это источник энергии, который поддерживает ее существование, а внешняя - кладезь ресурсов и возможностей, которые также обеспечивают ее деятельность и предоставляют резервы роста и развития. Однако развитие организаций осложняется тем, что внешняя среда сложна и непредсказуема, поэтому любой хозяйствующий субъект вынужден приспосабливаться к ее условиям. В связи с этим менеджеры всех звеньев управления обязаны изучать и учитывать особенности внешней среды в своей деятельности, разрабатывать эффективные механизмы реагирования на такие воздействия [1, с. 17].

**Обзор литературы.** На сегодняшний день изучению влияния факторов внешней среды посвящено великое множество работ, причем как отечественных авторов, так и западных, здесь можно выделить исследования В. Пастухова, А. Чандлера, К. Эндрюса, М. Портера и др. Все они рассматривают внешнюю среду как комплекс сложнейших явлений, которые могут оказывать как положительное, так и деструктивное влияние на деятельность организаций. Все без исключения ученые убеждены, что умение эффективно взаимодействовать с внешней средой - ключ к успеху деятельности любого хозяйствующего субъекта. Несмотря на высокую степень изученности предметной области, не стоит забывать, что внешняя среда невероятно сильно меняется, а значит учет таких изменений вполне оправдан.

**Цель и задачи исследования.** Целью исследования стал анализ проявлений и воздействий факторов внешней среды на эффективную деятельность организаций. Задачами исследования являются изучение отдельных групп факторов, а также оценка эффективности процесса управления ими для обеспечения стабильности деятельности субъекта хозяйствования.

**Результаты исследования.** Для того, чтобы четко осознавать, что же есть факторы внешней среды и как ими управлять, необходимо дать определение последней. **Внешняя среда** - комплекс экономических, общественных, политических, природных и социальных условий, которые оказывают значительное влияние на все сферы деятельности хозяйствующих субъектов [2, с. 120]. В свою очередь, внешняя среда включает два больших блока [3, с. 163]:

**1. Микросреду.** Сюда входят поставщики, потребители, торговые и маркетинговые посредники, конкуренты, финансово - кредитные организации, органы государственной власти, страховые компании. Особенность воздействия этих контрагентов в том, что именно они определяют стабильность, успешность и объемы осуществления основной деятельности организации.

**2. Макросреду.** Сюда следует отнести природные, демографические, научно - технические, экологические, косвенные политико - экономические аспекты внешнего окружения организаций.

В таблице 1 представлена структуризация факторов внешней среды с точки зрения их исследования для формирования соответствующих механизмов использования их проявлений в деятельности конкретной организации [5, с. 60].

Таблица 1 - Структуризация факторов внешней среды в контексте удобства исследования

| Группы факторов              | Характеристика  |
|------------------------------|---|
| <b>1. Экономические</b>      | К ним относят: инфляцию, международный платежный баланс, уровень безработицы, ставки кредитования и рефинансирования, уровень развитости отдельных регионов государства, соотношение экспорта и импорта и т.д. Компоненты этой группы являются первыми условиями успеха по сравнению с остальными, поскольку определенная экономическая ситуация в государстве и его политика ставят для организации жесткие рамки и ограничения. |
| <b>2. Социо - культурные</b> | К ним относят: рождаемость, смертность, соотношение иммиграции и эмиграции, среднюю продолжительность жизни, средний доход на душу населения, менталитет населения, уровень образования населения. Данные компоненты формируют сознание потребителя, отношение персонала к работе, отдыху и стилю жизни, то есть формируют те или иные модели поведения.  |
| <b>3. Технологические</b>    | Компонентами данной группы следует считать прежде всего прогрессивные технологии и приемы организации труда персонала и работы организации в целом. Они способствуют сокращению потерь времени, существенно повышают производительность, сокращают затраты ресурсов. Для того, чтобы достичь этих результатов, необходимо постоянно проводить мониторинг инноваций, собирать и обрабатывать новую информацию.                     |
| <b>4. Политические</b>       | Составляющими этой группы являются государственное устройство конкретного государства, государственная политика (как  |



|  |  |
|--|--|
|  | <p>внешняя, так и внутренняя), доктрины государства. Политические условия хоть и не являются факторами прямого влияния на деятельность организации, однако при определенных условиях могут стать непреодолимыми, именно поэтому политическая стабильность и конструктивная политика по отношению к внутренним субъектам и внешним государствам и партнерам являются вторым самым главным фактором успеха деятельности хозяйствующего субъекта.</p> |
|--|--|

Познание закономерностей проявлений данных факторов нельзя проводить лишь в ретроспективе, ключевым здесь является предвидение тенденций и разработка мер, которые позволят адекватно на них реагировать, ведь запоздалое решение уже не спасет ситуацию. Исходя из этого, главные задачи менеджеров - выявить самые главные и перспективные из них, количественно и качественно оценить их значимость, разработать мероприятия, позволяющие сформировать и закрепить результат, реализовать и оценить проведенные мероприятия.

**Выводы.** Следовательно, комплексный анализ факторов внешней среды является прочным фундаментом результативного и успешного стратегического менеджмента, он дает возможность предвидеть нарастающие тенденции и с пользой использовать их, либо, как можно лучше подготовиться к неблагоприятным явлениям, минимизируя отрицательный эффект. Стратегический менеджмент, основанный на таких положениях, предоставляет великолепный механизм распределения управленческих ресурсов, что способствует оптимизации внутренних резервов роста и развития организации и повышения ее производительности. Все взаимодействие организаций со внешним окружением взаимообусловлено поддержанием их потенциала в контексте достижения поставленных хозяйствующими субъектами целей и обеспечения выживания и процветания на рынке в долгосрочной перспективе [4, с. 204].

#### **Список использованной литературы**

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Право, 2013. — 346 с.
2. Горемыкин В. А., Нестерова Н. Е. Стратегия развития предприятия. — М.: Дашков и К°, 2013. — 592 с.
3. Друкер П. Ф. Практика менеджмента : [пер. с англ. : учеб. пособие] / П. Ф. Друкер. — М.: Вильямс, 2009. — 400 с.
4. Щербаковский Г. З. Конкуренция и стабильность фирмы. — СПб.: Питер, 2013. — 236 с.
5. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: [учебное пособие] — 5 - е издание. — М.: ГНОМ – ПРЕСС, 2012. — 384 с.

© И. А. Анфимов, 2017  
© Ю. Э. Муждабаев, 2017

**И. А. Анфимов**

студент 3 курса Института Экономики и Управления  
Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского

**Ю. Э. Муждабаев**

студент 3 курса Института Экономики и Управления  
Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского  
г. Симферополь, Российская Федерация

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** В работе приведена и доказана важная роль корпоративной культуры в развитии любого современного предприятия, раскрыты задачи и функции корпоративной культуры, проведен анализ ее влияния на становление и развитие всего потенциала хозяйствующего субъекта, начиная от интенсификации конструктивных взаимоотношений в коллективе и заканчивая формированием четкой миссии предприятия.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, нравственные ценности, психологический климат, трудовой потенциал, человеческие ресурсы.

**Введение.** В XXI веке в развитии частного предпринимательства явно прослеживается тенденция целенаправленного созидания корпоративной культуры как фактора конкурентных преимуществ, важнейшей составляющей становления и поддержания репутации любой организации и концептуальной основы предпринимательства современности [1, с. 12]. Корпоративные ценности сейчас являются тем индикатором, по которому можно судить о степени консервативности или прогрессивности предприятия, четко и недвусмысленно различать одно от другого, поскольку двух одинаковых корпоративных культур быть не может в принципе - всегда присутствует ряд факторов, выгодно выделяющий определенное предприятие на фоне подобных ему [3, с. 25].

**Цель и задачи исследования.** Целью исследования является анализ влияния корпоративной культуры на эффективность деятельности современного предприятия в концептуальном смысле. Задачами исследования являются изучение структурных компонентов корпоративной культуры, особенностей их проявления в процессе функционирования предприятия, а также рассмотрение основных предпосылок формирования корпоративной культуры.

**Результаты исследования.** Корпоративная культура - это система общепринятых в организации представлений и подходов к постановке дела, к формам отношений и к достижению результатов деятельности, которые отличают данную организацию от всех других. При этом речь идет об убеждениях и ценностях, которые в той или иной степени принимает абсолютное большинство работников предприятия [2, с. 49]. До сих пор под термином "корпоративная культура" многие субъекты экономической системы понимают лишь традиции, имеющие место на предприятии. Это в корне неверно, поскольку кроме традиций, корпоративная культура аккумулирует в себе определенный морально - психологический климат, способствующий повышению результативности труда и уменьшению количества конфликтов, формальные и неформальные правила поведения, корректирующие взаимодействие людей, отношение к делу, способы визуализации,

хранения, передачи информации, наконец, формирование целостного восприятия себя, своего места и всего предприятия в глазах общественности и партнеров.

Корпоративная культура не является чем - то абстрактным, это целостная система, оказывающая воздействие на результаты деятельности предприятия в следующих проявлениях [4, с. 125]:

1. Становлении и развитии кооперации между сотрудниками и структурными подразделениями.
2. Выработке и принятии управленческих решений.
3. Организации системы контроля на предприятии.
4. Развитии и поддержании эффективной системы коммуникации.
5. Проявлении уровня лояльности к заинтересованным сторонам.
6. Формировании положительного или отрицательного восприятия работниками организационной среды.
7. Интерпретации собственных мотивов поведения предприятия как субъекта экономических отношений.

Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности предприятия целесообразно рассматривать в системе трех установок [5, с. 117]:

1. Воздействие на процессы, имеющие место на предприятии:
  - коммуникационная деятельность;
  - процессы принятия управленческих решений;
  - процессы, непосредственно связанные с производством и организацией труда.
2. Воздействие на организационное поведение:
  - поведение отдельного работника в процессе осуществления своих обязанностей - правила, формы трудового взаимодействия, приоритет личных интересов или интересов предприятия, отношение работника к своей работе, доминирование коллективного или индивидуального типа деятельности;
  - мотивация - какие стимулы (материальные или нематериальные) побуждают работника к достижению определенных результатов;
  - морально - психологический климат - условия труда, показатели статуса, уровень доверия, поддержки и взаимопонимания;
  - групповое поведение - отношение к действующей власти на предприятии, наличие неформальных лидеров, распределение ролей в коллективе, сотрудничество и возможность коллективного решения проблем.
3. Воздействие на репутацию предприятия, то есть повышение его конкурентоспособности за счет корпоративной социальной ответственности, повышения качества продукции, честности с деловыми партнерами и общественностью.

Главная цель корпоративной культуры - усилить трудовой потенциал предприятия и повысить степень его использования в процессе осуществления основной деятельности. Реализация этой цели позволит повысить производительность труда и, как следствие, улучшить финансовые показатели хозяйствующего субъекта.

Важными предпосылками достижения этих результатов являются:

1. Четкое понимание ценностей, приоритетов и установок, которые в состоянии поддерживать эффективность тактики и стратегии предприятия.
2. Целенаправленное и комплексное исследование сложившейся корпоративной культуры, ее корректировка, то есть искоренение отрицательных компонентов и закрепление положительных.
3. Повышение уровня доверия между руководством и подчиненными, поощрение инициативы и справедливая оценка трудовых достижений.

**Выводы.** Термин "корпоративная культура" начал использоваться в практике менеджмента относительно недавно, но даже за столь короткое время тысячи разнообразных организаций и предприятий по всему миру получили ошеломляющие результаты, осознав ее важность и полезность и применив на практике ряд концептуальных положений. Осознанное управление корпоративной культурой в наше время - главный фактор успеха современных предприятий.

#### Список использованной литературы

1. Виханский О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — М.: Гардарики, 1998. — 528 с.
2. Groшев И. В. Организационная культура / И. В. Groшев, П. В. Емельянов, В. М. Юрьев. — М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2004. — 364 с.
3. Капитонов Э. А. Организационная культура : теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. — М.: Издательство «Альфа – Пресс», 2005. — 352 с.
4. Зборовский, Г. Е. Социология управления [Текст] : [учеб. пособие для студ. вузов] / Г. Е. Зборовский. — М.: Гардарики, 2004. — 272 с.
5. Максименко А. А. Организационная культура: системно –психологические описания: [учебн. пособие.] / А. А. Максименко. — Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2003. — 168 с.  
© И. А. Анфимов, Ю. Э. Муждабаев, 2017

#### УДК 336.6

**И. А. Анфимов**, студент 3 курса Института Экономики и Управления  
Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского  
**Ю. Э. Муждабаев**, студент 3 курса Института Экономики и Управления  
Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского  
г. Симферополь, Российская Федерация

#### РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАТРАТ ОРГАНИЗАЦИИ

**Аннотация.** В работе проведен обобщенный анализ процесса регулирования затрат в любой современной организации, проведена декомпозиция данного процесса, а также дана сущностная характеристика каждого структурного компонента.

**Ключевые слова:** планирование, организация, регулирование, учет, анализ, контроль, предпринимательская деятельность.

**Введение.** На современном этапе развития экономических систем затраты играют огромную роль в развитии всех отраслей экономики и хозяйственного механизма целых стран. Общеизвестно, что главная цель предпринимательской деятельности - получение прибыли, ее размер, а значит и успех всей предпринимательской деятельности, будет напрямую зависеть от умелого регулирования величин разнообразных групп затрат [1, с. 14].

**Результаты исследования.** Регулирование затрат - это деятельность, направленная на оптимизацию процесса расходования всех видов ресурсов в организации, посредством установления нормативных значений по каждому виду ресурсов и постоянному мониторингу фактических показателей в сравнении с запланированными [2, с. 75].

Система регулирования затрат в организации образуется в три последовательных этапа [3, с. 116]:

1. Выявление взаимосвязей между управлением затратами и процессами бюджетирования.
2. Факторный анализ отклонений фактических показателей от плановых, выявление и обоснования причин отклонений.
3. Разработка практических рекомендаций по устранению несоответствия значений фактических и плановых показателей, ликвидации негативных тенденций и закреплению положительных явлений.

Цель регулирования затрат - разработка такого механизма, который бы позволял собирать, обрабатывать, анализировать и распределять весь поток информации о структуре и динамике затрат для принятия эффективных и обоснованных управленческих решений.

Деятельность по регулированию затрат в организации включает в себя пять последовательных этапов, которые взаимодополняют друг друга.

Таблица 1 - Этапы регулирования затрат [4, с. 201]

| Наименование этапа   | Характеристика   |
|--|--|
| <b>1. Планирование и нормирование величин групп затрат</b> | Строятся прогнозы потребности организации в разнообразных видах ресурсов, определяется количество ресурсов по каждой группе с целью обеспечения стабильности и непрерывности производства товаров и оказания услуг.  |
| <b>2. Организация процесса регулирования затрат</b>        | Проводится сравнение фактических величин затрат с плановыми показателями, выявляются отклонения и принимаются соответствующие меры по их ликвидации. Кроме того, на данном этапе оказывается организационное воздействие на персонал с целью повышения трудовой дисциплины.  |
| <b>3. Учет затрат</b>                                      | Здесь бухгалтерия организации фиксирует и обрабатывает поток информации о наличии всех видов затрат для дальнейшего анализа.   |
| <b>4. Анализ показателей затрат</b>                        | Здесь проводится анализ затрат по результатам деятельности всей организации и структурных подразделений, выявляются несоответствия в показателях, осуществляется разработка рекомендаций, изыскиваются резервы снижения затрат.  |
| <b>5. Контроль полученных результатов</b>                  | На данном этапе изучается экономический эффект, который был получен при реализации заранее разработанных корректирующих мероприятий. Если он оказался положительным, то его закрепляют дальнейшими действиями, если же нет - осуществляют повторный анализ ситуации и разрабатывают новые "оздоровительные" мероприятия. |

**Выводы.** Регулирование затрат в организации - важнейшая составляющая успеха деятельности любого хозяйствующего субъекта. Это не абстрактный процесс, реализация данной деятельности находит свое отражение в практических мероприятиях, которые способствуют экономии ресурсов, повышению эффективности производства и усилению финансовой устойчивости организации. Умело оптимизированные затраты могут позволить даже крупной организации оставаться конкурентоспособной, стабильно и выгодно осуществлять свою деятельность, достигать баланса между экономической выгодой и полным удовлетворением потребностей и интересов своих потребителей.

### **Список использованной литературы**

1. Друкер П. Ф. Практика менеджмента : [пер. с англ. : учеб. пособие] / П. Ф. Друкер. — М.: Вильямс, 2009. — 400 с.
2. Казакова Н. А. Управленческий анализ в различных отраслях: [учебное пособие] / Н. А. Казакова. — М.: НИЦ ИНФРА - М, 2012. — 288 с.
3. Тафинцева В. Н. Управленческий анализ: [учебник для магистров] / Н. А. Никифорова, В. Н. Тафинцева. — М.: Юрайт, 2013. — 442 с.
4. Ячменева В. М. Управление ресурсами и затратами : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, А. В. Сиволап. — Симферополь : ДОЛЯ, 2008. — 372 с.

© И. А. Анфимов, Ю. Э. Муждабаев, 2017

**УДК 338.2**

**Р.Л. Ахметов**

магистрант кафедры

Экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности

Уфимский государственный нефтяной технический университет

**Научный руководитель: М.В. Герасимова**

к.э.н., доцент кафедры

Экономики и управления на предприятии нефтяной и газовой промышленности

Уфимский государственный нефтяной технический университет

Г. Уфа, Российская Федерация

### **РЕЗУЛЬТАТЫ АПРОБАЦИИ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЛЯ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Один из современных векторов развития российской промышленности – инновационный. В этой связи востребован методический аппарат для стратегического управления инновационным развитием предприятий [1, с.5; 2, с.51; 3, с.117; 4, с.33; 5, с.40]. В работах [6,7] предложен методический подход для оценки инновационного потенциала нефтеперерабатывающего предприятия. В данной статье приводятся результаты применения методики.

Апробация проведена на примере одного из нефтеперерабатывающих заводов ПАО «НК «Роснефть». «Роснефть» – лидер российской нефтепереработки. В состав компании входят 10 крупных нефтеперерабатывающих заводов в ключевых регионах. Компания перерабатывает 30 % нефти в Российской Федерации. Основными производственными показателями компании в нефтепереработке выступают глубина переработки и выход

светлых нефтепродуктов. Глубина переработки в среднем по компании в 2015 г. составила 66,5 %, выход светлых нефтепродуктов – 55,3 %. В качестве исследуемого предприятия в работе выбран Куйбышевский НПЗ. В качестве предприятия - эталона выбран Ачинский НПЗ. Это связано с тем, что в 2015 г. его глубина переработки совпадает с целевым показателем Куйбышевского НПЗ – 66,1 % .

Ачинский НПЗ вошел в состав НК «Роснефть» в мае 2007 г. В 2008 г. Ачинский НПЗ переработал 6,78 млн. т нефти, глубина переработки составила 61 % при полной загрузке мощностей. В 2008 г. в Ачинском НПЗ была та же глубина переработки, что и в Куйбышевском НПЗ в 2015 г. – 61 % .

Результаты расчетов по обоим НПЗ сведены в таблицу 1.

Таблица 1 – Расчет комплексного показателя инновационного потенциала для Куйбышевского НПЗ

| Показатель   | Куйбышев - ский НПЗ | Ачинский НПЗ | $a_{ij}$ |
|--|---------------------|--------------|----------|
| Доля работников, занятых исследованиями и разработками ( $x_{11}$ ), % | 0,08                | 0,09         | 0,89     |
| Доля работников, прошедших обучение ( $x_{12}$ ), %                    | 0,38                | 0,39         | 0,97     |
| Доля затрат на обучение персонала ( $x_{13}$ ), %                      | 0,07                | 0,06         | 1,17     |
| Патентная активность ( $x_{21}$ ), шт.                                 | 4                   | 5            | 0,80     |
| Результативность освоения инноваций ( $x_{22}$ )                       | 0,1                 | 0,1          | 1,00     |
| Доля затрат на НИОКР ( $x_{23}$ ), %                                   | 0,01                | 0,02         | 0,50     |
| Освоение новой продукции ( $x_{31}$ ), доли ед.                        | 0,2                 | 0,28         | 0,71     |
| Доля затрат на приобретение машин и оборудования ( $x_{32}$ ), %       | 0,09                | 0,3          | 0,30     |
| Доля инновационных затрат ( $x_{33}$ ), %                              | 0,01                | 0,09         | 0,11     |
| Комплексный показатель инновационного потенциала                       | 0,597               |              |          |

По итогам расчетов получили, что для Куйбышевского НПЗ комплексный показатель инновационного потенциала  $K < 1$ . Это означает, что компания не обладает достаточным уровнем инновационного потенциала, чтобы достичь поставленной инновационной цели – достичь глубины переработки нефти 66,1 % . Следовательно, менеджмент компании должен усилить позиции компании по тем показателям, для которых  $a_{ij} < 1$ . С этой целью в Программе инновационного развития компании на ближайший период должны быть предусмотрены соответствующие меры и мероприятия.

#### Список использованной литературы:

1. Низамова Г.З., Мусина Д.Р. Прогнозирование инновационной деятельности нефтегазовых компаний // Интернет - журнал «Науковедение», том 8, №4 (35), 2016. С.5 - 13.

2. Низамова Г.З., Мусина Д.Р. Стратегическое планирование инновационного развития компании методом Форсайт // Интернет - журнал «Науковедение». Т.8. №5 (36). 2016. С. 48 - 59.
3. Гамилова Д.А., Герасимова М.В., Мусина Д.Р., Сайфуллина С.Ф., Авдеева Л.А., Соловьева И.А. Основы управления проектами: учебное пособие. – Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2016. – С.227.
4. Буренина И.В., Герасимова М.В. Механизм определения уровня экономического потенциала субъекта энергетического рынка // Нефть, газ и бизнес. 2008. № 5 - 6. С. 32 - 37.
5. Буренина И.В., Герасимова М.В. Учет факторов, влияющих на экономический потенциал энергетических компаний // Альманах современной науки и образования. – 2007. - №4. - С.40 - 42.
6. Герасимова М.В., Ахметов Р.Л., Мусина Д.Р. Формирование модели стратегического управления инновационным потенциалом нефтеперерабатывающего предприятия // Евразийский юридический журнал. - 2017. - №1(104). - С.362 - 364.
7. Герасимова М.В., Мусина Д.Р., Соловьева И.А. Комплексный показатель для оценки инновационного потенциала компании // Евразийский юридический журнал. – 2017. – №4 (107). –С.330 - 333.

© Ахметов Р.Л., Герасимова М.В., 2017.

**УДК 339**

**Бадертдинова В.А.**

студентка 1 курса магистратуры,  
кафедры экономика предприятия  
Институт экономики и управления  
ФГУАО ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»  
Г. Симферополь, РФ

## **ПЕРИОДИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА**

### **Аннотация:**

В данной статье рассмотрена актуальная тема в сфере международного бизнеса, которая была рассмотрена достаточным количеством ученых, однако хотелось бы подробно изучить периодизацию развития американского ученого Р.Д. Робинсона. В данной научной работе рассмотрено пять основных этапов развития бизнеса и дана их характеристика, а так же выделены наиболее важные и отличительные черты и признаки каждой из эпох развития.

**Ключевые слова:** эпоха, периодизация, эра коммерции, эра экспансии, концессия, глобализация.

По окончании второй мировой войны значительный рост темпов интернационализации бизнеса поставил перед научной общественностью проблему разработки задач управления международными компаниями, действующими в различных экономических, политических и культурных условиях. Понимание изменения и давления среды международного бизнеса



на образование и развитие бизнеса позволило американскому исследователю Р. Д. Робинсону в 1964 году разработать свою периодизацию развития международного бизнеса. Данная периодизация разделена на 5 основных эр международного бизнеса:

1. Эра коммерции (1500 - 1850). Выбор начала периодизации обосновывается тем, что именно в эпоху великих географических открытий впервые в истории развития цивилизации был налажен обмен товарами действительно во всемирном масштабе, в то время как в прежние времена такого рода обмен носил сугубо региональный характер. [3]

2. Эра экспансии (1850 - 1914)

Основным аргументом бизнеса в данную эпоху стало сооружение индустриальных государств. Осматривая процесс с точки зрения второго аспекта – отношения бизнеса и правительства, — необходимо заметить активное развитие мировых колониальных империй.[1]

Отличительные черты данной эпохи формирования международного бизнеса заключается в:

- активном применении иностранных ресурсов (сырьевых, природных и энергетических);
- расширение рынка реализации продукции;
- применение новых сфер инвестиций свободных денежных ресурсов;
- применение доходных перспектив регионального законодательства.

3. Эра концессий началась в 1914 и закончилась в 1945 году. В этот период изменилась роль крупных компаний, действовавших на колониальных рынках.[3]

Наиболее важные черты эры концессий:

- закрепление колониальных территорий за основными монополиями;
- основной формой взаимодействия монополий и колоний представлены концессии, в соответствии с которой фирмы приобретают специальные полномочия в определенной местности;
- формирование трудовых ресурсов колонии;
- активное формирование инфраструктуры колониальных государств;
- возникновение академических исследований;
- формируются районные общественно - политические партии.
- в более широких размахах следовало применять и местных менеджеров на различных уровнях управления.

4. Эра национальных государств (1945 - 1970). Формирование и становление развития десятков ранее не известных национальных стран вследствие разделения колониальных империй. Основные признаки эры:

- на прежних колониальных территориях возникло более 150 новых стран, но со старыми трудностями;
- взаимодействуют как иностранные и местные менеджеры, так и международные фирмы и местное правительство, а кроме того многонациональные организации между собой.

5. Эра глобализации (с 70 - х годов XXв.). Для данной эпохи характерными чертами являются революционные технологические перемены, а также экономические, политические и социальные перемены.

Глобализация – это объективный социальный процесс, содержанием которого является все возрастающая взаимосвязь и взаимозависимость национальных экономик, национальных политических и социальных систем, национальных культур и окружающей среды. [2]

Черты эпохи глобализации:

- формирование, развитие и рост системы мирового хозяйствования;
- качественный прорыв в формировании коммуникаций (связь, транспорт);
- деятельность всемирных финансовых организаций;
- глобализация рынка труда;
- развитие информационных технологий.

#### **Список литературы:**

1. Филипова И. А. Международные экономические отношения: [Электронный ресурс] - Учеб. пособие. / И.А. Филипова // Ульяновск: УлГТУ, 2009. - 124 с.
2. Филипова, И. А. Сущность международного бизнеса [Текст] :учебное пособие / И. А. Филипова. // Мировая экономика и международный бизнес; Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 7 с.
3. Черкасов В. Е. / Учебно - практическое пособие. - М.: Дело, 2004. - 160 с.
4. Черненко, В. А. Общая характеристика международного бизнеса [Текст] / В. А. Черненко. // Международный бизнес. – 2010. – 13с.
5. Юхименко П. И. Среда международного менеджмента и их характеристика [Электронный ресурс]. - / П. И. Юхименко // Международный менеджмент; 2007.

© В.А. Бадертдинова, 2017

**УДК 338**

**К.М. Балова**

студент 1 курса магистратуры СПбГЭУ  
г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

### **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Конкуренция уделяют пристальное внимание и неподдельный интерес с давних времен развития человечества. Она присутствует во всем окружающем нас мире. Под конкуренцией обычно принято понимать конфликтное соперничество между различными субъектами, которое возникает по разным поводам, но обязательно приводит к приобретению одними соперниками преимуществ над другими. Компании, также как и люди, склонны противостоять друг другу.

В широком смысле, слово «конкуренция» употребляется как элемент рыночного механизма, который обеспечивает взаимодействие различных хозяйствующих субъектов в процессе производства, купли - продажи товаров и в сфере приложения капитала. В более узком смысле, «конкуренция» представляет собой соперничество внутри отрасли, рынка

или страны / региона: соперничество отдельных фирм, различных отраслей или же отдельных групп производителей за доступ к более выгодным условиям ведения деятельности, а также за получение максимальной прибыли.

Человеку, несвязанному с миром финансов и корпоративным управлением, конкурентная борьба может показаться игрой без конкретных правил и целей. Однако, несмотря на кажущуюся бессистемность, конкурентная борьба основана на вполне определенном стремлении участников рынка защитить свои интересы и преуспеть больше других.

Конкуренция осуществляет ряд общественных функций, основными из которых является выявление и установление общественной или рыночной стоимости товаров и услуг, обеспечение максимального уровня благосостояния. Рассматривая конкуренцию в межотраслевом аспекте, можно сказать, что она формирует среднюю норму прибыли для отрасли, что приводит к перенаправлению капиталов в пользу наиболее необходимых в общественном отношении отраслей. Вне всяких сомнений, конкуренция работает на рынок, она диктует – когда, что и сколько товаров и услуг наиболее целесообразно производить, предлагать или оказывать.

Неотделимо от понятия «конкуренция» следует рассматривать также «конкурентоспособность» - способность товаров отвечать требованиям рынка и запросам покупателей.

Начало формирования концепции конкуренции и конкурентоспособности было положено еще во времена Адама Смита, который в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» определил факторы, предопределяющие доминирование государств в международной торговле: природные ресурсы, капитал, земля, и труд [1, с. 35, 13, с.20]. Последующее развитие данный подход получил в трудах Давида Рикардо [2], который ввел понятие «сравнительных преимуществ государств в производстве тех или иных групп товаров». Подходы к определению конкуренции, выведенные Смитом и Рикардо, привели к тому, что долгие годы конкуренция ассоциировалась исключительно с возможностью хозяйствующих субъектов производить товары и услуги с более низкой себестоимостью, чем у конкурентов.

До сих пор отсутствует единое определение для термина «конкурентоспособность». В современной научной литературе можно встретить различные его интерпретации.

«Конкурентоспособность предприятия – комплексная сравнительная характеристика, отражающая степень преимуществ совокупности оценочных показателей деятельности предприятия, которые определяют его успех на определенном рынке за определенный промежуток времени относительно совокупности показателей конкурентов» [3, с. 60].

Кроме формулировок определений конкурентоспособности, отдельного внимания заслуживает практическое понимание данной категории представителями органов государственной власти различных стран:

- Комиссия по вопросам конкурентоспособности при президенте США дает следующее определение конкурентоспособности - это способность страны в рамках свободных и справедливых рыночных условий производить товары и услуги, способные соответствовать требованиям международного рынка [4].

- Всемирный экономический форум, доклад «Глобальная конкурентоспособность»: Конкурентоспособность – это способность страны добиться высоких темпов увеличения среднедушевого прироста ВВП [5].

- Совет по конкурентоспособности ЕС понимает под конкурентоспособностью способность производить товары и услуги, которые соответствуют спросу на международном рынке, в то же самое время, обеспечивая для граждан высокий уровень жизни и возможность его сохранения в долгосрочной перспективе [6, с. 57].

- Организация экономического сотрудничества и развития определяет Конкурентоспособность как поддержку способности стран, регионов, отраслей, предприятий и компаний сохранять, являясь открытыми для международной конкуренции, высокий уровень показателей дохода и занятости населения [7, с. 85].

В целом, анализ всего многообразия определений конкурентоспособности приводит к выводу, что все они по своему содержанию описывают конкурентоспособность продукта, предприятия, отрасли, региона либо страны. Внимания заслуживает также тот факт, что в приведенных выше определениях конкурентоспособности, данных международными организациями, экономические категории, дополняются также и социальной составляющей – наличие роста благосостояния населения.

Попытку выстроить определенную иерархию понятий конкурентоспособности предпринял Майкл Портер, который в начале восьмидесятых годов двадцатого века сделал вывод, что центральным составляющим конкурентоспособности страны являются отдельные компании, которые конкурируют на международных рынках. По словам М. Портера, отрасль - это площадка, где конкурентные преимущества обеспечивают победу компании либо приводят к проигрышу. Именно это наталкивает на понимание, что структура отрасли крайне важна для построения конкурентной стратегии: силы, которые действуют в отрасли, во многом определяют ее рентабельное функционирование, так как на основе этих конкурентных сил происходит процесс ценообразования и формирования себестоимости произведенной продукции или услуг. Данный вопрос рассматривается Майклом Портером как на национальном, так и на международном уровнях [8, с. 91].

Таким образом, М. Портер пришел к выводу, что основное внимание в понимании конкурентоспособности необходимо сфокусировать на отдельных организациях и отраслях, составляющих основу национальной экономики. Иными словами, объектом исследования при изучении конкурентоспособности должны быть отрасли и отдельные хозяйствующие субъекты.

Конкуренция – построение отношений на рынке (на уровне отрасли, государства или на международной арене), особенностью которых является с одной стороны борьба участников рынка за защиту ими своих интересов, с другой – выявление рыночной стоимости товаров и услуг, отсеивание товаров, в которых не нуждаются потребители, оптимизация отношений производитель - потребитель.

Конкурентоспособность – возможность хозяйственного объекта в заданных условиях быть более успешным в сравнении с другими участниками на рынке.

Если говорить о строительных компаниях, то по данным Росстата с каждым годом их количество увеличивается, что вызывает повышение конкуренции между ними. В нынешних условиях особо актуально говорить о необходимости повышения

конкурентоспособности, так как это является одним из условий сохранения своих позиций на рынке компаний и даже ее выживания.

Необходимо выделить, что конкурентоспособность строительной организации – это совокупность управленческих процессов по отношению к ресурсам организации, которые позволяют эти ресурсы рационально распределять и максимально эффективно использовать, что в конечном результате обеспечивает развитие и успешное функционирование на рынках товаров, капитала и труда с учетом воздействий факторов внешней и внутренней среды. Конкурентоспособность в строительной отрасли раскрывается на региональном уровне, а значит и сама конкурентная среда формируется в рамках региона.

Основными факторами конкурентоспособности в строительной организации являются ее технологический уровень, доступность источников финансирования, уровень квалификации персонала, инновационные разработки компаний в области строительства. Использование современных технологий в строительстве значительно повышает статус организации. Современное строительное производство ставит перед собой ряд задач, выполнение которых позволит решить современные проблемы, связанные с качественным обеспечением населения жилищным фондом, который бы отвечал современным требованиям по качеству и стоимости единицы продукции. При этом снижение себестоимости строительства и, как следствие, увеличение возможной прибыли является преобладающим фактором конкурентоспособности в строительной отрасли. Это снижение себестоимости может быть достигнуто путем внедрения инновационных технологий и увеличения уровня квалификации персонала.

Для повышения уровня конкурентоспособности строительной организации, необходимо произвести оценку существующего уровня конкурентоспособности, для чего необходимо выбирать лидера в данном отраслевом сегменте, либо ближайших соперников. Это могут быть организации, участвующие в тендерных торгах и переговорах за те же объекты, что и данная строительная компания.

Основными факторами определяющим конкурентоспособность организации являются ресурсные факторы, хотя только их недостаточно для удержания лидерских позиций на рынке. Для этого в ходе деятельности организации необходима разработка механизмов управления ресурсами и бизнес - процессами, позволяющими эффективно использовать имеющиеся конкурентные преимущества и формировать новые с целью удержания конкурентных позиций на занимаемом сегменте рынка [9, с.172].

Можно выделить три стадии конкурентоспособности в строительной отрасли. Первая стадия предполагает, что успех в конкурентной борьбе имеет та строительная организация, у которой значительный объем исходных ресурсных преимуществ и высока степень наделенности факторами производства. На второй стадии для повышения уровня конкурентоспособности приоритетным становится дальнейшее развитие, укрепление и усовершенствование факторов конкурентоспособности. Предпосылками для их дальнейшего развития могут являться инфраструктура, законодательство, информационные возможности организации, уровень образования и опыта ее сотрудников, возможность внедрения в ее деятельность организации инновационных решений. Для дальнейшего уровня развития конкуренции на третьей стадии главную роль играют

современные технологии, инновационные решения, как в производственном процессе, так и в системе управления организацией, а также возможности инвестирования [10, с. 113.].

Таким образом, реализация каждой стадии формирует те или иные конкурентные преимущества строительной организации, которые лежат в основе ее успешной деятельности на рынке. Важным является не только завоевание рынка и лидерских позиций, но и сохранение приобретенного статуса и удержание конкурентных преимуществ на большой период, увеличить который возможно воздействием на такие факторы, как количество источников формирования и внедрение современных технологий с целью непрерывной модернизации производственной и прочих видов деятельности строительной организации.

В конечном счете, движущей силой развития экономики строительных организаций, и в целом, экономики страны, является здоровая конкуренция, так как она стимулирует эффективное использование ресурсов и улучшает качество строительной продукции.

#### **Список использованной литературы:**

1. Аскильдсен Я.Э. Адам Смит и «невидимая рука» рыночного механизма / пер. с англ. - М.: Москва, 2004.
2. Д. Рикардо «Начало политической экономии и налогового обложения" , 1817
3. Синько В. Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия // Стандарты и качество. 2000.
4. Building a Competitive America. Competitiveness Policy Council. Washington, 1992.
5. The Global Competitiveness Report 2011 - 2012. World Economic Forum. New York, Oxford University Press, 2002.
6. Growth, Competitiveness, Employment: The Challenges and Ways Forward into the 21st Century. Council on European Competitiveness. Supplement 6 / 93 to the Bulletin of the European Communities. Commission of the European Communities. Brussels, 1993.
7. Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide. Meeting of the Industry Committee at Ministerial Level. Organization for Economic Co - operation and Development. Paris, 1998.
8. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review, 2015.
9. Козлова Е.Г. Развитие человеческого потенциала как фактора повышения конкурентоспособности предпринимательских структур: дис., к.э.н. М., 2013.
10. Черников А.В. Планирование развития конкурентоспособности предприятия // Вестник Московского университета. 2010. № 3.

© К.М. Балова, 2017

**УДК 334.02**

**Бартенёв А.С.**

магистрант УдГУ г. Ижевск, РФ.

### **СИСТЕМА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕСУРСОВ**

Одна из важнейших задач социально - экономического развития России - преодоление последствий глобального финансово - экономического кризиса, ускорение экономического роста, технологическое развитие экономики. Основой этого роста должно стать

опережающее развитие высокотехнологичных отраслей на базе эффективного использования природных ресурсов. Наличие значительных природных ресурсов и технологических возможностей их переработки и транспорта это важные конкурентные преимущества России в современном международном экономическом порядке. Устойчивое развитие нефтяной промышленности - важнейшее условие обеспечения экономической безопасности страны и долгосрочного социально - экономического развития регионов России.

Нефтегазовый комплекс является важным элементом российской экономики. С учетом высокой вовлеченности в мирохозяйственные связи процессы в мировой экономике оказывают существенное влияние на ситуацию в нефтяной промышленности России. Для повышения эффективности нефтяного сектора российской экономики необходимо продолжить процесс формирования технологически, территориально и структурно сбалансированных нефтяных компаний с диверсифицированными активами. Необходимо увеличивать объемы и глубину переработки нефти; обеспечивать добычу и технологическую сбалансированность утилизации и переработки попутного нефтяного газа с учетом территориальной аллокации производственных мощностей и транспортной инфраструктуры вне зависимости от их организационной принадлежности и структуры собственности. Анализ и прогнозирование развития нефтяной промышленности актуально как для экономической науки, так и для реальной хозяйственной практики. Научное обоснование приоритетных направлений и параметров развития нефтяного комплекса необходимо для совершенствования системы государственного регулирования.

Необходимо повысить эффективность решения актуальных задач, связанных с улучшением точности и надежности прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков с использованием перспективных достижений развития современной вычислительной техники и программного обеспечения статистических исследований. Выявлено, что современная экономическая наука выработала большое количество разнообразных приемов и методов прогнозирования и анализа финансового состояния нефтяных компаний. Однако во всех теориях экономического и финансового анализа не существует единой общепринятой классификации данных методик.

В настоящее время еще не в полной мере раскрыт потенциал анализа и прогнозирования рентабельности, изучены и представлены методические подходы к проведению аналитических процедур на основе системного исследования с использованием комплекса автоматизированных технологий, без понимания которых полноценное применение прогнозно - аналитического инструментария в целях многоуровневого управления становится затруднительным. Для решения основных проблем анализа и прогнозирования показателей компании целесообразно использовать методы интеллектуального анализа данных, которые позволяют искать неочевидные взаимосвязи и выявлять неизвестные закономерности, что дает возможность на основе накопленной информации формировать нетривиальные решения для повышения эффективности управления компанией. Нефтехимическая промышленность, базирующаяся на продуктах переработки нефти и газа, является быстроразвивающейся и экономически выгодной отраслью, обладающей большим социальным и экономическим эффектом. Нефтехимическая промышленность - часть химического комплекса и, одновременно, нефтегазового комплекса, представляет собой связующее звено сырьевого и перерабатывающих отраслей экономики.

### Список использованной литературы:

1. Дроздов И.А., Ким Ю.Л. Определение концепции формирования стратегического планирования // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2016. № 10.С.4 - 6.
2. Катипзянов А.И., Ким Л.Г. Политика развития бизнес планирования // в сборнике: Гуманитарные и естественные науки 2016 Российский университет кооперации, Ижевский филиал. Уфа, 2016. С.34 - 41.
3. Ким Л.Г. Мониторинг инновационной деятельности промышленных предприятий // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2014. №6. С.30 - 33.
4. Ким Л.Г., Дроздов И.А. Пути инновационного развития России // Наука и практика. 2010. № 2. С. 64 - 65.
5. Ким Л.Г., Дроздов И.А. Пути инновационного развития экономики России // Инновации и инвестиции. 2010. № 3 .С. 64 - 65.
6. Ким Л.Г., Дроздов И.А. Развитие инновационной активности экономики России // Вестник ИжГТУ им. М.Т.Калашникова, 2011. № 2. С.90 - 91.
7. Ким С.Л. Бюджетная политика в краткосрочной перспективе // Наука и инновации в современных условиях. Сборник статей международной научно - практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 162 - 163.
8. Ким Ю.Л. Планирование и управление развитием предприятия // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2016 №4.С.27 - 30.
9. Ларионова К.С., Ким Л.Г. Методы управления в здравоохранении // Вестник КИГИТ. 2013. №12 - 2(42) С. 44 - 47.
10. Ульянова Н.С., Ким Л.Г. Методы диагностики финансового состояния предприятия // Вестник КИГИТ. 2013. №12 - 2(42).С.75 - 78.
11. Ульянова Н.С., Ким Л.Г. Роль и функции финансов в корпорации // Вестник КИГИТ, 2014. № 2.С.58 - 61.

© А.С. Бартенёв, 2017

**УДК 336.13.051**

**А. Д.Беликова**  
**Бакалавр**  
**А.С. Ложечко**

Научный руководитель ассистент  
Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации  
г. Москва, Российская Федерация

### **ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ ФОНДА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ**

*Аннотация* Суверенные фонда как один из инструментов стабилизации экономики широко применяется в развитых и развивающихся странах. Фонд национального благосостояния (ФНБ) действует с 2008 года в Российской Федерации с целью



поддержания устойчивого развития пенсионной системы. Но в процессе своего функционирования его предназначение и направления использования меняются. В данной работе будут рассматриваться пути использования средств фонда с целью определения их обоснованности и эффективности.

**Ключевые слова:** суверенный фонд, Фонд национального благосостояния, инвестиции, финансирование инвестиций, самокупаемые проекты, федеральный бюджет.

В современных условиях российская экономика не способна функционировать в полной мере, необходимо создать привлекательные условия для притока инвестиций со стороны как российских, так и зарубежных инвесторов. Для долгосрочного развития инфраструктурные проекты являются залогом успеха социально - экономического развития. Именно поэтому государство должно стимулировать данные процессы всевозможными способами. В 2013 году было принято решение о направлении части средств из ФНБ на инвестирование программ имеющих приоритетное положение и самокупаемый характер. [4] Предшествующая практика предусматривала инвестирование преимущественно в иностранные ценные бумаги и открытие депозитов во Внешэкономбанке со годовой ставкой 6 % . То есть средства приносили минимальную доходность и не работали в российской экономике. Но с 2013 года до 60 % средств фонда возможно направить в инфраструктуру Российской Федерации, в виде финансирования создания стратегически важных инфраструктурных объектов, а также достижение мультипликативного эффекта, влияющего на все российское общество в целом. [2] Из этих 60 % : 40 % предназначены на самокупаемые проекты, 10 % заложены в проекты Российского фонда прямых инвестиций, а 10 % предоставляются на реализацию проектов российской государственной корпорации «Росатом».

Инвестирование должно происходить по двум различным путям. Первый способ характеризуется прямым участием фонда. Он непосредственно приобретает ценные бумаги тех компаний, которые реализуют проект. Второй путь лежит через банковский сектор. ФНБ передает полномочия по финансированию проекта банковским учреждениям. Именно системно - значимым банкам Российской Федерации будет предоставляться субординированный кредит от ФНБ (то есть кредит идущий последним в очереди по его возвращению), который в свою очередь будет направлен на финансирование проекта. В условиях нестабильности банковского сектора, отзыва лицензий и общей флуктуации, данный метод решает ряд проблем. Банки смогут восполнить дефицит ликвидности инвестиций и будут докапитализированы, что укрепит их позиции и весь рынок в целом. Это обуславливает применение проектного финансирования и равномерного распределения денежных потоков на протяжении всего периода. Из огромного множества существующих кредитных организаций, только банки с уставным капиталом большим 100 млрд руб. и наличием определенного опыта в данной сфере: эти банки уже должны были финансировать 10 проектов, имеющих схожую схему финансирования. В список претендентов включаются такие банки как: «Сбербанк», «Россельхозбанк», «ВТБ», «Альфа банк» и «Газпромбанк». В условиях недостаточности бюджетных средств, реализация проектов должна основываться на государственно - частном партнерстве (ГЧП), где государство должно стимулировать и предоставлять налоговые, правовые преимущества, то есть выгодные условия частному сектору, который в свою очередь обязан добросовестно выполнять свои обязанности. Нормой участия компании признается доля свыше 15 % .

Некоторые эксперты, в свою очередь, считают ее недостаточной и называют 40 % приемлемой. [3]

Существует огромное количество претендентов на средства ФНБ, но, только стратегически важные проекты получают финансирование.

Рассмотрим конкретные примеры получившие финансирование или претендующие на него. Первыми участниками данного опыта стали компании, связанные с развитием транспортных сетей. Так как огромная территория государства нуждается в расширении и модернизации дорожной инфраструктуры. На 2015 год государственная компания «Российские автомобильные дороги» внесла два проекта: модернизация БАМа и строительство 340 километровой Центральной кольцевой автодороги. Преимуществом является возможность разгрузить столичные автомагистрали и решить проблемы грузового транспорта. С экономической точки зрения, платность проезда по автомагистрали принесет потенциальный доход в бюджет и привлечет частных инвесторов при последующей эксплуатации. Государственное участие по прогнозам может составить до 90 %. На данные два проекта необходимо 560 млрд руб., 150 млрд руб. взяты из ФНБ на возвратной основе, но вопрос состоит во временном факторе. Когда проекты станут самоокупаемые и когда деньги будут возвращены фонду. [4] По отчету Счетной палаты за 2015 год проекту «Центральная кольцевая автомобильная дорога (Московская область)» компания «Автодор» перечислила компании - исполнителю АО «Крокус Интернешнл» в качестве аванса сумму в размере 12,6 млрд. рублей, или 58,1 % средств, направленных на проект (21,7 млрд. рублей) за счет средств ФНБ. При этом ГК «Автодор» в 2015 году работы по строительству пускового комплекса №1 ЦКАД не принимались и в счет аванса не засчитывались. То есть выделенные средства не были зачтены в счет проекта.

Одним из самых дорогих проектов является финансирование такого проекта, как «Сила Сибири». В условиях необходимости смены направления сотрудничества в сторону азиатских стран газопровод, является некой отправной точкой в дальнейшем развитии отношений и открывает новый китайский рынок. Китай продолжает динамично развиваться, и поэтому ему требуются колоссальные объемы газа. Масштаб проекта огромен, трубопровод прокладывается через Якутию, Хабаровск, Владивосток, Китай. Общая сумма проекта 400 млрд руб. Стороны контракта «Газпром» и китайская национальная нефтегазовая корпорация CNPC договорились о совместном финансировании, но доля российских денег будет намного больше. Тогда встает вопрос, откуда взять средства для реализации договора. Одним из источников является ФНБ или собственные средства компании. Вопрос все еще открыт и определенное решение не принято. [1]

Для стабильного развития экономики необходимо вкладывать средства и в высокие технологии и науку, именно поэтому на создание фонда развития nanoиндустрии предлагается вложить 100 млрд руб.[2] Предполагается, что реализация проектов, существующих и заведомо успешных, будет происходить на условиях равного участия государства и крупных российских компаниях на 5 - 10 лет, а доходность не менее 10 % . Такая высокая доходность кажется сомнительной в современных условиях, учитывая, что доходность не по каждой акции достигает таких результатов. Необходимо больше акцентировать внимание на реальный сектор экономики и вкладывать средства в покупку нового оборудования, так как происходит тотальное устаревание машиностроительной

техники, что приводит к уменьшению уровня конкурентоспособности российских производителей. Единственный проект, который получил уже необходимые средства из ФНБ это строительство комплекса по добыче и обработке природного газа, завода сжиженного газа и созданию мощностей по его отгрузке в районе Южно - Табейского месторождения. 150 млрд руб. было уже успешно инвестировано.

Такое распыление активов ФНБ кажется необоснованным. Кроме того, в условиях дефицита федерального бюджета по мнению министра финансов Силуанова А.Г. средства ФНБ в 2017 году могут быть направлены на его покрытие. «В 2017 году общий объем использования Резервного фонда составляет 1,8 триллиона рублей. При этом остатки Резервного фонда составляют около 1 триллиона рублей. Тем не менее, нам нужно использовать резервы на 1,8 триллиона рублей. То есть нам придется использовать средства ФНБ, если не будет улучшения той конъюнктуры мировых цен на наш энергоноситель, который мы экспортируем», — сказал министр. Такой сценарий возможен при ценах на нефть ниже базовой, утвержденной в федеральном бюджета на 2017 год в размере \$40 долларов за баррель, что приведет к увеличению дефицита. На данный момент, финансирование дефицита федерального бюджета обеспечивается за счет размещения государственных ценных бумаг Российской Федерации. 26 апреля Центральный Банк выпустил первые облигационные федеральные займы для населения, которые активно приобретались. Планируется, что за 2017 год такие долговые бумаги смогут привлечь от 20 - 30 млрд руб., что снизит необходимость использования средств ФНБ.

Подводя итоги, стоит заметить, что существуют другие перспективные проекты, требующие огромных капиталовложений, но средства ФНБ ограничены. На 1 января 2017 года общий объем средств составил 4 359,16 млрд рублей, данной суммы недостаточно для реализации всех возможных проектов, поэтому рационально сначала разобраться с уже имеющимися, и проанализировать результаты реализации этих проектов. И если данный опыт покажет положительный эффект, то и дальше продолжать данную практику. Кроме того, соотношение риск - доходность для средств ФНБ должна быть в пропорции уменьшения рисков, так как природа и назначение данных финансовых ресурсов важно для пенсионной системы России, где возраст ухода на пенсию относительно низкий, по сравнению с европейскими странами. Но вложения в инфраструктурные проекты включают в себя достаточно высокие риски, в особенности в период кризиса и вялости инвестиционных процессов. Поэтому, стоит заметить, что идея об инвестировании средств в самокупаемые проекты несостоятельны с точки зрения периода отдачи, величины этой доходности и измеримости социально - экономического эффекта. Необходимо найти альтернативные варианты, позволяющие с минимальным риском получать доходность, путем таких финансовых инструментов, как прямые инвестиции в крупные иностранные корпорации или передачу средств в оперативное использование управляющей компании.

#### **Литература:**

1. Огрэнда С.А. Роль Фонда национального благосостояния в обеспечении инвестиционного развития экономики Российской Федерации // Проблемы развития современной экономики. – 2014. – №5. – С. 55 - 58.

2. Сангинова Л.Д. Роль Фонда национального благосостояния в реализации инфраструктурных проектов: опыт и перспективы // Экономика. Налоги. Право. – 2016. – №1. – С. 72 - 80.

3. Сугарова И.В., Кцоева Д.А. Резервный фонд и Фонд национального благосостояния как инструменты достижения экономической безопасности // Стратегические направления современных социально - экономических преобразований: теория и практика. – Владикавказ, 2015. - С. 331 - 337.

4. Шмиголь Н.С., Румянцев И.М. Современные подходы к использованию средств суверенных фондов в обеспечении инвестиционного развития экономики // Экономика. Налоги. Право. – 2015. - №1. – С. 72 - 78.

© А.Д. Беликова, 2017

**УДК 331**

**Е.С. Абрамова**

**Е.М. Беляева**

Студентки 3 - го курса

НАН ЧОУ ВПО ИМСИТ

г. Краснодар, Российская Федерация

## **ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ В РФ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК ТРУДА**

Миграция продолжает оставаться одной из ключевых тем в экспертной среде в сфере практической политики. Несмотря на все возрастающие масштабы миграционных потоков в мире миграция по - прежнему рассматривается не только как угроза, но и как возможность для экономического развития. Такую позицию заявляют и страны с избыточными трудовыми ресурсами, и страны, где потребности в рабочей силе не обеспечиваются гражданами. Для каждой из сторон существуют свои задачи, требующие стратегических решений.[1]

Современный мир невозможно представить без миграционных потоков, среди которых определяющими являются потоки, вызванные экономическими причинами и имеющие важные экономические последствия как для принимающих стран, так и для стран происхождения мигрантов. Существующие основные теоретические концепции, объясняющие причины, движущие силы и последствия международной миграции населения (неоклассическая теория, теория мирового рынка труда, новая экономическая теория миграции, теория сегментации рынка труда и др.), ставят во главу угла именно экономические факторы. Различия между странами в соотношениях спроса и предложения рабочей силы, в уровнях заработной платы, в объемах национальных рынков труда – все это формирует многочисленные трансграничные потоки людей, мигрирующих с целью трудоустройства в другой стране.[2]

В то же время все более значимым фактором международной миграции в современном мире становится увеличивающийся демографический дисбаланс между более развитыми и менее развитыми странами мира: сокращение численности и старение населения в

развитых государствах на фоне растущего молодого населения в развивающихся странах – запуск глобального механизма перераспределения трудовых ресурсов. Миграция обеспечивает приток рабочей силы туда, где ее не хватает, и отток оттуда, где наблюдается ее избыток.

Россия в глобальной миграционной картине мира выступает одновременно как принимающая страна, как страна происхождения мигрантов и как транзитная страна. По классификации ООН Россия занимает второе место в мире по количеству иммигрантов (11 млн) после США (46 млн); она является крупнейшим региональным центром притяжения мигрантов из других стран постсоветского пространства. Одновременно Россия является страной происхождения для более 4 млн эмигрантов, выехавших из России в период 1991–2013 гг., и примерно 100 тыс. российских граждан выезжают ежегодно из России с целью трудоустройства в других странах. Наконец, по оценкам официальных источников, в России находятся единовременно от 0,5 до 1,5 млн транзитных мигрантов, конечная цель большинства из которых – попасть в страны Европейского союза. Все эти миграционные потоки оказывают существенное влияние на экономическое развитие страны.[3]

Таблица 1 – Динамика миграции в РФ за 1990 - 2015 гг.

| Годы | Прибывшие -<br>всего | Выбывшие -<br>всего | Миграционный прирост -<br>всего |
|------|----------------------|---------------------|---------------------------------|
| 1990 | 5176332              | 4720270             | 456062                          |
| 1996 | 3533890              | 3090594             | 443296                          |
| 2000 | 2662329              | 2420574             | 241755                          |
| 2008 | 2215945              | 1973839             | 242106                          |
| 2012 | 4196143              | 3901213             | 294930                          |
| 2015 | 4734523              | 4489139             | 245384                          |

Как видно из таблицы, миграционный прирост в 90 - х годах был значительно выше, чем в начале XXI века.

Статистика выбывших из Российской Федерации за последние двадцать пять лет иллюстрирована диаграммой.

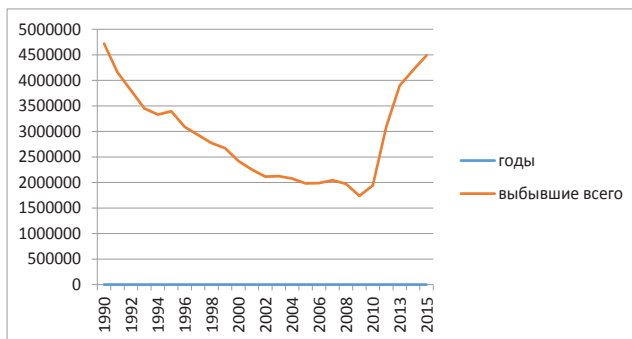


Диаграмма 1. Численность выбывших из Российской Федерации.

Проводя анализ данной диаграммы, можно сделать вывод, что в период с 1990 г. по 2009 г. число мигрантов из страны снизилось на 2980121 чел., что составило 63,1 % . Начиная с 2010 резко возросло, и уже в 2015 г. Составило 4498139 чел., что может быть связано с финансово - экономическим кризисом в стране, который начался в 2008 году.

Статистика прибывших в Российскую Федерацию за последние двадцать пять лет представлена в виде диаграммы.

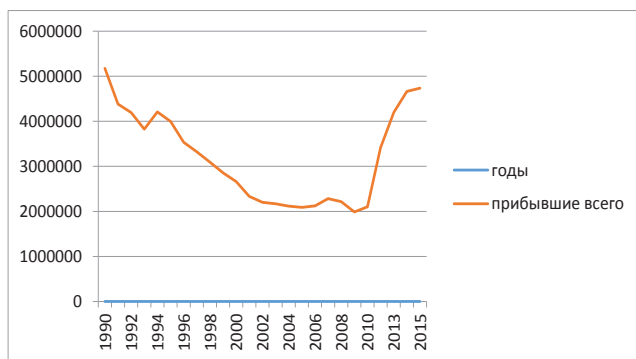


Диаграмма 2. Статистика прибывших в Российскую Федерацию.

Проводя анализ данной диаграммы, можно сделать вывод, что в период с 1990 г. по 1993 г. число мигрантов, прибывших в страну снизилось на 1350217 чел. Увеличение числа мигрантов наблюдается в 1994 году, на 382193 чел. затем снова спад. Начиная с 2011 г. число мигрантов, прибывших в страну, заметно увеличивается и уже в 2015 г. составляет 4734523 чел.

В течение последних двух десятилетий Россия превратилась в активного участника международного рынка труда. Если принять во внимание только количественные параметры международной трудовой миграции в России – а именно массовый въезд низкоквалифицированной рабочей силы на заработки при гораздо меньшем по численности оттоке квалифицированных специалистов за рубеж, – то по форме участия в мировом рынке труда Россию можно отнести к экономически развитым государствам с неблагоприятной демографической ситуацией, испытывающим нехватку рабочих рук. Однако если обычно в таких государствах импорт рабочей силы имеет в целом положительный результат для экономики, поскольку обеспечивается скоординированный рост отраслей, включая те, которые испытывают дефицит рабочих рук, прирост валового внутреннего продукта, расширение внутреннего рынка, увеличение налоговых поступлений в бюджет, то в России последствия ее участия в мировом рынке труда на нынешнем этапе оказываются не столь однозначными. Низкая эффективность управления международной трудовой миграцией приводит к концентрации мигрантов не в тех отраслях и регионах, которые действительно испытывают нужду в дополнительных рабочих руках, и не обеспечивает необходимой гибкости в использовании внешнего трудового ресурса в условиях неустойчивого развития российской экономики.

### **Список использованной литературы:**

1. Миграционное поле России: Справочник / Российский совет по международным делам; под ред. И.С. Иванова. М.: Спецкнига, 2013.
2. Миграция и демографический кризис в России / Под ред. Ж.А. Зайончковской, Е.В. Тюрюкановой. М.: МАКС Пресс, 2010.
3. Newsru.com Опубликовано доклад ООН о числе иностранных мигрантов — среди лидеров США и Россия // <http://www.newsru.com/world/12sep2013/mirg.html>
4. Теоретическое исследование сущности трудового потенциала; статья А. Г. Черникова, Т. В. Давыденко, 2014.

© Е.С. Абрамова, Е.М. Беляева, 2017

**УДК 2964**

**А.О.Берёзкина**

студентка 2 курса факультета ГМУиМ  
Липецкий филиал РАНХиГС  
г. Липецк, Российская Федерация

## **ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ - КОМПЛЕКСНЫЙ МЕТОД СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Управление на основе индикаторов, отражающих основные показатели развития и функционирования системы становится одним из актуальных направлений исследования, интересующих современных ученых [5, с.203].

Индикативное (рекомендательное) планирование - это процесс образования системы индикаторов, определяющих состояние и процесс развития экономики страны, а так же комплексные методы социально - экономического планирования. Индикативный план позволяет обеспечить решение многих вопросов социально - экономического развития, осуществление которых без государства практически невозможно. Он создается с целью помощи различным субъектам принимать самостоятельные решения, направить их действовать наилучшим способом и получать максимальную выгоду.

В настоящее время в экономике существует ряд проблем, которые замедляют рост ее развития. Для того чтобы их решить, нужно обратиться к комплексу составляющих элементов такие как, прогнозирование, среднесрочное или долгосрочное планирование, разработка программ, целей, планов, бизнес - планов и так далее. С их помощью, все проблемы, которые существуют в экономике, будут осуществляться финансово - экономической, хозяйственной и прогнозируемой деятельностью. [2,с.55].

При разработке социальной, политической, экономической и финансовой политики государство обязано принимать различные особенности регионов России. Каждый субъект России должен осуществить свой план экономического и социального развития, которые основываются на федеральных законах, но также должны предусматривать интересы данного региона. Должны приниматься нормативно - правовые акты региональными и

местными властями, которые учувствуют в индикативном планировании. Так же все процессы, осуществляющие при индикативном планировании должны включать в себя следующие элементы: задачи, цели и функции индикативного планирования, порядок работы, какие права и обязанности должны соблюдать участники индикативного планирования, как и с чем должно соотноситься планирование с другими отраслями экономики. Можно считать, что индикативное планирование будет работать тогда, когда в самой экономике произойдут различные преобразования и изменения.[3,с.4]

Индикативные планы дают адекватно соединить в одном документе прогнозы формирования экономики, концепции социально - экономической политики, множество государственных программ, количество капитальных вложений и задачи управления государственными предприятиями.

Существует два уровня индикативного управления: макроэкономический и микроэкономический уровень.

Макроэкономический уровень представляет собой в виде разрабатываемых органами государственной власти, а именно, хозяйственного управления федеральных и региональных прогнозов, а также планами и программами: мезоэкономическом, то есть в форме корпораций (межотраслевыми, межрегиональными, международными финансово - промышленными группами).

Микроэкономический уровень предполагает стратегические планы развития предприятий. На микроуровне индикативные планы становятся главным рабочим инструментом по осуществлению целей, поставленных в стратегическом плане развития страны с учетом непосредственно складывающихся в экономической, политической и социальной ситуации. Любая система планирования должна иметь механизм контроля. Так у индикативного планирования существует свои этапы реализации управления, это прогнозно - аналитические обоснования и расчеты, формирование задач социально - экономического развития страны, усовершенствование плана стратегического характера, разработка государственных программ и мероприятий и формирование государственных целевых программ, осуществление стратегии реализаций мероприятий индикативного плана и их контроль. [4,с.62].

Необходимо отметить, что индикативное планирование на современном этапе должно рассматриваться как действительное средство реализации государственной социально - экономической политики.

Планирование, приобретающее индикативную форму, определяет для всех вовлекаемых в этот процесс индивидов будущие последствия и результаты их деятельности, помогая им системно взглянуть на будущее, увязывая экономическую деятельность с общенациональными целями социально - экономического развития. Таким образом, индикативное планирование — это один из действенных способов осуществления планирования развития общества и экономики в целом.

#### **Список использованной литературы:**

1. Грязнова А.Г., Чечелева Т. В. Экономическая теория: Учебник - М. Издательство «Экзамен». 2005. 592 с.



2. Верютин А. В. Формирование индикативной программы производства предприятия в условиях развития рыночных отношений / А. В. Верютин, И. П. Салтык // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2013. - № 9. С. 17 - 19.

3. Игнацюк Н.А. Государственно - частное партнерство в России // Право и экономика. 2011. № 8. С. 3–8.

4. Кулова З.В. Индикативное планирование в системе управления // Экономический анализ: теория и практика. 2010. №16. С. 53 - 57.

5. Титова М.В., Павлова О.А. Индикативное управление: сущность, содержание, особенности // Проблемы и перспективы современной экономики: сб. ст. / под ред. Г.В. Голиковой. - Воронеж, 2014. С. 203 - 211.

© А.О.Берёзкина.2017

**УДК 338.984**

**Бобина Е.Е.**

курсант 522 учебной группы экономического факультета  
ФКОУ ВО «Академия права и управления» ФСИН России  
г. Рязань, Российская Федерация

## **ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ИСПРАВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

Грамотное планирование производства и реализации продукции, а также анализ выполнения данных планов на основе конкретных и объективных экономических показателей, есть одна из ключевых задач планово - экономических служб хозяйствующих субъектов. Производственные подразделения исправительных учреждений в процессе осуществления деятельности по изготовлению продукции для удовлетворения потребностей общества также не могут обойтись без научно обоснованного планирования своей деятельности [2, 3]. В процессе данной работы, носящей преимущественно тактический характер, закладывается базис для принятия стратегических управленческих решений.

В общем виде производственная программа представляет собой план производства продукции в натуральном (условно - натуральном), трудовом и стоимостном выражении. Расчет производится, как правило, на календарный год с разбивкой задания по кварталам (квартальные задания разбиваются по месяцам). В планах структурных подразделений производственные задания распределяются по еще более коротким периодам (декада, сутки, смена).

Отечественный и зарубежный опыт планирования производства опирается на правило: «Если производственная программа осуществляется без учета состояния обеспеченности необходимыми ресурсами или колебаний сбыта, то это часто дает гораздо более отрицательные результаты, чем неисполнение программы в заданном объеме» [4]. Таким образом, грамотная разработка производственной программы любого хозяйствующего субъекта, в том числе и производственного подразделения исправительного учреждения,

должна опираться на два главных аспекта: потребность в товаре со стороны общества и наличие в необходимом объеме соответствующих производственных мощностей.

Выполнение плана как по объемам производства, так и по ассортименту и номенклатуре, является обязательным. Каждое производственное подразделение должно реализовывать целенаправленную номенклатурную политику, к которой предъявляются следующие требования [5]:

- номенклатура и ассортимент продукции должны соответствовать требованиям рыночной конъюнктуры, а также производственным и финансовым возможностям учреждения;
- номенклатура производственной программы должна обеспечивать максимальную совокупную доходность производственно - хозяйственной деятельности и его конкурентоспособность;
- объемы производимой продукции должны обеспечивать максимально возможный уровень удовлетворения потребностей заказчиков, а также максимальное использование имеющихся производственных мощностей;
- распределение выпуска изделий в трудовом выражении по календарным отрезкам времени (кварталам, месяцам) должно быть равномерным для основной профильной продукции, равномерно нарастающим для новой осваиваемой продукции, равномерно убывающим для продукции, снимаемой с выпуска;
- планирование выпуска продукции, отличающейся сезонными колебаниями спроса либо сезонными колебаниями цен на материально - сырьевые ресурсы, потребные для ее изготовления, должно осуществляться с учетом таких колебаний.

Одним из проблемных вопросов разработки годовой производственной программы является эффективная оценка риска в процессе планирования объемных показателей производственной деятельности, осуществляемой в рамках разработки тактического плана [1]. Классифицировать риски, возникающие в процессе деятельности промышленного предприятия можно на основе различных признаков. Наибольшие затруднения, как правило, возникают при классификации внутренних рисков предприятия, так как внешние риски являются почти одинаковыми для большинства предприятий и организаций в рамках региональной экономической системы [6].

#### **Список использованной литературы:**

1. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учебник / А.И. Ильин. – Мн.: Новое знание, 2003. – 635 с.
2. Калашников Г.М., Гришина О.Ю., Попков А.С. Анализ производственной деятельности исправительных учреждений УФСИН России по Брянской области // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 3 - 4 (35). С. 84 - 86.
3. Козин М.Н. Развитие пенитенциарной экономики России: целевые ориентиры и последствия санкционных рисков // В сб.: Политико - правовые проблемы взаимодействия власти, общества и бизнеса в условиях экономического кризиса: Материалы IX Международной научно - практической конференции аспирантов, преподавателей, практических работников, посвященной 80 - летию Саратовской области. 2016. С. 106 - 112.

4. Новицкий Н.И. Организация, планирование и управление производством: учеб. - метод. пособие / Н.И. Новицкий, В.П. Пашуто; под ред. Н.И. Новицкого. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 576 с.

5. Планирование деятельности на предприятии : учеб. для вузов / С.Н. Кукушкин, В.Я. Поздняков, Е.С. Васильева. – М.: Юрайт, 2012. – 350 с.

6. Shulakova N. The problem of risk assessment in the process of production planning // Magyar Tudomanuos Journal. 2017. №5. pp.66 - 68.

© Е.Е. Бобина, 2017

**УДК 338**

**Т.А. Богарсукова**

ФГБОУ ВО «АГПУ»

г. Армавир, Российская Федерация

## **КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Аудиторская организация, индивидуальный аудитор обязаны установить и соблюдать правила внутреннего контроля качества работы. Принципы осуществления внутреннего контроля качества работы аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов и требования к организации указанного контроля устанавливаются федеральными стандартами аудиторской деятельности.[1,с.10] Различают внешний и внутренний контроль качества аудита. Внешний контроль качества осуществляется Министерством финансов РФ и саморегулируемыми организациями аудиторов. Аудиторская организация, аудитор обязан:

1) проходить внешний контроль качества работы, в том числе предоставлять всю необходимую для проверки документацию и информацию;

2) участвовать в осуществлении саморегулируемой организацией аудиторов, членами которой они являются, внешнего контроля качества работы других членов этой организации[1,с.12].

Контрольный риск – это риск неэффективности системы внутреннего контроля, т.е. вероятность пропуска ошибок, превосходящих допустимую величину, системой внутреннего контроля[1,с.15]. Процедурный риск – риск неэффективности процедур тестирования – приемлемая для аудитора вероятность не выявления в процессе тестирования ошибок, превосходящих допустимую величину. Эта модель является основой планирования аудита, поэтому возможности ее использования при оценке резервов аудита ограничены. После того, как будут определены все риски, установлен соответствующий план аудита, составляющие плана по чистому риску и контрольному риску не подлежат изменению на основании полученных аудиторских свидетельств[2,с.2].

С аудиторской точки зрения, оценка эффективности системы внутреннего контроля (СВК) заключается в оценке сильных и слабых сторон экономического субъекта. СВК может считаться эффективной, если: она эффективно предупреждает о возникновении

недостовойной информации; эффективно выявляет недостоверность в пределах ограниченного времени после того, как недостоверная информация возникла[3,с.52].

Аудитор обязан оценивать систему внутреннего контроля не менее чем в следующие три этапа: 1) общее знакомство с системой; 2) первичная оценка надежности системы; 3) подтверждение достоверности оценки внутреннего контроля. По итогам первоначального знакомства аудиторская организация должна принять решение о том, может ли она в своей работе вообще полагаться на систему внутреннего контроля[3,с.150]. В ходе процедуры первичной оценки надежности аудитор обязан принимать во внимание:

1) что следует проверять на предмет надежности средств контроля бухгалтерскую и хозяйственную документацию экономического субъекта всего отчетного периода, а не только избранных периодов времени;

2) при проверке необходимо уделить большее внимание тем периодам, работа в которых имела особенности или различия по сравнению с деятельностью, типичной для всего периода в целом;

3) оценка надежности всей системы внутреннего контроля и (или) отдельных средств контроля как «низкой» не исключает возможности оценки надежности других отдельных средств контроля как «средней» или «высокой»[4,с.122].

По итогам процедуры первичной оценки надежности аудиторская организация может оценить надежность всей системы внутреннего контроля и (или) отдельных средств контроля как «среднюю» или «высокую». В этом случае аудиторская организация должна планировать процедуры исходя из этого предположения, но не должна доверять данной системе абсолютно. В том случае если по итогам процедуры первичной оценки аудиторская организация оценит надежность системы внутреннего контроля в целом и (или) отдельных средств контроля как «низкую», она обязана констатировать это и в дальнейшем планировать аудиторские процедуры соответствующим образом. Аудиторская организация, принявшая по итогам процедуры первичной оценки решение о доверии системе внутреннего контроля и (или) отдельным средствам контроля, обязана в ходе проверки осуществлять процедуры подтверждения достоверности этой системы. Процедуры подтверждения достоверности систем внутреннего контроля и (или) отдельных средств контроля осуществляются на основе методики и приемов, которые разрабатываются аудиторской организацией самостоятельно, но с учетом требований настоящего Правила (Стандарта)[4,с.250].

В том случае если аудиторская организация в ходе процедур подтверждения надежности придет к выводу о том, что оценка надежности системы внутреннего контроля в целом (или каких-либо отдельных средств внутреннего контроля) окажется ниже той, которая была получена в ходе первичной оценки, она обязана скорректировать порядок осуществления других процедур, чтобы в целом повысить достоверность своих выводов по результатам проведения аудита. Аудиторские процедуры, проводимые для проверки работоспособности и надежности системы внутреннего контроля и отдельных средств контроля, называются тестами средств контроля [5,с.120]. Из вышеизложенного можно сделать вывод что, все этапы оценки системы внутреннего контроля должны документироваться с указанием аргументов, которыми руководствовалась аудиторская организация, давая соответствующую оценку надежности всей системе или отдельным средствам контроля или принимая решение, оказывающее влияние на планирование аудиторских процедур.

### **Список использованной литературы:**

1. Плотников П.В. Организация и методическое обеспечение внутреннего аудита в вертикально интегрированной структуре пассажирского железнодорожного транспорта: Автореф. дис. канд. экон. наук / Саратовский государственный социально - экономический университет. Саратов, 2012. – с.20.
2. Олегава Н.А. Общие принципы организации системы внутреннего контроля / Н.А. Олегава // Аудитор.2013. - № 12.
3. Федоренко, И. В. Аудит: учебник / И. В. Федоренко, Г. И.Золотарева. – М: ИНФРА - М, 2013. – 272 с.
4. Рогоуленко Т.М. Основы аудита / Т.М. Рогоуленко. – М.: Флинта, 2013. — 672 с.
5. Рогоуленко Т.М. Аудит. Учебник / Т.М. Рогоуленко. – М.: КноРус, 2014. — 432с.

© Т.А. Богарсукова 2017

**УДК: 336.64**

**Д.Н. Богович**

магистрант менеджмента  
Университет ИТМО,  
г. Санкт - Петербург, РФ

### **ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОБЪЯСНЕНИЕ И СПОСОБЫ ОЦЕНКИ**

Финансовая безопасность организации (будь - то государство, регион, предприятие, домашнее хозяйство и пр.) есть состояние отсутствия реальных факторов опасности, способных разрушить организацию со стороны коммерческой, денежно - кредитной, валютной, банковской, бюджетной или налоговой сферы ее деятельности. Существующие в финансово - экономической литературе подходы к определению финансовой безопасности отличаются друг от друга, прежде всего, перечнем сторон деятельности организации, подверженных риску опасности [4]. Современный финансовый менеджмент рассматривает аспекты финансовой безопасности в качестве одного из важных аспектов управления организацией [3], [10]. А современные экономические концепции проводят связь экономической безопасности с конкурентоспособностью национальной экономики [5] и взаимодействием социальных групп современного общества по обеспечению социальной стабильности [9].

В «Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» [1] обращение к различным аспектам финансовой безопасности происходит не единожды. Прежде всего, о финансовой безопасности речь идет в контексте повышения качества жизни российских граждан (Раздел IV / 3). Повышение качества жизни может быть нарушено, как указывается в «Стратегии», такими факторами, как кризисы мировой и региональных финансово - банковских систем, усиление конкуренции и т.д. Кроме того, внимание на различные аспекты финансовой безопасности уделяется в связи с обеспечением экономического роста (Раздел IV / 4). Отмечая главные стратегические риски

и угрозы национальной безопасности в экономической сфере в долгосрочной перспективе, в «Стратегии...» указывается на низкую устойчивость и защищенность национальной финансовой системы, сохранение условий для коррупции и криминализации хозяйственно - финансовых отношений. Инструменты, противодействующие угрозам экономической безопасности со стороны государства, охватывают финансовые рынки и ликвидность банковской системы; проведение активной государственной антиинфляционной, валютной, курсовой, денежно - кредитной и налогово - бюджетной политики, ориентированной на импортозамещение и поддержку реального сектора экономики.

Для предприятий реальной экономики понятие финансовой безопасности как составляющего элемента экономической безопасности [7] не исчерпывается обеспечением условий сохранения коммерческой тайны. Здесь имеют место риски финансовой безопасности предприятия, которые означают возможность случайного возникновения событий, влекущих за собой нежелательные финансовые последствия. Эксперты выделяют три основные черты риска нарушения финансовой безопасности: 1) противоречивость; 2) альтернативность; 3) неопределенность», которые определяют вектор исследований рисков финансовой безопасности.

Одной из новых концепций изучения взаимосвязи экономической и финансовой безопасности является многоуровневый подход к обеспечению финансовой безопасности, предполагающий наличие конкурентных преимуществ предприятия и пресечение государством форм недобросовестной конкуренции со стороны агентов и контрагентов рынка [2], обусловленных соответствием материального, финансового, кадрового, технико - технологического потенциалов и понимание рисков развития указанных потенциалов; подчинение организационной структуры предприятия его стратегическим целям и задачам, а также контроль и анализ основных показателей финансовой устойчивости предприятия. Особенности концептуальных подходов к финансовой безопасности предприятия конкретизируются в способах ее оценки.

Способы оценки финансовой безопасности можно разделить на несколько групп [8, с.101 - 103].

К первой группе можно отнести подход, который использует те показатели, которые известны в планировании, учете и анализе хозяйственной деятельности предприятия. Это показатели финансовой устойчивости, безубыточности и ликвидности предприятия. Важны статистические наработки динамики указанных показателей. Преимуществом такого подхода является его возможность прямого практического использования, т.к. методики расчета указанных показателей отработаны и широко применимы.

Другой подход оценки уровня финансовой безопасности связан с использованием индикаторов, когда последние отражают пороговые значения показателей, характеризующих деятельность предприятия в различных функциональных областях и, соответствующие им уровни финансовой безопасности. Оценка финансовой безопасности предприятия устанавливается по результатам сравнения (абсолютного или относительного) фактических показателей деятельности предприятия с индикаторами [8, с.101].

Следующим может быть ресурсно - функциональный подход, когда оценка уровня финансовой безопасности предприятия осуществляется на основе состояния использования ресурсов предприятия по особым критериям. В качестве ресурсов рассматриваются

факторы бизнеса, используемые владельцами и менеджерами предприятия для достижения целей бизнеса.

И последним можно отметить подход к оценке финансовой безопасности предприятия, основывающегося на интегрированной совокупности показателей, который предполагает несколько уровней интеграции показателей и такие методы их анализа, как кластерный и многомерный анализ. Указанный подход характеризуется высокой степенью сложности проводимого анализа и требует методов математического моделирования и эконометрического анализа [11]. На сегодня в российской практике применение данного подхода ограничено отсутствием соответствующего программного обеспечения.

Таким образом, проблема финансовой безопасности находится в активной теоретической разработке востребована практикой финансового менеджмента.

### Список используемой литературы

1. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. Утверждена Указом Президента РФ от 12 мая 2009 г. № 537. [Электр. ресурс]
2. Авдийский В.И., Безденежных В.М., Лихтенштейн В.Е., Росс Г.В., Солодовникова К.И. Финансово - экономическая безопасность экономических агентов [Текст] // Вестник Финансового университета. 2015. № 5. С. 40 - 50.
3. Бигдан И.А., Жилиякова Е.В. Теоретико - методологические вопросы управления финансовой безопасностью предприятия [Текст] // Региональная экономика и управление. 2015. № 4 - 1 (07). С. 13 - 19.
4. Блажевич О.Г., Бошняк Я.С., Колесник Е.С. Теоретические аспекты финансовой безопасности предприятия // Science Time. 2017. № 2 (38). С. 47 - 53.
5. Василенок В.Л., Шапиро Н.А. «Современные экономические концепции» для магистрантов менеджмента: методологические аспекты учебного курса [Текст] // Проблемы современной экономики. 2012. № 1 (41). С. 374 - 377.
6. Давыдова Е.Ю., Брякина А.В. Финансовая безопасность предприятия в современных экономических условиях [Текст] // Территория науки. 2016. № 2. С. 66 - 70.
7. Кайманаков С.В. Многоуровневый подход к исследованию эффективности производства и экономической безопасности // Философия хозяйства. 2016. № 6 (108). С. 142 - 151.
8. Каранина Е.В. Финансовая безопасность (на уровне государства, региона, организации, личности) – Монография. – Киров: ФГБОУ ВО «ВятГУ», 2015. – 239 с.
9. Шапиро Н.А. О намерениях по реактуализации политической экономии: критический взгляд [Текст] // Проблемы современной экономики. 2013. № 2 (46). С. 41 - 43.
10. Шапиро Н.А., Терентьева Л.Д. Трактовки финансового менеджмента в зарубежной и отечественной учебной литературе: сравнительный анализ [Текст] // Финансы и кредит. 2010. № 44 (428). С. 2 - 8.
11. Шапиро В.Я., Шапиро Н.А. Использование цепей Маркова для прогноза эффективности ПИФов [Текст] / В сб.: Экономическое развитие: теория и практика материалы Международ. научной конференции. Пред. ред. совета Бойко И. П. 2007. С. 79 - 81

© Д.Н. Богович, 2017

## ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РОССИИ ПО ТРОЙНОЙ СПИРАЛИ

Модель тройной спирали - заключается в тесном взаимодействии университетов, власти и бизнеса. По мере продвижения процессов создания, распространения и применения знаний от периферии к центру промышленного производства и управления само понятие инновации (и как продукта, и как процесса) претерпевает видоизменение. Рождается новое понятие "инновация в инновации", суть которого состоит в реструктуризации и оптимизации инновационного процесса и создании среды, стимулирующей его продвижение [2].

В России реализация модели тройной спирали может иметь свою специфику. Первая особенность связана с достаточно слабой финансовой самостоятельностью российских регионов и муниципалитетов и, как следствие, с ограниченными возможностями осуществления инновационной политики. В целом по пути инновационного развития регионов Россия стоят следующие проблемы:

- недостаточность финансирования науки и инноваций и неэффективность системы финансирования;
- невысокий социальный статус ученого - исследователя, предпринимателя - инноватора, отсутствие значимых стимулов для занятия инновационной деятельностью;
- нерыночный менеджмент в научно - технической сфере и слабые знания большей части управленцев основ инновационного развития экономики и общества;
- низкий уровень информационно - консультативной системы для участников и инновационного процесса [3].

В связи с этим, основными задачами региональной инновационной политики должны стать:

- поддержание и развитие среды генерация звании и осуществления проблемно - ориентированных поисковых исследований фундаментального характера и прикладных исследований мирового уровня;
- сохранение и воспроизводство системы научных кадров;
- реконструкция и техническое перевооружение научных организаций;
- формирование системы трансфера и инкубирования технологий, развитие инновационной инфраструктуры;
- содействие установлению сетевых стратегических связей между субъектами инновационной деятельности в регионе;
- содействие технологической модернизации производства промышленных предприятий региона [3].

Другая особенность, которую отмечают исследователи тройной спирали в России, заключается в том, что функции научных исследований и подготовки кадров разделены между институтами Российской академии наук и вузами. Следовательно, создание ин-



фраструктуры для содействия развитию связей между наукой и бизнесом в такой системе представляет собой более сложную задачу, поскольку при формировании инфраструктуры вокруг университетов будет сказываться недостаток научного потенциала, а в случае создания ее при научных организациях недостаток молодых кадров [3].

По данным Министерства образования и науки Российской Федерации, только 15–20 % государственных вузов занимаются инновационной деятельностью. Низкая инновационная активность российских университетов объясняется разными причинами, в том числе нехваткой финансовых средств, трудностями развития партнерства с региональным бизнесом, противоречивостью правовых аспектов этого процесса. Тот же источник выделяет внутренние и внешние факторы, препятствующие инновационной деятельности в вузах [5].

К внутренним факторам, препятствующим инновационной деятельности, в первую очередь относятся:

- низкая инновационная активность преподавателей и научных работников, а также нехватка специалистов в области инновационного менеджмента;
- отсутствие полного цикла создания инновационной продукции из - за устаревшей в целом материально - технической базы вузов, разрушения опытных и экспериментальных производств;
- задержка темпов развития инновационной инфраструктуры вузов из - за недостатка площадей (с этой проблемой нередко сталкиваются инкубаторы при вузах и технопарки);
- слабость связей университетов с промышленностью, экономикой и социальной сферой регионов и как следствие – недостаток информации о потребностях рынка.

К внешним факторам, препятствующим инновационной деятельности, относят:

- недостаточное развитие механизмов государственной поддержки малых инновационных предприятий при вузах;
- отсутствие системной и долгосрочной государственной поддержки объектов инновационной инфраструктуры (в первую очередь, ЦТТ и технопарков) [1].

Подводя итог можно сказать, что государство выступает не только в роли партнера, располагающего значительными ресурсами, но и организатора, регулятора институциональной основы инновационных взаимодействий. И это придает ему достаточно важное значение в организации инновационной деятельности. И во многом от качества государственного регулирования инновационной сферы будет зависеть инновационная активность предприятий.

## **Литература**

1. Бабкина, Е. В. Механизмы и инструменты инновационного развития региона / Е. В. Бабкина, Н. П. Абаева. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 179 с
2. Генри Ицковиц Тройная спираль. Университеты - предприятия - государство. Инновации в действии / Генри Ицковиц ; пер. с англ. под ред. А.Ф. Уварова. - Томск : Изд - во Томск, гос. ун - та систем упр. и радиоэлектроники, 2010. - 238 с
3. Тройная спираль инновационного развития : опыт США и Европы, возможности для России // Журнал об инновационной деятельности инновации. – 2016. – №12 (158). – с. 68 – 78.
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] // офиц. сайт. – Электрон. дан. – М., 1997. – URL: <http://www.consultant.ru/>

5. Официальный ресурс Министерства образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] // офиц. сайт. – Электрон. дан. – М., 2011. – URL: <http://минобрнауки.рф/>

© Бодашкова Марина Евгеньвна, г. Томск, 2017

## УДК33

**О.С. Бондаренко**

студент факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК

факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

### **ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ПЕРСПЕКТИВА ЕЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ОСНОВА - 23»)**

Финансовая устойчивость предприятия тесно связана с перспективой её платежеспособности. Её оценка дает возможность определить финансовые возможности на соответствующую перспективу. Оценка финансовой устойчивости имеет целью объективную оценку величины и структуры активов и пассивов предприятия и определения на этой основе меры его финансовой стабильности и независимости, а также соответствия финансово - хозяйственной деятельности предприятия целям его уставной деятельности. Экономическая сущность финансовой устойчивости предприятия заключается в особенности его запасов и затрат источниками их формирования. Поэтому для оценки, прежде всего надо определить объемы источников средств, имеющихся у предприятия для формирования его запасов и затрат. Оценка финансовой устойчивости организации следует рассматривать поэтапно, на основе комплекса показателей (таблица 1).

Таким образом, исследования таблицы показали, что ООО «Основа - 23» не испытывает серьезных проблем с источниками обеспеченности запасов и затрат. Собственный капитал в 2013 г. составил 18733 тыс. руб.; в 2014 г. 25208 тыс. руб.; в 2015 г. 26167 тыс. руб. Внеоборотные активы в 2013 г. составили 3276 тыс. руб.; в 2014 г. – 3434 тыс. руб.; в 2015 г. – 3801 тыс. руб. Общая величина запасов возрастает к 2014 г. и уменьшается вновь к 2015г.: в 2013 г. – 17792 тыс. руб.; в 2014 г. – 24614 тыс. руб.; в 2015 г. – 19046 тыс. руб.

Таблица 1 - Абсолютные показатели финансовой устойчивости  
ООО «Основа - 23», тыс. руб.

| Показатель                            | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Отклонение (+; -)<br>2015г. к |         |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|-------------------------------|---------|
|                                       |         |         |         | 2013 г.                       | 2014 г. |
| Собственный капитал                   | 18733   | 25208   | 26167   | 7434                          | 959     |
| Внеоборотные активы                   | 3276    | 3434    | 3801    | 525                           | 367     |
| Наличие собственных оборотных средств | 15457   | 21774   | 22366   | 6909                          | 592     |

|  |        |        |       |        |        |
|--|--------|--------|-------|--------|--------|
| Краткосрочные кредиты и займы  | 3610   | 4280   | 800   | - 2810 | - 3480 |
| Общая величина запасов   | 17792  | 24614  | 19046 | 1254   | - 5568 |
| Общая величина основных источников формирования запасов и затрат                                 | 19067  | 26054  | 23166 | 4099   | - 2888 |
| Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств  | - 2335 | - 4280 | 3320  | 5655   | 7600   |
| Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат | 1275   | 1440   | 4120  | 2845   | 2680   |

Показатель общей величины основных источников формирования запасов и затрат представляет из себя положительную тенденцию, так как увеличивается почти на протяжении всего периода. В 2013 г. – 19067 тыс. руб.; в 2014 г. – 26054 тыс. руб.; в 2015 г. – 23166 тыс. руб. Однако, проведя аналитические исследования, мы выяснили, что излишек общей величины основных источников в 2015 г. составил 4120 тыс. руб., так как он образовался за счет привлечения средств краткосрочных кредитов. ООО «Основа - 23» не имеет структуры долгосрочных кредитов, основные источники — собственные средства. Исходя из метода оценки финансовой устойчивости по абсолютным показателям, по отчетности в динамике за 3 года ООО «Основа - 23» является устойчивым, все займы для покрытия запасов покрываются собственными оборотными средствами, т.е. не существует зависимости от внешних кредиторов.

Также, для оценки количественных характеристик финансовой устойчивости используются финансовые коэффициенты, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Относительные показатели, характеризующие финансовую устойчивость ООО «Основа - 23»

| Показатель  | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Отклонение (+; -)<br>2015г. к |         |
|---|---------|---------|---------|-------------------------------|---------|
|   |         |         |         | 2013 г.                       | 2014 г. |
| Капитал и резервы, тыс. руб.  | 18733   | 25208   | 26167   | 7434                          | 959     |
| Краткосрочные заемные средства, тыс. руб.   | 7269    | 8538    | 3237    | - 4032                        | - 5301  |
| Внеоборотные активы, тыс. руб.  | 3276    | 3434    | 3801    | 525                           | 367     |
| Оборотные активы, тыс. руб., в т.ч.   | 22725   | 30312   | 25603   | 2878                          | - 4709  |
| Запасы, тыс. руб.   | 17792   | 24614   | 19046   | 1254                          | - 5568  |
| Собственные оборотные средства, тыс. руб.   | 15457   | 21774   | 22366   | 6909                          | 592     |
| Суммарная стоимость основных средств, сырья, незавершенного производства, тыс. руб. | 3536    | 3778    | 4166    | 630                           | 388     |

|  |       |       |       |      |        |
|--|-------|-------|-------|------|--------|
| Валюта баланса, тыс. руб.  | 26001 | 33746 | 29404 | 3403 | - 4342 |
| Коэффициент соотношения собственных и заемных средств                      | 2,6   | 2,9   | 8,1   | 5,4  | 5,2    |
| Коэффициент маневренности собственных средств                              | 0,8   | 0,9   | 0,9   | 0,1  | -      |
| Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками финансирования | 0,8   | 0,9   | 1,2   | 0,4  | 0,3    |
| Коэффициент концентрации собственного капитала                             | 0,7   | 0,7   | 0,9   | 0,2  | 0,2    |
| Коэффициент реальной стоимости имущества                                   | 0,2   | 0,1   | 0,2   | -    | 0,1    |

Коэффициент соотношения собственных и заемных средств имеет достаточно высокое значение – это говорит, о том, что формирование источников происходит в основном за счет собственных средств, следовательно, предприятие практически не имеет заемных средств. Это говорит о финансовой независимости ООО «Основа - 23». В 2013 г. – 2,6; в 2014 г. – 2,9; в 2015 г. – 8,1. Коэффициент маневренности собственных средств показывает, какая часть собственных средств вложена в наиболее мобильные активы. В ООО «Основа - 23» доля собственных оборотных средств достаточно высокая, а коэффициент маневренности выше нормативного значения ( $>0,5$ ), то это говорит о том, что у общества есть больше возможности для маневрирования своими средствами. В 2013 г. - 0,8, а в 2014 г. и 2015 г. – 0,9. Коэффициент структуры долгосрочных вложений равен нулю. Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками финансирования в 2013 г. - 0,8; в 2014 г. – 0,9; в 2015 г. – 1,2. В 2015 г. коэффициент по сравнению с 2013 г. и 2014 г. увеличился на 0,4 и 0,3 пункта соответственно и является оптимальным значением для этого коэффициента, то это говорит о хорошем обеспечении возможности бесперебойной деятельности общества. Коэффициент концентрации собственного капитала показывает, что в общем объеме ресурсов ООО «Основа - 23» доля собственных средств составляет от 70 до 90 % за исследуемый период. В 2013 г. – 0,7; в 2014 г. – 0,7; в 2015 г. – 0,9. Так как этот коэффициент достаточно высокий, и это говорит о финансовой независимости (автономии) ООО «Основа - 23» от внешних кредиторов. Коэффициент реальной стоимости имущества находится на низком уровне, так как является ниже нормативного значения ( $>0,5$ ). В 2013 г. – 0,2; в 2014 г. – 0,1; в 2015 г. – 0,2. Для того чтобы полно оценить финансовую устойчивость нужно исследовать еще один важный основной аспект финансовой деятельности – дебиторскую и кредиторскую задолженность.

Оценка дебиторской и кредиторской задолженности проводится отдельно в развернутом виде по статьям баланса. Оценка динамики дебиторской задолженности показана в таблице 3.

Таблица 3 – Динамика, состав и структура дебиторской задолженности  
ООО «Основа - 23», тыс. руб.

| Показатель  | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Отклонение (+; -)<br>2015г. к |         |
|---|---------|---------|---------|-------------------------------|---------|
|   |         |         |         | 2013 г.                       | 2014 г. |
| Краткосрочная дебиторская задолженность - всего, в том числе: | 4526    | 5528    | 6105    | 1579                          | 577     |
| - покупатели и заказчики                                      | 115     | 305     | 408     | 293                           | 103     |
| в % к краткосрочной дебиторской задолженности                 | 2,5     | 5,5     | 6,7     | 4,2                           | 1,2     |
| Дебиторская задолженность, всего                              | 4526    | 5528    | 6105    | 1579                          | 577     |

По данным таблицы можно сделать следующие выводы: показатель краткосрочной дебиторской задолженности в 2013 г. составил 4526 тыс. руб.; в 2014 г. – 5528 тыс. руб.; в 2015 г. – 6105 тыс. руб. В 2014 г. дебиторская задолженность увеличилась на 1002 тыс. руб. в сравнении с 2013 г. В 2015 г. задолженность увеличилась на 577 тыс. руб. в сравнении с 2014 г. Следо - вательно, в 2015г. руководством должны производиться действия по возврату денежных средств.

Заемный капитал характеризует в совокупности объем его финансовых обязательств (общую сумму долга). Рассмотрим в таблице 4 динамику состава и структуры кредиторской задолженности.

Таблица 4 – Динамика, состав и структура краткосрочной кредиторской задолженности ООО «Основа - 23», тыс. руб.

| Показатель                                      | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Отклонение (+; -) 2015г. |         |
|---|---------|---------|---------|--------------------------|---------|
|   |         |         |         | 2013 г.                  | 2014 г. |
| Краткосрочная кредиторская задолженность, всего | 3659    | 4258    | 2437    | - 1222                   | - 1821  |
| - поставщики и подрядчики                       | 1469    | 3092    | 2112    | 643                      | - 980   |
| в % к краткосрочной кредиторской задолженности  | 40,3    | 72,6    | 86,7    |                          |         |
| - задолженность перед персоналом организации    | 396     | 850     | (42)    | - 438                    | - 892   |
| в % к краткосрочной кредиторской задолженности  | 10,8    | 20,0    | 1,7     |                          |         |
| - задолженность перед государственными          | 31      | 50      | 43      | 12                       | - 7     |

|  |      |      |      |        |        |
|--|------|------|------|--------|--------|
| внебюджетными фондами                          |      |      |      |        |        |
| в % к краткосрочной кредиторской задолженности | 0,8  | 1,2  | 1,8  |        |        |
| - задолженность по налогам                     | 1537 | 143  | 80   | - 1457 | - 63   |
| в % к краткосрочной кредиторской задолженности | 42,0 | 3,4  | 3,3  |        |        |
| - прочие кредиторы                             | 226  | 123  | 245  | 19     | 122    |
| в % к краткосрочной кредиторской задолженности | 6,1  | 2,8  | 6,5  |        |        |
| Займы и кредиты                                | 3610 | 4280 | 800  | - 2810 | - 3480 |
| Краткосрочные обязательства, всего             | 7269 | 8538 | 3237 | - 4032 | - 5301 |

Проанализировав таблицу можно сделать выводы: на протяжении исследуемого периода предприятие не имеет долгосрочной кредиторской задолженности. В структуре краткосрочной кредиторской задолженности наибольший удельный вес имеет задолженность перед поставщиками и подрядчиками в 2013 г. составила 1469 тыс. руб. - 40,3 % ; в 2014 г. 3092 тыс. руб. – 72,6 % ; в 2015 г. 2112 тыс. руб. - 86,7 % . Задолженность перед персоналом предприятия в 2013 г. составила 396 тыс. руб. - 10,8 % ; в 2014 г. 850 тыс. руб. - 20 % .

Такая ситуация сложилась в организации в связи с нехваткой финансовых средств. Задолженность перед государственными внебюджетными фондами сократилась. В 2013 г. этот показатель составил 31 тыс. руб.; в 2014 г. 50 тыс. руб.; в 2015 г. 43 тыс. руб. У организации хватает средств, получаемых от основной деятельности. Задолженность по налогам заметно сократилась в течение трех лет. В 2013 г. этот показатель достигал 1537 тыс. руб., в 2014 г. 143 тыс. руб. - 3,4 % . А в 2015 г. этот показатель сократился и составил 80 тыс. руб. - 3,3 % . Общая сумма краткосрочных обязательств уменьшилась почти в 2 раза. Сокращение задолженности произошло из – за получения краткосрочного кредита.

Исследуя финансовые показатели устойчивости ООО «Основа - 23» можно сделать вывод, что финансовая устойчивость организации абсолютная и все значения расчетных коэффициентов выше предельных ограничений этих коэффициентов и это свидетельствует об устойчивом финансовом состоянии.

#### **Список использованной литературы:**

1. Захарян А.В. Финансовая устойчивость сельскохозяйственных формирований как ключевой признак эффективной деятельности / Фоменко Д.П., Захарян А.В. // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей

Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 188 - 189.

2. Захарян А.В. Практические аспекты повышения уровня финансовой устойчивости организаций мясной промышленности Краснодарского края / Захарян А.В., Бакланов С.В., Овчинников М.Г. // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 - 3 (75 - 3). С. 377 - 380.

3. Захарян А.В. «Шоковая терапия» - радикальный метод смены экономических режимов / А.В. Захарян, М.Е. Степченко, Е.В. Мостовая // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11 - 1 (76 - 1). С. 730 - 732.

4. Захарян А.В. Пути совершенствования денежных потоков организаций / Гакаме Ф.Р., Захарян А.В. // В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 73 - 75.

5. Захарян А.В. Обеспечение финансовой устойчивости предпринимательских структур в аграрном секторе (на материалах Краснодарского края) / Захарян А.В. // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кубанский государственный аграрный университет. Краснодар, 2006

6. Герасименко О.А. Устойчивое финансовое состояние сельскохозяйственных организаций - залог продовольственной безопасности / Герасименко О.А., Герасименко О.В., Чубукина Ю.А., Шпаченко С.В. // Экономика и предпринимательство. 2017. № 2 - 2 (79 - 2). С. 461 - 466.

7. Герасименко О.А. Теоретические подходы к управлению финансовыми рисками организаций / Герасименко О.А., Осинцева И.В. // Репутациология. 2017. № 1 (43). С. 89 - 82.

8. Халяпин А.А. Оптимизация структуры бухгалтерского баланса как фактор повышения финансовой устойчивости организации / Халяпин А.А. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 120. С. 954 - 983.

© Захарян А.В., Бондаренко О.С., 2017

УДК 332.622

**М.О. Карапетян**

студентка факультета Финансы и кредит

**О.Ф. Бочарова**

к.э.н., доцент ВАК

факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД ПРИ ОЦЕНКЕ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ**

Согласно ФСО №2 «Цель оценки и виды стоимости» [1], когда проводится оценка стоимости объекта недвижимости, то применяются три подхода, такие как затратный, сравнительный и доходный. Больше обсуждение среди оценщиков проходит вокруг сравнительного подхода. Итак, сравнительный подход — это способ оценки объекта недвижимости, который основан на сравнении с аналоговыми объектами.

Главным принципом данного подхода считается принцип замещения. Согласно ему рациональный покупатель не станет платить за какой-либо объект недвижимости больше, чем он сможет приобрести его у другого продавца, который обладает точно такой же полезностью. Конечно же, если рынок недвижимости недостаточно развит, то применение такого подхода становится нецелесообразным.

Оценка стоимости недвижимости — это процесс определения рыночной стоимости объекта или отдельных прав в отношении оцениваемого объекта недвижимости. Оценка недвижимости во всем мире рассматривается как один из механизмов эффективного управления собственностью. Постепенно и в России с формированием класса собственников недвижимости встает проблема её эффективного использования и соответственно возникает потребность в услугах оценщика [2].

Существует 4 основных этапа оценки недвижимости сравнительным подходом:

1. На первом этапе изучают состояние развития рынка недвижимости, а особенно того сегмента, к которому принадлежит рассматриваемый объект.

2. Далее собирается необходимая информация по объектам - аналогам. Позже эта информация анализируется и каждый объект - аналог сравнивается с оцениваемым объектом. Вся собранная информация должна подлежать проверке. Стоит отметить, что оценщик обязан быть внимательнее к слишком поспешным сделкам или когда субъекты сделки состоят в родственных отношениях.

3. На данном этапе определяются элементы и единицы сравнения, например, местоположение, время продажи, физические характеристики, условия финансирования и так далее.

4. И на последнем этапе согласовываются скорректированные цены объектов - аналогов и выводится итоговая стоимость объекта недвижимости на основе сравнительного подхода [3].

Считается, что сравнительный подход в условиях Российской Федерации не так часто дает объективные результаты, а в некоторых случаях вообще не применим.

Очень трудно подобрать аналоги для объектов, они могут сильно отличаться от оцениваемого объекта, именно поэтому введение поправок в цены, которые учитывают отличия объектов - аналогов могут повлечь за собой погрешность результата и тем самым, снижает его достоверность. Также большие сомнения вызывает информация о ценах сделок. Совершенно ясно, что продавцы и покупатели не всегда склонны раскрывать информацию подобного рода. Обычно она считается коммерческой тайной, то есть закрытой, поэтому когда она доступна, то это вызывает сомнения. Когда отсутствует эта информация о ценах сделок купли - продажи, то оценщики начинают использовать в сравнительном подходе цены объектов - аналогов, а это является грубым нарушением идеологии сравнительного подхода.

Итак, стоит перечислить некоторые минусы сравнительного подхода:

1. Сложно собрать информацию о практических ценах продаж;
2. Подход зависит от стабильности рынка;
3. Сравнительный подход зависит от активности рынка;
4. Сложно согласовать данные о существенно различающихся продажах.

Но кроме недостатков, как и везде существуют некие преимущества, такие как:

1. В итоговой стоимости отражается мнение типичных продавцов и покупателей;



2. Подход статически обоснован;
3. Вносятся корректировки на отличия сравниваемых объектов;
4. В ценах отражается изменение финансовых условий и инфляция;
5. Сравнительный подход достаточно прост в применении и часто дает надежные результаты [4].

Далее рассмотрим два основных метода данного подхода, такие как метод сравнения сделок и метод моделирования рыночного образования цен. Итак, первый метод, который мы рассмотрим будет метод сравнения сделок. Он считается хорошим тогда, когда число сделок на рынке небольшое, но требует анализа.

Алгоритм работы следующий: для начала оценивается рыночная ситуация в регионе и выбираются информационные площадки для дополнительного сбора информации; затем выбирают элементы для сравнения и отбирают важные параметры для этого; далее связывают единицы сравнения с показателями; позже производится расчет; затем разработанная модель применяется к объектам оценки недвижимости и корректируется новая стоимость и в конце производится финальный анализ.

Далее мы рассмотрим метод моделирования ценообразования рынка. Он заключен в сборе большого числа информации о сделках и составлении массива из собранных данных. Позже путем определения параметров строится мультипликативная или линейная зависимость. Данный метод позволяет произвести качественную оценку на основании всех параметров недвижимости. Но чтобы использовать его, нужно иметь специальные знания в данной области. Когда человек сам берется за продажу недвижимости, то в этом случае советуют воспользоваться именно этим методом. Конечно же, результат оценки будет не таким точным, как у профессионалов, но всё - таки он позволяет приблизиться к определению реальной стоимости объекта недвижимости.

Что касается факторов, которые могут ограничить применение сравнительного подхода, то к ним относят:

1. Уникальность оцениваемого объекта;
2. Закрытость экономической информации, которая для приобретения доходной недвижимости обычно является приоритетной;
3. Кризисная ситуация на рынке делает невозможным использование даже качественной информации, так как она перестает отражать истинную рыночную мотивацию, принципы оценки;
4. Недостаточность информации об инвестиционных возможностях покупателя.

Таким образом, оценка недвижимости в наше время имеет большое значение, так как рынок недвижимости прогрессирует и развивается. В связи с этим нужно уметь правильно определять рыночную стоимость той или иной недвижимости. Сравнительный подход, как уже было сказано, напрямую зависит от активности на рынке недвижимости, поэтому он актуален и наиболее распространен в сфере оценки бизнеса. Оценка недвижимости сравнительным подходом является наиболее подходящим, точным и действенным способом определения рыночной стоимости объекта недвижимости.

#### **Список использованной литературы:**

1. Корнилов, Д. А. Использование методов и подходов к оценке стоимости объектов обмена и определения / Д. А. Корнилов, С. Н. Яшин // Финансы и кредит, - 2004

2. Мельниченко Е. Особенности применения сравнительного подхода при оценке стоимости недвижимости. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aleana.biz/ocenka/real-estate/>

3. В.В. Мищенко, Л.А. Мищенко. Статья о вопросах применения сравнительного подхода при оценке недвижимости. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/>

4. Федеральный стандарт оценки № 2 «Цель оценки и виды стоимости (ФСО №2)». Утвержден приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2007 года N 255.

© Бочарова О.Ф., Карапетын М.О., 2017

**УДК33**

**Братишка М.А.**

студентка 4-го курса, СТИ НИТУ МИСиС им. А.А. Угарова  
г. Старый Оскол, Российская Федерация

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА В УЧЕТЕ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Прибыль - многозначная экономическая категория. От глубины ее познания и рациональности использования зависит эффективность коммерческого расчета, ценообразования и других экономических рычагов хозяйствования. Являясь источником производственного и социального развития, прибыль занимает ведущее место в обеспечении самофинансирования предприятий и объединений, возможности которых во многом определяются тем, насколько доходы превышают затраты. [1, с.13]

Одной из проблем учета прибыли является правильное отражение ее на счетах бухгалтерского учета.

Для целей формирования информации о показателях результативности деятельности сельскохозяйственные организации используют следующие счета:

- 90 «Продажи»
- 91 «Прочие доходы и расходы»
- 99 «Прибыли и убытки»
- 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Учет формирования и использования финансового результата осуществляется на счете 99 «Прибыли и убытки».

Счет 99 «Прибыли и убытки» - пассивный, поэтому прибыль, которая выявляется по результатам основной деятельности экономического субъекта отражается записью: [2, с.40]

Дебет субсчета 90.9 «Прибыль от продаж»,

Кредит счета 99 «Прибыли и убытки».

По итогам отчетного периода (года) субсчета, открытые к счету 99 «Прибыли и убытки», подлежат закрытию на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Для достижения цели формирования информации по направлениям использования прибыли и покрытия убытка по субсчету 84.1 «Прибыль, подлежащая распределению» необходимо аналитический учет организовать с использованием нижеследующих аналитических счетов:

- 84.1. «Прибыль, направленная на увеличение основных фондов»,
- 84.1.2. «Прибыль, использованная для формирования резервного капитала»,

- 84.1.3. «Прибыль, распределенная для выплаты дивидендов»,
- 84.1.4. «Покрытие полученных убытков».

В конце отчетного периода в учете сельскохозяйственных организаций необходимо провести реформацию баланса. Этот процесс представляет собой закрытие счета 99 «Прибыли и убытки» и перенос его остатков на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

На сегодняшний день механизмы, которые сложились в учете сельскохозяйственных предприятий не представляют возможность выделить прибыль за отчетный период, подлежащую распределению, и прибыль, остающейся нераспределенной. [3, с.60]

Вышеуказанное обстоятельство затрудняет выделение источников образования резервов, начисления дивидендов, а так же установление порядка проведения учетных процедур при ее распределении.

В целях решения поставленных задач нераспределенную прибыль разделять на нераспределенную прибыль, подлежащую распределению, остающуюся у собственников и направляемую на увеличение основных фондов.

Тема прибыли особенно актуальна и остра для российских предприятий, поскольку затяжной экономической кризис, составляющими которого являлись высокие налоги и неплатежи, значительно обесценивал получаемые прибыли. К тому же, оказавшись с начала реформ в условиях «свободного экономического плавания», предприятия уже не могли полагаться на государственную поддержку, они все больше действуют в условиях самокупаемости и самофинансирования.

#### **Список используемой литературы:**

1. Палий В.Ф. Новое в бухгалтерском учете финансовых результатов [Текст] / В.Ф. Палий // Бухгалтерский учет. – 2004. № 4. С. 13.
2. Сидорова Л. Доходы предприятий: их содержание, значимость и методики бухгалтерского учета [Текст] / Л. Сидорова // Бухгалтерский учет и анализ. – 2005. №5. С. 40
3. Потемкина Т.И. Организация документооборота в бухгалтерии [Текст] / Т.И. Потемкина // Бухгалтерский учет. – 2004. № 24. С. 60.

© М.А. Братишка, 2017

**УДК33**

**А.А. Букшпан**

студентка факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК, факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина  
г. Краснодар, Российская Федерация

#### **КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОЦЕНКИ РАБОТЫ ООО «СТЕЛЛА»**

Рыночная экономика в РФ все больше увеличивает обороты. Вместе с ней набирает силу и конкуренция как основной механизм регулирования хозяйственного процесса. Финансовое состояние - важнейшая характеристика экономической деятельности

организации. Она определяет конкурентоспособность, потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы экономические интересы самой организации и ее партнёров в финансовом и производственном отношении. Однако одного умения реально оценивать финансовое состояние недостаточно для успешного функционирования организации и достижения ею поставленной цели. Основной целью финансовой оценки является получение небольшого числа ключевых параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния организации, прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами.

Важнейшим показателем, отражающим конечные финансовые результаты деятельности организации, является рентабельность. Рентабельность характеризует прибыль, получаемую с каждого рубля средств вложенных в организацию или иные финансовые операции. Рынок предъявляет определенные требования к субъектам хозяйствования в плане организации и реализации того или иного вида бизнеса. Динамичность рыночных отношений обуславливает принятие неординарных решений, связанных с финансовыми результатами деятельности.

Рентабельность характеризует степень доходности, выгодности и прибыльности (таблица 1).

Таблица 1 - Оценка динамики уровня рентабельности ООО «Стелла», %

| Показатель                                      | 2013г. | 2014г. | 2015г. | Абсолютное отклонение<br>(+ ; -) |                    |
|---|--------|--------|--------|----------------------------------|--------------------|
|   |        |        |        | 2014г. к<br>2013г.               | 2015г. к<br>2014г. |
| Рентабельность<br>производственной деятельности | 68,43  | 9,52   | 3,45   | - 58,91                          | - 6,07             |
| Рентабельность продаж                           | 4,38   | 1,91   | 0,38   | - 2,47                           | - 1,53             |
| Рентабельность активов                          | 16,90  | 6,21   | 0,85   | - 10,69                          | - 5,36             |
| Рентабельность внеоборотных<br>активов          | 152,52 | 54,44  | 22,36  | - 98,08                          | - 32,08            |
| Рентабельность оборотных<br>активов             | 19,01  | 7,01   | 0,89   | - 12,00                          | - 6,12             |
| Рентабельность чистого<br>оборотного капитала   | 29,04  | 9,61   | 3,43   | - 19,43                          | - 6,18             |
| Рентабельность собственного<br>капитала         | 15,39  | - 0,70 | 0,88   | - 16,09                          | +1,58              |
| Рентабельность реализованной<br>продукции       | 4,58   | 1,95   | 2,31   | - 2,63                           | +0,36              |

После анализа полученных данных можно сделать следующие выводы. Показатели рентабельности за 2013 год достаточно высоки, в особенности показатели рентабельности производственной деятельности и внеоборотных активов: 68,43 и 184,10 % соответственно. А самая низкая рентабельность – это рентабельность продаж, которая составляет 4,38 % , так как БП < Выручки в 27 раз.

В 2014 и 2015 годах происходит значительное снижение уровня всех показателей рентабельности из - за уменьшения показателя «Прибыль(убыток) до налогообложения». Так, в 2014 году рентабельность производственной деятельности и внеоборотных активов составила 9,52 % и 54,44 % , а в 2015 году уже составляет: 3,45 % и 22,36 % соответственно.

Важную роль в финансовом анализе играет показатель рентабельности собственного капитала. Он характеризует наличие прибыли в расчете на вложенный собственниками данной организации (акционерами) капитал. В 2013 году прибыль в расчёте на вложенный капитал составила 15,39 % (по сравнению с 2008 годом, произошло снижение на 36,16 % из - за уменьшения чистой прибыли в 3 раза). В 2014 году организация понесла убытки в размере 885 тыс. руб., следовательно, собственный капитал не рентабелен ( - 0,70 % ). В 2015 году финансовый результат ООО «Стелла» положительный, но рентабельность собственного капитала очень мала и составляет 0,88 % .

Если сопоставить рентабельность активов и рентабельность собственного капитала, то это сравнение покажет степень использования данной организацией финансовых рычагов (займов и кредитов). В 2013г.  $R_A (16,90 \% ) > R_{СК} (15,39 \% )$  и в 2014г.  $R_A (6,21 \% ) > R_{СК} ( - 0,70 \% )$  . Это говорит о том, что ООО «Стелла» привлекает заёмные средства с целью повышения уровня доходности.

Также важным показателем является рентабельность активов (иначе — рентабельность имущества). Этот показатель характеризует прибыль, получаемую предприятием с каждого рубля, авансированного на формирование активов. Рентабельность активов выражает меру доходности в данном периоде. Из таблицы видно, что рентабельность активов имеет тенденцию к понижению (с 16,90 % в 2013 году до 0,85 % в 2015 году), следовательно мера доходности предприятия снижается.

Одним из наиболее распространенных показателей рентабельности является рентабельность продаж. Этот показатель называют также нормой прибыльности. Рентабельность продаж характеризует удельный вес прибыли в составе выручки от реализации продукции.

Рентабельность продаж в организации имеет тенденцию к понижению (с 4,38 % в 2013 году до 0,38 % в 2015 году), это свидетельствует о снижении конкурентоспособности продукции ООО «Стелла» на рынке, так как говорит о сокращении спроса на продукцию.

Чтобы повысить уровень доходности продаж, ООО «Стелла» должна ориентироваться на изменения конъюнктуры рынка, наблюдать за изменениями цен на материалы, осуществлять постоянный контроль за уровнем затрат на строительство, а также осуществлять гибкую и обоснованную политику в области выполнения работ.

Таким образом, показатели рентабельности ООО «Стелла» снижаются, а значит, падает уровень эффективности хозяйствования. Для повышения уровня эффективности финансовой деятельности необходимо:

1. Проводить оценку качества строительно - монтажных работ.
2. Сократить дебиторскую задолженность.
3. В короткие сроки оформлять проектно - сметную документацию.
4. Регулярно проводить оценку финансового состояния и запаса финансовой устойчивости для разработки и принятия финансовой стратегии предприятия.
5. Стремиться не только к получению максимальной прибыли, но и к рациональному, оптимальному использованию уже полученной прибыли.

### Список использованной литературы:

1. Герасименко О.В. Актуальные проблемы оценки финансовой устойчивости организации на современном этапе / Герасименко О.В. // сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. Ответственный за выпуск: А.Г. Коцаев. 2016. С. 1002 - 1003.
2. Захарян А.В. Пути совершенствования денежных потоков организаций / Гакаме Ф.Р., Захарян А.В. // В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 73 - 75.
3. Захарян А.В. «Шоковая терапия» - радикальный метод смены экономических режимов / А.В. Захарян, М.Е. Степченко, Е.В. Мостовая // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11 - 1 (76 - 1). С. 730 - 732.
4. Захарян А.В. Проблемы управления финансами корпорации / Петрова К.Д., Захарян А.В. // В сборнике: Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 121 - 123.
5. Халяпин А.А. Оптимизация структуры бухгалтерского баланса как фактор повышения финансовой устойчивости организации / Халяпин А.А. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 120. С. 954 - 983.
6. Захарян А.В. Роль независимой оценки в повышении эффективности бизнеса / Дидоренко Ю.С., Захарян А.В. // В сборнике: Фундаментальные проблемы науки сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 110 - 112.
7. Захарян А.В. Дискуссионные вопросы в определении сущности понятий финансы и финансовая система / Козырева А.С., Захарян А.В. // В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 131 - 133.
8. Захарян А.В. Малый бизнес под микроскопом / Канюка А.А., Захарян А.В. // В сборнике: Эволюция современной науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 147 - 150.
9. Захарян А.В. Теории цены и ценообразования / Легкодимова Е.Е., Захарян А.В. // В сборнике: Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 5 - 7.
10. Захарян А.В. Стимулирование малого бизнеса на примере субъекта РФ Республика Адыгея / Евтых З.А., Захарян А.В. // В сборнике: Закономерности и тенденции формирования системы финансово - кредитных отношений Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 95 - 97.

© Захарян А.В., Букшпан А.А., 2017

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В ПРОЕКТИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА

**Аннотация.** В статье рассматривается роль системного подхода в организации деятельности системы управления охраной труда (далее СУОТ). На основе анализа опыта отечественных компаний сделан вывод, что для реализации такой системы появляется необходимость в разработке и внедрении методики оценки качества СУОТ, учитывающей затраты на охрану труда и мотивирующей на выполнение требований охраны труда персонала. Решающим фактором внедрения такой методики становится получение объективной информации по всем материальным и нематериальным потерям и разработка мероприятий по их предотвращению и недопущению в будущем.

**Ключевые слова:** системный подход к проектированию, система управления охраной труда, методика оценки качества, анализ рисков.

При организации деятельности любого предприятия актуальным остается вопрос создания эффективной СУОТ, которая обеспечивала бы безопасные условия труда для работающего персонала. Наиболее верным способом в решении данного вопроса является создание единой системы управления безопасностью, устанавливающая общие организационные и методические правила, соблюдение которых и обеспечивает безопасность деятельности предприятия. В целях создания информационной структуры отображения состояния надежности данной системы предусмотрена разработка системы мониторинга, диагностики и управления охраной труда. [3,7]

Для реализации системного подхода как части системы качества предлагается ввести методику оценки качества (критерии эффективности) СУОТ, учитывающую затраты на охрану труда и мотивирующую на выполнение требований охраны труда персонала.

Проанализировав опыт российских компаний можно обнаружить, что существующие методы обеспечения безопасности труда уступают идеям, реализованным на практике в экономически развитых странах мира. [5] Необходимость изменения стратегии обеспечения безопасности кроется в переходе к новым способам реагирования на свершившееся опасное событие и управлении опасностями производства. То есть должна действовать концепция «предвидеть и предубеждать», требующая системного подхода, которая будет способствовать разработке методов и средств обнаружения слабых звеньев и узлов человека - машинных систем, а также выработке рекомендаций с целью уменьшения негативных последствий опасных ситуаций.

Переход к управлению рисками несчастных случаев – необходимое изменение существующей стратегии обеспечения безопасности.

Разработанный алгоритм комплексной оценки рисков состоит из нескольких этапов: на начальном этапе происходит выбор факторов риска, основная цель здесь – определение максимально допустимых рисков. После проводится оценка и анализ отработанных факторов. Существует два подхода методов оценки рисков: качественный и

количественный. Качественный анализ проводится на стадии планирования деятельности и включает в себя аутентификацию рисков проекта, стоимостную оценку последствий риска и разработку мероприятий по борьбе с ними. Количественный анализ опирается на проведенный качественный анализ и бизнес - план проекта; ему присуще числовое измерение и влияние изменений рисков факторов проекта на изменение эффективности проекта. Благодаря количественному анализу можно определить причины, источники, размеры ущерба и величину вероятных последствий от различных видов риска.

Известны методы, позволяющие произвести приблизительную оценку общего объема рисков (методы определения вероятности потерь), это: метод аналогии, логико - вероятностные методы, группа аналитических методов. [4]

Особый интерес сейчас представляет аналитический метод оценки рисков, который учитывает распределение вероятностей. Уровень риска определяется как произведение уровня соответствующего риска и размера возможных финансовых потерь при реализации данного риска.

Для минимизации рисков производят их страхование и самострахование, распределение по разным агентам; к организационным моментам относятся: диверсификация, лимитирование, планирование и создание гибкой структуры производства, а также создание резервных фондов, отслеживание информации, обучение и тренировка персонала, применение гибких технологий. [6]

Таким образом, целостная и упорядоченная система управления рисками на предприятии будет состоять из следующих этапов:

*1 этап* – анализ риска путем сбора информации о структуре предприятия;

*2 этап* – выявление имеющихся причин рисков и определение размера возможного ущерба;

*3 этап* – выбор метода разработки управленческого решения, направленного либо на устранение, либо минимизацию последствий;

*4 этап* – процесс (применение метода) воздействия на риск;

*5 этап* – выбор инструментария управления риском;

*6 этап* – контроль проведения мероприятий по управлению рисками.

**Заключение.** Рассмотренные методы анализа и оценки рисков способствуют созданию эффективной СУОТ, которая будет ориентирована на обеспечение безопасности на предприятии путем предупреждения рисков на этапе сбора информации и своевременного принятия решений руководством до возникновения возможных нарушений.

### Список использованной литературы

1. ГОСТ 12.0.230 - 2007 ССБТ. Системы управления охраной труда. Общие требования // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии от 10.07.2007 г. № 169 - ст введен в действие с 01.07.2009 г.

2. ГОСТ Р 12.0.007 - 2009 Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Система управления охраной труда в организации. Общие требования по разработке, применению, оценке и совершенствованию // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии от 21.04.2009 г. № 138 - ст введен в действие с 01.07.2010 г.

3. Азнаева И.Э. Управление охраной труда // Справочник специалиста по охране труда №5, 2006.



4. О.А. Фирсова. Управление рисками организаций: учебно - методическое пособие, Орел: МАБИБ, 2014. – 100 с.
5. Руководство по системам управления безопасностью и охраной труда. МОТ - СУОТ 2001 (ILO - OSH 2001), Женева: Международное бюро труда, 2003.
6. Сердюк В.С., Бакико Е.В. Экономика безопасности труда: Учеб. пособие., Омск: Издательство ОмГТУ, 2011. – 160 с.
7. Ширшков А. Менеджмент охраны труда. Ростов н / Д: Изд - во Феникс, 2001. – 382 с.  
© Булатов Р.С., 2017

**УДК 338**

**Е.А. Буранова**

аспирант кафедры финансового менеджмента,  
ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет  
им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП)»  
г. Набережные Челны, Российская Федерация

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ: АКТУАЛЬНОСТЬ, ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ**

Многие психологические проблемы, которые есть на каждом предприятии и которые в обычной ситуации не влияют на качество работы предприятия, в кризисной ситуации становятся одним из значимых фактором усугубления проблем (особенно если кризис затяжной). Осуществление эффективного психологического антикризисного управления позволит устранить, либо смягчить как потенциальную, так и явную угрозу кризисной ситуации. Это обуславливает актуальность введения понятия и направлений психологического антикризисного управления предприятием.

О необходимости учета психологических аспектов кризиса и антикризисного управления для повышения его эффективности говорится в работах А.И. Гривняк [1]; А.Н.Доценко [3]; Д.В. Манушина [2; 4 - 8]; Н.В. Никитиной [9]; Д. Петросян [10]; В.Н. Селезнева [11]; Ю.А. Токаревой [12]; П.В. Ушанова [13] и др., но в отдельный вид психологическое антикризисное управление предприятием исследователями не выделяется.

Психологическое антикризисное управление предприятием можно определить как психологические меры воздействия на руководителя, сотрудников предприятия, его контрагентов с целью предотвращения как потенциального, так и явного кризиса; обеспечения более мягкой реабилитации предприятия после кризиса; создания системы саморазвития и непрерывного повышения мотивации персонала компании.

Новизна данного понятия заключается в выделении психологического антикризисного управления в отдельный вид управления, который должен осуществляться как во время явного кризиса, так и при угрозе потенциального кризиса. А некоторые его направления, например, мониторинг личностных поведенческих характеристик сотрудников и контрагентов предприятия должны применяться и на здоровом предприятии. В своих исследованиях А.И. Гривняк [1] выделяет понятие социально - психологическое

антикризисное управление персоналом, но рассматривает его как отдельный элемент процесса реактивного антикризисного управления на предприятии и направлено оно только на внутреннюю среду предприятия, его персонал.

Мы же рассматриваем психологическое антикризисное управление как отдельный его вид, методы и приемы которого будут меняться в зависимости от институционально - экономического состояния предприятия. Кроме того меры психологического антикризисного управления должны быть направлены и на внешнюю институциональную среду предприятия: непосредственно на контрагентов и опосредовано на макроокружение через формирование корпоративной культуры и корпоративных ценностей у персонала предприятия, а значит и у населения региона, страны.

Практическая значимость осуществления психологического антикризисного управления будет заключаться в значительном снижении вероятности наступления кризисной ситуации, причиной которой может стать человеческий фактор. При применении мер психологического антикризисного управления во время реактивного антикризисного управления будет повышаться его результативность и эффективность. Психологическое антикризисное управление будет способствовать и более быстрой реабилитации предприятия после пережитого кризиса. Доверие контрагентов и населения так же будет значимым позитивным фактором, способствующим более быстрому выходу из потенциальной или явной кризисной ситуации.

Психологическое антикризисное управление на предприятии должно включать следующие направления.

1. Мониторинг личностных поведенческих характеристик сотрудников и контрагентов предприятия. Дело в том, что поведенческие характеристики экономических агентов могут изменяться в кризисной ситуации. Эти изменения могут носить как позитивный, так и негативный характер и могут соответственно влиять на стимулы человека к труду.

Изменение личностных поведенческих характеристик сотрудников и контрагентов предприятия может являться как причиной организационного кризиса (несоответствие деятельности сотрудников и контрагентов нормам и правилам организации), так и быть следствием уже произошедшей кризисной ситуации (руководитель, сотрудник, контрагент испытывают стресс, т.е. повышенную напряженность, возникающую в ответ на разнообразные экстремальные воздействия). Стрессовое состояние снижает при этом эффективность антикризисных мероприятий.

Личностные поведенческие реакции могут носить и позитивный характер. К ним следует относить: реалистическое переживание – человек принимает реальность случившегося кризиса, приспособляя схему своей работы под новые условия в которых он оказался. Ценностное переживание строит новое содержание деятельности. Основанное не только на текущей реальности, но и с учетом планов индивида (не исключено, что они и противоречат сложившейся реальности) и прогнозируемых им будущих изменений. Волевое переживание - это когда человек меняет сложившуюся реальность своей волей убеждая своих клиентов, что даже в кризис не следует отказываться от услуг его организации и создавая вокруг себя условную зону бескризисной ситуации.

Если переживание кризисной ситуации большинством сотрудников и контрагентов предприятия будет волевым, то и сам процесс антикризисного управления будет более результативным.

Своевременный качественный мониторинг личностных поведенческих характеристик сотрудников и контрагентов предприятия позволит разработать программу коррекции и развития характеристик личности, необходимых для преодоления кризисной ситуации.

2. Коррекция и развитие психологических качеств и поведенческих характеристик индивидуальных экономических агентов. Существует большое количество разнообразных тренингов, которые могут быть осуществлены как собственными силами компании, так и через привлечение консультантов.

Проведение психологических тренингов позволит научить заинтересованных экономических агентов преодолевать различные субъективные и объективные психологические факторы, такие как опасность, неопределенность, неожиданность, новизна, ответственность, негативные эмоциональные реакции, дефицит времени, интеллектуальная сложность решений, высокий уровень психофизического напряжения.

Наиболее эффективны эти тренинги будут на этапе превентивного антикризисного управления, поскольку позволят заранее подготовить персонал к возможным изменениям. Развитие психологических качеств и поведенческих характеристик сотрудников и контрагентов предприятия возможно с использованием мер провокативного антикризисного управления, которое может быть открытым и тайным в зависимости от целей руководства компании и используемых средств антикризисного управления. Открытое провокативное антикризисное управление предполагает, что сотрудникам предприятия на выбранном объекте искусственно создается потенциально проблемная ситуация (реальная или гипотетическая). О ней все предварительно информированы и ее пытаются устранить совместными усилиями. Тайное провокативное антикризисное управление заключается в том, что участники данного тренинга о нем не осведомлены, и действуют в этой ситуации не зная, что их деятельность является проверкой (тестом) либо для них, либо для их подразделения, либо для традиционных методов, которые принято реализовывать в кризисных ситуациях.

Применение психологических тренингов позволит повысить «устойчивость» сотрудников и контрагентов предприятия не только к влиянию внутренних негативных факторов, но и к неблагоприятным изменениям внешней институциональной среды.

По мнению Ю.А. Токаревой и Т.К. Коваленко, внешняя среда организации является источником многочисленных стрессоров, которые по силе влияния могут превосходить внутриорганизационные факторы (конкуренция, факторы влияния криминальной среды, нестабильность макросоциальной и макроэкономической динамики, практически невозможная прогнозируемость этих факторов на перспективу) [12].

3. Командообразование, т.е. формирование группы управления с учетом личностных психологических качеств ее участников и психологического содержания стоящих перед группой управленческих задач. Создание еще на этапе превентивного антикризисного управления эффективной антикризисной команды и ее проверка в условиях близких к кризисной, позволит без проблем справиться с любыми кризисами на предприятии. Антикризисная команда должна быть подобрана таким образом, чтобы сильные стороны одних ее членов компенсировали слабые стороны других. Так, менеджер с устойчивой нервной системой обладает высокой работоспособностью при выполнении физической или умственной деятельности, он способен справляться с интенсивными нагрузками, быстро мобилизовать свои силы в стрессовых ситуациях. Специалист со слабой нервной системой

обладает низкой работоспособностью, повышенной утомляемостью, низкой стрессоустойчивостью, но, в то же время, нельзя не отметить его особенности в коммуникационной сфере профессиональной деятельности, т.е. его осторожность, эмпатию, альтруизм, повышенную чувствительность и сопереживание. Это необходимо учитывать при формировании антикризисной команды предприятия.

4. Смягчение эмоционального ущерба сотрудников и их напряжения, используя мотивационные инструменты, антистрессовые технологии.

В литературе описаны две формы поведения человека в условиях стресса: контроль страха и контроль опасности. В первом случае (лично - карьерная мотивация) человек ищет способы уменьшить последствия и обезопасить ситуацию лично для себя. Это ведет к потере контроля над ситуацией и полному развалу деятельности. Во втором случае (социально - профессиональная мотивация) контроль над ситуацией позволяет делать попытки конструктивного преодоления ситуации, что, в конечном счете, приводит к обеспечению личной безопасности. Этот тип поведения максимально эффективен для антикризисного управления [11].

Соответственно, одной из задач антикризисного руководителя должно быть повышение уровня мотивации работников на изменения, поиск новых сфер деятельности. В психологии существует множество эффективных инструментов, направленных на смягчение эмоционального ущерба сотрудников и их напряжения, изменение типа мотивации сотрудников и контрагентов. Задачей психологического антикризисного управления в данной ситуации является разработка уникальных методик на стыке психологии и менеджмента, использование которых в антикризисном управлении значительно повысит его качество.

5. Мотивирование и регулирование поведения экономических агентов, что позволит повысить уровень вовлеченности лично - квалификационного потенциала сотрудников и контрагентов в преодоление кризисной ситуации.

Мотивация личности может быть направлена на избежание неудачи, тогда сотруднику или контрагенту будет свойственна пассивность, боязнь ошибок и неудач, избежание принятия ответственных решений, страх риска. С подобным типом мотивации сотрудник не сможет внести какой - либо положительный вклад в достижение цели антикризисного управления. Мотивация личности в кризисной ситуации так же должна заранее диагностироваться. Предпочтение должно отдаваться сотрудникам и контрагентам с «мотивацией достижения успеха» – это такая стратегия поведения человека, когда он ориентирован на активность, на достижение результата, не боится ошибок, предпринимает различные действия, способен к риску.

6. Формирование корпоративной культуры и корпоративных ценностей у персонала предприятия. Психологическое антикризисное управление должно предполагать формирование в сознании руководителя, сотрудников предприятия, его контрагентов позитивного образа, как предприятия, так и государства, это должно отражаться в антикризисной стратегии каждого предприятия.

Таким образом, в работе доказана актуальность выделения психологического антикризисного управления предприятием в отдельный его вид, изучению которого следует уделить особое внимание. Предложено его понятие и основные направления. В результате его реализации повысится качество мотивационных инструментов,

антистрессовых технологий, развития новых навыков и компетенций в выбранном коллективе. Все это способствует повышению результативности антикризисного управления на предприятии в целом.

### **Список использованной литературы:**

1. Гривняк А.И. Социально - психологическое консультирование как механизм антикризисного управления организацией / Актуальные вопросы современного образования. Материалы научно - практической конференции. Ульяновск.: Изд. Ульяновского государственного университета, 2010. – С. 35 - 38.
2. Григорьева О.В., Яковлева Е.Л., Манушин Д.В. и др. Экономическая психология: научные очерки. Казань. Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова, 2016. – 200 с.
3. Доценко А.Н. Психологические факторы антикризисного управления / А.Н. Доценко, А.А. Калмыков // Консультант директора : журнал для руководителя. – 2007. – № 22. – С. 19 - 20
4. Манушин Д.В. Новый взгляд на понятие «кризис» 2013. №15. С. 17 - 24.
5. Манушин Д.В. Проблемы антикоррупционного и антикризисного управления. – 2014. – №1. – С. 56 - 65.
6. Манушин Д.В. Антикризисное управление в макроэкономических системах: теоретические аспекты. Казань. Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова, 2016. – 268 с.
7. Манушин Д.В. Обзор, обобщение и оценка теорий экономических циклов и кризисов. Выделение и сопоставление новых теорий: политико - экономического условного цикла и бесконечного кризиса // Финансы и кредит. 2016. № 2. С. 9 - 26.
8. Манушин Д.В. Истинные причины мировых экономических кризисов и их воздействие на российскую экономику // Финансы и кредит. – 2014. – № 42. – С. 52 - 70.
9. Никитина Н. В. Формирование модели оценки системы антикризисного управления на примере корпорации машиностроительной отрасли Самарского региона / Н. В. Никитина // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2010. – №1 - 2. – С. 46 - 52.
10. Петросян Д. Психологические методы модернизации институциональной системы экономики России // Общество и экономика, 2007. – №7. – С. 80 - 98
11. Селезнев В. Н. Подготовка антикризисных менеджеров методами психологического анализа профессиональной деятельности / В. Н. Селезнев, В. В. Сысоев, И. В. Гайдамашко // Вестник московского государственного областного университета. – 2012. – №2. – С. 155 - 163
12. Токарева Ю.А., Коваленко Т.К. Модель антикризисного управления персоналом предприятия в период социально - экономического кризиса // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 8 - 3. – С. 616 - 619.
13. Ушанов П.В. Антикризисное управление: социально - психологические аспекты / П. В. Ушанов // Деньги и кредит. – 2008. – №6. – С. 61 - 65.

© Е.А. Буранова, 2017

## CONCEPT OF ECONOMY

### Introduction

The purpose of this article is acquaintance by a concept "economy", and also definition of his place in structure of economy.

Basic concepts: economy, economic economy, not economic economy

### Concept of economy

The economy is the system consisting their economic and not economic structural divisions of the economic world. The system of economy in the conditions of a modern world order can't be under construction only on the economic rules of managing based on paid equivalent exchange and rational methods of managing. Thus, the economy is subdivided into economy economic and not economic.

The economy economic is a set of economic entities which interact among themselves by the principle of compensation and cost calculation, pursuing exclusively economic motives and the aims. The economy economic includes mainly structural divisions which function in the form of the market subjects cooperating with each other in commercial purposes by implementation of productive and economic transactions and obtaining by each of them the concrete income. Treat lines of economic economy:

- Production in the form of goods
- Public division of labor and an orientation on release of concrete goods
- The commodity - money relations have general character
- Communication between production and consumption is mediated by the market

The economy not economic is a set of economic agents in the course of whose functioning more not economic targets and motives, and social standings, questions of social wellbeing, social and labor justice, social and economic stratification of society etc. undertake a basis. This results from the fact that as a result of increase in the standard of living in the developed countries of the world within moral values of people the non - material requirements connected with excess of an assessment of living conditions begin to prevail. Thus, new technological systems demand continuous increase in education level, accumulation of knowledge base. It becomes the most important motive of behavior of people. If in industrial society the social behavior of the person was defined by property on material benefits, then in post - industrial education level and ability to create and use intellectual technologies becomes a decisive factor of inclusion of the subject in this or that social group.

The economic subjects which aren't included in performance of not economic works, as a rule, don't bring the economic benefits to society. Besides positive results are shown not directly, and indirectly.

Till a time and time it was possible to carry subsistence economy to not economic farm pattern.

Subsistence economy is called the way of the organization of economic activity at which production is directed directly to satisfaction of own needs of the producer, i.e. intraeconomic

consumption takes place, including, it isn't directed to satisfaction of the economic benefits. However if the subsistence economy prevailed at the preindustrial stage of production, then at an industrial stage dominating there was a commodity form of the organization of economy. And already this form of the organization of economy is carried to economic economy which structure I mentioned earlier.

Treat lines of not economic economy:

- prevalence of manual skills without his division;
- formula of development of economy

1. production
2. distribution
3. consumption

- the ready - made product doesn't become goods;
- the commodity - money relations are absent;

Summing up the results, It should be noted that the economy is the difficult economic system demanding serious approach in studying.

#### **Список использованной литературы:**

- [http://textbook.news/ekonomicheskaya-teoriya\\_781/hozyaystvo.html](http://textbook.news/ekonomicheskaya-teoriya_781/hozyaystvo.html)

© Вингерт А.М. 2016

**УДК 332.025.13**

**Гайдолович А.А., Назаренко Н.А.**

Магистр 1 курса экономического факультета

“Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.Носова”

**Научный руководитель: Т.В.Козлова**

кандидат экономических наук, доцент,

зав. кафедрой бухгалтерского учета и экономического анализа

ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И.Носова"

Г. Магнитогорск, Российская Федерация

### **СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Ключевые слова: внутренний аудит, ревизия, система внутреннего контроля, управленческий учет.

Аннотация. В статье обобщено понятие системы внутреннего контроля, его цель, задачи, субъект, объект, формы, модели и выделены подсистемы. Определены составные элементы системы внутреннего контроля: контрольная среда, средства контроля и информационная система.

**Внутренний контроль** имеет широкое определение как процесс, осуществляемый органом управления организации или другими сотрудниками, с целью получить информацию относительно выполнения следующих задач:

- Эффективность и рациональность деятельности.
- Достоверность финансовой отчетности.
- Соблюдение законов и нормативных актов. [1,с 400].

## Организации системы внутреннего контроля и управления рисками

1. Разработка концептуальных подходов к построению системы внутреннего контроля
  - Концепция по внутреннему контролю
  - Концепция по управлению рисками
2. Разработка концептуальных подходов к построению системы внутреннего контроля
  - Концепция по внутреннему контролю
  - Концепция по управлению рисками
3. Разработка концептуальных подходов к построению системы внутреннего контроля
  - Концепция по внутреннему контролю
  - Концепция по управлению рисками
4. Мониторинг и самооценка системы внутреннего контроля
  - Систематические проверки и контроль за рисками с механизмом обратной связи (мониторинг)
  - Всесторонний и систематический анализ состояния внутреннего контроля и управления рисками (самооценка)



Касательно внутреннего контроля функционирования учетной системы компании п. 2 ст. 19 Закона определяет, что «экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовывать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности».

Сами понятия «внутренний контроль» и «система внутреннего контроля» для отечественного бизнеса являются достаточно новыми. В общем - то, эти термины пришли из аудиторской практики. [2]

**Контрольная среда** - представляет собой совокупность принципов и стандартов деятельности экономического субъекта, которые определяют общее понимание



внутреннего контроля и требования к внутреннему контролю на уровне экономического субъекта в целом. Контрольная среда отражает культуру управления экономическим субъектом и создает надлежащее отношение персонала к организации и осуществлению внутреннего контроля.

**Процесс оценки рисков** - представляет собой процесс выявления и анализа рисков. Для целей настоящего документа под риском понимается сочетание вероятности и последствий недостижения экономическим субъектом целей деятельности. При выявлении рисков экономический субъект принимает соответствующие решения по управлению ими, в том числе путем создания необходимой контрольной среды, организации процедур внутреннего контроля, информирования персонала и оценки результатов осуществления внутреннего контроля. [3]

Цель оценки СВК состоит в том, чтобы получить понимание методов ведения бухгалтерского учета компании и оценить средства контроля настолько, чтобы мы смогли установить риск существенного искажения отчетности для каждой цели аудита и спланировать процедуры по существу. Типология оценки аудитором эффективности СВК определяет стратегию аудита и объем тестов по существу. [7]



В некоторых случаях аудитор может определить, что только при выполнении тестов контроля аудитор может достичь эффективного решения в отношении оцененных рисков существенных искажений по определенному утверждению. В других случаях аудитор может определить, что по определенному утверждению необходимо выполнить только процедуры по существу, и поэтому аудитор исключает влияние контроля из определенной оценки риска. Это может случиться, если процедуры аудитора по оценке риска не выявили эффективного контроля по этому утверждению или потому, что тестирование эффективности контроля не будет целесообразным. Однако аудитор должен удостовериться, что выполнение только процедур по существу по определенному утверждению будет эффективным при снижении риска существенных искажений до приемлемо низкого уровня. Часто аудитор определяет, что комбинированный подход с использованием и тестов контроля, и процедур по существу является более эффективным. Оценив риск системы внутреннего контроля и поняв остаточные риски, которые следует проверить, на базе выполнения контрольного тестирования аудитор может перейти к процедурам по существу в рамках программы аудита.

Таким образом, система внутреннего контроля позволит существенно повысить эффективность системы управления деятельностью организации и обеспечит устойчивое развитие организации.

### **Список использованной литературы:**

1. Бурдуковский С. А. Внешний аудит и внутренний контроль: организация оптимального взаимодействия / Экономические науки. 2010. № 12. С. 368–370.
2. Парамонова Л. Типология и модели организации внутреннего контроля экономического субъекта // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция 2012. № 2. С. 362–365.
3. Бурцев В. Л. Организация системы государственного финансового контроля в Российской Федерации: теория и практика. М: Дашков и К. 2005. 496 с.
4. Постановление Правительства РФ от 23 сентября 2002 года № 696 «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности».

© Гайдолович А.А., Назаренко Н.А.

**УДК 338.48**

**В.И. Гайдук**

д.э.н., профессор

**Д.В. Бахтырева**

студентка

Кубанский государственный аграрный университет  
г. Краснодар, Российская Федерация

### **МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

ООО «Сочинские сезоны» – многопрофильная компания, которая оказывает разнообразные туристско - экскурсионные услуги в Краснодарском крае. Стратегия фирмы направлена на создание уникального туристического продукта высокого качества по приемлемым ценам. Денежная выручка фирмы выросла с 2014 по 2016 гг. на 3,4 % и составила 32,2 млн. руб. Отметим, что наибольший удельный вес в структуре доходов приходится на обслуживание по путевкам. В 2014 - 2016 гг. выручка от данной операции возросла в 5,7 раз.

В исследуемом периоде средние цены при реализации экскурсионных туров возросли. Ввиду превышения темпов роста выручки над темпами роста затрат рентабельность туристических услуг возросла при реализации экскурсионных туров в Абхазию (на 4,5 п. п.), на Красную Поляну (на 11,4 п. п.).

Себестоимость оказания услуг является важнейшим показателем экономической эффективности. В исследуемом периоде производственные затраты снизились на 3587 тыс. руб. или на 11,4 %. Удельный вес затрат на оплату труда достиг 51 %, что на 5 п. п. выше уровня 2014 г. Управление издержками и формированием себестоимости услуг в ООО «Сочинские сезоны» предполагает осуществление следующих мероприятий:

- рост объемов оказываемых туристических услуг на основе снижения издержек и расценок;
- мониторинг себестоимости отдельных туристических услуг;

- использование возможности гибкого ценообразования;
- предоставление объективной информации для составления финансового плана и бюджета;
- оценку деятельности каждого структурного подразделения с финансовой точки зрения.

В ООО «Сочинские сезоны» внимание уделяется ценам на туристические услуги. Формирование расценок происходит с учетом изучения конъюнктуры туристического рынка: уровня спроса, позиций конкурентов.

В условиях деятельности на региональном рынке туристических услуг, маркетинговая деятельность в ООО «Сочинские сезоны» является объективной необходимостью. Система коммерческих, организационно - финансовых функций, направленных на наиболее полное и быстрое удовлетворение спроса потребителей на услуги, должна предусматривать:

- комплексное изучение состояния туристического рынка и перспектив его развития;
- совершенствование форм, методов реализации продукции и услуг;
- разработку системы цен, совершенствование ценовой политики по мере возникновения необходимости;
- организацию рекламной деятельности;
- формирование стратегического плана маркетинга.

Процесс маркетинга в ООО «Сочинские сезоны» представлен на рисунке 1.

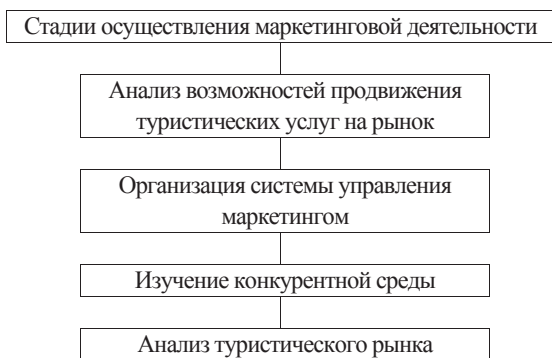


Рисунок 1 – Процесс организации маркетинговой деятельности в ООО «Сочинские сезоны»

Процесс организации маркетинговой деятельности в ООО «Сочинские сезоны» подразумевает активизацию плана реализации, проведение рекламной компании [1, 2, 3]. Внедрение системы маркетинга предполагает исследование российского и регионального туристического рынка. Для устойчивого функционирования на туристическом рынке организация должна изучить возможности роста собственных объемов оказываемых услуг и у конкурентов. Поэтому требуется разработка стратегии, ориентированной на отдельные рыночные сегменты, а также определение преимуществ данной фирмы перед другими участниками рынка [4, 5, 6, 7].

В ООО «Сочинские сезоны» следует не только совершенствовать сбытовую политику, но и создать отдел маркетинга. На базе документально закреплённых положений сбытовой

политики функциональные специалисты могут разрабатывать подробные планы (планы исследований различных аспектов рынка, планы рекламных мероприятий, смета затрат на сбытовую деятельность, планы формирования портфеля заказов и др.). Следует разработать и успешно реализовать стратегию маркетинга, предполагающую:

- стратегию сбыта;
- оптимизацию ценообразования;
- широкое проведение мероприятий по продвижению услуг.

При этом достижение обозначенных целей возможно только при эффективном использовании и профессиональном сочетании всех инструментов маркетинга. Наряду с высоким качеством, основным показателем конкурентоспособности услуг является их цена.

Рекламная компания будет направлена на решение следующих задач:

1. Распространить информацию о существовании фирмы.
2. Информирование об оказываемых услугах.

Для продвижения туристических услуг предполагается использование двух видов рекламы: «престижная» реклама и реклама туров.

Цель «престижной» рекламы – создание корпоративного имиджа и достижение известности торговой марки. Серьезными преимуществами узнаваемой компании являются: благоприятные условия для предложения новых услуг, заинтересованность крупных заказов. Для создания имиджа и популяризации туров могут быть использованы следующие каналы информации: «direct - mail», периодические издания, глобальная мировая сеть Internet. В зависимости от целей рекламной кампании, периода деятельности, конъюнктуры и финансового состояния компании рекламирование должно эффективно сочетать различные типы и виды рекламы и использовать различные каналы информации. Неизменным является единственное правило: реклама достигает успеха, только если имеет регулярный характер.

### **Список используемой литературы**

1. Гайдук В. И. Совершенствование стратегического планирования в организациях розничной торговли / В. И. Гайдук, Э. Е. Такахо, И. Р. Микитаева. – Краснодар, КубГАУ. – 2015. – 120 с.
2. Гайдук В. И. Инновационные технологии в маркетинговом управлении предпринимательскими структурами / В. И. Гайдук, В. Д. Секерин, А. Е. Горохова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – № 112. – С. 1307 - 1319.
3. Гайдук В. И. Использование инструментов маркетинга в птицеводческих организациях / В. И. Гайдук, С. А. Калитко, И. В. Заднепровский // Материалы и методы инновационных исследований и разработок. Сборник статей международной научно - практической конференции: 15 марта 2017 г., г. Екатеринбург. – Ч. 1 – Уфа: АЭТЕРНА. – 2017. – С. 20 - 23.
4. Гайдук В. И. Совершенствование ассортимента ООО «Бумфа Групп» г. Черкесска / В. И. Гайдук, С. А. Калитко, И. М. Хутова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – № 111. – С. 520 - 537.
5. Дворядкин Н.И. Совершенствование внутривозрастных производственных отношений / Дворядкин Н.И., Гайдук В.И. // Аграрная наука. – 1999. – № 8. – С. 4 - 6.
6. Калитко С. А. Управление конкурентоспособностью предприятий - производителей соковой продукции в Южном Федеральном округе РФ / В. И. Гайдук, С. А. Калитко, Е. М.

Черненко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – №114. – С. 850 - 873.

7. Трубилин А.И. Коммерческая деятельность / Березенков В.В., Трубилин А.И., Гайдук В.И., Михайлушкин П.В. // Москва, 2011.

© В.И. Гайдук, 2017

© Д. В. Бахтырева, 2017

УДК 658.1

**А.И. Галиахметова**

**Г.А. Хилажева**

студенты 1 курса направления «Менеджмент», магистерская программа  
«Менеджмент в связях с общественностью и рекламе»

Институт экономики и управления (ИНЭК), ФГБОУ ВО УГАТУ  
г. Уфа, Российская Федерация

## **МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА**

В сложившихся экономических условиях рациональное использование методов стратегического управления позволяет различным предприятиям добиваться устойчивых конкурентных преимуществ и достигать поставленных целей. Как известно, «важной проблемой любой организации, действующей в условиях рынка, является обеспечение своего непрерывного развития. Каждая организация, решая эту проблему, осуществляет кропотливую и трудоемкую работу по созданию и реализации конкурентных стратегий. Количество и сложность ситуаций во внешней среде постоянно растут, поэтому система управления организацией должна приобретать новые качества, увеличивая способность к разработке и реализации адекватных ситуации стратегий» [1, с. 188]. Существует множество методов стратегического управления, каждый из которых, по - своему, уникален. В таблице 1 приведены классификации методов стратегического управления.

Таблица 1

| Критерии классификации        | Методы  |
|-------------------------------|---|
| По степени универсальности    | - комплексные методы<br>- ситуационные методы   |
| По функциональному назначению | - методы анализа<br>- методы прогнозирования<br>- методы принятия решений<br>- методы контроля<br>- методы выявления риска<br>- методы планирования |
| По объекту исследования       | - внутренняя среда<br>- внешняя среда<br>- продукт или рынок.   |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| По способу осуществления анализа | <ul style="list-style-type: none"> <li>- экспертные</li> <li>- графические</li> <li>- матричные</li> <li>- методы моделирования</li> <li>- декомпозиционные методы</li> </ul> |
|----------------------------------|---|

Несмотря на большой выбор рассмотренных методов стратегического управления, российские компании нефтегазового комплекса использует далеко не все из них, а ограничиваются лишь небольшим количеством инструментов, которые применяются, в основном, на стадии анализа внутренней среды. Самыми распространенными методами, применяемыми предприятиями нефтегазового комплекса являются: аудит, самооценка, диаграмма Ганта, система сбалансированных показателей, цепочка ценностей, сетевые графики, дерево целей, мозговой штурм, матрица БКГ, модель Портера, PEST - анализ, SWOT –анализ. Все перечисленные методы применяются на определенных этапах стратегического управления. Например, на этапе планирования рационально использовать такие методы как дерево целей или метод мозгового штурма для формирования единой политики предприятия и создания стратегических целей на долгосрочную перспективу. При осуществлении прогнозирования целесообразно использование методов системного анализа - «GAP - анализа», «Кривой опыта», метода LOTS. Метод LOTS применяется нефтяными компаниями, которые непосредственно напрямую взаимодействуют с потребителями и прибегают к клиентоориентированному подходу. Для газового бизнеса данный метод не очень актуален, в связи с отсутствием конкуренции.

Стратегический анализ предприятия является одним из ключевых факторов формирования стратегии развития. Систематизация методик стратегического анализа и изучение особенностей функционирования предприятий нефтегазового комплекса позволяет применить инструментарий стратегического управления с учетом специфики их деятельности в России. Например, для анализа конкурентных позиций предприятий нефтегазового комплекса актуально применение методов бенчмаркинга, модели пяти сил конкуренции Портера. В частности, анализ пяти конкурентных сил по модели Портера может быть использован в условиях конкуренции на рынке нефтепродуктов. Для анализа факторов конкурентного окружения целесообразно применять и SWOT - анализ. В газовом бизнесе популярность набирает PEST - анализ для определения долгосрочных возможностей в прогнозируемых условиях внешней среды. Проведение анализа внутренней среды может быть осуществлено с помощью ключевых компетенций или коллективных конкурентных преимуществ. Формирование нескольких вариантов альтернативных стратегий и выбор наиболее оптимальной из них обеспечивается методами портфельного анализа, которые являются подходящими для предприятий нефтеперерабатывающей промышленности и сферы реализации нефтепродуктов.

Таким образом, рассмотрев набор инструментов стратегического управления, можно сделать вывод, что правильно подобранные методы стратегического управления определяют перспективные направления развития нефтегазового комплекса, устанавливают долгосрочные цели, предотвращают возникновение угроз, задают оценку сильных и слабых сторон предприятия с позиции конкурентоспособности продукции и изменений окружающей среды, создают основу для распределения имеющихся и

прогнозируемых резервов добываемого сырья. Вместе с тем, работа по стратегическому развитию предприятий нефтегазового комплекса должна вестись непрерывно, т.к. «стратегический менеджмент – разработка и реализация стратегии организации, позволяющей быть конкурентоспособной на рынке, быстро реагировать на изменения окружающей среды и удовлетворять потребности клиентов» [2, с. 152].

#### **Список использованной литературы:**

1. Рувенный И.Я. О содержании учебной дисциплины «Стратегический менеджмент» // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2008. № 9 (16). С. 188 – 189.

2. Рувенный И.Я., Кузнецова Е.В. Методические вопросы преподавания стратегического менеджмента и маркетинга слушателям программ дополнительного образования // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2008. № 3 (10). С. 151 – 153.

© А.И. Галиахметова, Г.А. Хилажева, 2017

**УДК 656**

**Гарник С.В.**

студент 2 курса ИОМ, кафедра логистики  
Государственный университет управления (ГУУ)  
г. Москва, Российская Федерация

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СКЛАДСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Склад является одним из основных логистических концентрационных и распределительных элементов в цепочках поставок при добыче, производстве, транспортировке товарных продуктов по каналам товаропроводящих и торговых сетей.[1]

Опыт многих предпринимательских организаций и дистрибьюторских компаний свидетельствует о том, что значительная часть логистических издержек приходится на содержание функционирования складского хозяйства и запасы. Следовательно, складская логистика требует использования повсеместного, постоянного использования логистических подходов и инновационных технологий в логистике.

Ошибки управления запасами в условиях роста оборота компании - дистрибьютора негативно отражаются на уровне удовлетворения спроса и влекут непропорциональный рост потребности в складских площадях. В свою очередь, ошибки при проектировании склада (выбор места дислокации и помещения под склад, оснащение оборудованием) приводят к значительному росту затрат на складскую обработку товаров и росту расходов на транспортировку. Анализ деятельности многих дистрибьюторских компаний доказывает существование зависимости между основными экономическими показателями работы компании - дистрибьютора и подходами к управлению запасами и складами. Таким образом, склад следует признать важнейшим элементом цепи поставок с большим потенциалом сокращения издержек. [2]

Эксперты в области складских технологий на практике, как правило, сталкиваются со следующими проблемами:

- недостаточная пропускная способность существующих складских комплексов;
- ошибки планирования потребности в складских площадях с учетом планов по развитию компании;
- неоптимальные параметры технологических зон и оборудования склада, приводящие к проблемам при обработке грузов (недозагрузка оборудования, нарушение норм и правил хранения, лишние перемещения);
- простой техники и персонала или авралы;
- низкая квалификация и текучка персонала;
- хищения и порча товаров в процессе хранения;
- ошибки комплектации заказов и учета товаров;
- неэффективное распределение функций, полномочий и зон ответственности;
- отсутствие критериев оценки персонала и склада в целом;
- недовольство клиентов.

Препятствия, мешающие повысить эффективность складских комплексов, можно разделить на четыре группы: организационные (функции, полномочия, зоны ответственности), технологические (последовательность выполнения операций, методы и алгоритмы), информационные (информационные системы учета и обработки данных, средства коммуникации) и технические (наличие техники и оборудования, степень изношенности ресурсов, соответствие требованиям).

Выбирая направление оптимизации, в первую очередь стоит подумать о совершенствовании процессов и технологии выполнения работ - именно здесь возможно относительно быстро получить результат при использовании имеющегося оборудования. Процесс оптимизации складских технологий состоит из нескольких последовательных этапов: исследование технологических процессов (логистическая экспертиза), разработка объемно - планировочных решений и проектирование технологии работы склада, подготовка склада к внедрению изменений и собственно внедрение [4].

Цель первого этапа - обнаружить ключевые проблемы, решение которых даст наиболее ощутимый результат при минимальных затратах материальных ресурсов и времени. Для достижения цели следует составить перечень бизнес - процессов, исследовать их, провести оценку и ранжирование выявленных проблем. Как правило, можно выделить складские бизнес - процессы (приемка товаров, размещение, комплектация и отгрузка заказов, инвентаризация и т.п.) и смежные процессы, которые реализуют взаимодействие склада и смежных с ним подразделений (управление запасами, закупки товаров, организация поставок товаров на склад, и доставка заказов клиентов).

Цель второго этапа - разработка эффективных решений, направленных на сокращение операционных затрат и повышение качества работы складской логистики. Для достижения цели необходимо осуществлять и производить следующие действия.

Расчет нормативов запасов по основным группам товаров с учетом статистики, прогноза развития бизнеса и задаваемого уровня обеспечения спроса.

Оценка товарных и транспортных потоков по приходу - отгрузке.

Определение необходимого количества и конструкций мест хранения (стеллажное, напольное, элеваторы) на основании информации о планируемом грузопотоке и весогабаритных характеристиках обрабатываемых грузов.



Зонирование склада (определение размеров зон приемки, хранения, комплектации, отгрузки, количества и типов мест разгрузки - погрузки).

Определение потребности в специализированных зонах - карантина, экспедиции и т. д.

Разработка модели распределения потоков товара по зонам склада.

Разработка алгоритмов эффективного размещения товаров по местам хранения и маршрутам комплектации, передвижения товаров внутри склада (уплотнение товаров на местах хранения, пополнение зоны оперативного подбора и т. д.).

Разработка алгоритмов вспомогательных складских операций (обработка заказов до начала комплектации, устранение ошибок, выявляемых в процессе контроля подобранных заказов, обработка возвратов и т. д.). [3]

Проектирование технологических бизнес - процессов складского комплекса (разработка стандартных процедур, технологических карт, типовых отчетных документов).[1]

Цель третьего этапа - оптимальное распределение функций, полномочий и зон ответственности персонала склада на основе процессного подхода. Поэтому здесь все планируемые операции на складе подлежат тщательной проработке и описанию в виде рабочих инструкций и должны быть отражены в документах и информационной системе. Желательно использовать стандартные (для компании) формы внутренних документов, дублирующие операции должны быть исключены; необходимо назначить сотрудника, ответственного за процесс или операцию. Следует регистрировать и накапливать информацию, необходимую для принятия управленческих решений, мониторинга работы склада - функционал системы автоматизации склада должен быть использован максимально.[7]

Цель четвертого этапа - практическая реализация решений, направленных на оптимизацию складских технологий, получение максимального эффекта от изменений. Проект оптимизации работы склада можно считать удачным только после того, как все изменения внедрены.

Оптимизация складских технологий обязательно требует доработки информационной системы. Поэтому при внедрении новой технологии в первую очередь необходимо совершенствовать ИТ - поддержку системы управления. Параллельно с ее доработкой можно провести необходимые изменения топологии склада, а также обучение штатного персонала [6].

Контроль внедрения изменений, своевременная корректировка решений, тестирование внедряемых элементов информационной системы, разработка функциональных инструкций, обучение персонала - во всех перечисленных задачах обязательно должны участвовать эксперты, профессиональные специалисты, авторы решений и мероприятий.

Важно отметить роль экспертов - логистов как в решении специальных логистических задач, так и в разработке технического задания для модернизации складской информационной системы. При внедрении изменений технологического процесса эксперты - логисты за сравнительно короткий срок помогут существенно снизить риски переходного этапа, подготовить штатный персонал и получить в итоге максимальный эффект.

#### **Список используемой литературы:**

1. Логистика: тренинг и практикум. Аникин Б.А., Вайн В.М., Водянова В.В., Воронов В.И., Гапонова М.А., Ермаков И.А., Ефимова В.В., Заичкин Н.И., Кравченко М.В.,

Пузанова И.А., Родкина Т.А., Серова С.Ю., Серышев Р.В., Федоров Л.С. Учебное пособие / Москва, 2014.

2. Логистический портал - <http://www.xcomp.biz/tema-7-logistika-skladirovaniya.html>.

3. Никифоров В.В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок.

4. Зуев В.А. к.т.н., доцент, Федосеев В.В., Горбунов Д.Ю. Логистика складских комплексов. Проблемы и решения.

5. Логистика: тренинг и практикум. Аникин Б.А., Вайн В.М., Водянова В.В., Воронов В.И., Гапонова М.А., Ермаков И.А., Ефимова В.В., Заичкин Н.И., Кравченко М.В., Пузанова И.А., Родкина Т.А., Серова С.Ю., Серышев Р.В., Федоров Л.С. Учебное пособие / Москва, 2014.

6. Воронов В.И. Методологические основы формирования и развития региональной логистики: Монография. – Владивосток: Изд - во Дальневосточного Университета, 2003. – 316 с.

7. Воронов В.И., Пичейкина А.С. Совершенствование системы складирования предприятия пищевой промышленности с использованием логистических подходов. Вестник Государственного университета управления. ГУУ. № 4 (17) г. Москва, 2006 г.

© С.В Гарник

**УДК 656**

**Гарник С. В.**

студент 2 курса ИОМ, кафедры логистики  
Государственный университет управления (ГУУ)  
г. Москва, Российская Федерация

## **СМЕШАННЫЕ (ИНТЕРМОДАЛЬНЫЕ) ПЕРЕВОЗКИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ**

**Аннотация:** в представленной статье исследователями рассматривается вопрос интермодальных перевозок. В работе приводится определение термина «интермодальная перевозка», перечисляются ее признаки, а также обосновываются положительные стороны данного вида перевозок.

**Ключевые слова:** перевозка грузов, интермодальная перевозка.

Перевозки грузов разделяются по характеру грузов и видам транспорта, а также по числу видов транспорта участвовавшие в перевозочном процессе. В международных перевозках могут выявляться дополнительные сложности, которые связаны с прохождением вашим товаром контроля сначала на таможене страны выезда, а затем и на таможене страны въезда.

Интермодальная перевозка – это сложный процесс доставки груза несколькими видами транспорта по единому перевозочному документу с его перегрузкой в пунктах перевалки с одного вида транспорта на другой без участия грузовладельца. При использовании интермодальной перевозки грузовладелец заключает договор на перевозку груза по всему маршруту следования с одним посредником. Чаще всего оператором выступает

экспедиторская компания, которая выступает от имени грузовладельца и осуществляет все транспортные операции на пути следования груза [1].

Признаками интермодальной перевозки являются:

- присутствие оператора, осуществляющего перевозку от начального до конечного пункта пути следования;
- единый сквозной тариф за перевозку;
- единый транспортный документ;
- единая ответственность за груз и исполнение договора перевозки.

Интермодальный вид перевозок применяют при международных перевозках. Груз помещают в специальные съемные контейнеры. Это делается для того, чтобы упростить процедуру перегрузки с одного транспорта на другой. Для заказчика интермодальные перевозки удобны тем, что заключается договор с одной логистической компанией, которая организует весь транспортный процесс. Ответственность за груз при этом лежит на каждом отдельном перевозчике с момента получения им груза.[4 - 5]

Для того чтобы контролировать интермодальные перевозки используются логистические информационные системы, позволяющие управлять всем процессом перевозки. На сегодняшний день информационные системы дают возможность осуществлять планирование, управление и контроль всего процесса перевозки негабаритных грузов в режиме реального времени [2].

Рассмотрим плюсы интермодальных перевозок:

1. Такой способ доставки значительно сокращает расходы заказчика. Каким транспортом ни доставлялся бы груз, в любом случае, транспортировка в рамках одной компании, безусловно, дешевле, чем подобные услуги двух разных логистических сервисов.

2. Интермодальные перевозки грузов способствуют скорейшему его получению заказчиком.

3. Интермодальные перевозки обеспечивают грузу безопасность. Выбирая двух разных перевозчиков, нельзя быть полностью уверенным в том, что в месте стыковки грузу не будет нанесен урон. В тот момент, когда товар передается «из рук в руки», ответственность за него не несет никто. Потеря части груза, его поломка – то, что точно не случится, если на всех отрезках пути его будет сопровождать одна и та же компания - перевозчик [3].

Для того чтобы организовать бесперебойную и быструю работу системы, осуществляющей мультимодальные перевозки, нужна хорошо развитая транспортная инфраструктура, главным элементом которой является система терминалов. В настоящее время количество терминалов, как государственных, так и частных, увеличивается [3].

### **Список используемой литературы:**

1. Алдакушева А.Б. Логистика / А.Б. Алдакушева. – М.: Прондо, 2016. – 204 с.
2. Алдакушева А.Б. Сбытовая логистика (тезисы доклада) / А.Б. Алдакушева, А. Непарко // Наука сегодня: теоретические и практические аспекты: Международная научно - практическая конференция. Научный центр «Олимп». – М., 2015. – С. 375–378.
3. Организация перевозок в смешанном сообщении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.skyhighhobbies.com/lektcii-po-distipline-logistika/16-konspekt-lekcij-po-discipline-obshhij-kurs/313-organizacija-perevozok-v-smeshannom-soobshhenii.html> (дата обращения: 26.01.2017).

4. Логистика: тренинг и практикум. Аникин Б.А., Вайн В.М., Водянова В.В., Воронов В.И., Гапонова М.А., Ермаков И.А., Ефимова В.В., Заичкин Н.И., Кравченко М.В., Пузанова И.А., Родкина Т.А., Серова С.Ю., Серышев Р.В., Федоров Л.С. Учебное пособие / Москва, 2014.

5. Воронов В.И., Воронов А.В. Международные товаропроводящие сети. Маркетинг. 2013. № 6 (133). С. 20 - 28.

© С.В.Гарник

**УДК 338**

**Я.В. Ямилова**

магистрант 2 курса Института нефтегазового бизнеса  
Уфимский государственный нефтяной  
технический университет  
Г. Уфа, Российская Федерация  
Научный руководитель: М.В. Герасимова  
к.э.н., доцент кафедры «Экономика и управление  
на предприятии нефтяной и газовой промышленности»  
Уфимский государственный нефтяной  
технический университет

## **ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРОЕКТОВ**

### **Аннотация**

В статье рассмотрены современные проблемы нефтегазовой отрасли, а также показано их влияние на стратегическое управление рисками нефтегазовых проектов.

Нефтегазовая отрасль является одной из самых капиталоемких и высокорискованных отраслей промышленности [2, с. 18].

Изменения в экономической и политической среде, произошедшие за последние пару лет, уже успели серьезно повлиять на инвестиционные проекты отечественных нефтегазовых компаний [1, с. 23]. Также вместе с ростом степени неопределенности, российским компаниям трудно планировать инвестиции в масштабные проекты, ряд которых рассчитан как минимум на 20 лет.

Можно выделить ряд проблем с которыми столкнулись крупные проекты в нефтегазовой отрасли (таблица 1).

Резкое падение цен на нефть значительно отразилось на многих запланированных проектах и даже некоторых действующих, и свело их прибыльность к нулю. Кроме того, никто не может предположить, насколько низко могут упасть цены на нефть или когда они начнут повышаться. Но однозначно повышается риск снижения проектной выручки, ликвидности проекта, а также заморозки проекта в будущем.

Таблица 1 - Современные проблемы в нефтегазовой отрасли

| Современные проблемы                        | Последствия их реализации для нефтегазового проекта  |
|---|--|
| Падение цены на нефть                       | - снижение проектной выручки;<br>- заморозка инвестиционных и инновационных проектов;<br>- снижение ликвидности проекта.   |
| Санкции                                     | - снижение внешнего проектного финансирования;<br>- ограничения по импорту высокотехнологичного оборудования и кадров;<br>- снижение ликвидности проекта;<br>- повышение стоимости технологий. |
| Изменение геополитической ситуации          | - усиление конкуренции;<br>- снижении цены на нефть.   |
| Выход на рынок альтернативных видов топлива | - снижение спроса на продукт проекта;<br>- снижение цены на нефть;<br>- усиление конкуренции.  |
| Увеличение доли трудно извлекаемых запасов  | - повышение сметной стоимости проекта.   |

Введение санкций также увеличивают риски нефтегазовых проектов, т. к. в долгосрочной перспективе обеспечение устойчивых объемов добычи нефти планируется за счет ввода в оборот нефти трудноизвлекаемых запасов и запасов на шельфе (в том числе Арктики).

Изменения геополитической ситуации происходит, главным образом, за счет возвращения на мировой рынок Ирана, обладающего большими по величине в мире запасами нефти, что ухудшает дисбаланс спроса и предложения и, таким образом, станет новым постоянным фактором снижения цен на нефть, а также за счет снижения спроса со стороны Китая, который является вторым крупным потребителем нефти, что связано с замедлением темпов роста ВВП страны.

Выход на рынок альтернативных видов топлива, например сланцевой нефти, может увеличить риск снижения спроса на продукт проекта. В перспективе к 2030 году ожидается значительный рост добычи нефти в США – до 594 млн тонн. Прирост будет обеспечен именно нефтью сланцевых плеев и составит 416 млн тонн [3, с. 111].

Доля трудноизвлекаемых запасов достигла 65 % от всех запасов нефти в России. При разработке месторождений трудноизвлекаемых запасов эксплуатация скважин осложняется проявлением высокой вязкости и подвижности нефти, образованием асфальтосмолопарафиновых отложений, и сопровождается существенным снижением продуктивности добывающих и нагнетательных скважин. Такие проблемы успешно решаются с помощью разработки и внедрения новых химических реагентов и технологических жидкостей во всех процессах нефтедобычи, что ведет к значительному увеличению сметной стоимости проекта.

Проанализировав современные проблемы в нефтегазовой отрасли можно сделать вывод, что стратегическое управление рисками должно осуществляться комплексно и скоординировано.

Система стратегического управления рисками [3, с. 110] нефтегазовых проектов должна учитывать особенности специфических отраслевых рисков, а также позволить снизить влияние риска на проект и минимизировать издержки.

#### **Список использованной литературы:**

1. Авдеева Л.А., Герасимова М.В. Проблемы стандартизации управления нефтегазовыми инвестиционными проектами // Интернет - журнал «Науковедение». - 2015. - Т. 7. - № 3. - С. 23

2. Герасимова М.В., Авдеева Л.А. Методический подход к оценке совокупного риска строительного предприятия // Интернет - журнал «Науковедение». - 2015. - Т. 7. - № 3. - С. 18.

3. Герасимова М.В., Сулейманова Р.А. Вопросы оценки эффективности нефтегазового проекта в рамках управления проектными ограничениями. В сборнике: Закономерности и тенденции формирования системы финансово - кредитных отношений. Сборник статей международной научно - практической конференции: в 3 частях. 2016. С.109 - 113.

© М.В.Герасимова, Я.В. Ямилова 2017

**УДК 338**

**Гимаева Э.Р.,**  
Студентка 3 курса  
**Вишневская Н.Г.,** к.э.н, доцент  
ИНЭФБ, БашГУ  
г. Уфа, Российская Федерация

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ**

Развитие общественного сектора экономики всегда определяется объемом и структурой доходов и расходов государства. Их исследование позволяет определить возможности обеспечения устойчивого развития экономики страны.

В следствии проведенного анализа доходов государственного бюджета Российской Федерации показывают, что основным источником доходов выступают налоговые поступления в бюджет. [1, с. 98]

Совершенствование общественного сектора экономики будет зависеть от того, как именно будут решаться четыре наиважнейшие проблемы. В качестве первой проблемы выступает отсутствие условий снижения зависимости поступления финансовых ресурсов в государственный бюджет от возможных колебаний на мировых рынках сырьевых продуктов. Резкий рост цен на нефть в последние годы определил рост доходов российского бюджета, что, в свою очередь, позволяет повысить расходы в абсолютном

измерении. Проблема заключается не в росте доходов бюджета, а оценке возможных последствий снижения цен на нефть.

Второй проблемой является проблема обеспечения наиболее эффективного использования ресурсов, выделяемых на обеспечение национальной безопасности государства.

К третьей проблеме можно отнести необходимость повышения эффективности расходов, обеспечивающих развитие приоритетных социальных отраслей. В качестве главных задач здесь выступают повышение ответственности соответствующих социальных служб за предоставляемые услуги населению, создание прозрачных механизмов финансирования их деятельности, обеспечение адресной социальной помощи с учетом результатов оценки реальной нуждаемости в социальной помощи со стороны государства. [2, с. 95]

Другой важной проблемой развития бюджетной составляющей общественного сектора выступает проблема эффективного управления государственным долгом. Следует отметить, что именно от эффективности решения данной задачи зависит способность государства обеспечить в необходимом объеме финансирование приоритетных социальных отраслей. Одним из мер оценки эффективности управления внешним государственным долгом страны может выступать соотношение объема внешнего государственного долга государства к объему золотовалютных резервов страны. Например, по сообщению Департамента внешних и общественных связей ЦБ РФ, по состоянию на 24 сентября 2004 г. соответствующий объем золотовалютных резервов оценивался в 94,3 млрд. долл. США, что соответственно больше на 1 % объема внешнего государственного долга России, равного 93,5 млрд. долл.

При существовании положительной тенденции в форме сокращения внешнего государственного долга наблюдается обратная тенденция в форме роста внутреннего государственного долга. [3, с. 56]

Таким образом, развитие общественного сектора экономики России, определяющее социально - экономическое положение страны в целом, будет зависеть от решения в среднесрочной перспективе таких задач как снижение зависимости поступления финансовых ресурсов в государственный бюджет от возможных колебаний на мировых рынках сырьевых продуктов, эффективное использования ресурсов, выделяемых на обеспечение национальной безопасности государства, повышение результативности расходов, обеспечивающих развитие приоритетных социальных отраслей, формирование государственного долга и его управление.

Оценка общественного сектора экономики предполагает анализ демографической ситуации и трудовых ресурсов в стране.

Отсюда следует, что в качестве положительных тенденций развития общественного сектора экономики России выступает усиление его роли в экономике, повышение эффективности использования федерального имущества, но при этом наблюдаются негативные тенденции, обусловленные отсутствием четких механизмов повышения качества использования имеющихся ресурсов как в краткосрочной перспективе (например, бюджетные ресурсы), так в долгосрочной перспективе (например, обеспечение роста численности населения в трудоспособном возрасте).

#### **Список используемой литературы:**

1. Ахинов Г.А. Экономика общественного сектора. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2006. – 130 с.

2. Еремина Т., Матягина В. Проблемы развития секторов российской экономики // Вопросы экономики. – 2004. – № 7. – С. 86–95.

3. Улюкаев А.В. Проблемы государственной бюджетной политики: Науч. - практ. пособие. – М.: Дело, 2004. – 126 с.

© Гимаева Э.Р., Вишневецкая Н.Г., 2017

УДК33

Д.э.н., профессор. **Гладилин А.В.** СКФУ.

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Стабильная политическая обстановка в стране - необходимое условие функционирования туристского бизнеса[17]. Кроме того, для развития туризма в той или иной стране важны международные отношения, сложившиеся с другими государствами; состояние торгового и платежного баланса данной страны и ее партнеров; международная обстановка в мире или в отдельно взятом регионе[1,16].

Рост доходов населения в экономически развитых странах позволяет населению этих стран тратить больше денег на путешествия[2]. Анализ доходов туристов из ряда европейских стран позволил выявить, что в туристском потоке почти всех стран по материальному положению преобладают представители среднего класса.[3]. На развитие туризма значительное влияние оказывают внешнеэкономическая деятельность государств, процессы интеграции и глобализации, происходящие во всех отраслях мировой экономики[4,16]. Это способствует росту деловой активности населения планеты и появлению различных новых видов делового туризма. Однако такие явления в экономике, как ужесточение таможенных формальностей, финансовая нестабильность (инфляция, стагнация), экономические забастовки, могут значительно сдерживать деятельность организаций индустрии туризма[5]. На развитие туризма влияет рост численности населения, особенно городского[6]. Городской стиль жизни, по мнению психологов, отличают стресс, анонимность жизни, отсутствие контактов с людьми, отрыв от природы [7,15]. В этой связи туризм для жителей городов помогает обрести душевное равновесие. Одним из средств восстановления и поддержания трудоспособности является туризм. С увеличением количества свободного времени в жизни людей обозначились две главные тенденции - дробление отпускного периода и рост непродолжительных поездок, т.е. туристские поездки становятся менее продолжительными, но более частыми [8,14]. Кроме того, на развитие туризма влияют такие факторы, как старение общества, более позднее вступление в брак, повышение количества одиноких людей, увеличение числа работающих женщин, планирование рождения ребенка, рост числа бездетных семейных пар[9,13]. Этот сегмент рынка является очень привлекательным для организаций индустрии туризма, так как пенсионеры обладают практически неограниченным свободным временем и относительно высокой покупательной способностью[10]. Учитывая важность данного сегмента рынка, ВТО посвятила одну из своих конференций вопросам развития туризма для «лиц третьего возраста», в ходе которой был разработан ряд рекомендаций для



работников туристической индустрии, а именно: в программах для данной группы туристов предусмотреть дополнительные меры безопасности, медицинское обслуживание, предоставление ясной и четкой информации об организации отдыха[11,12]

### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Маркетинговые инновации и технологический прогресс в туристско - рекреационной сфере региона. В сборнике: ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 106 - 109.
2. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
3. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Костоков К.И. Региональная экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования, «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016. Том Часть 1 (2 - е издание)
4. Гладилин В.А. Экономико - математические модели планирования туристской деятельности. В сборнике: Интеграционные процессы в науке в современных условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 25 - 27.
5. Гладилин В.А. Развитие экспорта зерна и продуктов его переработки. В сборнике: Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.
6. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Пути развития интеграции информационного пространства рынка туристических услуг. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 37 - 39.
7. Гладилин В.А. Этапы инвестиционной привлекательности региона, как факторы развития территории. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 39 - 41.
8. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Инновационные подходы в развитии малого и среднего бизнеса Северо - Кавказском федеральном округе. В сборнике: Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 40 - 42.
9. Гладилин А.В., Гладилин В.А. Экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016.
10. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым). Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.

11. Гладилин В.А., Нечаева С.В., Карасева С.А. Инновации в развитии туристско - рекреационного комплекса региона на основе повышения его инвестиционной привлекательности (на примере региона КМВ). Экономика и предпринимательство. 2016. № 2 - 2 (67 - 2). С. 250 - 254.

12. Гладилин В.А., Котова Т.Н. Инновационные решения для экономического развития туристических кластеров, как фактор развития внутреннего туризма региона. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 8 - 1 (20). С. 99 - 102.

13. Гладилин В.А. Анализ и пути повышения эффективности функционирования рекреационной сферы на основе экономических кластеров Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и региона КМВ). Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2015. № 4. С. 20 - 24.

14. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве (на материалах растениеводства Ставропольского края). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь, 2006.

15. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Основные принципы разработки кластерной стратегии инновационного развития субъекта РФ . Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 3 (39). С. 10.

16. Гладилин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.

17. Гладилин В.А. Системы управления в туристско - рекреационном комплексе региона. В сборнике: **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ**. Сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 87 - 89.

© Гладилин А.В.

## УДК33

Д.э.н., профессор. **Гладилин А.В.** СКФУ.

Д.э.н., профессор. **Воробьев Н.Н.** СКФУ.

## СЕГМЕНТАЦИЯ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Смысл сегментации рынка заключается в том, что туристская организация не распыляет свои усилия, а концентрирует их на наиболее перспективном для нее сегменте.[1,12]. Специалисты выделяют три основные группы критериев (географические, социодемографические и психолого - поведенческие), на основании которых туристские организации проводят сегментирование потребителей[16]. Часто бывает нелегко провести четкую границу между отдельными сегментами по мотивации: деловой туризм может сочетаться с познавательным, спортивный - с рекреационным[2]. Усложнение туристских

потребностей обуславливает возникновение не только совершенно новых сегментов в туристском спросе, но и значительное число смешанных форм туризма[3]. Сегментирование туристского спроса имеет тенденцию к бесконечности, что обуславливают такие факторы, как растущие потребности человека и значение отдыха и туризма в жизни общества. В настоящее время в мире насчитывается свыше 300 видов и подвидов путешествий, список которых постоянно дополняется новыми разновидностями, способными удовлетворить самые разнообразные желания и потребности людей [4]. Как правило, сегментирование туристского рынка осуществляется не по одному, а по нескольким критериям, что позволяет более точно учесть различные запросы и мотивы потребителей при создании новой туристской услуги [5]. При выборе туристской услуги потребитель руководствуется целым комплексом мотивов, из которых лишь некоторые имеют существенную значимость[6,13]. Эти мотивы объединяются в многокомпонентные комплексы ощущений и желаний, в значительной мере усиливающих свое влияние на механизм и результат принятия потребителем окончательного решения[8]. Потенциальным туристом может быть принято решение о приобретении туристской услуги, соответствующей одновременно нескольким мотивационным исходам[7]. Таким образом, понимание туристских мотивов позволяет обеспечивать соответствие спроса и предложения и, как результат, повышение конкурентоспособности предприятия за счет удовлетворения потребностей туриста в конкретном туристском продукте [9,14].

При создании и реализации туристской услуги организации должны учитывать соотношение главного и вторичных мотивов путешествия, которые определяют выбор туриста [10]. Это позволит туристской организации эффективно построить систему планирования, разработки и реализации туристской услуги[12]. Таким образом, перед организациями индустрии туризма стоит задача предложения потребителям такой туристской услуги, которая бы максимально учитывала туристские мотивы и была уникальна в своем роде[11,14]. Этого можно достичь путем разработки туристской услуги с учетом индивидуальных особенностей потребителей, а также удовлетворения их ключевых потребностей. Однако в настоящее время в организации индустрии туризма для сохранения потребителей (создания лояльных клиентов) очень важно удовлетворение туриста от поездки. Потребитель удовлетворен, если его ожидания оправдались[13,15].

### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Маркетинговые инновации и технологический прогресс в туристско - рекреационной сфере региона. В сборнике: ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 106 - 109.
2. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
3. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Костоков К.И. Региональная экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования, «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016. Том Часть 1 (2 - е издание)

4. Гладилин В.А. Экономико - математические модели планирования туристской деятельности. В сборнике: Интеграционные процессы в науке в современных условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 25 - 27.

5. Гладилин В.А. Развитие экспорта зерна и продуктов его переработки. В сборнике: Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.

6. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Пути развития интеграции информационного пространства рынка туристических услуг. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 37 - 39.

7. Гладилин В.А. Этапы инвестиционной привлекательности региона, как факторы развития территории. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 39 - 41.

8. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Инновационные подходы в развитии малого и среднего бизнеса Северо - Кавказском федеральном округе. В сборнике: Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 40 - 42.

9. Гладилин А.В., Гладилин В.А. Экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016.

10. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым). Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.

11. Гладилин В.А., Нечаева С.В., Карасева С.А. Инновации в развитии туристско - рекреационного комплекса региона на основе повышения его инвестиционной привлекательности (на примере региона КМВ). Экономика и предпринимательство. 2016. № 2 - 2 (67 - 2). С. 250 - 254.

12. Гладилин В.А., Котова Т.Н. Инновационные решения для экономического развития туристических кластеров, как фактор развития внутреннего туризма региона. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 8 - 1 (20). С. 99 - 102.

13. Гладилин В.А. Анализ и пути повышения эффективности функционирования рекреационной сферы на основе экономических кластеров Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и региона КМВ). Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2015. № 4. С. 20 - 24.

14. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве (на материалах растениеводства Ставропольского края). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь, 2006.

15. Гладиллин В.А., Гладиллин А.В. Основные принципы разработки кластерной стратегии инновационного развития субъекта РФ . Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 3 (39). С. 10.

16. Гладиллин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.

© Гладиллин А.В. ,Воробьев Н.Н.

УДК33

К.э.н., Гладиллин В.А. СФ МПГУ.  
Ст. преподаватель., Зацаринина А.В. ИДНК.

## **ИНВЕСТИЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

Существенное значение имеют составляющие, образующие как бы «престижный фон» для туристских услуг и их производителей - создание и использование в продвижении туристских услуг образа страны (региона), которая является объектом показа туристам [1]. Процесс создания фирменных российских туристских услуг осложнен множеством объективных и субъективных факторов. Дальнейшее развитие въездного туризма невозможно без активного продвижения национального российского турпродукта на международном рынке, формирования за рубежом образа России как страны, благоприятной для туризма [2]. На мировом рынке почти отсутствует реклама о неповторимости большинства регионов России и продуманные туристические предложения (каталоги) по темам, маршрутам, размещению и т.д., дифференцированные по уровню доходов и по различным социальным группам населения[3]. Кроме того, для развития въездного туризма необходимо развитие событийного туризма[4]. В настоящее время ощущается недостаток ярких, событийных мероприятий, которые смогли бы привлечь в Россию дополнительный поток иностранных туристов[5]. Эта задача должна решаться прежде всего на государственном уровне. Вопрос об инвестициях в туристскую отрасль является одним из основных условий ее успешного развития[7]. В ситуации, когда государство не может полностью финансировать строительство и реконструкцию объектов туристской инфраструктуры, ставится задача привлечения частных средств[6]. Частный инвестор, отечественный или иностранный, заинтересован в возвратности вложенных денег[8]. Для того чтобы это стало возможно, проводятся различного рода маркетинговые исследования, рассчитываются бизнес - планы и составляются инвестиционные проекты [9]. Однако эти методы подходят только к какому - либо отдельному объекту, а если речь идет о развитии целых регионов, то здесь применимы макро - и мезоэкономические методы, основанные на характеристиках инвестиционного климата в целом [10]. При этом учитываются такие показатели, как состояние нормативной базы в регионе, уровень политической стабильности, развитие региональной экономики и финансов[11]. К факторам, препятствующим развитию брендинга в России, относится также то, что под этим термином до сих пор часто понимается формирование (раскрутка) торговых марок,

что не вполне соответствует содержанию философии бренда, которая предполагает рекламно - информационное воздействие на потребителей, а также на партнеров по бизнесу[13,12]. Рост спроса на услуги внутреннего туризма есть, однако значимых темпов роста внутреннего потока на всех курортах и городах пока не наблюдается [14]. И на данный момент все средства размещения пытаются играть тарифами и пакетными предложениями, чтобы хоть немного поднять среднюю цену проживания[15]. Отдельно хочется сказать о МИСЕ индустрии, которая в этом году оживилась. Многие конгресс - отели уже плотно забронированы на ближайшие 3–4 месяца [16].

### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Маркетинговые инновации и технологический прогресс в туристско - рекреационной сфере региона. В сборнике: ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 106 - 109.
2. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
3. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Костоков К.И. Региональная экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования, «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016. Том Часть 1 (2 - е издание)
4. Гладилин В.А. Экономико - математические модели планирования туристской деятельности. В сборнике: Интеграционные процессы в науке в современных условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 25 - 27.
5. Гладилин В.А. Развитие экспорта зерна и продуктов его переработки. В сборнике: Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.
6. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Пути развития интеграции информационного пространства рынка туристических услуг. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 37 - 39.
7. Гладилин В.А. Этапы инвестиционной привлекательности региона, как факторы развития территории. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 39 - 41.
8. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Инновационные подходы в развитии малого и среднего бизнеса Северо - Кавказском федеральном округе. В сборнике: Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 40 - 42.
9. Гладилин А.В., Гладилин В.А. Экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016.

10. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым). Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.

11. Гладилин В.А., Нечаева С.В., Карасева С.А. Инновации в развитии туристско - рекреационного комплекса региона на основе повышения его инвестиционной привлекательности (на примере региона КМВ). Экономика и предпринимательство. 2016. № 2 - 2 (67 - 2). С. 250 - 254.

12. Гладилин В.А., Котова Т.Н. Инновационные решения для экономического развития туристических кластеров, как фактор развития внутреннего туризма региона. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 8 - 1 (20). С. 99 - 102.

13. Гладилин В.А. Анализ и пути повышения эффективности функционирования рекреационной сферы на основе экономических кластеров Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и региона КМВ). Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2015. № 4. С. 20 - 24.

14. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве (на материалах растениеводства Ставропольского края). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь, 2006.

15. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Основные принципы разработки кластерной стратегии инновационного развития субъекта РФ . Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 3 (39). С. 10.

16. Гладилин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.

© Гладилин В.А., Зацаринина А.В

**УДК 658.11**

**Н.Н. Гладунец**

магистрант 2 курса факультета  
магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации  
Орловский государственный университет экономики и торговли

**Научный руководитель Лебедева О.А.**

к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и торговое дело»  
Орловский государственный университет экономики и торговли  
Г. Орел, Российская Федерация

### **РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ (НА ПРИМЕРЕ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

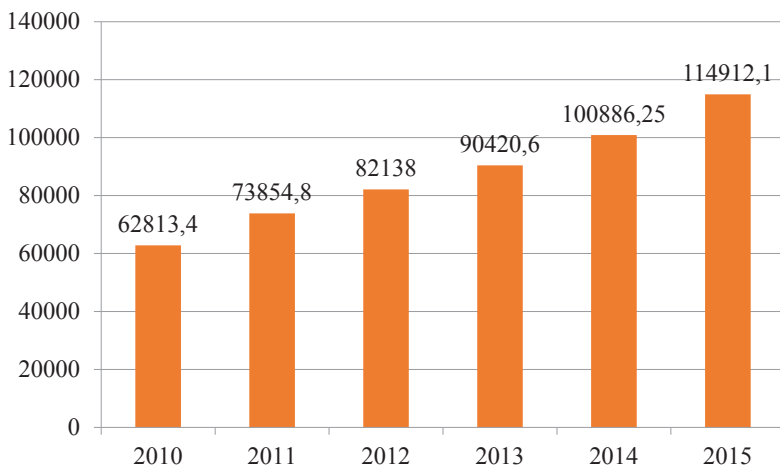
Социально - экономическое положение региона тесно связано и во многом определяется эффективным функционированием и развитием отдельных сфер и отраслей деятельности. Далеко не последняя роль отводится при этом оптовой и розничной торговле. Торговые

предприятия обеспечивают население продовольственными и непродовольственными товарами, создавая максимальные удобства выбора и приобретения.

На территории Орловской области услуги торговли для населения предоставляют 998 продовольственных магазинов, 2416 – непродовольственных, 1264 – со смешанным ассортиментом товаров, 71 – торговый центр, 29 – торговых комплексов [3].

Оборот розничной торговли в Орловской области составил в 2016 году 116,2 млрд. рублей, показатель 2015 года превышен на 1,3 млрд. руб. Динамика развития розничного товарооборота в регионе за период 2010 - 2015 гг. представлена на рисунке 1. Наблюдается поступательное развитие показателя. При 62,8 млрд. руб. в 2010 году к 2015 году розничный товарооборот достиг уровня в 114,9 млрд. руб., что почти в 2 раза больше базисного уровня.

млн. руб.



годы

Рисунок 1 – Динамика оборота розничной торговли Орловской области [2]

При проведении анализа структуры торговли региона необходимо уделить серьезное внимание распределению предприятий по формам собственности (таблица 1).

Таблица 1 – Распределение предприятий оптовой и розничной торговли Орловской области по формам собственности в 2015 году[2]

| Показатели                           | Число предприятий, единиц | Формы собственности |                  |            |              |
|--------------------------------------|---------------------------|---------------------|------------------|------------|--------------|
|                                      |                           | государ - ственная  | муниципаль - ная | част - ная | смешан - ная |
| 1                                    | 2                         | 3                   | 4                | 5          | 6            |
| оптовая и розничная торговля; ремонт | 4649                      | 4                   | 38               | 4443       | 8            |



|   |      |   |    |      |   |
|---|------|---|----|------|---|
| автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования   |      |   |    |      |   |
| оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами                           | 2983 | 1 | 1  | 2883 | 4 |
| розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования | 1294 | 2 | 35 | 1201 | 4 |
| другие виды   | 372  | 1 | 2  | 359  | - |

Следует отметить, что преобладающее количество торговых фирм в Орловской области относится к предприятиям частной формы собственности. Если общее число предприятий в 2015 году составило 4649 единиц, то к частным относятся 4443 единицы. Муниципальные предприятия представлены 38 торговыми точками, смешанная форма характерна для 8 фирм и 4 предприятия находятся в государственной собственности.

Число предприятий оптовой торговли в 2015 году составило 2983 единицы, розничной торговли – 1294 единицы. Общая тенденция распределения по формам собственности сохранилась.

Торговые предпринимательские структуры региона представлены как крупными торговыми центрами, супермаркетами, торговыми точками среднего масштаба деятельности, так и малыми предприятиями, среди которых необходимо выделить микро предприятия.

В отличие от малых предприятий микрофирмы характеризуются меньшими масштабами деятельности и численность сотрудников не превышает 15 человек. Изменение численности малых и микро предприятий в области представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Малые предприятия оптовой и розничной торговли Орловской области в 2010 - 2014 гг. [2]

| Периоды, годы | Число малых предприятий |                   |                                |                   |
|---------------|-------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|
|               | количество, единиц      |                   | в % к общему числу предприятий |                   |
|               | малые предприятия       | микро предприятия | малые предприятия              | микро предприятия |
| 1             | 2                       | 3                 | 4                              | 5                 |
| 2010          | 2698                    | 2434              | 37,4                           | 39,7              |

|      |      |      |      |      |
|------|------|------|------|------|
| 2011 | 2686 | 2409 | 37,9 | 39,9 |
| 2012 | 2971 | 2689 | 38,2 | 40,7 |
| 2013 | 2856 | 2548 | 39,2 | 41,7 |
| 2014 | 2998 | 2727 | 38,5 | 40,1 |

Из таблицы 2 видно, что число малых и микро предприятий неуклонно растет и к 2014 году доля малых фирм составила 38,5 % , а микро предприятий – 40,1 % к общему числу предприятий торговли в Орловской области. Отметим, что численность занятых сотрудников и обороты таких предприятий значительны (таблица 3).

Таблица 3 – Основные показатели деятельности малых предприятия оптовой и розничной торговли Орловской области в 2010 - 2014 гг. [2]

| Периоды,<br>годы | Число малых предприятий         |                      |                            |                      |
|------------------|---------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
|                  | Численность работников, человек |                      | Оборот торговли, млн. руб. |                      |
|                  | малые<br>предприятия            | микро<br>предприятия | малые<br>предприятия       | микро<br>предприятия |
| 1                | 2                               | 3                    | 4                          | 5                    |
| 2010             | 11751                           | 5282                 | 34987,6                    | 13131,9              |
| 2011             | 12434                           | 5287                 | 38649,9                    | 16078,3              |
| 2012             | 13044                           | 5560                 | 48501,7                    | 18628,9              |
| 2013             | 14675                           | 6691                 | 42987,6                    | 17754,1              |
| 2014             | 14114                           | 6080                 | 34987,6                    | 13131,9              |

Количество малых предприятий (без микропредприятий) на 2015 год составляло 303 единицы, численность сотрудников 6490 человек. Оборот малых предпринимательских структур области составил 27836,9 млн. руб., что составило 50,9 % к общему итогу.

Малые и средние торговые структуры зачастую сталкиваются с жесткой конкуренцией со стороны гипермаркетов и торговых сетей. Основное конкурентное преимущество они приобретают в удобстве месторасположения – «магазин за углом». Принимая решение о размещении торговой точки, учитывается множество факторов.

«Формирование торговой сети города / села и пр. требует проведения серьезных предварительных исследований и анализа размещения торговых точек различной специализации в черте территориального объединения, оценки уровня обеспеченности населения торговыми площадями в целом и в разрезе отдельных товарных категорий» [1].

В Орловской области в сфере торговли работает значительное число индивидуальных предпринимателей. Численность официально действующих индивидуальных предпринимателей в сфере оптовой и розничной торговли региона в 2015 году составила 9684 человек.

Кроме этого, на территории г. Орел функционируют 3 розничных рынка с общим числом торговых мест 249 [7].

Количество торговых организаций с участием иностранного капитала в 2015 году – 69 единиц, численность работников 1487 чел., оборот 10013,8 млн. руб. В Орловской области самая значительная доля предприятий с участием иностранного капитала приходится именно на торговые фирмы - 51,5 % к общей численности предприятий. Для сравнения - в обрабатывающих производствах таких предприятий 15,7 % и 9,7 % - это предприятия транспорта и связи [2].

Таким образом, торговля в регионе активно развивается, структура предприятий по формам собственности, масштабам деятельности, специализации претерпевает со временем

определенные изменения, но наблюдается последовательное развитие. За анализируемый период возросли обороты торговли, увеличилась численность работников в данной сфере, растет число предпринимателей, готовых строить свое дело именно в оптовой и розничной торговле.

Разнообразие представленных в Орловской области торговых предприятий, появление новых форматов деятельности дает возможность для развития сферы торговли в целом и улучшения ряда социально - экономических показателей региона.

### **Список использованной литературы:**

1. Макарова Т.Н. Рациональное размещение торговых предприятий в рамках территориального объединения // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, 2017. - № 5. – С. 42 - 46.

2. Орловская область в цифрах. 2010 - 2015: краткий статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – Орел, 2016. – 249 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/orel/resources/6e6042804cea27599531d54fc772e0bb/23-0103.pdf](http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/resources/6e6042804cea27599531d54fc772e0bb/23-0103.pdf)

3. Портал Орловской области - публичный информационный центр [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://orel-region.ru/index.php?head=1&unit=8901>

4. Рахимова А.Д. Изменение поведения российских потребителей как предпосылка формирования современных форматов розничной торговли / А.Д. Рахимова, Т.Н. Макарова // Научные записки ОрелГИЭТ, 2016. - № 4 (16). – С.46 - 49.

5. Скворцова Н.А. Виды и формы торговой деятельности в Российской Федерации / Н.А. Скворцова, Т.Н. Макарова // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, 2016. - № 2. – С. 315 - 320.

6. Сотникова Е.А. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг / Е.А. Сотникова, О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова // Вестник ОрелГИЭТ, 2016. - № 3 (37). – С. 33 - 39.

7. Число хозяйствующих субъектов торговли в орловской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/orel/resources/a91b428042d4107794bcfd553db9bdfa](http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/resources/a91b428042d4107794bcfd553db9bdfa)

© Н.Н. Гладунец, 2017

**УДК 658**

**А.Б.Гогоунова**

Студентка 1 курса факультета Управления  
Российский государственный социальный университет  
Г. Москва, Российская Федерация

## **ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

В нынешних условиях развивающихся рыночных отношений, эффективное управление образовательными услугами имеет ряд актуальных проблем, которые связаны с

появлением новых требований к высшим учебным заведениям, а также практическую и теоретическую роль.

Так как требования общества к качественному профессиональному образованию растут, вузы находятся в жесткой конкуренции на российском рынке в сфере образовательных услуг, необходимо разработать механизм эффективного управления в вузе.

Социум не стоит на месте, появляются новые ценности и система отношений, развитие инновационной экономики и технический прогресс, все это приводит к необходимости реформы в сфере образования. Спрос на образовательные услуги растет, несмотря на нынешнюю ситуацию в стране, увеличивается количество ВУЗов, соответственно возрастает конкуренция. А как показывает практика, при использовании экономических механизмов управления своей деятельностью, а именно продвижением и сбытом на рынке оказываемых услуг в сфере образования является наилучшей гарантией успешной деятельности ВУЗа в условиях рынка [1].

Целью научного исследования выступает разработка современной модели эффективного управления образовательными услугами высшего заведения в нынешних условиях развивающегося рынка и практических рекомендаций по их использованию.

В настоящий момент довольно насыщен и стремительно развивается российский рынок в сфере образовательных услуг. Существует большое количество как государственных, так и негосударственных высших заведений. Главная борьба идет за тех абитуриентов, которые имеют возможность самостоятельно оплачивать обучение. Отсюда следует, что спрос на образование заключается в платежеспособной потребности в образовательных услугах.

В развитых странах за последние несколько лет за счет широкого применения информационных технологий в процессе обучения, а так же значительных финансовых затрат, необходимые для получения качественного образования возрос интерес к усовершенствованию образовательных процессов.

В связи с этим эффективная система управления в сфере образовательных услуг в высшем учебном заведении должна обладать следующими свойствами: возможностью приспосабливаться к неожиданным изменениям на рынке с минимальными затратами; способностью планировать достижение имеющихся целей при наименьших организационно - управленческих затратах и наибольших возможных результатах; ставить четко сформулированные цели и соответствующие им задачи управления; мгновенно реагировать на все возможные изменения, которые происходят в месте управления и в проблемной среде, принимать наиболее эффективные управленческие решения [2].

К главным современным концепциям управления высшим учебным заведением в условиях рынка, так же можно отнести маркетинговую концепцию, которая представляет собой сложный процесс адаптации учебного заведения к эффективному использованию рыночных возможностей, которые наиболее выгодны в своей образовательной деятельности [3, с. 160].

Так, например, на данный момент в Кабардино - Балкарской Республике функционирует семь основных государственных вузов, три из которых филиалы. При этом наблюдается следующая ситуация: переизбыток специалистов юридического и экономического профилей и острая нехватка врачей в медучреждениях, для которых и требуется определения спроса и проведение маркетинговых исследований ведущими вузами республики. На данный момент в республике не хватает более 460 специалистов, что

составляет 11 процентов от их общего количества. Данные были обнародованы во время парламентского заседания, который был посвящен вопросам состояния здравоохранения в КБР[4]. Такая ситуация обусловлена тем, что абитуриенты местным вузам предпочитают более престижные и проверенные вузы. Главными конкурентами, конечно же, остаются вузы Санкт - Петербурга и Москвы.

Следует подчеркнуть, что для высших учебных заведений характерен социально - ориентированный маркетинг, заключающийся в том, что главной задачей вуза является определение потребностей и интересов потребителей образовательных услуг, приспособление учебного заведения к тому, чтобы полностью удовлетворять эти потребности, что увеличивает или сохраняет благополучие потребителей и социума, а также обеспечивает долгосрочные выгоды.

Так же появляется такая проблема, как определение ценности информации, которая используется в процессе управления высшим учебным заведением для принятия решений. Нужно использовать инструменты избирательности входной информации для повышения эффективности проводимых маркетинговых исследований. Отсюда следует, что всю поступающую информацию в систему принятия решений следует разделить на 4 массива данных: во - первых, информация, связанная с подзадачей, которая решается на данный момент времени; во - вторых, информация, которую можно использовать для решения текущей основной задачи; в - третьих, информация, связанная с реализацией стратегии поведения вуза на рынке. Ну и последнее, это вспомогательные или дополнительные данные [5, с. 105].

Таким образом, можно сказать, что нынешнее состояние российского рынка образовательных услуг указывает на необходимость рассматривать маркетинговую концепцию как одну из наиболее важных составляющих, которые направлены на эффективную реализацию образовательных услуг за счет пополнения высшим образовательным учреждением своих внебюджетных средств. В таком случае главными задачами маркетинговой службы образовательного учреждения являются продвижение на рынке вновь открывающихся специальностей синхронно с развитием экономики региона и оценка перспектив развития спроса на рынке образовательных услуг. [6, с. 944].

Одним из наиболее важных факторов конкурентоспособности вуза выступает качество подготовки специалистов. Эффективное управление качеством образовательных услуг в высшем учебном заведении включает три основных этапа:

- 1) Управление обеспечением качества образовательного процесса.
- 2) Управление качеством в связи с эффективной организацией образовательного процесса.
- 3) Оценка результатов образовательного процесса в учебном заведении и знаний студентов.

Некоторые факторы, которые влияют на качество образовательного процесса в образовательном учреждении: обеспеченность научной и учебной литературой; наличие необходимого оборудования для проведения научных исследований; высококвалифицированные специалисты; школьный уровень знаний поступающих в вуз абитуриентов; система материального поощрения работников вуза.

Основной целью стратегического управления в вузе является качество и эффективность подготовки кадров в вузе. Необходимо сформировать механизм управления вузом для

эффективного управления образовательными услугами, направленный на потребителя, который будет способствовать подготовке специалистов в связи с инновационной направленности экономики и соответствующий требованиям современного рынка [7, с. 126].

Эффективное управление в сфере образования должно сочетать следующие составляющие: соответствие минимальным государственным образовательным стандартам; изменяющемуся потребительскому спросу; соответствие поставленным целям, влияющие на возможность непрерывного самосовершенствования образовательного учреждения.

### **Список использованной литературы:**

1. Витевская О.В. Разработка механизмов эффективного управления образовательными услугами высших учебных заведений: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук (08.00.05); Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, 2011.

2. Павлюченко Е.И. Эффективное управление образовательным процессом в вузе: теория, методология и приктика: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук (08.00.05); Дагестанский государственный технический университет, Махачкала, 2009.

3. Гурьянова Э.А., Зайнуллина М.Р., Мещерякова С.А., Набиева Л.Г., Новикова Е.Н., Палей Т.Ф., Ревкова Е.Г. Реализация проектно - ориентированной модели управления в сфере высшего профессионального образования Монография. Казань: Издательство Института экономики и финансов К(П)ФУ, 2012.

4. ИА REGNUM [Электронный ресурс] «Некому лечить: в Кабардино Балкарии не хватает почти 500 врачей», Нальчик, 16 марта 2017.

5. Игнатова Т.В., Немашкалова К.Г., Ямбушев Д.Ф. Институциональные рамки обеспечения конкурентоспособности вузов, Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2017.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга, 2 - е европ. изд. –М.:Диалектика, 2004.

7. Олейникова Т.А., Овод А.И., Солянина В.А. Система менеджмента качества как современный подход к управлению образованием. Высшее образование в России, 2015.

© А.Б.Гогуюнова, 2017

**УДК 336.66**

**Е.С. Васильева, М. Н. Гореванова**

Студенты «Курганской ГСХА им. Т.С.Мальцева

Г. Курган, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ УЧРЕЖДЕНИЯ «ГКУ КУРГАНСКИЕ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СЕТИ»**

Важным в анализе трудовых ресурсов является оценка фонда заработной платы. В положение об оплате труда говорится следующее:

- «Гарантированный ФОТ учреждения формируется по расчетному нормативу, согласованному с управлением администрации города Кургана исходя из сметы затрат».

Порядок учета рабочего времени и начисления заработной платы - соблюдение норм рабочего времени, составление тарификации, ведение табеля.

Сформированный фонд оплаты труда делится на основной (гарантированный) и дополнительные выплаты из средств премиального фонда. Основная оплата труда работников производится по Единой тарифной сетке, с учетом повышений, доплат и надбавок в соответствии с приказами Министерства труда РФ. Дополнительные выплаты работникам и премирование производятся в соответствии с нормативными актами вышестоящих органов.

Разряды оплаты труда работников в соответствии с единой тарифной сеткой определяются по результатам тарификации. Тарификация производится на 1 января каждого года.

Оценка фонда заработной платы представлена в таблице 1.

Из данной таблицы видно, фонд заработной платы в 2016 году в ГКУ сократился на 428,348 тыс. р. чем в 2014 году, это связано с экономическим кризисом в РФ.

Таблица 1 – Анализ структуры фонда заработной платы учреждения

| Категория персонала      | 2014 г.        |            | 2015 г.        |            | 2016 г.        |            | Отклонение 2016 г. от 2014 г., (+ / -) |            |
|--------------------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|--|------------|
|                          | сумма, тыс. р. | уд. вес, % | сумма, тыс. р. | уд. вес, % | сумма, тыс. р. | уд. вес, % | сумма, тыс. р.                         | уд. вес, % |
| Управленческий персонал  | 1260           | 16,5       | 1440           | 18,0       | 1382           | 19,2       | 122                                    | 109,7      |
| Основные рабочие         | 4655           | 60,9       | 5184           | 64,8       | 5086           | 70,5       | 431                                    | 109,3      |
| Вспомогательный персонал | 1728           | 22,6       | 1376           | 17,2       | 747            | 10,3       | - 981                                  | 43,2       |
| Всего                    | 7643           | 100,0      | 8000           | 100,0      | 7215           | 100,0      | - 428                                  | 94,4       |

Экономическая эффективность работы учреждения состоит в необходимости при данных ресурсах, путем их всемирной экономии обеспечивать в наибольшей степени увеличивающиеся потребности в услугах, которые оказывает данное учреждение. Анализ эффективности использования ресурсов целесообразно начать с оценки, уровня эффективности использования основных средств учреждения.

Чтобы оценить степень эффективности использования основных средств воспользуемся таким показателем, как фондоотдача. При этом учитывается, что на фондоотдачу влияют изменения состава основных фондов, и уровень потребления активной их части.

Таблица 2 – Эффективность использования основных средств

| Показатель                               | 2014г.  | 2015 г. | 2016 г.   | Отклонение 2016 г. от 2014 г. |       |
|--|---------|---------|-----------|-------------------------------|-------|
|  |         |         |           | тыс. р.                       | %     |
| Количество проведенных работ за год, ед. | 188     | 143     | 141       | - 47,0                        | 94,0  |
| Стоимость основных средств,              | 2188011 | 1882370 | 1807427,7 | -                             | 82,61 |

|                                  |         |         |          |           |       |
|----------------------------------|---------|---------|----------|-----------|-------|
| тыс. р.                          |         |         |          | 380583,45 |       |
| Стоимость оборудования, тыс. р.  | 989,287 | 954,905 | 1993,848 | 1004,6    | 201,5 |
| Фондоотдача основных средств, р. | 0,008   | 0,007   | 0,007    | - 0,001   | 87,5  |
| Фондоотдача оборудования, р.     | 0,19    | 0,15    | 0,07     | - 0,12    | 36,84 |

Из данной таблицы можно сказать, что, фондоотдача имеет тенденцию к снижению. В 2016 году фондоотдача упала на 22,5 % по отношению к 2014 годом, а фондоотдача оборудования снизилась на 63,26 % , что составляет 4,25 пролеченных пациентов на одну тысячу стоимости оборудования.

Данные таблицы свидетельствуют о неэффективном использовании основных средств, что может быть определено уровнем организации работ и качеством управления учреждением.

Экономия материальных средств имеет особое значение для бюджетных учреждений. Она выражается в соблюдении установленных норм и правил расхода всех видов материалов при работе. Особое значение имеет не общая экономия, а какими средствами она достигнута. Так экономия в расходах на материалы, если она вызвана ухудшением качества производимых работ, должна рассматриваться как самое отрицательное явление. Экономия, полученная в результате более экономного расходования материалов, топлива, инструментов, заслуживает всякого поощрения.

Эффективность использования материальных ресурсов характеризуется таким показателем, как материалоотдача.

Таблица 3 – Расчет эффективности ресурсов использования материальных ресурсов

| Показатель                               | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | Отклонение 2016 г. от 2014 г., (+ -) |
|--|---------|---------|---------|--------------------------------------|
| Количество проведенных работ за год, ед. | 188     | 143     | 141     | - 47                                 |
| Общие материальные запасы, тыс. р.       | 181,79  | 11,405  | 4,852   | - 176,938                            |
| Материалоотдача , р.                     | 1,03    | 12,53   | 29,07   | 28,22                                |

Таким образом, из таблицы 3 видно, что материальные средства учреждения тратятся эффективно. Материал отдача в 2016 году выросла по сравнению с 2014 годом во много раз, запас материальных ресурсов сократился, так как финансирование бюджета сокращено из за финансового кризиса в целом в стране. Количество проделанных работ за 3 года упало на 6 % , Это отрицательно сказывается на общей эффективности деятельности учреждения.

При анализе эффективности деятельности учреждения необходимо определить показатель использования трудовых ресурсов. От обеспеченности трудовыми ресурсами и эффективности зависят объем и своевременность выполнения работ, и другие показатели.

На основании Распоряжений Департамента имущественных и земельных отношений Курганской области №772 - р от 31.12.2015г., №16 - р от 25.01.2016г., №70 - р от 26.02.2016г о закреплении имущества на праве оперативного управления, от ГКУ «УКС



Курганской области» произведена безвозмездная передача недвижимого имущества на сумму 27 027 036,26 рублей.

На основании Распоряжения Департамента имущественных и земельных отношений Курганской области №15 - р от 25.01.2016г. о закреплении имущества на праве оперативного управления, произведена безвозмездная передача недвижимого и движимого имущества объекта «Газопровод - отвод Песчано - Каледино - Шумиха - Щучье и ГРС в г. Шумиха и г. Щучье» на сумму 667 721 634,27 рублей., акт от 19.01.2016г. Данные соответствуют Справкам по консолидируемым расчетам (ф. 0503125).

Сведения о движении нефинансовых активов представлены в (ф. 0503168).

В отчетном периоде поступило «Основных средств» - всего на сумму 717 030 883,53 руб. Выбыло основных средств - всего на сумму 38 918,68 руб., (компьютер, дальномер) по согласованию с Департаментом строительства, государственной экспертизы и ЖКХ Курганской области от 24.08.2016г. №М - 3824. Техническое состояние основных фондов учреждения удовлетворительно.

При потребности проведения текущего ремонта газопроводов в 2016 году были выделены средства в размере 105289,23 рублей:

- 58995,00 руб. ОАО «Кургангоргаз» ремонт распределительных сетей ПСК «Октябрь», н. п. Ягодное Белозерского района Курганской области.

- 46294,23 руб. АО Газпром Газораспределение Курган аварийно - восстановительные работы на объекте «Газоснабжение жилого фонда н. п. Б. Рига Шумихинского района Курганской области».

- 3700,00 руб. приобретение и замена аварийного фильтра ФГ - 50 для установки в ГРПШ - 13 - 2В - У1 на объекте – «Газопровод межпоселковый к с. Понькино Шадринского района Курганской области».

В целях сохранности государственного имущества ГКУ «Кургангазсеть» (страхование автомобилей VOLKSWAGEN POLO, LADA PRIORA 217030, CHEVROLET NIVA) в отчетном периоде заключен договор с ВСК «Страховой дом» б / н от 22.01.2016г. на сумму 15853,28 руб.

Страхование деятельности по СРО полис Ингосстрах от 18.01.2016 года № 433 - 741 - 001948 / 16 – 7 650 руб.

### **Список использованной литературы:**

- 1 Годовой отчет ГКУ «Курганские газораспределительные сети» 2014 - 2016гг.
- 2 Лукьянова А. А. Анализ финансово - хозяйственной деятельности Фе - деральных казенных учреждений [Текст] / А. А. Лукьянова // Научное сообщество студентов : материалы VII Междунар. студентч. науч. - практ. конф. (Чебоксары, 28 февр. 2016 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: 11.ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — С. 262–270. — ISBN 978 - 5 - 9907919 - 4 - 7.
- 3 Максимова Н. В. Нормативное регулирование деятельности и бухгалтер - ского учёта казённых учреждений // Н. В. Максимова, Л.Е. Марширова. - Вест - ник КГУ им. Н.А. Некрасова. - № 6. - 2012. - с. 135 - 140.
- 4 3. Акашева В. В. Реформирование бюджетного учёта // В. В. Акашева, Н. Н. Горсткина, М. Ю. Кудряшова. - Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. - 2015. - № 2 (40). - с. 16 - 19

© Е.С. Васильева, М. Н. Гореванова

Ю.С. Горенкова, К.А. Андриянова

Студенты 4 курса экономического факультета  
Поволжский Государственный Университет сервиса**Научный руководитель: Е.В. Романеева**

к.э.н., доцент кафедры

«Экономика, организация и коммерческая деятельность»

Поволжский Государственный Университет сервиса

Г. Тольятти, Российская Федерация

## ТОРГОВО - ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Важную роль в эффективной деятельности торговых предприятий играет торгово - технологический процесс. Основу торгово - технологического процесса составляют коммерческие операции, связанные с осуществлением организационных, экономических и юридических функций торговых предприятий при реализации товаров.

Некоторые авторы трактуют торгово - технологический процесс лишь в рамках складских операций, тогда как торгово - технологический процесс на торговом предприятии подразумевает также и смену форм собственности на завершающей стадии процесса товародвижения.

Под торгово - технологическим процессом на торговом предприятии следует понимать комплекс взаимосвязанных последовательно выполняемых торговых и технологических операций, целью которых является доведение товаров надлежащего качества в торговый зал для их реализации в широком ассортименте с оптимальными затратами труда, времени и при высоком уровне торгового обслуживания.

Функция организации торгово - технологического процесса включает в себя всю управленческую деятельность, требующую для переноса запланированных действий в структуру задания и полномочий, разработку методов интеграции отдельных операций торгово - технологического процесса в скоординированное целое.

В практическом отношении функция организации заключается в определении ответственности и полномочий каждого отдельного лица при осуществлении поставленных перед ними задач [1, с.52]. В основу организации торгово - технологических процессов положены товарные потоки, в отличие от логистики, которая, кроме того, оптимизирует финансовые и информационные потоки и затрагивает несколько звеньев процесса товародвижения. Под товарным потоком в магазине понимается движение товаров от момента их поступления в магазин до вручения проданного товара покупателю.

Условно все операции торгово - технологического процесса можно разделить на 3 основные группы (табл. 2).

Таблица 2

Операции торгово - технологического процесса

| Группа  | Операции   |
|---|--|
| 1   | 2  |
| Операции с товарами до предложения их покупателям | – разгрузка транспортных средств;<br>– приемка товаров по количеству и качеству; |

|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– оформление приходных документов;</li> <li>– перемещение товаров к месту хранения;</li> <li>– хранение товаров;</li> <li>– распаковка;</li> <li>– подготовка товаров к продаже;</li> <li>– перемещение товаров в торговый зал;</li> <li>– размещение и выкладка товаров в торговом зале.</li> </ul> |
| Операции непосредственного обслуживания покупателей при совершении ими покупок | <ul style="list-style-type: none"> <li>– установление контакта;</li> <li>– определение потребностей;</li> <li>– коммерческое предложение (может возникнуть на любом этапе беседы);</li> <li>– работа с возражениями (может возникнуть на любом этапе беседы);</li> <li>– завершение продажи.</li> </ul>                                     |
| Дополнительные операции по обслуживанию покупателей                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>– услуги по оказанию помощи в совершении покупки и при ее использовании;</li> <li>– информационно - консультативные услуги;</li> <li>– создание удобств покупателям</li> </ul>   |

Операции с товарами до предложения их покупателям включают в себя внутрискладской технологический процесс и процесс организации размещения товаров в торговом зале. Организация торгово - технологического процесса на этапе выполнения операций с товарами до предложения их покупателям включает рациональную организацию товарных потоков и базируется на следующих принципах: максимальная прямоточность внутримагазинного перемещения, отсутствие пересечения с потоками покупателей, использование средств механизации .

Внутрискладской технологический процесс подразделяется на три составные части:

- поступление товаров – включает в себя разгрузку транспортных средств, приемку товаров по количеству и качеству;
- хранение товаров - включает в себя размещение товаров на хранение, укладку товаров, создание оптимального режима хранения;
- отпуск товаров – оформление отпуска со склада, отбор товаров, подготовка товаров к продаже.

Организация торгово - технологического процесса на складе требует выполнения отдельных операций в строго установленном порядке и обеспечения непрерывной и равномерной работы склада. Продолжительность и характер выполнения внутрискладских технологических операций обусловлены такими факторами, как ассортиментная структура поступающих товаров, физико - химические свойства товаров и способы их складской обработки, степень автоматизации операций, вид тары и упаковки, размер поступающей партии товаров, их оборачиваемость и частота поступления [1, с. 87].

В организации торгово - технологического процесса торгового предприятия важная роль отводится организации размещения товаров в торговом зале, распределению установочной и демонстрационной площади между отдельными группами товаров. При этом следует учитывать:

- частоту приобретения отдельных групп товаров;
- габариты размещаемых товаров;
- затраты времени покупателей на выбор товаров;
- количество разновидностей товаров, предлагаемых покупателям в рамках отдельных групп.

Наряду с размещением отдельных групп товаров в торговом зале должна быть обеспечена рациональная их выкладка на оборудовании. Правильная выкладка товаров позволяет эффективно использовать оборудование, улучшает условия осмотра и выбора товаров покупателями, сокращает затраты труда торгово - оперативного персонала на пополнение запасов в торговом зале.

Ответственную часть торгово - технологического процесса на торговом предприятии составляют операции непосредственного обслуживания покупателей.

При организации торгово - технологического процесса на этапе выполнения операций непосредственного обслуживания покупателей важная роль отводится управлению покупательскими потоками. Основными методами управления покупательскими потоками являются:

- анализ интенсивности покупательских потоков по дням недели и часам работы торгового предприятия;
- расстановка средств и работников торгового предприятия в соответствии с интенсивностью покупательских потоков;
- обеспечение внутримagaзинной информации и её доходчивости;
- размещение товарного ассортимента и рабочего запаса товаров, обеспечивающих равномерное распределение покупательских потоков по всему торговому залу [3, с. 90].

Завершающей стадией торгово - технологического процесса на торговом предприятии является выполнение операций, связанных с дополнительным обслуживанием покупателей. Перечень дополнительных услуг, оказываемых торговым предприятием, формируется в соответствии с ассортиментом товаров, специализацией магазина, его местонахождением и спецификой обслуживаемого контингента покупателей. При организации выполнения операций торгово - технологического процесса, связанных с дополнительным обслуживанием покупателей, необходимо обеспечить комфорт и удобство покупателей, точность и своевременность оказания услуг, учитывать её социальную адресность.

Таким образом, структура торгово - технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от степени хозяйственно самостоятельности предприятия, реализуемого ассортимента, применяемых методов продаж, рациональности принятых управленческих решений при организации торгово - технологического процесса и других факторов.

При организации торгово - технологического процесса необходимо соблюдать следующие принципы:

- обеспечение комплексного подхода к его построению;
- создание максимальных удобств для покупателей;
- достижение наиболее рационального использования помещений и торгово - технологического оборудования магазина;
- создание для работников магазина благоприятных условий труда и отдыха, обеспечивающих высокую культуру и производительность труда;
- обеспечение необходимой экономической эффективности работы торгового предприятия.

Соблюдение данных принципов позволит наиболее рационально организовать торгово - технологический процесс на торговом предприятии.

### **Список использованной литературы:**

1. Чкалова, О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА - М, 2013. - 384 с.
2. Экономический анализ [Текст] : учеб. для вузов оп экон. специальностей / Л. Т. Гиляровская [и др.] ; под ред. Л. Т. Гиляровской. - 2 - е изд., доп. - М. : ЮНИТИ - ДАНА, 2013. - 615 с.
3. Левушкина, С.В. Товарный менеджмент: учебное пособие / сост. С.В. Левушкина; Ставропольский гос. аграрный ун - т. – Ставрополь, 2014. – 136 с.
4. Маркетинг: общий курс [Текст] : учеб. пособие для вузов по направлению "Экономика" / А. Я. Якобсон [и др.] ; под ред. Н. Я. Колложновой, А. Я. Якобсона. - М. : Омега - Л, 2012. - 476 с. : ил. - (Высшее экономическое образование). - ISBN 5 - 98119 - 581 - 9 : 358 - 00.
5. Оленников, О.В. Сущность и содержание процесса торгового обслуживания на предприятии розничной торговли [Текст] / О.В. Оленников // Международной Академии Бизнеса и Управления. - 2015, - №6. - С. 46 - 40.

© Ю.С. Горенкова, 2017

**УДК 659.4**

**П.М. Горовикова, Д.О. Труфанова, В.И.Рой**

студенты факультета Высшей школы международного бизнеса

Южный институт менеджмента

г. Краснодар, Российская Федерация

## **PR В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ**

В современном мире, когда нашу жизнь невозможно представить без интернета, техники и информации, управление компаниями стало придавать большое значение PR, рекламе и маркетингу. Сейчас, чтобы добиться успеха компании, нужно вложить немало средств и

времени на PR компании, представить ее в лучшем свете и привлечь клиентов, то есть заинтересовать их.

Связи с общественностью (Public relations, PR) – это практика управления, включающая в себя распространение информации между физическими лицами или организациями с общественностью. PR содержит в себе организацию воздействия на аудиторию, используя при этом темы в которых заинтересованно общество и новости, которые не требуют прямой оплаты. Зарождение самостоятельного вида деятельности и науки Public relations относится к началу 20 столетия [3]. Цель PR – это информирование общественности, потенциальных клиентов, инвесторов, партнеров, сотрудников и других заинтересованных сторон, чтобы, в конечном счете, убедить их поддерживать определенную точку зрения об организации, ее руководстве, продукции или политических решениях. Как правило, PR - менеджер может быть абсолютно у любой компании, но чаще всего эту специальность можно увидеть в маркетинговых фирмах, больших компаниях и предприятиях, правительственных и государственных учреждениях, неправительственных и некоммерческих организациях.

Менеджеры по PR обязаны устанавливать и поддерживать отношения с целевой аудиторией организации, СМИ и другими лидерами общественного мнения. Общие обязанности включают в себя [2]:

- проектирование коммуникационных кампаний;
- написание пресс - релизов и другого контент для новостей;
- работу с прессой;
- организацию интервью для руководителей и сотрудников компании;
- написание речей для директоров и представляющих предприятие лиц;
- выступление в качестве представителя организации;
- подготовку клиентов для проведения пресс - конференций;
- создание веб - сайтов и социальных медиа - контентов;
- маркетинговую деятельность.

Успех в области PR требует глубокого понимания, времени и заинтересованности. PR - менеджер должен быть профессионалом и обязан уметь эффективно решать имеющиеся проблемы, используя самый мощный инструмент торговли по связям с общественность – рекламу. Обычно требования к PR - менеджеру выдвигаются следующие высшее образование по специальностям, связанным с маркетингом, журналистикой, филологией и Public Relations; опыт работы в сфере PR, маркетинга или ИТ - технологий; навыки ораторского мастерства; владение ПК (MS Office, графические редакторы и другие программы); навыки копирайтинга; грамотная устная и письменная речь. Довольно часто работодатели требуют от соискателей знания английского языка.

Как было описано выше, PR способствует тому, как организация воспринимается обществом, путем воздействия на СМИ и поддержание отношений заинтересованными сторонами. По словам Джакью Летанга из Queen Margaret University, специалистов по связям с общественностью можно рассматривать как «коммуникабельных работников, специализирующихся в области коммуникабельности и презентации, аргументации и риторической стратегии, предназначенных для достижения управленческих целей».

PR - менеджмент может включать в себя ряд дисциплин:

1. Финансовый PR – внешние финансовые результаты и бизнес - стратегии.
2. PR по товарам народного потребления – реклама для конкретного продукта или услуги.

3. Отношения со СМИ – непосредственно, функция связи с общественностью, которая включает в себя создание и поддержание тесных связей со средствами массовой информации.

4. Food - ориентированные отношения – создающие информацию сосредоточенную на продукты питания и напитки.

В рамках каждой дисциплины, типичные виды деятельности включают в себя рекламные мероприятия, пресс - релизы, информационные бюллетени и так далее.

Оценивая развитие PR - менеджмента в России, стоит отметить, что в истории российского PR существует три этапа развития [1]. Первый этап – возникновение PR - рынка в рамках советского союза в период с 1988 по 1991 гг. Открытие такого рынка обусловлено появлением ряда специализированных служб, которые действовали на территории советского союза. В этот период стали открываться отделения международных компаний, имеющих опыт работы в других странах. Как отдельный вид деятельности, PR изначально предлагал самые простые услуги по установлению связей с общественностью.

Второй этап – рост и увеличение популярности на российском пространстве, которое продлилось с 1991 по 1996 гг. Российские агентства, получившие большой и ценный опыт от зарубежных коллег, начинают медленный, но прогрессивный процесс адаптации под отечественные условия. В это время деятельность PR - менеджеров заключается в проведении массовых PR - мероприятий и нескольких видов информационных компаний для крупных заказчиков. Активнее всего начинает развиваться политический консалтинг. В местных вузах стали обучать студентов новой специальности – «Связи с общественностью».

Третий этап – с 1996 года и по сей день. Характеризуется большим скачком в PR - сфере. На этот процесс оказало влияние формирование и развитие информационного рынка. Начали фиксироваться постепенные перемены в структуре массового сознания. Именно эти перемены потребовали от специалистов более точных и тонких методик работы с целевой группой.

Сейчас на территории Российской Федерации наблюдается активная популяризация услуг PR - характера. Одной из причин, по которым это происходит, является увеличение конкуренции между компаниями. Каждый производитель собственного товара желает выделяться среди других, оставаться на уровне выше противников.

Заказчики, наблюдая за тем, как развивается технология PR - деятельности, ставят более жесткие требования к подбору исполнителя. Следовательно, это приводит к вынужденному улучшению качества предоставляемых услуг. Компания, занимающаяся раскруткой, представлением заказчика на рынке и поддержанием хорошего его имиджа, разрабатывает новые методы работы со своим клиентом. Растет и конкуренция среди PR - агентств. Борьба крупнейших компаний не прекращается. Интересно, что на данный момент нельзя определить явного лидера по всем или большинству параметров.

PR - специалист – сложная профессия, требующая постоянного генерирования новых идей, которые могут понравиться потенциальному заказчику или покупателю. Если хотя бы на секунду отвлечься, активная конкуренция не заставит ждать своего результата. Однако, PR – это не только реклама. Это целая философия взаимоотношений, направленная на достижение положительных результатов еще и внутри компании. Если PR - менеджер

сможет успешно справиться со всеми обязанностями, возложенными на него, компания быстро это почувствует.

#### **Список использованной литературы:**

1. PR - менеджер в России: трансформация профессии [Электронный ресурс] . – Режим доступа: <http://prclub.spb.ru/2015/09/11/pr-менеджер-в-россии-трансформация-проф/>

2. Маркетинговый пиар [Электронный ресурс] . – Режим доступа: <https://www.hatob.org/novosti/marketingovyj-piar-pr>

3. Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю. Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учеб. пособие. – М.: РИОР ИНФРА - М, 2017. – 171 с.

© П.М. Горюкова, Д.О. Труфанова, В.И. Рой, 2017

#### **УДК 33**

**Е. С. Гражданкина**

Студент 2 курса, институт экономики и управления  
Северо - Кавказский федеральный университет  
г. Ставрополь, Российская Федерация

### **ТУРИЗМ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРОЙ РЕГИОНА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД**

Туризм оказывает существенное влияние на развитие культурного потенциала, ведёт к гармонизации отношений между различными народами и странами. Несмотря на свой огромный туристический потенциал Россия занимает незначительное место на мировом туристическом рынке на ее долю приходится около 1 % мирового туристического потока, а связано это с неразвитым сервисом, а также с нестабильной обстановкой в стране.

**Актуальность** статьи заключается в исследовании важности развития курортов Кавказских Минеральных Вод, как на международном уровне, так и Российской Федерации в целом. Социальный туризм отражает массовый характер потребления туристских услуг. Суть его в том, чтобы сделать туризм доступным для как можно большего количества людей [1].

Социальный туризм в России, полностью или частично осуществляется за счёт средств бюджета, государственных внебюджетных фондов и работодателей [2].

В регионе Кавказских Минеральных Вод, несмотря на множество минеральных источников, стоит острая проблема недостатка питьевой воды. Эта проблема активно решается на данный момент. Ввод очистных сооружений значительно улучшил экологическую обстановку в долине реки Подкумок. Активно развиваются очистные сооружения и в городе Минеральные Воды, ведется реконструкция Пятигорского мусоросжигательного завода, расширяется автомагистраль от города Минеральные Воды до Кисловодска, завершается строительство автомагистрали «Ростов - Баку» на участке в районе посёлка Иноземцево, выполнена реконструкция международного аэропорта и



аэровокзала в городе Минеральные Воды, обновляется парк пригородных электропоездов, в Предгорном и Минераловодском районах посажены новые лесные массивы на площади свыше 120 гектар.

В 2015 году в России было произведено порядка 5,6 млрд. литров минеральной и питьевой воды. Но, несмотря на такой большой объем, производство все - таки сократилось на 6 % , по сравнению с предыдущим годом. От работы заводов по розливу минеральной воды в бюджеты всех уровней за двенадцать месяцев 2017 года ожидается поступление более 3001 млн. рублей налоговых платежей в бюджеты всех уровней, что на 76 % больше уровня поступлений за 2016 год.

Так до 2017 года Ставропольский край намерен направить на развитие курортов и туризма в регионе Кавказских Минеральных около 670 млн. рублей. Ожидаемым результатом на 2017 год является увеличение доли сферы туризма в валовом региональном продукте с 3 до 5 % , создание и сохранение рабочих мест в туристской индустрии, дополнительные налоговые поступления в консолидированный бюджет края.

Социальный туризм в России тесно связан с санаторно - курортным лечением. На территории КМВ располагается ряд лучших санаториев, таких как: санаторий Источник, Русь в городе Ессентуки, Солнечный, Целебный Нарзан, санаторий Виктория, Родник в городе Кисловодске, санаторий Буковая Роща в Железноводске, Пятигорский Нарзан, Зори Ставрополя в городе Пятигорск. В этих санаториях проводится лечение таких заболеваний как органов пищеварения, сердечнососудистой системы, эндокринной системы, верхних дыхательных путей т. д. В рамках базовой программы предлагают оздоровительные и лечебно - восстановительные программы, а уровень проживания в санаториях соответствует международным стандартам. Гостям санаториев предлагается увлекательная и насыщенная развлекательная программа. Великолепный климат с обилием солнца, умеренной влажностью и легким ионизированным горным воздухом радует отдыхающих круглый год.

К 2020 году планируется увеличение емкости санаторно - курортного комплекса КМВ в 1,5 - 2 раза за счет реконструкции и модернизации существующих, строительства новых санаторно - курортных и туристических объектов путем привлечения частного капитала, освоения новых курортных площадок и неиспользуемых месторождений минеральных вод.

В ходе исследования были выявлены основные проблемы и рекомендации по совершенствованию рекреационного комплекса Ставропольского края:

1. Разработка стратегии развития рекреационного комплекса Ставропольского края с учетом текущих социально - экономических изменений, использованием имеющегося опыта, местных возможностей в развитии санаторно - курортного комплекса КМВ.

2. Реконструкции и модернизации санаторно - курортной базы.

3. Необходимость разноуровневых подходов в решении проблемы, в связи с недостаточной экономической доступностью отдыха для большинства граждан нашей страны и политической нестабильностью в Северо - Кавказском регионе.

4. Потребность в совершенствовании воспроизводства рекреационных ресурсов и развитии рекреационной системы Ставропольского края в практическом направлении, так как существующие формы и методы регулирования рекреационными ресурсами не в полной мере отвечают современным требованиям.

Курорт КМВ имеет благоприятные предпосылки для дальнейшего развития. Емкость санаторно - курортного и туристического комплекса КМВ не удовлетворяет спрос на санаторно - курортные и туристические услуги. Санатории и пансионаты КМВ в сезон работают при загрузке более 100 % . В то же время природно - ресурсный потенциал позволяет увеличить емкость курортов. Таким образом потенциальное развитие региона КМВ не вызывает сомнений.

Развитие и поддержание туризма в районе КМВ особенно важно, так как именно эта отрасль стимулирует развитие малого бизнеса, строительства (новых гостиниц, пансионатов, ресторанов), торговли, сельского хозяйства, связи, а также предоставляет сотни тысяч потенциальных рабочих мест. Однако кризисные явления привели к уменьшению спроса на рекреационные услуги в городах - курортах Северного Кавказа. По прогнозам в 2017 году 33 % граждан будут экономить на путешествиях, но у региона есть опыт преодоления кризисных ситуаций. Так, основой для сохранения и развития курортов страны стал ФЗ № 122 «О монетизации льгот», согласно которому на санаторно - курортное лечение льготных категорий граждан в рамках Фонда социального страхования РФ ежегодно выделяются значительные средства из федерального бюджета.

Для успешного развития региона КМВ необходима, четкая законодательная база, а Государственная поддержка региону должна носить системный характер.

На данный момент туристический бизнес развивается преимущественно с ориентацией на выезд, большинство турфирм предпочитают заниматься такими направлениями как Турция, Греция, Индия, Тайланд. Для решения данной проблемы в районе КМВ следует улучшить туристическую инфраструктуру, реконструкция и ремонт санаториев и пансионатов, а также строительство хостесов и гостиниц 2 и 3 звезд с современным уровнем комфорта. Повышение качества обслуживания и соответствие цены и качества предоставляемых услуг, а так же увеличение государственной некоммерческой рекламы туристических возможностей региона за рубежом.

### Список используемой литературы

1. Котелкин, В.И. Соотношение экономического и социального аспектов развития туризма в России / В.И. Котелкин // Вестник Санкт - Петербургского университета. Сер. 5. - 2005. – Вып. 2. - С.44 - 47.
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

© Е. С. Гражданкина, 2017

УДК 65

Гулямова Н. А.,

Студентка кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Сафарова И.М.

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ И НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В РОССИИ

Как и большинство сегментов российской экономики, отечественный рынок розничных продаж продовольственных и непродовольственных товаров находится в настоящее время под серьезным влиянием общих для всего хозяйственного комплекса страны кризисных

тенденций. В отличие от многих других рынков, рынок продовольственных и непродовольственных товаров более устойчив, поскольку данные продукты являются первоочередной потребностью человека, и сокращение их потребления или отказ от некоторых из продуктов происходит в последнюю очередь. Тем не менее, по данным Росстата [1, с.2] к концу 2016 года свыше 55 % организаций розничной торговли в качестве одного из факторов, ограничивающих развитие их деятельности, называли недостаточный платежеспособный спрос населения.

Переломным для розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами стал 2014 год, в котором впервые после кризисного падения 2008 - 2009 годов не было зафиксировано роста физического объема оборота розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами, включая напитки, и табачными изделиями (остался, по данным Росстата, на уровне 2013 года). При этом доля расходов домохозяйств на продукты и безалкогольные напитки выросла за год с 27,7 % до 28,5 %. В 2016 году кризисные тенденции на розничном рынке продовольственных и непродовольственных товаров только усилились.

Закономерные для кризиса сокращение спроса и недостаток собственных оборотных средств у многих работающих в рознице компаний усилили тенденцию к укрупнению рыночных игроков. Данные Росстата [1, с.10] говорят о том, что в 2016 году уже 25 % суммарного объема оборота розничной торговли приходилось на розничные торговые сети. В 2015 году этот показатель был равен 24,3 %, а в 2013 году – 22,9 %.

Возвращаясь к структуре российского ритейла продовольственных и непродовольственных товаров, необходимо отметить, что существует явная тенденция ее изменения в пользу сетевых ритейлов, происходящая за счет независимых операторов традиционного формата, рынков и ярмарок. Это хорошо видно в динамике совокупной доли федеральных и региональных сетей в суммарном обороте розничной торговли, относящейся к реализуемым товарам [2, с.210].

Так, если в 2009 году доля сетевых ритейлов на рынке розничных продаж продовольственных и непродовольственных товаров в России составляла 36,5 %, то в 2016 году этот показатель уже достиг 48,5 %.

По итогам 2016 года TOP - 10 игроков розничного ритейла в России выглядел следующим образом (рис.1.1.2):



Рис.1.1.2. Выручка крупнейших торговых сетей в продовольственном и непродовольственном ритейле в России за 2016 год, млрд. руб.

Совокупная доля TOP - 10 составила 24,2 % от суммарного оборота российского рынка розничной торговли за 2016 год. При этом на рынке существуют два выраженных лидера: «Магнит» и «Лента», чьи доли были равны по итогам прошедшего года 7 % и 6,2 %, соответственно. По итогам 2016 года оба лидера нарастили свою долю [3, с.32].

Рост доли торговых сетей в обороте сопровождается ростом занимаемых ими торговых площадей, который не остановился, а только усилился в текущий кризис.

Таким образом, можно отметить, что, несмотря на кризисные тенденции в 2016г., доля розничных торговых сетей в России увеличилась до 48,50 % по сравнению с 2014г. (36,50 % ). Помимо общей тенденции роста доли сетевых игроков в суммарном обороте розничной торговли продовольственных и непродовольственных товаров, одновременно наблюдается усиление позиций самых крупных из сетевых компаний.

### Список использованной литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

2.Ахмерова, Л.С. Экономическая теория: учебник [Текст] / Л.С. Ахмерова. – М.: ИНФРА - М, 2011. – 672 с.

3.Меньшиков, С. М. Новая экономика. Основы экономических знаний [Текст] : учеб. пособие для экон. спец. вузов / С. М. Меньшиков. - М. : Междунар. отношения, 2011. - 294 с.

4.Савельева, Г.В. «Региональная экономика и социология» [Текст] / Г.В. Савельева. – М.: ИНФРА - М, 2012. – 300с.

© Гулямова Н.А., 2017г.

УДК 336.7

**Е.В. Гусева, М.В. Казьмина, А.А. Новова**

Студентки 3 курса Финансового факультета

РЭУ им. Г. В. Плеханова

Г. Москва, Российская Федерация

**Научный руководитель: О. В. Помаскина**

К.э.н., доцент кафедры управления рисками, страхования и ценных бумаг

РЭУ им. Г.В. Плеханова

Г. Москва, Российская Федерация

## ОСОБЕННОСТИ БИРЖЕВОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ

Фондовый рынок является особенно значимым и важным для экономики современных развитых стран, это сложноорганизованная система, один из главных механизмов по обеспечению эффективного функционирования экономики. Вследствие этого, в современных условиях огромное значение уделяется функционированию организаторов биржевой торговли – фондовым биржам.

Рассмотрим развитие биржевой торговли в России в историческом аспекте. В Европе биржевой рынок развивается с 16 века: Антверпенская биржа (1531 г.), Лондонская биржа (1549 г.), Амстердамская биржа (1602 г.). В США фондовый рынок начал развиваться с 1752 года, а российский биржевой рынок начал свое формирование значительно позднее, лишь в 1703 году при Петре I в Санкт - Петербурге. Создание Московской биржи произошло во времена правления Екатерины II. Заметное развитие было в 30 - 40 - е года XIX столетия, возникли биржи в торговых центрах России, и уже в начале XX века их количество достигло уже 115. Российские биржи отличались от западных более низким уровнем организации торгов и отсутствием жесткой нормативно - правовой базы.

В 90 – е годы прошлого века был биржевой бум, в 1992 году функционировало около 100 бирж, большая часть из которых позже прекратили свое существование. В это время формировалась законодательная основа биржевой торговли, в 1996 году принят Федеральный закон «О рынке ценных бумаг». Таким образом, можно сделать вывод, что современные фондовые рынки развитых стран были сформированы в течение длительного исторического периода времени, однако в России этот период был краткосрочный и скачкообразный. Однако, в начале XXI века в России наблюдались позитивные сдвиги - появились новые виды ценных бумаг, новые технологии торговли.

Далее проанализируем современное состояние и проблемы организации биржевой торговли в России. В настоящее время в Российской Федерации существует 7 бирж [2], однако торги ценными бумагами ведутся на трех:

- ПАО «Московская биржа»;
- ПАО «Санкт - Петербургская биржа»;
- АО «Санкт - Петербургская валютная биржа».

Наиболее крупной фондовой биржей Российской Федерации является Московская биржа. Она возникла в декабре 2011г. в результате слияния Российской торговой системы (РТС) и Московской межбанковской валютной биржи (ММВБ). Московская биржа предоставляет диверсифицированную линейку продуктов, биржевой фондовый рынок является полностью электронным и высокотехнологичным. Поэтому в современных условиях наиболее перспективным направлением брокерской деятельности является предоставление онлайн брокерских услуг [4, с. 559].

Российский фондовый рынок на данный момент можно отнести к развивающимся. Поэтому существуют много нерешенных проблем и вопросов, связанных с улучшением его функционирования.

Наблюдается тенденция преобладания на российском рынке в качестве «голубых фишек» акций газовых, нефтяных и энергетических компаний. Такая низкая отраслевая диверсификация является существенным недостатком российского рынка акций: почти 70 % капитализации рынка акций приходится на электроэнергетику, нефтегазовую промышленность, металлургию. Существует высокая концентрация на уровне отдельных компаний: ОАО «Сбербанк России» и ОАО «Газпром», составляющие около половины оборота [5, с. 305].

Несмотря на принятие ряда законов по регулированию биржевого рынка, рассмотрены не все проблемы российского рынка. Закон «О рынке ценных бумаг» 1996 года № 39 - ФЗ [1], является основным законом, которым регулируется данная сфера, но он не охватывает все аспекты развивающегося фондового рынка. Следует также отметить, что до сих пор

недостаточно разработана законодательная база для срочного рынка. В сентябре 2013 года Банк России получил полномочия Федеральной службы по финансовым рынкам по контролю, регулированию и надзору в сфере финансовых рынков. Передача полномочий по регулированию российского фондового рынка Банку России должна привести к улучшению качества контроля и надзора за участниками рынка.

На рынке ценных бумаг России отсутствует корреляция между ростом индексов и ростом ВВП. Негативной особенностью отечественного фондового рынка является отсутствие связи с реальным сектором экономики. Также для российского фондового рынка свойственны высокая волатильность и низкая ликвидность.

Недостаточное развитие коллективного инвестирования на рынке ценных бумаг в России также является его проблемой. Причиной этого является не столько отсутствие средств у потенциальных инвесторов, сколько отсутствие стимулов для участия в инвестиционной деятельности. Связано это как с проблемами, изложенными выше, так и с недостаточным уровнем финансовой грамотности, необходимого для биржевой торговли, у населения.

К отрицательным чертам относится также низкая правовая культура, превышение спекуляции над инвестициями и злоупотребление инсайдерской информацией.

Но, несмотря на вышеперечисленные проблемы и недостатки российского рынка ценных бумаг, на данный момент он показывает довольно хорошую динамику развития.

В 2015 году аналитики прогнозировали негативное развитие событий на российском рынке акций. Прогнозы были обусловлены следующими факторами: ослабление российского рубля; снижение объемов российского производства; падение цен на нефть; массовые санкции со стороны США и европейских стран; сокращение рабочих мест и, соответственно, снижение доходов населения.

Несмотря на все вышеперечисленное, ситуация на российском фондовом рынке развивалась по благоприятному сценарию, рост акций превысил 20 %. Такие результаты легко объяснимы: в конце 2014 года на рынке российских акций был зафиксирован массовый обвал цен. Стоимость акций достигла минимальных отметок конца 1990 - х - начала 2000 - х, что сделало их привлекательными для инвесторов и спекулянтов. В 2015 году экономическая ситуация в России относительно стабилизировалась.

В 2016 г. российский фондовый рынок показал активный рост, оказавшись близко к своему историческому максимуму. Несмотря на санкции, которые вводят ограничения на доступ банков и нефтяных компаний к западному финансированию, индекс ММВБ к концу 2016 года не раз обновил свои абсолютные максимумы и преодолел такую "психологическую" отметку, как 2200 пунктов (рис.1), а индекс РТС возвратился к уровням двухлетней давности (рис.2).

Акции многих эмитентов, таких как Роснефть, Сбербанк, Аэрофлот, Новатэк, Башнефть, также обновили свои исторические максимумы. Восстановление в большинстве своем было связано с положительными, благоприятными внешними факторами. Цены на нефть, являющуюся главным товаром российского экспорта, набрали около 50 % по сравнению с 2015 годом. Неудивительно, что российский рынок отреагировал на это ростом. Российский фондовый рынок к концу 2016 года оказался в достаточно оптимистичном состоянии в результате довольно позитивного сочетания ряда факторов и обстоятельств, наиболее значимым из которых стало значительное увеличение цен на нефть. Кроме того,

продажа государственного пакета акций компании «Роснефть» иностранным инвесторам предоставила возможность решить бюджетные проблемы.



Рис. 1. Динамика индекса ММВБ в 2015 - 2017 гг. [3]

Перспективы российского фондового рынка в 2017 году оцениваются позитивно. Ориентир многих аналитиков и экспертов на конец текущего года составляет 2500 - 2800 пунктов ММВБ. Однако существуют риски, которые могут оказать влияние на рынок, в первую очередь, глобальные риски, связанные с Китаем (отток капитала и давление на юань), процесс Brexit и выборы в Европе. Следует также учитывать возможность снижения цены на нефть. Сильное падение цен не наблюдалось в первой половине 2017 года, но может быть во второй половине года.



Рис. 2. Динамика индекса РТС в 2015 - 2017 гг. [3]

В заключение следует выделить основные катализаторы роста российского рынка акций в современных условиях:

- 1) Понижение ключевой ставки Банком России до 9,25 % .
- 2) Недооцененность рынка: потенциал роста у многих ликвидных акций.

3) Дивидендный фактор: 2016 г. коэффициент дивидендных выплат по индексу MSCI Russia повысился до 41 % и имеет потенциал для увеличения в 2017 - 2018 гг.

4) Финансовые результаты российских компаний: в ближайшие 12 месяцев, согласно прогнозу Bloomberg, прибыль на акцию по компаниям, входящим в индекс ММББ, может увеличиться на 34 % .

В результате отток капитала из России замедлился, дивиденды и дешевизна рынка привлекают спекулянтов и некоторых инвесторов.

#### **Список использованной литературы:**

1. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39 - ФЗ // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10148/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10148/)

2. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс] – URL: [http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv\\_secur/](http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_secur/)

3. Информационный портал InvestFunds [Электронный ресурс] – URL: <http://investfunds.ru>

4. Помаскина О.В. Брокерские услуги на рынке ценных бумаг. - Научное обозрение. - 2014. - № 9 - 2. - С. 559 - 561.

5. Кадиленко А. Н. «Голубые фишки» России и мира // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013.

© Е.В. Гусева, М.В. Казьмина, А.А. Новова, 2017

**УДК 33**

**Данг Минь Зунг**

студент 2 курса Института нефтегазового бизнеса  
Уфимский государственный нефтяной технический университет  
г. Уфа, Российская Федерация

### **СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ**

В жестоко конкурирующем мире важно не отстать от мировых достижений в стимулировании труда. Отсутствие разработанной системы стимулирования и мотивации качественного и эффективного труда создает предпосылки снижения конкурентоспособности фирмы, в частности нефтегазовой компании, что негативно скажется на работоспособности работников и социальной атмосфере в коллективе. Детально разработанная система стимулирования труда позволит мобилизовать трудовые потенциалы, создание необходимой заинтересованности работников в росте индивидуальных результатов, проявлению творческого потенциала, стремление к высшей цели компании в нефтегазовой отрасли.

Кадровый состав организации составляют её основу, её главный ресурс и ценность. Непрерывное выявление потребностей в подготовке, развитии компетентности, повышение



мотивации и проявление заботы о персонале – главное условие выгодного использования способностей работников выполнять установленные требования и достигать запланированные результаты [3].

В настоящее время изменилась роль персонала в производственной деятельности организации. Говоря об использовании социально - психологических методов мотивации персонала необходимо отметить, что очень важным условием успешности такой стратегии стимулирования служит открытость и доверительность в отношениях между руководством и работниками.

Можно выделить три основных направления усовершенствования использования социально - психологических методов в мотивации персонала

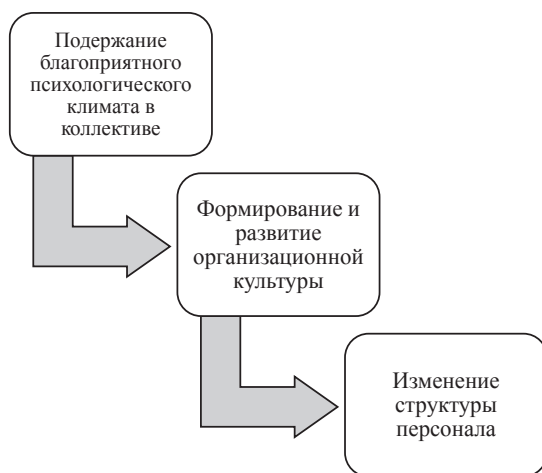


Рисунок 1. Основные направления нематериальных методов стимулирования

Поддержание благоприятного психологического климата в коллективе очень важно для любой организации. Это необходимо для того, чтобы люди были довольны своей деятельностью и работали с удовольствием.

Рассмотрим основные методы формирования и поддержания организационной культуры, которые могут быть использованы в нефтегазовых компаниях:

- Реакция руководства на поведение работников в критических ситуациях. Культивируемое в организации отношение к людям, к их ошибкам особенно ярко проявляется в кризисных ситуациях.

- Поведения руководителя. Безусловно, руководителю следует начать с себя. Руководитель должен стать подobaющей личностью, тем самым, показывая пример такого отношения к делу, такого поведения, которые предполагается закрепить и развить у подчинённых.

- Обучение является важнейшим инструментом пропаганды и закрепления желательного отношения к делу.

- Организационные традиции и порядки. Организационная культура закрепляется и транслируется в традициях и порядках, действующих в организации.

Что касается структуры персонала, то стоит ускорить процесс адаптации и создание оптимальных условий для молодых специалистов. Также полагаем, стоит видоизменять половую структуру персонала. Ведь, по статистике, наличие женщин в руководстве фирмы позволяет предприятию получать дополнительные инвестиции, повышает прибыльность компании и это создаёт благоприятный климат внутри компании.

Стоит внедрить и такой инструмент как стимулирование ответственностью. Оно является стратегическим шагом в стимулировании персонала. Ведь большинство людей получают удовлетворение от возложенной на них ответственности (сотрудники считают, что это принадлежит исключительно им). Надо сказать, что передача ответственности не обязательно должна иметь большие масштабы, но какой бы ни была ответственность, она рождает более обдуманное и внимательное отношение к методам работы, процессам деятельности и к ее конечным результатам и, соответственно, влечет за собой рост эффективности и продуктивности, стимулируя вместе с тем работу в команде [2,4,6].

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий в сочетании с совершенствованием иных методов мотивирования и стимулирования труда позволит повысить заинтересованность сотрудников в результатах своего труда и эффективность всей системы управления организацией в целом.

Одним из важнейших аспектов, влияющих на эффективность работы персонала, является стимулирование, определенная модель которого существует на ПАО «Газпром». Она представляет собой взаимосвязанные принципы и факторы, которые побуждают служащих к высокопроизводительной трудовой деятельности, обеспечивая тем самым продуктивную работу всей системы [1,7,8].

Внедрение программы позволит повысить трудовое стимулирование работников – предоставит возможности продвижения по службе наиболее инициативным и перспективным работникам, зарождение интегрального эффекта от участия в управлении нефтегазовой корпорацией.

Таким образом, предложенные мероприятия по совершенствованию мотивации персонала увеличат эффективность деятельности предприятия, помогут внедрить проактивную политику в отношении персонала и оставаться предприятиям нефтегазовой отрасли одними из самых привлекательных работодателей на рынке [5].

В заключение следует отметить, что недооценка важности понимания мотивации поведения человека во всех сферах существования и стимулирования труда персонала может привести к экономическим кризисам, как отдельных личностей, так и целых корпораций.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бирюкова В.В. Стратегическое управление устойчивым развитием нефтяной компании // Вестник Сибирской государственной автомобильно - дорожной академии – 2014 - № 5 (39) - С. 105 - 112.
2. Бирюкова В.В. Управление сбалансированным развитием предприятий нефтяной промышленности // Вестник Сибирской государственной автомобильно - дорожной академии. 2016 - № 1 (47) - С. 87 - 94.

3. Гайсина Л.М. Трансформация системы управления персоналом в условиях социальных изменений: нефтегазовый комплекс России. Уфа: Восточная печать - 2014. - 224 с.

4. Гайсина Л.М. Современные социальные технологии подбора кадров в российских нефтегазовых компаниях // Вестник Башкирского университета. Научный журнал. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – Т. 15. - № 4. – С. 1264 - 1268

5. Левитский Д.Н. СТО Газпром серии 9000: корпоративный подход к менеджменту качества / Д.Н. Левитский, В.И. Шухно, А.С. Кузнециков // Нефть, газ и бизнес – 2012 – №1 - 2 – С. 7 - 11

6. Плосконосова В.П., Бирюкова В.В. Организационно - экономические аспекты управления развитием промышленного предприятия // Международная торговля и торговая политика - 2006 - № 3 - С. 111 - 118.

© З. М. Данг

**УДК33**

**Р.Н. Дзель**

студентка факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК

факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

### **ФИНАНСОВОЕ ОЗДОРОВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ «ВЫШЕСТЕБЛИЕВСКОЕ СЕЛЬСКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ОБЩЕСТВО (СЕЛЬПО)»**

Одной из характеристик стабильного положения организации служит ее финансовая устойчивость, которая является внутренней стороной финансового состояния организации. Для обеспечения финансовой устойчивости организация должна обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для нормального функционирования. Платежеспособность - один из показателей, характеризующий финансовое положение организации, показывающий возможность организации наличными денежными ресурсами своевременно погашать свои платежные обязательства. Понятие платежеспособности тесно связано с понятием ликвидности. Ликвидность - возможность субъекта хозяйствования обратить активы в наличность и погасить свои платежные обязательства, а точнее, это степень покрытия долговых обязательств организации ее активами, срок превращения которых в денежную наличность соответствует сроку погашения платежных обязательств.

Приемы финансового оздоровления будут применены к некоммерческой организации «Вышестеблиевское сельское потребительское общество (сельпо)», которое осуществляет

свою деятельность на основе полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости. Основными видами хозяйственной деятельности являются розничная торговля продовольственными и промышленными товарами, общественное питание, производство - выпечка кондитерских изделий, оказание бытовых услуг населению: парикмахерские, пошив одежды, раскрой тканей, резка стекла, столярные работы, транспортные услуги, продажа товаров в кредит. Имеются обслуживающие производства: транспортный цех, четыре распределительных склада, в том числе два продуктовых склада и один промышленный склад, один мебельный, ремонтная база для обслуживания магазинов и выполнение строительных работ хозяйственными способами.

В период с 2013 г. по 2015 г. в структуре имущества организации наибольшую долю составляли оборотные активы – это 58,6 % (35021 тыс. руб.) от общей суммы. Наибольший удельный вес в 2015 г. в оборотных активах составляли запасы, стоимость которых равна 34199 тыс. руб. или 57,2 % от стоимости имущества организации в целом. Расчеты с дебиторами наоборот уменьшились и составили в 2015 г. 691 тыс. руб. или 1,2 % . Произошло уменьшение денежных средств на 18,7 % . Производственная площадь осталась без изменений, а среднесписочная численность увеличилась на 9 чел. Возросла выручка на 16641 тыс. руб., рост валовой прибыли составил 3536 тыс. руб. Чистая прибыль организации также увеличилась на 38,6 % и составила 1429 тыс. руб. в 2015 г. Организация не обеспечена собственными источниками финансирования, необходимых для ее финансовой устойчивости.

Общая платежеспособность Вышестеблиевское Сельпо уменьшилась на 0,079, что говорит о том, что платежеспособность организации находится не в норме. Ликвидность организации выступает в качестве внешнего проявления финансовой устойчивости, сущностью которой является обеспеченность оборотных активов долгосрочными источниками формирования.

Коэффициент текущей ликвидности соответствует норме и организация могла погашать часть своих обязательств в течение года. Коэффициент срочной ликвидности не соответствовал норме, организация при расчетах с дебиторами не в состоянии погасить краткосрочные обязательства. Коэффициент абсолютной ликвидности так же не соответствовал норме, организация не в состоянии погасить часть краткосрочной задолженности в ближайшее время.

За анализируемый период в 2013 - 2015 гг. постоянно присутствовал платежный недостаток наиболее ликвидных активов. В целом можно сделать вывод, что финансовая устойчивость организации Вышестеблиевского Сельпо находилась в неблагоприятном состоянии и кредитоспособность ее низка, что требует принятия мер для улучшения ее финансово - хозяйственной деятельности.

Чистый оборотный капитал «Вышестеблиевское сельское потребительское общество (сельпо)» уменьшился, то есть снизилась ликвидности организации и ее кредитоспособность. В 2015 г. организация испытывала реальный недостаток в денежных средствах. Проанализировав кредиторскую задолженность за период 2013 - 2015 гг. можно сделать вывод о том, что кредиторская задолженность увеличилась к 2015г. Наибольший удельный вес в краткосрочной кредиторской задолженности занимают расчеты с поставщиками и заказчиками. В целом можно сказать, что Вышестеблиевское сельпо является не платежеспособным обществом, не способным погасить полностью и в срок

почти все свои обязательства. Сельпо не обладает нормальной финансовой устойчивостью, которая пока не гарантирует ему ликвидность и платежеспособность.

Результаты проведенного исследования позволили нам предложить следующие мероприятия для улучшения финансово - хозяйственной деятельности Вышестеблиевское сельпо:

1. Внедрить дополнительные нетрадиционные услуги населению:

- организация торговли медикаментами и лекарственными препаратами;
- выдача пенсий пенсионерам — (акционерам) из выручки сельских магазинов;
- работа магазинов на основе терминалов и магнитных карточек для привлечения покупателей;
- бонусы, зависящие от объема покупок;
- займы к населению, акционеров сельПО.

2. Создавать и развивать торговлю в новых формах: электронная торговля, торговля через Интернет и т.д.

3. Заключать договора с поставщиками - производителями, так как посредники имеют определенную выгоду, продавая свой товар на 10 – 15 % выше, чем у производителя, а сельпо теряет на этом часть дохода, заложенного в наценку на товар в таких же пропорциях.

4. Участвовать в реализации совместных краевых программ.

5. Нарастивать собственный оборотный капитал, для чего использовать фонд развития сельпо, привлекать на взаимовыгодных условиях средства членов кооператива и сельского населения.

6. Развивать маркетинговые исследования. То есть улучшить обслуживание покупателей и поддерживать деловую репутацию.

7. Уделять внимание формированию товарных запасов. Негативные последствия политики накопления запасов нередко полностью перекрывают положительный эффект от экономии за счет ранних закупок.

8. Продавать не ликвидные активы.

Все предложенные мероприятия будут способствовать улучшению финансово - хозяйственной деятельности Вышестеблиевское сельпо в целом и помогут руководству вывести его из кризисного состояния.

#### **Список использованной литературы:**

1. Захарян А.В. Финансовый мониторинг предприятий - заёмщиков с целью определения возможности наступления их кризисного состояния / Захарян А.В. // Вестник ИМСИТ. 2008. № 3 - 4. С. 4.

2. Захарян А.В. Положительный эффект затянувшегося финансового кризиса на экономику России. Стратегии обновления экономики в ответ на кризис / Красникова Ю.М., Захарян А.В. // В сборнике: Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 245 - 247.

3. Захарян А.В. Проблемы малого предпринимательства в России и пути их преодоления / Головки Т.А., Захарян А.В. // В сборнике: Институциональные и

инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 106 - 109.

4. Герасименко О.В. Актуальные проблемы оценки финансовой устойчивости организации на современном этапе / Герасименко О.В. // сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. Ответственный за выпуск: А.Г. Коцаев. 2016. С. 1002 - 1003.

5. Захарян А.В. Пути совершенствования денежных потоков организаций / Гакаме Ф.Р., Захарян А.В. // В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 73 - 75.

6. Захарян А.В. «Шоковая терапия» - радикальный метод смены экономических режимов / А.В. Захарян, М.Е. Степченко, Е.В. Мостовая // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11 - 1 (76 - 1). С. 730 - 732.

7. Захарян А.В. Продовольственное эмбарго и вкусы российских потребителей / Захарян А.В., Федорова В.А., Равичева Д.Ю. // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11 - 1 (76 - 1). С. 109 - 111.

8. Захарян А.В. Инвестиционная привлекательность Краснодарского Края: анализ регионального потенциала / Горелова А.А., Захарян А.В. // В сборнике: Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 91 - 93.

© Захарян А.В., Дзетль Р.Н., 2017

**УДК 331.108**

**Димитриева С.Д.**

К.э.н., доцент кафедры управления персоналом и экономики труда  
Институт экономики и управления ФГАО ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

**Белоус А.Н.**

обучающийся 2 - го года магистратуры направления подготовки  
«Управление персоналом»

Институт экономики и управления ФГАО ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

## **ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ООО «КАТРАН ТРЕЙД»**

Эффективное управление предусматривает максимально полное использование того широкого набора ресурсов, которые находятся в распоряжении организации. Самый главный ресурс из всех ресурсов – это люди. Персонал предприятия – наиболее сложный объект управления в организации, поскольку люди, в отличие от предметных факторов производства, являются «живыми», способны самостоятельно принимать решения, критично оценивать требования, которые к ним выдвигаются, действовать, иметь субъективные интересы, а также быть чувствительными к управленческому влиянию.

В результате анализа образовательного состава сотрудников определено, что большинство персонала – специалисты с высшим образованием (табл. 1). Незаконченное

высшее образование имеется только у трех человек, что составляет 5,5 % от общего количества работающих в организации лиц. Два и более высших образования имеет основная доля сотрудников – 80,0 % (44 человека). В целом, все сотрудники характеризуются как грамотные квалифицированные работники с достаточным уровнем профессиональной подготовки, которая соответствует занимаемым ими должностям.

Таблица 1 – Образовательный состав персонала  
ООО «Катран Трейд» по состоянию на 2016 г.

| Образование                  | Количество, человек | Доля в структуре персонала, % |
|------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Среднее                      |                     |                               |
| Средне - специальное         | 8                   | 14,6                          |
| Незаконченное высшее         | 3                   | 5,5                           |
| Высшее, в т.ч.               | 44                  | 80,0                          |
| 2 и более высших образований | 5                   | 9,1                           |
| Итого                        | 55                  | 100,0                         |

Основную долю сотрудников компании составляют менеджеры по продажам, именно они выполняют основную функцию – заключение договоров с заказчиками и поставщиками. На данном этапе обучение работников не является одним из главных элементов стратегии развития организации.

Организация имеет достаточное документальное обеспечение для развития персонала. К ним относятся:

- Положение «Подбор персонала» - является основным документом, которым обязаны руководствоваться все участники процесса подбора персонала, представляющие интересы организации на рынке труда;
- Положение о наставничестве – содержит основные требования к наставничеству;
- Положение об обучении – описывает порядок развития и обучения персонала;
- Правила внутреннего трудового распорядка – устанавливают порядок приема и увольнения, основные права, обязанности и ответственность работодателя и специалистов, режим рабочего времени, время отдыха, применяемые к специалистам меры поощрения и взыскания.

Документами организации определены основные приоритеты обучения: качество оказываемых услуг; искусство эффективных продаж; обслуживание клиентов; профессиональный рост; руководство (общий менеджмент); охрана труда и техника безопасности; тренинг, связанный с информационными технологиями; обучение и адаптация новых работников.

Общие инвестиции в развитие персонала организации приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Инвестиции  
ООО «Катран Трейд» в обучение и развитие персонала в 2014 - 2016 гг.

| Наименование показателя                | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | Отклонение, %          |                        |
|--|---------|---------|---------|------------------------|------------------------|
|  |         |         |         | 2015 г.<br>/ 2014<br>г | 2016 г.<br>/ 2015<br>г |
| Численность персонала, чел.            | 50      | 58      | 55      | 116,00                 | 94,83                  |
| Численность обученных работников, чел. | 3       | 5       | 5       | 66,67                  | 100,00                 |

|  |              |          |              |        |        |
|--|--------------|----------|--------------|--------|--------|
| Количество принявших участие в тренингах, чел.       | -            | 2        | 2            | -      | 100,00 |
| Затраты всего, тыс. руб.                             | 59784,9<br>2 | 66401,66 | 84591,0<br>0 | 11,07  | 127,39 |
| В том числе затраты на обучение и тренинг, тыс. руб. | 15,3         | 35,6     | 40,3         | 132,68 | 113,20 |
| Доля затрат на обучение в общей сумме, %             | 0,03         | 0,05     | 0,05         | 109,49 | 88,86  |

В период с 2014 по 2016 гг. в организации прошло обучение 13 человек. Наименьшее количество обученных кадров приходилось на 2014 г. В 2015 и 2016 гг. обучение прошло по 5 человек, в т.ч. в этот период по 2 человека проходили профессиональные тренинги. Доля затрат на обучение в общей сумме расходов организации варьируется в границах 0,03 (в 2014 и 2016 гг.) и 0,04 % (в 2015 г.). В среднем на обучение в 2016 году на одного человека приходилось 8,06 тыс. руб.

Таким образом, 9 % персонала проходит ежегодное обучение. Однако следует отметить, что основными методами обучения остается наставничество или самостоятельное обучение. Последнее не всегда является эффективным элементом общей системы обучения персонала. Руководству необходимо уделить внимание современным методам развития сотрудников, а также повышать личную заинтересованность персонала в повышении квалификации.

#### Список использованной литературы:

1. Петрович Й.М. Концептуальные подходы к развитию персонала организации / Й.М. Петрович, Р.О. Винничук // Экономика и управление предприятиями. 2014. - № 3 - 4(2). – С.26 - 30.

© С.Д. Димитриева, 2017

УДК 332

**Е.А. Доронина**, магистрант

Уфимский государственный нефтяной технический университет  
г. Уфа, Российская Федерация

### РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ СТРОИТЕЛЬСТВА МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДОВ

В значительной степени эффективное функционирование и устойчивое развитие хозяйствующих субъектов в современных условиях зависит от их инвестиционной деятельности. Современный этап развития трубопроводного транспорта России характеризуется усилением инвестиционных рисков при строительстве магистральных трубопроводов. Эти риски связаны с технологическими, политическими и правовыми препятствиями, возникающими при организации транспортировки углеводородов потребителям, с ухудшением конъюнктуры мировых энергетических рынков в связи с избытком предложений нефти и газа, неустойчивостью мировых цен на углеводородное сырье и другими факторами.



Достоверная оценка воздействия потенциальных рисков факторов на проекты строительства магистральных трубопроводов предоставляет инвестору возможность более четко координировать предпринимаемые действия по достижению целей проекта, достоверно оценить свои внутренние резервы и адекватно реагировать на изменение рыночной ситуации.

Классификация проектных рисков строительства магистральных трубопроводов представлена в таблице 1.

Управление рисками следует осуществлять на всех стадиях жизненного цикла проектов строительства трубопроводов с помощью мониторинга, контроля, необходимых корректирующих действий.

Таблица 1 – Классификация проектных рисков строительства магистральных трубопроводов

| Признак классификации   | Вид риска   |
|---|---|
| 1 По масштабам и размерам                                       | Глобальный; Локальный   |
| 2 По ситуации   | В условиях определенности;<br>В условиях неопределенности (стохастический);<br>В условиях конфликта (конкурирующий).  |
| 3 По степени риска  | Минимальный; Средний; Максимальный.   |
| 4 По аспектам   | Юридический риск;<br>Финансовый риск;<br>Маркетинговый риск;  |
| 5 По причинам возникновения                                     | Функциональный риск;<br>Денежный риск;<br>Инфляционный риск;<br>Риск ликвидности.   |
| 6 По последствия проявления                                     | Риск прекращения деятельности;<br>Вариационный риск и т.д.  |
| 7 Фазы проектной деятельности                                   | Риски в прединвестиционной фазе;<br>Риски в инвестиционной фазе;<br>Риски в эксплуатационной фазе.  |
| 8 Специфические риски строительства магистральных трубопроводов | Удаленность от транспортной инфраструктуры;<br>Отсутствие инженерных коммуникаций;<br>Неточность определения объема транспорта продукции;<br>Низкие качественные характеристики транспортируемых продуктов. |

В качестве документационного обеспечения системы управления рисками проекта может использоваться карта рисков, которая представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Фрагмент карты рисков проекта

| Фрагмент карты рисков | Описание фрагмента  |
|-----------------------|---|
| Идентификатор риска   | Наименование риска  |
| Классификация риска   | Общая характеристика типа воздействия, которое может оказать риск |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Условия возникновения риска     | Описание условий / причин возникновения угроз  |
| Триггеры риска                  | Временные / параметрические индикаторы   |
| Вероятность возникновения риска | Вероятностная величина от 0 до 100 %   |
| Угроза риска (опасность)        | Количественная мера угрозы риска   |
| Ожидаемая величина риска        | Произведение вероятности на угрозу риска   |
| Связанные риски                 | Перечень идентификаторов других рисков, находящихся с данным риском в какой - либо зависимости с описанием зависимости |
| Ответственный                   | Лицо, отвечающее за мониторинг триггеров риска   |

Существенной характеристикой инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов трубопроводного транспорта является то, что формирование их выручки (через тарифы на услуги по транспортировке нефти и нефтепродуктов) зависит от государственного регулирования отрасли, т.е. устанавливают данные тарифы Федеральная антимонопольная служба.

Оценку и анализ рисков строительства магистральных трубопроводов следует проводить на всех стадиях проекта – прединвестиционной; инвестиционной; эксплуатационной. Наиболее известным способом оценки рисков является экспертный метод, при котором экспертным путем устанавливается вероятность наступления риска (р) и его воздействия (у). С учетом этого определяется сила риска (Р):

$$P = p * y. \quad (1)$$

Вероятность риска может быть оценена по шкале от 0 до 1,0, где 0 – риск маловероятен, 1 – риск реален.

Таким образом, инвестиционная деятельность любой компании подвержена рискам. Отслеживание и прогнозирование этих рисков является одной из важнейших задач. Необходимо проводить регулярный мониторинг потенциально рискованных событий и предпринимать меры по их предотвращению. В случаях, когда наступление подобных событий неизбежно, необходимо осуществлять мероприятия для минимизации неблагоприятных последствий. Управление рисками инвестиционных проектов строительства магистральных трубопроводов нацелено на обеспечение разумной гарантии достижения стратегических целей и поддержание уровня рисков компании в пределах, приемлемых для менеджмента и акционеров.

#### Список использованной литературы:

1. Валинурова Л.С., Казакова О.Б., Зуева М.С., Горбачев И.В. Управление рисками [Текст]: учебное пособие / Л. С. Валинурова, О.Б. Казакова, М.С. Зуева, И.В. Горбачев. – Уфа: БАГСУ, 2009. – 83 с.
2. Казакова О.Б. Инвестиционные риски и их влияние на воспроизводственную структуру капитальных вложений [Текст] / О.Б. Казакова // Экономика и организация инвестиционной деятельности: сборник статей под общ. ред. Л.С. Валинуровой, О.Б. Казаковой. - Уфа, БАГСУ, 2009. С. 27 - 35.

© Е.А. Доронина, 2017

**Л.Н. Дробышевская,**  
д - р экон. наук, проф. кафедры мировой экономики  
и менеджмента КубГУ г. Краснодар, РФ  
E - mail: ld@seatrade.ru

**М.А.Горлопан**  
студентка экономического факультета  
КубГУ, г. Краснодар, РФ  
E - mail: margo\_2991@mail.ru

## **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ДИНАМИЧНОМ РАЗВИТИИ КОМПАНИЙ**

Развитие инноваций на микроуровне способствует улучшению качества товаров, работ, услуг и росту конкурентных преимуществ на рынке. Практика показывает, что инновации сегодня имеют наиважнейшее значение в развитии как целой страны, так и небольшой компании. При этом используются различные мероприятия: научные, коммерческие, финансовые и технические. Современное любое производство, будь то выпуск колбасных изделий или же новый космический аппарат целеориентированы на эффективную деятельность. При создании нововведенческого продукта на первом месте стоит вопрос о затратах по его реализации. Направление, которое выбирает компания для инновационной деятельности, имеет огромную значимость, поскольку не всегда задачи, которые ставят перед собой компании, сопоставимы с её ресурсами, а также научным потенциалом. Инновационная политика компании имеет определенные цели: идея для нового продукта, обоснование идеи; проведение исследований нового продукта; подготовка к выпуску продукции; сбыт нового товара; контроль рынка сбыта.

На рынок в современных условиях всё больше поступает инновационной продукции. Это происходит вследствие того, что компании стремятся быть конкурентоспособными, поэтому менеджеры упор делают на новые технологии производства, а также стараются усовершенствовать бизнес - процессы. Компания, которая идет «в ногу со временем», всегда сможет занять высокие позиции на рынке и иметь постоянный доход от выпущенного продукта, товара или услуги. Успешные позиции на рынке позволяют также сформировать хороший имидж компании и улучшить деловую репутацию. Для достижения поставленных целей предприятиям необходимо ставить себе такие задачи, которые помогут и дадут преимущества в выбранной деятельности. Разработка эффективных мероприятий способствуют увеличению сбыта продукции предприятия.

Инновации подразделяются на реактивные и стратегические. Первые способны быстро реагировать за изменения во внешней среде. Обычно они применяются в жестких конкурентных условиях. Вторые – позволяют получить преимущества в долгосрочном аспекте. Инновации любой группы нужно развивать, поэтому были разработаны мероприятия, которые способны помочь компании развивать инновационную деятельность в своих подразделениях. Рассмотрим эти мероприятия по управлению инновациями в таблице 1.

Таблица 1 – Мероприятия по развитию нововведений в компаниях

| Мероприятия              | Содержание   |
|--------------------------|--|
| 1. План развития         | Разработка плана; его внедрение  |
| 2. Контроль              | Контролировать процессы на этапах разработки и внедрения нового продукта         |
| 3. Обеспечение ресурсами | Финансы; материалы; персонал   |
| 4. Привлечение персонала | Обеспечить персоналу рабочие зоны; создание групп; исполнение поставленных задач |

Названные выше мероприятия помогают молодым компаниям, которые не занимались ранее с инновационной деятельностью, разобраться в специфике деятельности, направленной на исследования и разработки (ИиР). Отметим, что любые мероприятия в компании, прежде всего, направлены на повышение конкурентоспособности продукции. Товар высокого качества всегда имеет большую привлекательность для покупателя, поэтому формулой конкурентоспособности можно назвать качество, цену и обслуживание. Именно эти свойства присущи конкурентному продукту.

Как известно, инновационная инфраструктура является важнейшей подсистемой инновационной деятельности компании. Более того, эффективность управления инноваций определяется с помощью оценки уровня взаимодействия предприятия с внешней средой. Рассмотрим рисунок 1. [3, с.1]

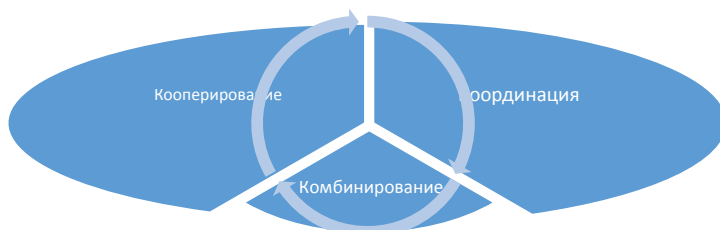


Рисунок 1 - Формы взаимодействия предприятия с внешней средой

Комбинирование является соединительным элементом разных отраслей. Кооперирование акцентирует внимание на организационно - хозяйственных связях, а координация есть взаимодействие групп людей в решении поставленных вопросов. Отметим, что философия успеха любой компании заключается в долговременной ориентации на потребителя. Для анализа своей продукции необходимо применять концепцию жизненного цикла товара. Данная концепция позволяет выявлять на ранних этапах любые проблемы, связанные с оборотом продукции, и в случае спада своевременно осуществлять изменения в ассортименте и др. характеристиках продукта.

К внедрению в своем производстве инновационного отдела компания должна тщательно подготовиться, а именно уметь анализировать все объективные стороны намеченных перемен, как положительные, так и отрицательные. Правильные, обоснованные решения приносят компании только положительный результат. В то время для успешного

управления нововведениями в компаниях этот процесс должен носить системный характер. Рассмотрим инновационный процесс продукта на рисунке 2.

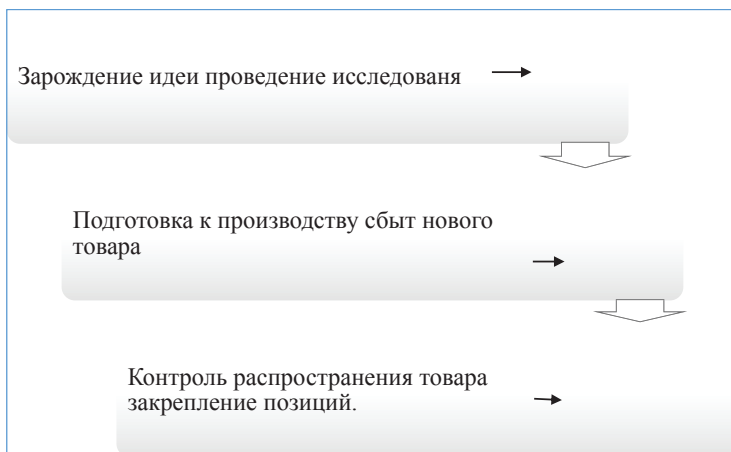


Рисунок 2 – Этапы создания нововведенческого продукта

Как видно из рисунка 2, идея до популяризации товара проходит много сложных этапов, которые требуют максимальной сосредоточенности. В настоящее время положительный эффект от инновационной деятельности возможен только если соблюдаются следующие правила, а именно: отлаженность систем инвестирования, кредитования и налогообложения.

В РФ в настоящее время существует ряд налоговых льгот и преференций, направленных на поддержку малого инновационного бизнеса. Поэтому деятельность, связанная с нововведенческим продуктом, занимает ключевое место в функционировании современной компании. К внедрению в своем производстве инновационного отдела компания должна хорошо подготовиться, а именно уметь анализировать все объективные стороны намеченных перемен, как положительные, так и отрицательные. Взвешенное и экономически обоснованное решение, несомненно, принесет выгоду предприятию и окажет благоприятное влияние на его дальнейшее развитие.

Рассмотрим удельный вес малых предприятий, занимающихся инновациями в Российской Федерации.

Таблица 2 – Удельный вес малых предприятий, занимающихся инновационной деятельностью, % [1, с. 2]

| Округа              | 2007 | 2009 | 2011 | 2013 | 2015 |
|---------------------|------|------|------|------|------|
| РФ                  | 4,3  | 4,1  | 5,1  | 4,8  | 4,5  |
| Центральный         | 3,6  | 3,6  | 5,0  | 5,2  | 4,3  |
| Северо - западный   | 5,1  | 4,5  | 5,9  | 5,6  | 4,3  |
| Южный               | 3,4  | 2,7  | 4,0  | 2,6  | 3,4  |
| Северо - кавказский | 3,1  | 2,5  | 3,5  | 2,4  | 1,1  |

|                 |     |     |     |     |     |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Приволжский     | 5,6 | 5,0 | 5,4 | 4,7 | 5,2 |
| Уральский       | 4,3 | 5,1 | 5,9 | 5,9 | 4,3 |
| Сибирский       | 4,8 | 4,3 | 5,6 | 5,7 | 6,1 |
| Дальневосточный | 2,8 | 3,6 | 3,3 | 2,3 | 2,9 |
| Крымский        | -   | -   | -   | -   | 4,2 |

Данные таблицы 2 свидетельствуют, что большее количество предприятий находится в Уральском и Сибирском округах. Рассмотрим инновационную активность всех организаций РФ (см. таблицу 3).

Таблица 3 – Инновационная активность организаций РФ, % [4]

|                     |      |      |      |      |      |      |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|
| Округа              | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| РФ                  | 9,5  | 10,4 | 10,3 | 10,1 | 9,9  | 9,3  |
| Центральный         | 8,6  | 10,2 | 10,9 | 10,7 | 10,9 | 10,9 |
| Северо - западный   | 9,4  | 11,2 | 11   | 10,7 | 10,3 | 9,6  |
| Южный               | 7,5  | 6,5  | 7,4  | 7,2  | 7,7  | 7,8  |
| Северо - кавказский | 6,2  | 5,2  | 6,4  | 5,9  | 6,5  | 4,7  |
| Приволжский         | 12,3 | 12,7 | 11,9 | 11,7 | 11,4 | 10,6 |
| Уральский           | 11,5 | 11,5 | 10,6 | 9,6  | 8,9  | 7,9  |
| Сибирский           | 8,2  | 8,8  | 8,5  | 9,1  | 8,8  | 8    |
| Дальневосточный     | 8,6  | 11,2 | 10,8 | 9,5  | 8,9  | 7,1  |
| Крымский            | -    | -    | -    | -    | 9,6  | 4,5  |

Наиболее количество инновационно активных организаций функционирует в Центральном ФО (10,9 %), Приволжском (10,6 %), наименьшее (без учета Крымского) – в Северо - кавказском (4,7 %) и Дальневосточном (7,1 %).

Количество разработанных передовых технологий в РФ динамично увеличивается: в 1,7 раза за 2009 - 2016 гг. Наиболее высокие темпы роста в Уральском и Южном (2,9 раза), Дальневосточном (2,6 раза) округах, наименьшие – в Сибирском (1,27 раза), Северо - кавказским (1,9 раза) (см. таблицу 4). В северо - кавказском округе в 2014 - 2016 гг. происходит снижение количества разработанных технологий, в Южном – наоборот рост в 2,8 раза за этот же период.

Таблица 4 – Количество разработанных передовых технологий в РФ, ед. [2, с 3]

|                     |      |      |      |      |      |      |      |      |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Округа              | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| РФ                  | 897  | 864  | 1138 | 1323 | 1429 | 1409 | 1398 | 1534 |
| Центральный         | 330  | 361  | 411  | 382  | 509  | 429  | 517  | 538  |
| Северо - западный   | 181  | 150  | 217  | 320  | 301  | 298  | 235  | 239  |
| Южный               | 26   | 27   | 35   | 37   | 29   | 38   | 63   | 76   |
| Северо - кавказский | 8    | 10   | 12   | 8    | 28   | 27   | 23   | 15   |
| Приволжский         | 167  | 142  | 174  | 256  | 249  | 284  | 238  | 279  |
| Уральский           | 89   | 100  | 144  | 144  | 173  | 182  | 204  | 254  |

|                 |    |    |     |     |     |     |    |     |
|-----------------|----|----|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| Сибирский       | 86 | 64 | 126 | 151 | 123 | 116 | 92 | 107 |
| Дальневосточный | 10 | 10 | 19  | 25  | 17  | 35  | 26 | 26  |

Итак, инновации превращается сегодня в ключевое условие успешного бизнеса. Поэтому компании на своей базе начинают проводить ИиР. От эффективности системы стимулирования нововведений как на федеральном, так и на региональном уровне будет зависеть результат: сможет ли наша страна создать свой собственный технологический полюс и встроиться в глобальные цепочки как страна, генерирующая инновации, или же останется на периферии глобального рынка нововведений.

#### **Список использованной литературы:**

1. Андриянова А.А., Гарифуллина А.Ф. Перспективы инновационного развития в России. 2015. С. 2.
2. Каменева Н.А. Проблемы модернизации и перехода к инновационной экономике. 2014. С.3.
3. Индикаторы науки: 2016: статистический сборник / Н.В. Городникова, Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2016.
4. Царик М.А. Развитие инновационной устойчивости предприятий в условиях нестабильности экономики. – Сибак, 2015.С.1.

© Дробышевская Л. Н, М. А. Горлопан М.А., 2017

**УДК 334**

**Е.В. Дроздова**

студент магистратуры  
ФГБОУ ВО "ВГСПУ"

г. Волгоград, Российская Федерация

### **ЭНДАУМЕНТ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В современных условиях модернизации образования и внедрения Федеральных государственных образовательных стандартов перед высшими учебными заведениями встает вопрос эффективности функционирования, а также конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.

Государство, наука и бизнес ожидают от образовательных организаций высокого качества образовательных услуг. Работодатели все чаще недовольны уровнем подготовки специалистов, отсутствием практических навыков и необходимых компетенций. В связи с этим ВУЗам необходимо менять подход к процессу обучения. Основным направлением развития системы высшего образования должно стать повышение качества оказываемых образовательных услуг путем интенсификации научной работы [1]. Однако движение в этом направлении весьма затруднено.

Научная деятельность недофинансируется. Все существующие модели финансирования высшего образования в России (плата за оказание образовательных услуг, выполнение научно - исследовательских заказов государства и фирм, грантовая поддержка) являются краткосрочными. ВУЗы непрерывно занимаются поиском источников финансирования и не имеют возможности заниматься своим развитием.

Спонсорская помощь является одним из позитивных направлений привлечения денежных средств, не нашедшим широкого применения в России. За рубежом сложились устойчивые связи учебных заведений со спонсорами, в основном крупным бизнесом. Перед ВУЗами стоит целый ряд проблем, для решения которых целесообразно устанавливать партнерские отношения с бизнес - структурами. Это сотрудничество, безусловно, выгодно обеим сторонам. Учебные учреждения за счет средств предприятий модернизируют свою материально - техническую базу, стимулируют научную деятельность в виде различных грандов, внедряют инновации в образовательный процесс и многое другое. Бизнес же от партнерства с ВУЗами получает квалифицированные кадры, что в долгосрочной перспективе принесет прибыль, а также, осуществляя благотворительные акции через спонсорство, компании выводят из налогообложения свои доходы.

Помимо этого, учебные заведения могут привлекать денежные средства путем проведения исследований для бизнес - структур и государственных организаций, оказанием различного рода консультационных услуг. В развитых странах за данные услуги учебные заведения имеют 30 - 40 % поступлений в общем объеме внебюджетных средств.

Среди наиболее технологичных и эффективных инструментов для привлечения долгосрочных социальных инвестиций — эндаументы — специализированные фонды, которые давно и успешно используются как источник дополнительного финансирования для организаций в сфере культуры, науки, образования, медицины и спорта, а также социальной поддержки [2].

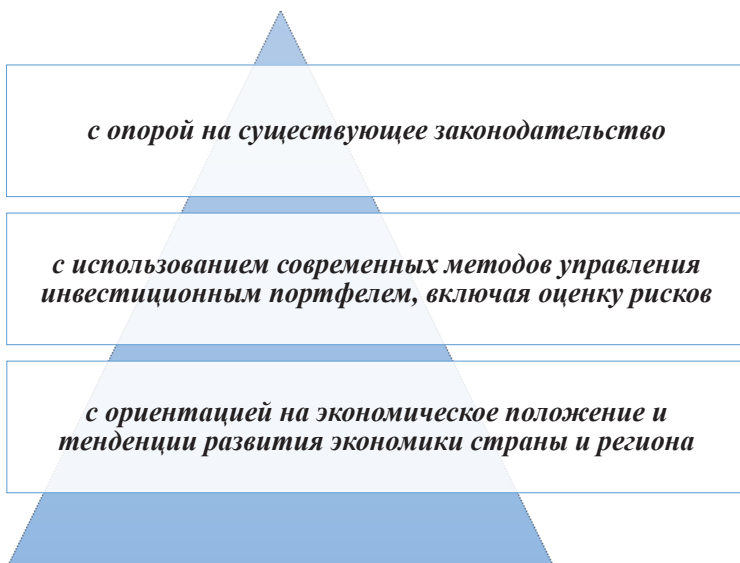
Эндаумент - фонды (endowment) или фонды целевого капитала, как их называет российское законодательство, отличаются от обычных благотворительных фондов тем, что направляют на свои цели, главным образом, не пожертвования доноров, а инвестиционный доход от сформированного донорами капитала. При этом доноры имеют право четко указывать, на что может быть потрачен полученный фондом доход.

Индустрия фондов целевого капитала в России по мировым меркам сравнительно новая. В России в последние годы университеты и музеи активно создают новые фонды целевого капитала.

Собственником целевого капитала является учебное заведение. Создание и пополнение уже сформированного эндаумента может осуществляться договором пожертвования, заключенным между жертвователем и ВУЗом, или завещанием, в соответствии с которым может быть предусмотрена передача денежных средств. В качестве жертвователей могут выступать юридические лица - предприятия и организации региона и т.д., и физические лица - студенты, их родители, выпускники и т.д. Большое внимание необходимо уделять постоянной работе с потенциальными жертвователями.



Инвестиционная политика ВУЗа по вложению денежных средств целевого капитала должна строиться:



*Рис. 1 Принципы построения инвестиционной политики ВУЗа*

Эндаументы не являются универсальным средством, способным обеспечить рост качества образования в России, т.к. есть ряд препятствий:

- капитал таких фондов формируется за счет пожертвований частных и корпоративных доноров; это означает, что образовательной организации необходимо приложить много усилий для того, чтобы заинтересовать жертвователей.
- эндаумент становится инвестиционным активом, регулярная прибыль от которого призвана обеспечить самофинансирование фонда, т.е. чтобы эффект от эндаумента был заметен, размер капитала должен быть достаточно большим.
- низкая социальная ответственность предпринимателей, бизнес не стремится жертвовать.

Таким образом, поиск дополнительных источников финансирования ВУЗов является обоснованной необходимостью. Одним из таких источников может стать эндаумент - фонд. Однако его использование требует значительных усилий со стороны учебного учреждения. Для привлечения средств в свой фонд ВУЗ должен обладать долголетней историей и хорошей репутацией.

#### **Список использованной литературы:**

1. Леонов А.В. Эндаументы: место в системе финансирования высшего образования и опыт применения в мире и в России / А.В. Леонов // Электронный журнал «Современные исследования социальных проблем» – 2012. - №1 (09).

2. Леонов А.В. Эндаумент как инструмент долгосрочного финансирования высшего образования [Текст] / А.В. Леонов // Журнал «Экономика и право». – 2012. - №3 – 2012.

3. Батурина, О.А. Российская практика оценки эффективности взаимодействия бизнеса и власти в форме государственно - частного партнерства [Текст] / О.А. Батурина, Н.Н. Масюк, Ю.В. Мокшина // Наука и бизнес: пути развития. – 2013. - №12 (30). – С. 67 - 70.

© Е.В. Дроздова, 2017

УДК33

К.э.н. Дурнев А.В. СтГАУ.

## ТУРИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИКИ

Туризм - важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступления иностранной валюты и т.д[1]. Внутренняя экономическая природа туризма предусматривает, что турист непременно должен оставить свои деньги в посещаемом государстве или местности[15,16]. Туризм основан на эксплуатации местных туристских ресурсов, и взамен местность или государство должны получить доход. Поэтому турист не имеет права получать заработок из любого источника в посещаемой местности или стране[14]. Определения туризма, ограниченные узковедомственными рамками, не раскрывают всего многообразия внутренних и внешних связей этого общественно - экономического явления, поэтому возникает необходимость концептуального или сущностного определения туризма, которое формирует комплексное представление о предмете исследования[11,12]. Понятие «туризм» в нашей стране долго ассоциировалось со спортом и укреплением здоровья, а не с отраслью экономики, которая может приносить доход[9,10]. Но постепенно в процессе развития производительных сил объективно выделилась особая сфера приложения общественного труда, основной функцией которой является организация разностороннего отдыха населения в форме туризма; и все чаще туризм стали называть отраслью национальной экономики[8]. Объективную основу классификации отраслей любой национальной экономики составляют общественное разделение труда и степень его дифференциации[5,7]. При обосновании вопроса отнесения индустрии туризма к самостоятельной отрасли необходимо принять во внимание основные факторы формирования ее производственных особенностей, соответствие их определенным классификационным признакам, по которым организации входят в состав соответствующей отрасли национальной экономики, зависимость их от характера основной деятельности[4,6]. Кроме того, целесообразно учитывать достигнутые результаты, а также перспективы их развития. Совокупность организаций, образующих отдельную отрасль, характеризуется следующими основными чертами: достаточным числом самостоятельных в экономическом отношении организаций с однородным видом деятельности; устойчивыми экономическими связями с другими отраслями национальной экономики; определенным органом хозяйственного управления[3]. Таким образом, современное состояние индустрии туризма вполне отвечает

всем перечисленным характеристикам[2]. И соответственно под отраслью туризма следует понимать совокупность самостоятельных, территориально обособленных туристских хозяйственных единиц, располагающих специализированной материально - технической базой и специализирующихся на производстве и реализации туристских услуг и товаров, объединенных единством деятельности и управления[17,1].

### Список литературы:

1. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Маркетинговые инновации и технологический прогресс в туристско - рекреационной сфере региона. В сборнике: ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 106 - 109.
2. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
3. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Костюков К.И. Региональная экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования, «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016. Том Часть 1 (2 - е издание)
4. Гладилин В.А. Экономико - математические модели планирования туристской деятельности. В сборнике: Интеграционные процессы в науке в современных условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 25 - 27.
5. Гладилин В.А. Развитие экспорта зерна и продуктов его переработки. В сборнике: Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.
6. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Пути развития интеграции информационного пространства рынка туристических услуг. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 37 - 39.
7. Гладилин В.А. Этапы инвестиционной привлекательности региона, как факторы развития территории. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 39 - 41.
8. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Инновационные подходы в развитии малого и среднего бизнеса Северо - Кавказском федеральном округе. В сборнике: Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 40 - 42.
9. Гладилин А.В., Гладилин В.А. Экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016.
10. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым).

Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.

11. Гладилин В.А., Нечаева С.В., Карасева С.А. Инновации в развитии туристско - рекреационного комплекса региона на основе повышения его инвестиционной привлекательности (на примере региона КМВ). Экономика и предпринимательство. 2016. № 2 - 2 (67 - 2). С. 250 - 254.

12. Гладилин В.А., Котова Т.Н. Инновационные решения для экономического развития туристических кластеров, как фактор развития внутреннего туризма региона. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 8 - 1 (20). С. 99 - 102.

13. Гладилин В.А. Анализ и пути повышения эффективности функционирования рекреационной сферы на основе экономических кластеров Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и региона КМВ). Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2015. № 4. С. 20 - 24.

14. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве (на материалах растениеводства Ставропольского края). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь, 2006.

15. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Основные принципы разработки кластерной стратегии инновационного развития субъекта РФ . Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 3 (39). С. 10.

16. Гладилин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.

17. Гладилин В.А. Системы управления в туристско - рекреационном комплексе региона. В сборнике: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ. Сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 87 - 89.

© Дурнев А.В.

**УДК33**

**К.э.н. Дурнев А.В. СтГАУ.**

## **ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В ТУРИЗМЕ**

Конкурентоспособный бренд - это сильный бренд, сила которого зависит от многих составляющих: лояльность к бренду; информированность о нем, узнаваемость; способность воздействия на потребителя; ассоциативная емкость и т.д.[1,2]. Специалисты выделяют пять уровней лояльности потребителей к бренду. Сила бренда в значительной степени зависит от того, какое число потребителей туристских услуг организации относится к группам 3 - 5,

т.е. лояльны к ней, а также от таких факторов, как: качество марочной туристской услуги; репутация производителя услуг; выделение его специфических позиций на рынке; адекватность динамике потребительских ожиданий и предпочтений, активная и гибкая политика производителя; образ страны - производителя туристских услуг[3]. Бренд как бы символизирует стабильность характеристик и свойств туристской услуги, уровня обслуживания клиентов[1,2]. При нарушении связи бренда и качества услуг торговая марка превращается в средство, отталкивающее потребителей от предлагаемых организацией туристских услуг[3,4]. Для туристской услуги в связи с наличием у нее специфических характеристик (неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость и неспособность к хранению) одной из важнейших составляющих бренд - имиджа является репутация организации - производителя[6,5]. Для формирования сильного бренда целесообразно идентифицировать туристскую организацию в профессиональной среде и конкурентном окружении, формируя ее специфическую позицию на рынке и таким образом выделяя ее из ряда подобных[8,7]. Данная деятельность неразрывно связана с исследованием туристского рынка, в частности присутствующего на нем ассортимента конкурирующих и сопутствующих услуг, специфики конкурентной среды, ценовой ситуации, потребительских предпочтений и влияющих на них факторов, сегментации потребителей и каналов информирования, насыщенности и тенденций развития рынка, особенностей законодательного регулирования[10,9]. Только в результате исследований можно сформулировать и получить возможность сформировать эффективную позицию организации индустрии туризма, выявить целевые группы потребителей для рекламно - информационного воздействия, сформулировать миссию и философию организации[12,11]. Для создания имиджа и с целью рекламы многие туристские организации стараются, чтобы все мероприятия, проводимые организациями, были отражены в средствах массовой информации[14,13]. Эти свидетельства о признании заслуг данной туристской организации, наличии в ней развитой корпоративной культуры и высокого профессионализма сотрудников способствуют формированию положительного имиджа организации[15]. Таким образом, на современном этапе уже необходим комплексный брендинг, включающий все виды маркетинговых коммуникаций - рекламу, «паблик рилейшнз», стимулирование сбыта, директ - маркетинг[17,16].

### **Список литературы:**

1. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Маркетинговые инновации и технологический прогресс в туристско - рекреационной сфере региона. В сборнике: ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 106 - 109.
2. Гладилин В.А. Пути развития и особенности налогового механизма стимулирования инноваций в туристско - рекреационном комплексе. В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 112 - 114.
3. Гладилин А.В., Гладилин В.А., Костоков К.И. Региональная экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования, «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016. Том Часть 1 (2 - е издание)

4. Гладилин В.А. Экономико - математические модели планирования туристской деятельности. В сборнике: Интеграционные процессы в науке в современных условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 25 - 27.
5. Гладилин В.А. Развитие экспорта зерна и продуктов его переработки. В сборнике: Результаты научных исследований Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 33 - 35.
6. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Пути развития интеграции информационного пространства рынка туристических услуг. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 37 - 39.
7. Гладилин В.А. Этапы инвестиционной привлекательности региона, как факторы развития территории. В сборнике: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 39 - 41.
8. Гладилин В.А., Гладилин А.В. Инновационные подходы в развитии малого и среднего бизнеса Северо - Кавказском федеральном округе. В сборнике: Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 40 - 42.
9. Гладилин А.В., Гладилин В.А. Экономика. Ставропольский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский педагогический государственный университет». Ставрополь, 2016.
10. Гладилин В.А. Анализ, статистика и стратегия управления развитием индустрии туризма в Северо - Кавказском экономическом районе (на материалах республики Крым). Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1 (37). С. 63 - 69.
11. Гладилин В.А., Нечаева С.В., Карасева С.А. Инновации в развитии туристско - рекреационного комплекса региона на основе повышения его инвестиционной привлекательности (на примере региона КМВ). Экономика и предпринимательство. 2016. № 2 - 2 (67 - 2). С. 250 - 254.
12. Гладилин В.А., Котова Т.Н. Инновационные решения для экономического развития туристических кластеров, как фактор развития внутреннего туризма региона. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 8 - 1 (20). С. 99 - 102.
13. Гладилин В.А. Анализ и пути повышения эффективности функционирования рекреационной сферы на основе экономических кластеров Северо - Кавказского экономического района (на примере республики Крым и региона КМВ). Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2015. № 4. С. 20 - 24.
14. Гладилин В.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательской деятельности в аграрном производстве (на материалах растениеводства Ставропольского края). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставрополь, 2006.

15. Гладиллин В.А., Гладиллин А.В. Основные принципы разработки кластерной стратегии инновационного развития субъекта РФ . Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 3 (39). С. 10.

16. Гладиллин В.А., Султанов Е.З. Ключевые аспекты и проблемы взаимодействия малого бизнеса и местного самоуправления туристско - рекреационной сфере в РФ и регионе КМВ. Экономика и предпринимательство. 2016. № 1 - 1 (66 - 1). С. 239 - 241.

17. Гладиллин В.А. Системы управления в туристско - рекреационном комплексе региона. В сборнике: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ. Сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. 2016. С. 87 - 89.

© Дурнев А.В.

**УДК 528.44**

**И.С. Егорова**

магистрант 1 курса направления  
«Землеустройство и кадастры»

Тверской государственной технической университет

г. Тверь,

Российская Федерация

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ДАННЫХ ЕДИНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕЕСТРА НЕДВИЖИМОСТИ**

Рынок Интернета вещей в России только формируется, причем применение Интернета вещей в сфере государственных услуг по предварительным данным составляет всего лишь 8 % . Применение логистических и автоматизированных процессов в сфере землеустройства и кадастра без вмешательства человека позволит увеличить эффективность, сократить затраты, максимально удобно и быстро совершать любые манипуляции с объектами недвижимости.

Интернет вещей — методология вычислительной сети физических предметов («вещей»), оснащённых встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой, рассматривающая организацию таких сетей как явление, способное перестроить экономические и общественные процессы, исключаяющее из части действий и операций необходимость участия человека.[1]

Рассмотрим применение Интернета вещей в целях повышения качества данных Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН), то есть в Управлении Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр). В общем, схему интернета вещей для Росреестра можно представить следующим образом (рисунок 1):



Рисунок 1 - Общая схема взаимодействия интернета вещей для Росреестра

То есть на схеме представлен Интернет вещей как интеграция разрозненных сетей узкого назначения в единую сеть с добавлением дополнительных сервисов безопасности и управления.

Для эффективного взаимодействия заявителя и Росреестра, а также постоянного повышения качества данных об объектах недвижимости с применением технологий Интернета вещей, возможно применение следующих «умных предложений»:

1) Умный объект недвижимости – ресурс, позволяющий собственнику отслеживать все изменения, которые происходят с его объектом в режиме реального времени, с получением уведомлений.

Сегодня справочная информация по объектам недвижимости онлайн, личные кабинеты собственников носят больше справочный характер. Умный объект недвижимости позволит сократить число ошибок, жалоб и позволит собственнику быть уверенным в том, что с его объектом недвижимости все в порядке. Также Умный объект недвижимости позволит убрать бумажную переписку с заявителями, что является плюсом и для специалиста Росреестра.

Применение Интернета вещей для специалиста Росреестра прежде всего – это исключение бумажного документооборота, на которое затрачивается значительная часть рабочего времени.

2) Внедрение автоматического обновления данных о субъектах правоотношений станет еще одним полезным сервисом.

Данные о субъектах в ЕГРН постоянно меняются: фамилии, паспортные данные и много другое. Сейчас запрос и актуализация сведений о субъектах правоотношений осуществляется вручную, через Портал. Конечно, это занимает определенное время, так как ошибку необходимо выявить, направить запрос, ждать ответ и исправлять в программе специалисту. Предполагается, что умный субъект правоотношений автоматически будет обновлять все необходимые данные в режиме онлайн, то есть будет напрямую подключен к сервисам органов местного самоуправления, в соответствии с необходимыми данными.

Для реализации данной стратегии необходимо создать:

- 1) Нормативно - правовую базу;
- 2) Информационные центры;
- 3) Специальные программные модули и сети;
- 4) Надежную систему безопасности.



Таким образом, применение технологий Интернета вещей для целей повышения качества данных ЕГРН позволяют на действительно новом информационно - технологическом уровне реализовывать услуги, предлагая действительно удобные, экономичные и персонализированные способы для постоянной актуализации количественных и качественных характеристик об объектах недвижимости и о субъектах правоотношений.

#### **Список использованной литературы:**

1. Определение Интернета вещей. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 01.05.2017)

© И.С. Егорова, 2017

**УДК 330.341**

**Екимов А.П.**

Студент 1 - го курса  
группы М - 1606

Санкт - Петербургский Государственный Экономический Университет

Санкт - Петербург, РФ

Email: moonlight1907@yandex.ru

#### **"INFORMATION SYSTEMS OF AUTOMATION OF EXCHANGE TRADES"**

Since the creation of the stock exchange and until the end of the 20th century, this organization was a very concrete building in which trading and other operations with shares were conducted. There shareholders also gathered who bought or sold securities. Of course, such an exchange was a noisy place, which absolutely did not fit the image of a business entrepreneur. At the end of the twentieth century, the IT sphere took a major step forward and quickly became mutually integrated with other areas of activity. Of course, information systems have touched on the exchange trades as well. This greatly facilitated the process of working with securities, simplifies the sale and sale of shares, eliminates the need for presence on the exchange, and automates the process of processing and sorting information, which excludes the human factor and reduces the probability of errors tenfold. The programs that began to provide these operations were called "Information systems for automation of exchange trades" or "Information systems of exchange trade" (ISET).

#### **ISET arrangement:**

All ISET is the filing of applications from a remote terminal. All applications necessary to apply for participation in the auction are issued directly from the workplace of the bidder, and some (for example, the American PSE 1 or the Moscow Interbank Currency Exchange). To date, this tool works with keys, and with paper carrier (labeled paper pledges: this technology arose because the broker is not always convenient to work on the computer, which leads to a decrease in efficiency for several transactions). On the marked paper documentation, including securities, recognized transactions (purchase and sale), which may be present in the application. The broker marks the

positions that characterize his application, and forwards it for filing. The ISET consists of several subsystems that provide the work as a whole:

1. The trading subsystem.
2. Settlement and clearing subsystem.
3. Depository subsystem.
4. Information subsystem.
5. Administrative and control subsystem.

**Now let's analyze what specific functions each of the subsystems performs.**

1. The trading subsystem deals with the conduct of trades, taking into account the analysis of applications and reports coming to the exchange and ending with the commission of the transaction itself. The subsystem functions only during the trading session - a certain regulated time interval.

2. Settlement and clearing and depository subsystems for calculating the actual position of bidders on funds, financial instruments (securities) and final obligations of participants upon completion of the trading session. The main objective of data on subsystems is to implement the principle of three "n": "delivery versus payment", which is a set of transactions for the obligations of participants (transfer of funds to participants' accounts with transfer of securities to depo accounts). According to international standards, all mutual settlements on the transaction must be made within three days, i.e. If the transaction took place on the day, the settlement is completed on the day ( $t + 3$ ). One of the main requirements for these systems is to minimize the risks of investors.

3. The information subsystem accumulates information about all transactions that are taking place on the stock exchange, sorts it, formalizes it, and also issues it to available media on request.

4. The administrative and control subsystem monitors all other subsystems, and also monitors the legality and correct execution of all transactions occurring on the exchange.

**Currently**, the relevance and relevance of these systems only increases. We live in an information society where virtually all the information in the world is in a global network called the Internet. Even the shares, checks and money can now exist in a digital version, which makes it possible to conduct trading and other operations from anywhere in the world. The impact of computerization, which significantly reduces costs and increases the productivity of exchange transactions, is increasingly affecting the activity of the exchange. At the same time, the world has accumulated vast experience in the use of neurotechnologies and neuropackets, focused on solving the problem of financial analysis and planning, which includes a large role assigned to an advisory company that specializes in stock exchange operations.

### **Bibliography:**

1. Yasenev V.N. (2008). Information systems and technologies in the economy. Moscow: Unity - Dana.
2. Strobchak L.S. (2014). Automated information technologies in stock exchange business. URL: [http://studopedia.ru/2\\_18050\\_avtomatizirovannie\\_informatsionnie\\_tehnologii\\_v\\_birzhevom\\_dele.html](http://studopedia.ru/2_18050_avtomatizirovannie_informatsionnie_tehnologii_v_birzhevom_dele.html)
3. Lepa RN (2001). Information technologies in financial management. Lecture course. Part 1. Donetsk: DIEHP.
4. Stavridov, S. (2007). Information technology in microeconomics. Tula: TLCI

© ЕКИМОВ А.П. 2017

## DEVELOPMENT OF ECONOMIC RELATIONSHIPS BETWEEN RUSSIA AND CHINA

Nowadays the most important aim in area of external economic in Russia is to straighten and expand economic relationship providing national economic interests. It is all about Russian integration in global economic. Because of joining WTO and integration associations [1], there is an obvious need to provide external economic safety. China is one of the few countries partnership with which today is not becoming worse, but rather showing a new way of development. Most countries - partners see Russia, which has the richest reserves of natural resources, as the feedstock base for their economics. While Russian economic interests are diversification of exports for increasing the share of non - feedstock goods, therefore, the Russian task is to quit partnerships, in which it acts mainly as feedstock base, and expand the supply of products with higher value added. The main targets of external economics' strategy are written in the Concept long - term socio - economic development of the Russian Federation for the period till the 2020 (№1662 - R) (Concept 2020), which is approved by the decree of the RF Government dated 17.11.08. [2], and one of the geographical priorities for Russian external economic is China [3]. There are some important factors in making relationships between Russia and China, which help to develop trade cooperation between these countries. Firstly, Russia is full of natural and mineral resources. Secondly, there are beneficial conditions for cross - border trade (proximity of some regions of Russia to China). Thirdly, there is an opportunity for realization united projects, including search, reconnoiter and extraction of hydrocarbons, development and processing of coal resources, coal and coal technology trade, coal engineering. Also, the gas - pipe may be built across the border of China. Finally, collective search of new ways in developing coal technologies, electricity and nuclear energy, implementation collective projects for finding new decisions in area of energy efficiency and renewable energy sources [4].

However, there are limiting factors too. For example, well - established commodity structure, exasperation of socio - economic situation in the world and political spirits by USA, discrepancy of Russian and Chinese interests [6]. Moreover, Russian and Chinese businessmen aren't aware of legislation and business environments in the partner country. There is complicated investment climate in China for realization projects using Russian fund. Imperfection of Russian legislation, which discriminates interests of foreign fund, doesn't provide a guarantee for its safe and security. Furthermore, in Russia there are high taxes rates compared to lower rates in China, this doesn't stimulate foreign entrepreneurship in Russia. The last one is the socio - psychological aspect of interaction the peoples of the two countries [5].

Consequently, nowadays economic crisis and political disagreements all around the world influence partnerships of many countries. So, today there are some stimulating and limiting factors in developing relationship between Russia and China. Nevertheless, Nevertheless, it is a coincidence, the similarity and resonance of fundamental national interests of the two countries

should become one of the main factors of economic development in Russia, especially its Eastern regions, and strengthening its international positions.

#### **Список использованной литературы:**

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008г. № 1662 - р (ред. от 08.08.2009г.) «О Концепции долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с «Концепцией долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»).

2. Крачевская Н.Ф. Стратегическое партнерство России и Китая: проблемы региональной безопасности

3. [Электронный ресурс]. – URL: <http://voprosik.net/otnosheniya-rossii-i-kitaya/>

4. Симонова Р. Китай и Россия: за и против. – М.: Инфра - М, 2015. – 210с.

5. Чудодеев Ю.В. Проблемы и перспективы экономического сотрудничества России и Китая [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4447>

© А.А. Елисеева, 2017

#### **УДК33**

**К.А. Емельянова**, студентка факультета Финансы и кредит  
**А.В. Захарян**, к.э.н., доцент, доцент ВАК, факультета Финансы и кредит  
Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина  
г. Краснодар, Российская Федерация

### **МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ТОВАРИЩЕСТВА НА ВЕРЕ «МАРЬЯНСКОЕ» И КОМПАНИЯ»**

Для улучшения финансового состояния необходимо постоянно проводить оценку, что позволяет прогнозировать возможные проблемы, а также способствует улучшению финансовой устойчивости и платежеспособности на будущее. В первый блок мероприятий включаются следующие мероприятия:

1. По снижению себестоимости, которая включается в себя:

– уменьшение накладных расходов за счет упрощения структуры управления и приведения численности управленческого персонала в соответствии с объективной производственной необходимостью;

– улучшение работы снабженческой службы организации, максимально возможное сокращение посреднических структур, что позволит удешевить потребляемое сырье и материалы и поставлять в организацию более технологически и экономически эффективные его виды;

– в качестве источника сокращения затрат, а также получения дополнительного дохода может использоваться сдача в аренду неиспользуемых площадей и основных средств;

– выбор учетной политики организации;

– минимизация затрат по коммунальным платежам.

2. По повышению эффективности управления персоналом через:

– приведение в соответствие профессионально - качественного уровня персонала инновационным процессам организации;

– управление производительностью труда;

– планирование и маркетинг персонала, управление наймом и учетом персонала;

- управление трудовыми отношениями, развитием персонала;
- управление мотивацией поведения персонала.

3. По реорганизации управленческих структур через структурную перестройку в целях обеспечения эффективного использования всех ресурсов организации, заключающаяся в создании комплекса бизнес - единиц на основе разделения, соединения, ликвидации действующих и организации новых структурных подразделений.

Второй блок мероприятий направлен на обеспечение устойчивой реализации и ускорения оборачиваемости оборотных средств включает следующие мероприятия:

1. Повышение конкурентоспособности уже выпускаемой продукции. Проведение комплекса маркетинговых мероприятий с целью продвижения или поиска перспективной рыночной ниши. Сюда входят:

- развитие службы маркетинга организации;
- определение своих преимуществ и недостатков, также преимуществ и недостатков у конкурентов;
- выявление намечающихся изменений на рынке, поиск путей реагирования на влияние внешних факторов;
- анализ внутренней информации о заказах и продажах, актуальности продукции, возврате продукции, емкости рынка;
- изучение покупателей с точки зрения потребностей населения, работа с внешними источниками информации;
- участие в разработке и осуществлении гибкой ценовой политики отдела сбыта.

Данные управленческие мероприятия позволяют выявить те виды продукции, которые пользуются спросом на рынке, своевременно заметить снижение цен или увеличение спроса на данную продукцию, и на основании этой информации скорректировать свою производственную программу, выяснив причины изменения спроса, произвести соответствующие изменения в выпускаемой продукции. Проведение подобных мероприятий также позволит постоянно следить за деятельностью конкурентов и, в случае необходимости, принимать необходимые меры для повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, улучшения ее сбыта, что позволит всегда быть на один шаг впереди конкурентов. Это неизбежно приводит к снижению запасов готовой продукции на складе, ускорению оборачиваемости оборотных средств организации и вместе с увеличением выручки к улучшению его финансового состояния.

2. Взыскание дебиторской задолженности предполагает следующие управленческие действия:

- увеличение доли предоплаты за реализуемую продукцию;
- активизировать работу юридической службы по взысканию просрочен - ной части задолженности.

Проведение подобных мероприятий позволит организации повысить долю денежных средств, ускорить оборачиваемость оборотных средств, что непременно скажется на его финансовом состоянии.

3. Замена изношенного оборудования включает в себя мероприятия по приобретению более универсального оборудования, которое позволит организации при необходимости диверсифицироваться.

4. Выбор правильной сбытовой политики.

- использование в процессе реализации продукции информации о наиболее благоприятных для реализации регионах, полученной в отделе маркетинга в результате проводимых исследований;

- налаживание прямых связей с потребителями продукции и максимальное сокращение посреднических услуг;
- открытие собственных магазинов.

Животноводческий комплекс Товарищества на вере «Марьянское» и компания» расположен на участке максимально пригодном для выращивания КРС и производства молочной продукции. Из - за близкого расстояния до пунктов реализации продукции проблем с сохранностью продукции молока и мяса не возникают. Условия содержания и выращивания животных соответствует зоотехническим и ветеринарным требованиям.

В таблице 1 приведены компоненты оценки, характеристика и предпринимаемые меры по улучшению финансового состояния организации.

Таблица 1 – Компоненты оценки Товарищества на вере «Марьянское» и компания» Красноармейского района и предпринимаемые меры по улучшению финансового состояния

| Компоненты оценки местоположения | Характеристика   | Предпринимаемые меры по улучшению состояния предприятия |
|----------------------------------|--|---|
| Транспортные связи               | По территории района проходит Федеральная трасса Темрюк – Краснодар – Кропоткин, а также железная дорога Москва – Новороссийск, связывающая район с крупными центрами Северного Кавказа и юга России.  |   |
| Инженерные связи                 | <p>Электроснабжение<br/>Обслуживание объектов энергетического хозяйства Красноармейского района осуществляется Красноармейским РЭС Славянских электрических сетей ОАО «Кубаньэнерго».</p> <p>На территории Красноармейского района имеются ВЛ филиала «Славянские электрические сети» ОАО «Кубаньэнерго».</p> <p>Водоснабжение<br/>Основным источником водоснабжения района являются подземные воды (97 артскважин).</p> <p>Газоснабжение<br/>Газоснабжение природным и сжиженным углеводородным газом осуществляет ОАО «Краснодаркрайгаз», обслуживанием объектов (СУГ) газоснабжения занимается ОАО «Красноармейскаярайгаз». Уровень</p> |   |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | газификации населенных пунктов природным газом составляет 85 %, сжиженным – 6 %. |  |
| Достаточность ресурсов и их удаленность | Не обеспечен всеми видами ресурсов   | Обновление материально - технической базы. |
| Удаленность потребителей продукции      | Основная масса продукции реализуется населению в оптовом виде.                   | Найти еще другие рынки сбыта.              |

Все предложенные мероприятия будут способствовать улучшению финансово - хозяйственной деятельности Товарищества на вере «Марьянское» и компания» Красноармейского района в целом.

#### **Список использованной литературы:**

1 Захарян А.В. Основные проблемы и перспективы развития рынка земельных ресурсов в России / Прокофьева М.А., Захарян А.В. // В сборнике: Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. 2016. С. 110 - 112.

2 Захарян А.В. Рынок агрострахования российской федерации или игра без правил / Ребров Е.А., Захарян А.В. // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 128 - 131.

3 Захарян А.В. Финансовая устойчивость сельскохозяйственных формирований как ключевой признак эффективной деятельности / Фоменко Д.П., Захарян А.В. // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 188 - 189.

4 Захарян А.В. Финансовые ресурсы домашних хозяйств как источник роста национальной экономики / Калайчиев Р.В., Захарян А.В. // В сборнике: Наука третьего тысячелетия Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 69 - 72.

© Захарян А.В., Емельянова К.А. 2017

**УДК33**

**К.А. Емельянова**, студентка факультета Финансы и кредит  
**А.В. Захарян**, к.э.н., доцент, доцент ВАК, факультета Финансы и кредит  
Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина  
г. Краснодар, Российская Федерация

### **ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ - ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОВАРИЩЕСТВА НА ВЕРЕ «МАРЬЯНСКОЕ» И КОМПАНИЯ»**

Результативность деятельности организации в финансовом смысле характеризуется показателями прибыли и рентабельности. Прибыль является первоочередным стимулом к

созданию новых или развитию уже действующих организаций. Возможность получения прибыли побуждает хозяйствующих субъектов искать более эффективные способы сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, на которые может возникнуть спрос, применять организационные и технические нововведения, которые обещают повысить эффективность производства. Работая прибыльно, каждое предприятие вносит свой вклад в экономическое развитие общества, способствует созданию и приумножению общественного богатства и росту благосостояния народа. Прибыльность работы свидетельствует о том, что продукция организации нашла своего потребителя, она получила определенную массу прибыли, часть которого в виде налога на прибыль поступит в доход государства, а остаток будет использован для потребностей расширенного воспроизведения и социального развития коллектива.

Не секрет, что любая организация стремиться к увеличению прибыли, а для этого ей необходимо работать эффективно. Оценка эффективности деятельности предприятий независимо от субъекта оценки осуществляется с помощью финансовых показателей (таблица 1). Финансовые показатели являются ключевыми при оценке кредитоспособности, инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности отечественных предприятий финансово - кредитными учреждениями, потенциальными инвесторами, государственными органами власти

Таблица 1 – Финансовые результаты деятельности Товарищества на вере «Марьянское» и компания», тыс. руб.

| Показатель                 | 2013 г.   |       | 2014 г.   |       | 2015 г.   |       | Изменение (+; -)<br>2015 г. к 2013 г. |
|----------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|---------------------------------------|
|                            | тыс. руб. | %     | тыс. руб. | %     | тыс. руб. | %     |                                       |
| Выручка                    | 229491    | 100,0 | 278950    | 100,0 | 325718    | 100,0 | 96227                                 |
| Себестоимость              | 188529    | 82,2  | 227127    | 81,4  | 282182    | 86,6  | 93653                                 |
| Валовая прибыль            | 40962     | 17,8  | 51823     | 18,6  | 43536     | 13,4  | 2574                                  |
| Прибыль от продаж          | 40962     | 17,8  | 51823     | 18,6  | 43536     | 13,4  | 2574                                  |
| Проценты к получению       | 98        | 0,0   | 2         | 0,0   | 90        | 0,0   | - 8                                   |
| Проценты к уплате          | 5763      | 2,5   | 9829      | 3,5   | 11517     | 3,5   | 5754                                  |
| Прочие доходы              | 9344      | 4,1   | 59224     | 21,2  | 29028     | 8,9   | 19684                                 |
| Прочие расходы             | 3719      | 1,6   | 41119     | 14,7  | 22290     | 6,8   | 18571                                 |
| Прибыль до налогообложения | 40922     | 17,8  | 60101     | 21,5  | 38847     | 11,9  | - 2075                                |
| Текущий налог на прибыль   | 9         | 0,0   | 6502      | 2,3   | 2369      | 0,7   | 2360                                  |
| Чистая прибыль             | 40913     | 17,8  | 53599     | 19,2  | 36478     | 11,2  | - 4435                                |

Данные, представленные в таблице 1, показывают, что за три года с 2013 по 2015гг. увеличилась выручка на 96227 тыс. руб. и составила в 2015 г. – 325718 тыс. руб. Кроме того, удельный вес себестоимости в выручке увеличился и составил в 2015 г. – 86,6 % (в абсолютном выражении себестоимость и увеличилась на 93653 тыс. руб.), что тоже явилось причиной роста прибыли от продаж.



Валовая прибыль и прибыль от продаж увеличились на 2574 тыс. руб. Важнейшим условием роста прибыли от продаж является увеличение объема производства, обеспечение ритмичности отгрузки продукции, увеличение качества и конкурентоспособности, оптимизации запасов готовой продукции на складе, своевременная ее оплата покупателями. Прибыль до налогообложения по сравнению с 2013 г. уменьшилась на 2075 тыс. руб. и составила 38847 тыс. руб. в 2015 г. Текущий налог на прибыль увеличился на 2360 тыс. руб., что отрицательно сказалось на сумме чистой прибыли. Проценты к получению уменьшились на 8 тыс. руб. и составили 90 тыс. руб. в 2015 г., а проценты к уплате наоборот увеличились на 5754 тыс. руб. и составили 11517 тыс. руб. Наблюдается увеличение прочих доходов на 19684 тыс. руб. и увеличение прочих расходов на 18571 тыс. руб.

Рентабельность – это показатель, характеризующий уровень доходности предприятия, выраженный в процентах. Экономическая сущность рентабельности может быть раскрыта только через характеристику системы показателей. Общий их смысл – определение суммы прибыли с одного рубля вложенного капитала. Показатели рентабельности Товарищества на вере «Марьянское» и компания» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели рентабельности Товарищества на вере «Марьянское» и компания», %

| Показатель   | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Изменение (+; -)<br>2015 г. к 2013 г. |
|--|---------|---------|---------|---------------------------------------|
| <b>Показатели доходности продукции</b>                                 |         |         |         |                                       |
| Рентабельность продукции   | 21,7    | 22,8    | 15,4    | - 6,3                                 |
| Рентабельность продаж  | 17,8    | 18,6    | 13,4    | - 4,4                                 |
| <b>Показатели доходности имущества и его элементов</b>                 |         |         |         |                                       |
| Рентабельность всех активов организации (или рентабельность имущества) | 16,8    | 19,5    | 10,3    | - 6,5                                 |
| Рентабельность внеоборотных активов                                    | 31,2    | 36,0    | 23,0    | - 8,2                                 |
| Рентабельность оборотных активов                                       | 36,1    | 42,4    | 18,8    | - 17,3                                |
| Рентабельность организации   | 16,8    | 22,0    | 11,0    | - 5,8                                 |
| <b>Показатель доходности используемого капитала</b>                    |         |         |         |                                       |
| Рентабельность собственного капитала                                   | 63,3    | 47,9    | 23,2    | - 40,1                                |

Рассмотрев показатели рентабельности, видно, что все они имеют тенденцию к уменьшению. Рентабельность продукции показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции. Данный показатель уменьшился за счет уменьшения прибыли от продаж (на 6,3 %) и составил в 2015 г. – 15,4 %. Рентабельность продаж за 2015 г. составила 13,4 %, однако имеет место динамика снижения данного показателя на 4,4 %, что может свидетельствовать о снижении спроса на продукцию.

Рентабельность всех активов организации на 2015 г. составила 10,3 % . Рентабельность активов за весь анализируемый период сильно уменьшилась (на 6,5 % ). Коэффициента рентабельности внеоборотных активов уменьшился на 8,2 % , составив в 2015 г. – 23,0 % . Также рентабельность оборотных активов су - щественно уменьшилась, составив 18,8 % . Рентабельность организации на 2015 г. составила 11,0 % . За три последних года рентабельность собственного капитала снизилась на 40,1 % , составив в 2015 г. – 23,2 % .

Рассмотрим уровень рентабельности реализации продукции и авансированного капитала в Товариществе на вере «Марьянское» и компания» (таблица 3).

Таблица 3 – Уровень рентабельности реализации продукции и авансированного капитала в Товариществе на вере

| Показатель  | 2013 г.  | 2014 г.  | 2015 г. | Изменение (+; - ) 2015 г. к 2013 г. |
|---|----------|----------|---------|-------------------------------------|
| Выручка, тыс. руб.  | 229491   | 278950   | 325718  | 96227                               |
| Себестоимость, тыс. руб.  | 188529   | 227127   | 282182  | 93653                               |
| Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.                           | 40962    | 51823    | 43536   | 2574                                |
| Среднегодовая стоимость основных и оборотных средств, тыс. руб. | 253704,5 | 294575,5 | 373159  | 119454,5                            |
| Уровень рентабельности производства и реализации, %             | 21,727   | 22,817   | 15,428  | X                                   |
| Уровень рентабельности авансированного капитала, %              | 16,146   | 17,592   | 11,667  | X                                   |

Из таблицы 3 можно сделать вывод, что с 2013 по 2015гг. среднегодовая стоимость основных и оборотных средств увеличилась на 119454 тыс. руб. Уровень рентабельности авансированного капитала в 2015 г. уменьшался и составил 11,667 % , когда как в 2013 г. он составлял – 17,146 % . Уровень рентабельности производства и реализации наоборот соответственно уменьшился и составил в 2015 г. – 15,428 % по сравнению с 2013 г. (21,727 %).

Таким образом, Товарищество на вере «Марьянское» и компания» работает рентабельно, так как за анализируемые периоды все показатели достигают своего нормативного значения.

#### Список использованной литературы:

1 Захарян А.В. Проблемы управления финансами корпорации / Петрова К.Д., Захарян А.В. // В сборнике: Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 121 - 123.

2 Захарян А.В. Совершенствование реализации налоговой политики РФ / Неронова А.В., Захарян А.В. // В сборнике: Актуальные вопросы экономики и управления Материалы IV Международной научной конференции. 2016. С. 3 - 5.

3 Захарян А.В. Способы минимизации налоговой нагрузки на сельскохозяйственных товаропроизводителей / Кузнецова М.В., Захарян А.В. // В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 39 - 41.

4 Захарян А.В. Роль прямых иностранных инвестиций в экономике РФ и Краснодарского края / Назаретян К.А., Каламбет Т.В., Захарян А.В. // В сборнике: Инновационные технологии научного развития сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 46 - 49.

5 Захарян А.В. Финансовые ресурсы домашних хозяйств как источник роста национальной экономики / Калайчиев Р.В., Захарян А.В. // В сборнике: НАУКА ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛИТИЯ Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 69 - 72.

6 Герасименко О.А. Устойчивое финансовое состояние сельскохозяйственных организаций - залог продовольственной безопасности / Герасименко О.А., Герасименко О.В., Чубукина Ю.А., Шпаченко С.В. // Экономика и предпринимательство. 2017. № 2 - 2 (79 - 2). С. 461 - 466.

© Захарян А.В., Емельянова К.А. 2017

**УДК 336.01**

### **3.3. Емтыль**

студентка факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК

факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

## **ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ФОНДОВ**

В состав бюджетной системы Российской Федерации входит большое число структурных элементов. Среди них можно выделить и федеральный государственный бюджет, бюджеты всех субъектов РФ и др. Особое место в данной бюджетной системе отводится бюджетам государственных внебюджетных социальных фондов.

В современной финансовой литературе существует ряд определений сущности понятия «внебюджетные фонды». Согласно определению, сформулированному Романовским М.В., государственные внебюджетные фонды – это фонды денежных средств, которые образуются вне федерального бюджета, а также бюджетов субъектов РФ и предназначаются для реализации конституционных прав населения страны на социальное страхование,

пенсионное обеспечение, социальное обеспечение в случае, если ему необходимо получить медицинскую помощь, обеспечить охрану здоровья, потеряет работу и др. [2]

Так, по мнению, Федотова Д.Ю., под внебюджетными фондами следует рассматривать форму перераспределения и использования финансовых ресурсов, которые привлекает государство для того, чтобы осуществлять финансирование потребностей, которые не включены в государственный бюджет и комплексно расходуются за счет оперативной самостоятельности и строго согласно целевому назначению данных фондов [6].

На рисунке 1 представим классификацию внебюджетных фондов с точки зрения их функционального назначения.

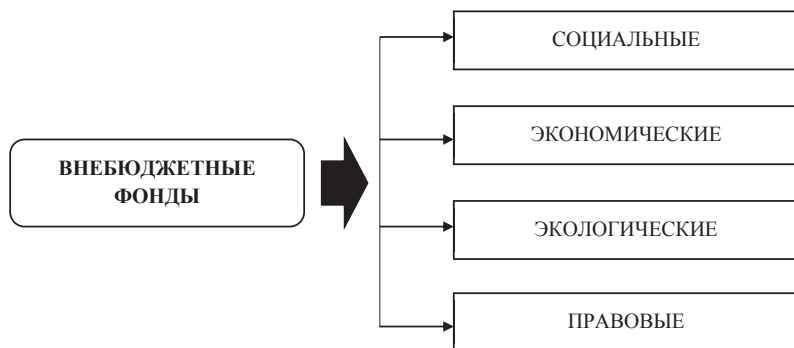


Рисунок 1. Основные виды современных внебюджетных фондов

Так, основными задачами социальных внебюджетных фондов является оказание социальных услуг населению посредством осуществления выплат пенсий, пособий, финансирования и субсидирования в целом всей социальной инфраструктуры. Экономические внебюджетные фонды оказывают влияние на то, как в стране протекают экономические процессы посредством осуществления финансирования, кредитования и субсидирования предприятий различных отраслей экономики и реализуют широкий комплекс различных мероприятий, направленных на развитие государственной экономики. Экологические внебюджетные фонды направлены обеспечение проведения природоохранных и восстановительных мероприятий. Правовые внебюджетные фонды отвечают за обеспечение и развитие всей правовой системы государства, а также судебного производства. Касательно Российской Федерации целесообразно рассматривать только внебюджетные социальные фонды, так как все остальные были устранены в рамках политики централизации государственных финансовых ресурсов [4].

Как нам известно, основополагающим законодательным актом Российской Федерации в сфере государственных финансов выступает Бюджетный кодекс РФ. В данном документе установлено ограничение касательно состава государственных внебюджетных фондов.

Так, на сегодняшний день в Российской Федерации функционирует три государственных внебюджетных социальных фонда: Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования. В качестве территориальных государственных внебюджетных социальных фондов выступают территориальные фонды обязательного медицинского страхования. В

2001 году был упразднен фактически один из внебюджетных социальных фондов – Фонд занятости населения РФ, но из Бюджетного кодекса РФ (ст. 144) данный фонд был исключен только в 2007 году [1].

Внебюджетные социальные фонды выступают в качестве важного элемента финансовой системы каждого государства, не исключение и Российская Федерация. Так, за период с 2009 по 2016 гг. отмечается рост доли внебюджетных социальных фондов в ключевых экономических показателях в 1,5 - 2 раза, а их доля в ВВП и консолидированном бюджете РФ составляет 12,3 % и 33,8 % соответственно [5].

В таблице 1 представим динамику доходов внебюджетных социальных фондов РФ за анализируемый период.

Таблица 1 – Доходы внебюджетных социальных фондов РФ за период с 2009 по 2016 гг., млрд. руб.

| Показатель / Год   | 2009       | 2010       | 2011       | 2012       | 2013       | 2014       | 2015       | 2016        |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| Доходы Пенсионного фонда РФ                                      | 3<br>222,6 | 4<br>610,1 | 5<br>255,6 | 5<br>890,4 | 6<br>388,4 | 6<br>294,6 | 7<br>163,8 | 7<br>761,2  |
| Доходы Фонда социального страхования РФ                          | 440,0      | 463,8      | 558,6      | 630,8      | 603,5      | 579,8      | 592,6      | 615,8       |
| Доходы Федерального фонда обязательного медицинского страхования | 126,6      | 101,8      | 348,4      | 914,7      | 1<br>101,4 | 1<br>240,1 | 1<br>453,7 | 1<br>707,9  |
| Итого доходы социальных внебюджетных фондов РФ                   | 4<br>340,5 | 5<br>750,6 | 7<br>067,0 | 7<br>435,9 | 8<br>093,2 | 8<br>114,5 | 9<br>210,1 | 10<br>085,0 |
| Доля внебюджетных фондов в консолидированном бюджете РФ, %       | 31,9       | 35,9       | 33,9       | 31,7       | 32,4       | 30,8       | 32,9       | 33,8        |
| Доля внебюджетных фондов в ВВП РФ, %                             | 11,2       | 12,7       | 12,9       | 12,0       | 12,1       | 11,4       | 12,1       | 12,3        |

Чрезвычайную актуальность на сегодняшний день эффективной деятельности государственных внебюджетных социальных фондов можно объяснить не только происходящим усложнением ситуации в национальной экономике, но и общим ухудшением здоровья населения страны, а также рядом иных факторов, констатирующих целесообразность осуществления модернизации системы социальной, пенсионной и медицинской защиты населения, которые требуют рационального как финансового, так и правового регулирования.

С позиции законодательного закрепления Российская Федерация находится в ситуации, охарактеризовать которую можно наличием перманентных изменений правовых и концептуальных идей касательно функционирования систем социального, пенсионного, медицинского страхования и обеспечения, которые обусловлены стремлением успешно адаптироваться к условиям рыночной экономики.

Проводя оценку фактического состояния внебюджетных фондов, в частности, социальных, то можно утверждать, что его можно охарактеризовать как нестабильное. В качестве аргументов целесообразно рассмотреть следующие:

- наличие несогласованности в работе отделений фондов и территориальных управлений;
- отсутствует тщательный контроль за тем, как используются средства фондов;
- наличие дефицита бюджетов внебюджетных социальных фондов;
- инвестиционные государственные проекты и программы финансируются в недостаточных объемах;
- отсутствует полная и достоверная информация касательно расходования средств фондов;
- наличие нестабильности финансирований и ассигнований из федерального бюджета;
- отсутствует сбалансированность доходов и расходов внебюджетных социальных фондов;
- определенная доля населения уклоняется от выплаты во внебюджетные социальные фонды обязательных платежей (низкий уровень доходов данных фондов);
- возникают дополнительные каналы поступления средств в отрасли, в рамках которых функционируют внебюджетные социальные фонды [3].

Таким образом, проведенный анализ современных теоретических аспектов и статистических данных по теме исследования, позволил нам прийти к выводу, что государственные внебюджетные социальные фонды играют особую роль и значение в обеспечении эффективных процессов социальной, пенсионной и медицинской защиты и функционировании соответствующих систем страхования населения Российской Федерации, так как в качестве их основных целей выступают реализация конституционно-закрепленных задач в рамках системы социальной защиты и рациональное управление их финансовым обеспечением.

#### **Список использованной литературы:**

1. "Бюджетный кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 N 145 - ФЗ (ред. от 28.03.2017).
2. Бюджетная система Российской Федерации: учебник / под ред. М.В. Романовского, О.В. Врубельской. – М.: Юрайт, 2003.
3. Газарян Н.Г., Захарян А.В. Современные проблемы социальных внебюджетных фондов Российской Федерации // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2016. – № 4 - 1. – С. 74 - 76.
4. Нигматуллина Г.Р., Насырова А.Д. Развитие внебюджетных социальных фондов Российской Федерации // Российский электронный научный журнал. – 2015. – № 3 (17). – С. 105 - 117.
5. Основные направления бюджетной системы Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_165592/82ee8db30bdb8a54e2484c243c692656ebd816b1/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165592/82ee8db30bdb8a54e2484c243c692656ebd816b1/) (дата обращения 14.05.17 г.).
6. Федотов Д.Ю. Система внебюджетных социальных фондов: учеб. пособие / Д.Ю. Федотов. – Иркутск: Изд - во БГУЭП, 2014. – 248 с.
7. Захарян А.В. Проблема занятости и безработицы / Мелик М.Д., Захарян А.В. // В сборнике: Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2016. С. 210 - 212.

8. Захарян А.В. Пособия по временной нетрудоспособности в РФ: нерешенные проблемы / Мелик М.Д., Захарян А.В. // В сборнике: Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 81 - 85.

9. Захарян А.В. Государственные бюджет РФ и его роль в решении социально - экономических задач / Козырева А.С., Захарян А.В. // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 120 - 122.

10. Захарян А.В. Проблемы обязательного страхования в России и пути их решения / Екимова Я.Я., Захарян А.В., Неводова И.А. // Новая наука: От идеи к результату. 2016. № 12 - 1. С. 101 - 103.

11. Захарян А.В. Прожиточный минимум и потребительская корзина в РФ и Краснодарском крае / Мостовая Е.В., Захарян А.В. // В сборнике: Современные концепции развития науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 56 - 59.

12. Захарян А.В. Пути совершенствования и оптимизации внебюджетных фондов в РФ / Голубева А.В., Захарян А.В. // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 69 - 71.

13. Захарян А.В. Современные проблемы социальной политики России и пути их решения / Прищепа А.В., Захарян А.В., Храмченко А.А. // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 11 - 1. С. 161 - 164.

14. Захарян А.В. Современные проблемы социальных внебюджетных фондов в РФ / Газарян Н.Г., Захарян А.В. // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 4 - 1. С. 74 - 76.

15. Захарян А.В. Страховые взносы в фонд социального страхования РФ: надежды и сложности предпринимательства в России / Захарян А.В. // В сборнике: Эволюция современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 367.

© Захарян А.В., Емтыль 3.3., 2017

**УДК 658.78**

**М.Д. Жигач**

Студент второго курса магистратуры

«Интегрированная логистика»

РЭУ им. Г.В. Плеханова

## **ВНЕДРЕНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРИ ОПТИМИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИИ РАБОТ НА СОВРЕМЕННЫХ СКЛАДАХ**

С целью оптимизации бизнеса все чаще в него внедряются системы автоматизации. Это связано как с развитием информационных технологий, так и с внутренними оптимизационными процессами. Сегодня системы автоматизации можно встретить как на мелких, так и на крупных предприятиях. Широко используются автоматизированные

комплексы в логистике. Говоря о российском рынке, следует отметить, что торговыми и производственными предприятиями широко используются инструменты автоматизации. Внедрение инструментов автоматизации в складских комплексах позволяет решить несколько задач. Во - первых, добиться повышения эффективности собственной работы. Во - вторых, добиться сокращения издержек (за счет сокращения численности персонала и автоматизации определенных этапов складской обработки). Внедрение автоматизированных систем позволяет получить и новое конкурентное преимущество. С автоматизированными системами по управлению складом (WMS) предприятие получает возможность внедрения современных решений в производственный цикл. Автоматизированные системы по управлению складом представляют из себя готовые информационные решения. В зависимости от модификации, они делятся на две основных группы[1, с.21].

Первая группа автоматизированных систем для управления складом позволяет провести автоматизацию основных процессов. Вторая группа используется для детального планирования складской работы и контроля исполнения операций на складе. Для успешного внедрения и функционирования автоматизированной системы необходимо соблюдать требования разработанной технологии. Требуется обеспечить эффективное взаимодействие всех сотрудников, которые заняты выполнением полного цикла складской обработки, начиная от поступления товара на склад и завершая отгрузкой и инвентаризацией складских запасов. Для этих целей и предлагается использовать автоматизированные системы складского учета. Автоматизированные системы используются для контроля качества исполнения. В то же время этот инструмент даже в базовом функционале позволяет добиться высоких преимуществ в оптимизации складского учета [2, с. 137].

К примеру, одному из дистрибьюторов, реализующих продукты питания, с автоматизацией складов в Подмоскowie удалось увеличить производительность работы склада практически на 25 % . Для внедрения на производственных площадках используются системы автоматизации отечественного и иностранного производства. Для предприятий, заинтересованных в оптимизации складской работы, автоматизированные комплексы представляют высокую ценность. Потому что они могут использоваться даже в пиковых условиях работы склада, позволяют повышать производительность труда и скорость складской обработки. С внедрением автоматизированного комплекса повышается пропускная способность склада, это означает, что предприятие сокращает издержки на складское хранение и может быстрее подготовить продукцию к отправке для покупателей. При этом автоматизированные системы находят широкое применение не только на предприятиях по выпуску пищевой продукции, но и медикаментов, запчастей, сопутствующих товаров. Анализ эффективности автоматизированных систем складской обработки указывает на то, что с ними возрастает скорость приемки на 50 - 70 % , размещения грузов при помощи специального оборудования на 20 - 40 % , размещения грузов с применением технологий ручной выкладки на 20 - 30 % , упаковки продукции перед отправкой на 30 - 40 % и набора товара поштучно на 150 - 200 % .

Внедрение автоматизированных систем на складе по оптимизации внутренних процессов обычно происходит параллельно с установкой систем идентификации товаров. Это позволяет дополнительно сократить время на идентификацию груза за счет



универсальных наклеек и штрих - кодов, универсальной информационной базы. К компонентам автоматизированной системы складского учета необходимо отнести клиентскую часть в виде стационарных и мобильных терминалов, сервер и сеть с информационной базой данных, сервер, который управляет СУБД. Как правило, процесс внедрения автоматизированной системы на складе начинается с подготовки проекта. Внедрением автоматических комплексов занимаются специализированные компании. Они в соответствии с требованиями заказчика готовят структуру системы, рассчитывают функционал и особенности работы архитектуры, программного обеспечения и терминалов стационарного и мобильного типа.

На основе согласованного проекта готовится техническое задание, а затем проводится подготовка складских помещений к внедрению автоматических комплексов. Для внедрения автоматического комплекса складского учета и контроля подбирается оптимальное время. Проводится обучение персонала, осуществляется модернизация компьютерной сети склада[3, с. 168].

После этого, согласно проекту автоматизации, монтируются стационарные терминалы, мобильные комплексы обработки данных, настраивается работа базы данных и инструменты управления ею. Для повышения результативности работ от внедрения автоматизированных систем предприятиями заказываются услуги по комплексному обслуживанию оборудования и автоматизированных систем. В настоящее время свыше 20 % складских помещений оборудованы автоматическими комплексами, еще на территории 30 % складов ведутся работы по подготовке к их внедрению. Очевидные преимущества автоматизации склада подтверждают правильность выбора предприятий, настроенных на динамичное развитие и оптимизацию внутренних процессов. Как и в любой другой сфере, автоматические системы позволяют не только изменить архитектуру складского хранения и обработки, но и использовать систему для автоматизированной обработки складской документации. Это важно как для малых, так и для крупных предприятий.

### **Список использованной литературы:**

1. Гревцова Т., Калашников С. Проблема внедрения системы управления складом на предприятиях оптовой торговли // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 3. С.20 - 22.
2. Кириллова Т.В. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия на основе использования интегрированной ERP - системы // Наука Красноярья. 2016. №5 (38). с.132 - 145.
3. Кириллова Т.В. Обоснование выбора оптимального варианта приобретения складского комплекса большой площади // Результаты научных исследований: сборник статей Международной научно - практической конференции (5 октября 2015г., г. Екатеринбург) / в 2 ч. Ч.1. - Уфа: АЭТЕРНА, 2015. С. 168.
4. Киреева Н.С. Логистика – новый уровень менеджмента. Обзор, резюме и обобщение методов управления: Монография. М.: Издательство «Спутник +», 2016.
5. Киреева Н.С. Принятие решений в управлении цепями поставок на стратегическом уровне // Вопросы структуризации экономики. 2010.

© М.Д. Жигач, 2017

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА

В настоящее время сфера образования развивается очень динамично, приобретая новые черты, трансформируются ее функциональные, структурные, организационные, идеологические, ценностные характеристики. С каждым годом повышаются требования общества к качеству профессионального образования, непрерывно обновляются технологии обучения, быстро меняются экономические условия деятельности вузов. Вследствие этого обостряется конкурентная борьба на рынке образовательных услуг, возникает проблема поиска новых источников повышения конкурентоспособности вуза [1, с. 54].

Сегодня вузы находятся в достаточно сложных условиях. С одной стороны, они несвободны в выборе стратегии поведения и вынуждены следовать требованиям государственной политики и контролирующих структур. С другой стороны, вузы вынуждены конкурировать, как за ресурсы, так и за потребителей образовательных услуг [5, с. 104].

Нами было проведено исследование с целью изучения потенциала и конкурентоспособности Новосибирского государственного университета экономики и управления. Задачи исследования: определить факторы, влияющие на конкурентоспособность высшего учебного учреждения, потенциал и уровень конкурентоспособности НГУЭУ, выявить проблемы конкурентоспособности НГУЭУ и разработать рекомендации по ее повышению. Объект исследования – студенты, выборочная совокупность – 50 чел. Были продуманы этапы проведения исследования [4] и разработана рабочая программа в соответствии с рекомендуемыми разделами и требованиями к ее составлению [3]. В ходе опроса респондентам предлагалось ответить на вопросы анкеты, которая была разработана в соответствии с рекомендациями [2], которая включала 26 вопросов.

На первом этапе исследования мы хотели узнать, насколько развита корпоративная культура в вузе, и определить знают ли студенты миссию и традиции университета, а также выяснить их мнение о фирменном стиле.

Опрос показал, что, большинство респондентов (58 % ) знают традиции и особые мероприятия в вузе. Но в тоже время, доля неосведомленных велика и составляет 42 % опрошенных. Также полученные данные показывают, что 60 % студентов не осведомлены о миссии университета, 30 % респондентов не знают ее точную формулировку и всего 10 % студентов знают миссию НГУЭУ.

Что касается оценки фирменного стиля университета, здесь ситуация сложилась следующим образом: подавляющее большинство респондентов (46 % ) оценили

фирменный стиль как хороший, 34 % - как удовлетворительный, а 14 % - как отличный. Неудовлетворительную оценку фирменному стилю дали всего 6 % опрошенных.

Следующим этапом мы хотели выяснить мнение студентов НГУЭУ о материально - технической базе университета. Оценка состояния аудиторий показала, что 60 % студентов оценили это состояние на хорошо и отлично, 34 % - на удовлетворительно и только 6 % считают, что состояние аудиторий неудовлетворительное. Также по результатам показали, что большинство респондентов (46 % ) скорее удовлетворены, чем нет технической оснащённостью аудиторий вуза, в то время, как 10 % студентов не удовлетворены технической оснащённостью аудиторий.

Исследование показало, что большинство респондентов (55,9 % ) участвуют в научно - исследовательской деятельности НГУЭУ и 20,6 % студентов не участвуют, но имеют желание принять участие. Полученные данные позволили нам составить рейтинг причин участия студентов в научно - исследовательской деятельности университета (Таблица 1), а также рейтинг причин неучастия (Таблица 2).

Таблица 1 – Рейтинг причин участия студентами  
в научно - исследовательской деятельности университета

| Варианты ответа                 | В % к опрошенным |
|---------------------------------|------------------|
| Для саморазвития                | 35 %             |
| Предусмотрено по учебному плану | 30 %             |
| Интерес к подобным мероприятиям | 20 %             |
| Принуждение преподавателя       | 15 %             |

Приведенные данные показывают, что более трети студентов участвует в НИР для саморазвития и чуть меньше трети – для выполнения учебного плана.

Таблица 2 – Рейтинг причин неучастия студентами  
в научно - исследовательской деятельности университета

| Варианты ответа                             | В % к опрошенным |
|---|------------------|
| Отсутствие интереса к подобным мероприятиям | 40 %             |
| Нехватка времени                            | 33,3 %           |
| Неуверенность в своих силах                 | 20 %             |
| Другое                                      | 6,7 %            |

По данным исследования этого блока вопросов, можно сказать, что НГУЭУ обладает научным потенциалом студентов, так как большинство их участвуют в научно - исследовательской деятельности.

Следующий блок вопросов посвящен уровню конкурентоспособности. Мы попытались узнать у респондентов их мнение о престижности и имидже вуза, а также выявить уровень удовлетворенности образовательными услугами НГУЭУ.

Данные показывают, что большинство респондентов (62 % ) считают НГУЭУ престижным вузом. Ситуация с оценкой имиджа НГУЭУ отражена в таблице 3.

Таблица 3 – Оценка студентами имиджа НГУЭУ

| Показатели оценки   | Средний балл (по 5 - ти балльной шкале) |
|---------------------|---|
| Визуальный имидж    | 4,06                                    |
| Социальный имидж    | 3,88                                    |
| Корпоративный имидж | 3,8                                     |
| Имидж ректора       | 3,48                                    |

Из приведенных в таблице данных видно, что больше всего баллов получил визуальный имидж вуза (4,06), социальный имидж на втором месте (3,88). Довольно низко оценили студенты имидж ректора.

Что касается спектра образовательных услуг, что подавляющее большинство студентов (68 % ) скорее довольны, чем нет, а 4 % опрошенных совсем недовольны ассортиментом образовательных услуг.

Также исследование показало, что большинство респондентов (52 % ) считают стоимость образовательных услуг НГУЭУ приемлемой, и в то же время, 4 % студентов, считают стоимость очень высокой, по сравнению с другими вузами.

Итак, проанализировав данный блок вопросов, можно сделать вывод о том, что общий уровень конкурентоспособности НГУЭУ средний. Конкурентоспособность образовательных услуг также является средней, так как есть респонденты, которые считают стоимость услуг НГУЭУ высокой или очень высокой по сравнению с другими вузами.

В современных условиях ранка образовательных услуг вузам необходимо постоянно повышать свою конкурентоспособность. Конкурентоспособность вуза – это его способность: готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на конкретном внешнем или внутреннем рынке труда; разрабатывать конкурентоспособные новшества в этой области; вести эффективную воспроизводственную политику во всех сферах своей деятельности. Наше исследование показало, что НГУЭУ на сегодняшний день конкурентоспособный вуз и обладает потенциалом. У этого образовательного учреждения есть все шансы повысить свои позиции в рейтинге вузов Новосибирска.

#### Список использованной литературы:

1. Баталова О.С. Конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг // Молодой ученый. – 2011. № 10. – С. 53 - 58.
2. Воловская Н. М. Методология и методика социологического исследования: Учеб. Пособие / Н. М. Воловская; НГУЭУ. – Новосибирск: Изд. - во НГУЭУ, 2011. – 192 с.
3. Воловская Н.М. Рабочая программа как необходимый стратегический документ маркетинговых исследований // Теория и практика общественного развития. - 2017. - №2 – С. 37 - 39
4. Воловская Н.М. Этапы проведения маркетинговых исследований // Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: Сборник статей Международной научно - практической конференции, 1 декабря 2016, г. Уфа. - С. 78 - 82.
5. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Стратегическое позиционирование и конкурентоспособность вуза // Universum: Вестник Герценовского университета. – 2014. – № 2 – С. 104 - 111.

© Н.К. Жуйкова, 2017

## УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА

В нынешнее время деформации экономических систем государства, главной задачей для всех становится реализация принципа социальной направленности экономики при помощи повышения уровня жизни населения (УЖН) [1]. Для развития всего общество анализ динамики данного показателя и его прогнозирование особенно важны. Для Республики Тыва проблема повышения УЖН особо актуальна, поскольку именно он является важнейшей характеристикой социально - экономической системы в период ее развития, отражающий влияние происходящих изменений в обществе на его отдельные группы. Республика Тыва является приграничным регионом с комплексом нерешенных социальных и экономических проблем, главным из которых является относительная транспортная изолированность республики [1, с. 146].

Анализ показателей основных социально - экономических индикаторов уровня жизни населения Республики Тыва показал, что в целом они растут (таблица 1). Так среднедушевые денежные доходы населения выросли в 2015 году на 4134 руб. в абсолютном выражении. За 5 лет они увеличились на 29,6 % , что говорит о постепенном увеличении доходов населения. Средний размер назначенных месячных пенсий возрос в абсолютном выражении на 3721 руб. [3]. Величина прожиточного минимума в 2015 году по сравнению с 2011 годом вырос на 3586 руб. и составил 9804 руб. в месяц для всего населения. Минимальный размер оплаты труда по республике вырос на 411 руб., и составил в 2015 году 5965 руб. Среднедушевые денежные доходы по Республике Тыва за 2015 г. составляют в среднем 1,5 прожиточных минимума. В структуре доходов населения наиболее существенные сдвиги наблюдались по доходам от социальных выплат – в 2015 г. их доля выросла на 3,3 % по сравнению с 2011 г, доходы от оплаты труда в анализируемом периоде снизились на 0,2 % , доходы от предпринимательской деятельности – в 2013 г. увеличились на 5,8 % , но к 2015 г. наблюдается снижения на 7,1 % , другие доходы снизились на 3,2 % .

Таблица 1

### Основные социально - экономические индикаторы уровня жизни населения

|  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Среднедушевые денежные доходы населения, руб. в месяц                            | 10963 | 12014 | 13472 | 14083 | 15255 |
| Среднедушевые денежные расходы населения, руб. в месяц                           | 7108  | 7535  | 9089  | 10394 | 11989 |
| Реальные располагаемые денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году | 98,2  | 101,4 | 103,4 | 99,5  | 96,4  |
| Средний размер назначенных пенсий (на конец года, руб.)                          | 7834  | 8729  | 9513  | 10435 | 11555 |
| Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения), руб. в месяц       | 6218  | 6322  | 7853  | 8436  | 9804  |

|  |          |          |          |          |        |
|--|----------|----------|----------|----------|--------|
| Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, тыс. человек | 94,8     | 86,2     | 103,8    | 108,2    | 119,9  |
| в процентах от общей численности населения   | 30,6     | 27,9     | 33,4     | 34,7     | 38,2   |
| Коэффициент фондов (коэффициент дифференциации доходов), в разах                             | 11,3     | 12,0     | 12,2     | 12,1     | 11,9   |
| Коэффициент Джини (индекс концентрации доходов)  | 0,368    | 0,376    | 0,379    | 0,377    | 0,375  |
| Изменение задолженности по кредитам, млн.руб.  | - 2971,0 | - 6046,0 | - 4728,0 | - 1186,0 | 2297,0 |

Среди регионов Сибирского федерального округа можно выделить три группы регионов, у которых денежные доходы значительно превышают величину прожиточного минимума, регионы со средним и низким соотношением. К регионам с низким уровнем соотношения относятся Республика Алтай (в 2,1 раза) и Республика Тыва (в 1,7 раза). Наиболее высокое соотношение заработной платы к денежным доходам наблюдалось в Республике Тыва (1,9 раза). К основному показателю уровня жизни населения относится соотношение среднедушевого денежного дохода с величиной прожиточного минимума. Наибольшее значение этого показателя в 2015 г. наблюдается в Омской области, наименьшее – в Республике Тыва.

Одним из показателей УЖН является продолжительность жизни населения [6]. Средняя ожидаемая продолжительность жизни населения Тувы в 2016 году составила 64,2 года и увеличилась по отношению к уровню 10 - летней давности на 8,4 года. Это рекорд за всю историю республики – даже во времена СССР данный показатель не превышал 62 лет. Согласно данным Минздрава Республики Тыва продолжительность жизни в Туве падала вплоть до 2005 года [4]. Пик падения пришелся на 1995 год, когда в среднем население не доживало и до 55 лет. Только с 2007 года этот показатель начал понемногу расти, а к 2010 - му позитивная тенденция приобрела устойчивый характер. Причем, по темпам прироста ожидаемой продолжительности жизни Тува значительно опережала остальную Россию, где этот показатель за 10 лет увеличился на 6,4 года. Если в 2005 году разница между средней продолжительностью жизни в РФ и Туве составляла 9,8 лет, то к настоящему времени она сократилась до 7,6 лет. Тем не менее, республика по - прежнему отстает от среднего по стране уровня – 71,8 лет [7]. Жизненно важные параметры тувинского общества упали ниже пределов нормы. Речь идет о масштабах безработицы, сокращении реальных доходов населения, росте девиантных явлений и т.д. [5, с. 141].

В современных условиях повышение УЖН – одно из приоритетных направлений российской социально - экономической политики. Для этого считается необходимым создание сильного среднего класса населения. Немаловажное значение в этом имеет территориальная мобильность граждан [6]. Сейчас она слишком низкая в Российской Федерации вследствие политических установок и слабой развитости рынка жилой недвижимости. К тому же в стране не эффективен бюджетный сектор и пенсионная система.

Специалистами предлагаются следующие решения существующих проблем: развитие территориальной миграции; совершенствование бюджетной сферы; реструктуризация слабых производств; модернизация пенсионной системы.

Таким образом, прогнозирование и повышение УЖН является важнейшей функцией любого государства, и каждого региона. Цель повышения уровня УЖН достигается при помощи инновационных проектов. Сегодня в большей степени необходимо повышать результативность социальной поддержки государства, сокращать рост потребительских цен и решать некоторые проблемы демографии.

#### **Список использованной литературы:**

1. Дабиев Д.Ф. Экономическая и социальная оценка строительства железной дороги в Туву // *Фундаментальные исследования*. 2016. № 4 - 1. С. 145 - 148.
2. Жеребин В.М. Уровень жизни населения / Под ред. В.М. Жеребин, А.Н. Романов - М.: Юнити - Дана, 2012. - 592 с.
3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва [Электронный ресурс]. - Режим доступа. –URL: <http://tuvastat.gks.ru/> ;
4. Сайт Правительства Республики Тыва: [Gov.Tuva.ru](http://Gov.Tuva.ru). – режим доступа свободный. Глава Тувы участвует в совещании по вопросам социально - экономического развития СФО.
5. Севек В.К., Соян Ш.Ч., Севек Р.М. Социальное самочувствие молодежи Республики Тыва // *Социологические исследования*. 2016. № 9 (389). С. 141 - 144.
6. Соян Ш.Ч. Динамика демографической ситуации в Республике Тыва // *European Social Science Journal*. 2016. № 9. – С. 66 - 70.
7. Соян Ш.Ч. Современная демографическая ситуация в Туве / *География Тувы: образование и наука: Материалы Республиканской научно - практической конференции к 85 - летию первого учёного - географа Тувы К.О. Шакаржика*. Ответственный редактор В.И. Лебедев. 2016. С. 101 - 104.

© С.Ш. Жуков, 2017

**УДК 311**

**Захарова Ю. Н.**

к.э.н, доцент кафедры «Статистики и прикладной математики»  
ФГБОУ ВО КубГАУ им. И. Т. Трубилина,  
г. Краснодар, Российская Федерация

**Власенко А. А.**

студент 2 курса факультета Ветеринарной медицины,  
ФГБОУ ВО КубГАУ им. И. Т. Трубилина,  
г. Краснодар, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ АФРИКАНСКОЙ ЧУМЫ СВИНЕЙ НА ЭКОНОМИКУ РФ**

Африканская чума свиней имеет особое значения и является одной из важных проблем в свиноводстве не только в мире, но и в России. За последние 10 лет в России было несколько вспышек этого заболевания.

В естественных условиях к африканской чуме свиней восприимчивы домашние и дикие свиньи всех возрастов. Все дикие африканские свиньи восприимчивы к вирусу, но клинических признаков болезни не проявляют. Речные свиньи и гигантские лесные свиньи



заражены вирусом АЧС, но степень инфекции и их роль в эпидемиологии болезни неизвестны. Европейский дикий кабан восприимчив к АЧС со степенью смертности как и у домашних свиней. Определенные популяции свиней местных пород в центральной Африке имеют более высокую способность к выживанию во время вспышек АЧС. Источник возбудителя инфекции – больные животные и вирусоносители. Заражение здоровых свиней происходит при совместном содержании с инфицированными вирусоносителями. Свиньи остаются зараженными в течение нескольких месяцев, но выделяют вирус только в течение 30 дней. Главная проблема вспышек этого заболевания отсутствие вакцины необходимой для выработки антител к этому заболеванию.

Современная панзоотия африканской чумы свиней (АЧС, African Swine Fever) на Евразийском континенте началась в 2006–2007 гг. с заноса заболевания на территорию Грузии (г. Поты). Подтвердив характер трансграничного заболевания вспышки инфекции с нарастающим эффектом декларируются в государствах закавказского региона, странах СНГ, Прибалтики и восточной Европы.

Российская Федерация, как одна из неблагополучных по АЧС стран с развитым свиноводством за почти 10 лет понесла колоссальный экономический урон. Только по официальным данным Всемирной организации здравоохранения животных (МЭБ) в России в рамках борьбы и профилактики были уничтожены порядка 1 млн. голов домашних свиней в более 40 регионах страны. С 2007 г. по 2016 г. в Российской Федерации нотифицировано 1112 случая АЧС из них 630 в популяции домашних свиней, 442 в популяции диких кабанов и 40 инфицированных объектов.

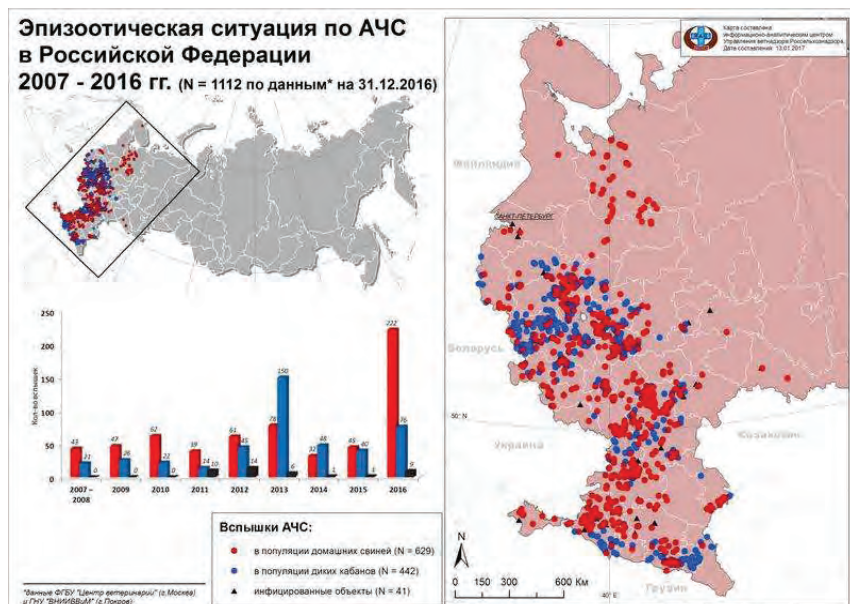


Рисунок 1 – Эпизоотическая ситуация по АЧС в РФ, 2007–2016 гг.





Таким образом, африканская чума свиней является одной из главных экономических проблем в Российской Федерации. Падеж свиней ведет к снижению производства свинины, колоссальным затратам на корма, снижению экспорту свинины. Все силы государственной ветеринарной службы России направлены на разработку мероприятий по борьбе с этим заболеванием и созданием вакцины.

#### **Список использованной литературы:**

1. Бурса И. А., Кремянская Е. В., Шпак Н. М. Интенсивный тип расширенного воспроизводства как условие повышения эффективности функционирования молочного скотоводства // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 2(35). – С. 85–90.

2. Гоник Г.Е. Погодные условия и урожайность основных сельскохозяйственных культур в центральной агроэкономической зоне Краснодарского края / Г.Е. Гоник, Г.Г. Гоник // В сборнике: Научно - обоснованные системы земледелия: теория и практика. материалы Научно - практической конференции, приуроченной к 80 - летнему юбилею В.М. Пенчукова. 2013. С.55 - 59.

3. Гоник Г.Г. Анализ факторов, влияющих на себестоимость производства озимых зерновых / Г.Г. Гоник, Н.Г. Давыденко, А.А. Баранников // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2013. № 91 С. 1589 - 1604.

4. Захарова Ю. Н. Анализ ликвидности и платежеспособности сельскохозяйственной организации / Ю. Н. Захарова, А. С. Леонова // В сборнике: Научные исследования и разработки 2016. Сборник материалов IX Международной научно - практической конференции. 2016. С. 392 - 399.

5. Кремянская Е. В., Краснопахтов Р. М. Эффективность использования производственных ресурсов в аграрном секторе Краснодарского края // Современное состояние и приоритетные направления развития экономики. Материалы Международной заочной научно - практической конференции (г. Новосибирск, 20 декабря 2014г.). – Новосибирск: Медиа центр, 2014. – с. 130 - 135.

6. Захарова Ю. Н. Структура оборотных средств сельскохозяйственных организаций в условиях кризиса / Ю. Н. Захарова // Современные научные исследования и разработки. 2017. Т. 2. № 1 (9). С. 88 - 92.

7. Захарова Ю. Н. Корреляционно – регрессионный анализ – как инструмент поиска резервов / Ю. Н. Захарова, Н. Н. Ярошенко // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 4 - 3 (39) С. 82 - 86.

8. Захарова Ю. Н. Статистический анализ экономического ущерба от АЧС в Краснодарском крае / Ю.Н. Захарова, А.Р. Романова // В сборнике: Научный диалог: Молодой ученый. Сборник научных трудов по материалам III международной научной конференции. 2017. С. 47 - 50.

9. Захарова Ю. Н. Оценка динамики эпизоотологической обстановки Краснодарского края по заболеваемости телят эшерихиозом / Ю.Н. Захарова, Д.С. Макарова // В сборнике: Научный диалог: Молодой ученый. Сборник научных трудов по материалам III международной научной конференции. 2017. С. 45 - 47.

© Ю. Н. Захарова, А. А. Власенко, 2017

**L.E.Zernova**Ph. D., associate Professor  
RGU by the name of A. N. Kosygin  
Moscow, Russian Federation**O.J.Mavriashina**CJSC "Capital Re"  
Moscow, Russian Federation**A COMPARATIVE ANALYSIS OF CONCEPTS "SOLVENCY"  
AND "CREDITWORTHINESS"**

The difference of creditworthiness and solvency is the availability of the enterprise prerequisites for the loan and its return period, so the debt should be repaid, but repaid in time. Thus, creditworthiness is determined primarily by the notion of urgency "[1, p.177]. Table 1 presents a comparative analysis of concepts "solvency" and "creditworthiness", which allows identify the main differences between these categories.

Table 1

A comparative analysis of concepts  
"solvency" and "creditworthiness"

| Indicators              | Solvency  | Creditworthiness  |
|-------------------------|---|---|
| Use in planning         | Shows the real level of financial stability of the organization                       | Shows the possible potential of the organization  |
| The position in time    | Shows the actual ability to satisfy the claims of creditors                           | Shows how stable the ability of satisfaction of requirements of creditors in the future (projected capacity)  |
| The source of repayment | Revenue from sales of products  | Own funds and funds received from the sale of collateral and insurance claims   |
| Coverage                | The ability to pay all obligations  | Ability to pay credit obligations (the principal debt and interest)   |
| determining factors     | Factors of the overall efficiency of the enterprise and a set of financial indicators | Subjective evaluation of the lenders, factors the overall efficiency of the enterprise, a set of financial indicators, the influence of industry characteristics, credit history and collateral |

|                              |  |  |
|------------------------------|--|--|
| The general market laws      | Develops under the influence of the current financial condition of the company     | Expressed through the external market factors and is a projection of actions of the enterprise on this market        |
| The result of the evaluation | A specific numerical value indicator of the level of the enterprise in the ranking | The place of the enterprise in the environment, or the rating value makes it possible to adjust the results obtained |

Thus, the concept of creditworthiness is much wider than the concept of solvency. So, creditworthiness takes into account some basic conditions: the structure of the use of capital and financial stability; assessment of the company's products with sustainable demand under current market conditions; liquidity of assets of the company and its solvency at the moment. Consequently, the solvency of the company is one of the prerequisites for its creditworthiness, but not completely determines the latter. It should also be noted that the creditworthiness of the enterprise is not limited to only these terms and conditions, reflecting its financial condition. This concept is much broader and includes many other conditions, for example, the required level of profitability, turnover various types of assets, return on investment, quality of management, maintenance credit history [2, p.174].

Within the application of the credit process in addition to the assessment of creditworthiness would need analysis of non - financial characteristics of the borrower, which by its information base, the complexity and impact on the final solution significantly superior to analysis of the creditworthiness.

We agree with authors who consider it necessary to assess the creditworthiness to consider not only the economic opportunities of the borrower to repay the loan, but also the possibility of legal support of the return, as well as the moral quality of the client [3, p.40].

In our opinion, in the context of increasing complexity, stochastic, unsystematic processes of modern management, all these points of view are somewhat one - sided and fragmentary. It is therefore necessary to combine them into a single terminological field, the formation of which is also incomplete, because each new moment will make their adjustments.

#### References:

1. Zernova L.E, Titarenko K.A. The methodological approaches to definition of creditworthiness of enterprise. Proceedings of the international scientific - practical conference "Actual directions of fundamental and applied research". NIC "Akademicheskyy". - 2017. pp. 176 - 179.

2. Zernova L. E., Guseva D. S. EVALUATION OF CREDIT CUSTOMERS OF A COMMERCIAL BANK AS A FACTOR IN REDUCING CREDIT RISK. .

In the book: Youth and the XXI century in 2016. Proceedings of the VI International youth scientific conference: in 4 volumes. 2016. pp.. 173 - 176.

3. Zernova L. E., Guseva D. S. THE PROCEDURE OF ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF CUSTOMERS AS AN INTEGRAL PART OF THE BANK'S CREDIT POLICY. Collection of articles of International scientific - practical conference: NEW INFORMATION TECHNOLOGIES IN SCIENCE. 2016. pp.. 39 - 42.

© L.E.Zernova, O.J.Mavriashina

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К МЕНЕДЖМЕНТУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

В последние два десятилетия в образовании произошли существенные изменения в структурно - функциональном, содержательном и технологическом аспектах. Реорганизация структуры образования обусловлена, прежде всего, формированием новой философии образования, которая с непременно влечет за собой переход к новой управленческой парадигме. Новая парадигма основана на внедрение разных подходов к управлению системой образования. С помощью конкретного разнообразия возможно реализация изменений в характере учебного процесса обучающихся, в учебно - воспитательной работе педагога, деятельности руководителя образовательного учреждения.

Рассматривая структуру управления педагогическими системами и образовательными процессами с точки зрения современных подходов, главенствующим подходом является функциональный подход, согласно которому управление деятельностью других рассматривается как процесс, представляющий собой совокупность непрерывных взаимосвязанных видов деятельности. Необходимо выделить, что функциональный подход к управлению педагогическими системами и образовательными процессами позволил на практике целостно представить деятельность в виде управленческого цикла, осознать сущность и технологию составляющих ее видов [1, 60].

В настоящее время разработка проблем управления в педагогике не представляется без системного подхода. Если образование представляет собой систему, то управление ими тоже обязательно должно носить системный характер. А именно, применение данного подхода снижает случайность и стихийность в управлении.

Системность, целое - это производное своих компонентов. Единство и взаимодействие между компонентами, элементами и частями образует систему в рамках заданного качества, обеспечивает ее функционирование и развитие [1, 60].

В педагогической системе одним из системообразующих факторов выступает цель, которая нуждается в средствах и способах ее достижения. Действие системы и ее компонентов в реализации цели является, по сути, функцией системы. Педагогическая система, будучи общественной, изменяется, поскольку ей характерны внутренние противоречия.

Информация, которая поступает в педагогическую систему и выходящая из нее, является способом связи компонентов системы между собой и с системой как целым, и самой системой как целого - со средой. Различие между состоянием системы - перспективным, желаемым и существующим определяет управленческий аспект. Особенности системного подхода, которые перечислены выше, несомненно, должны использоваться в процессе управления педагогическими системами [2, 320].

Системный подход в педагогическом управлении - это учет всех элементов педагогической системы, изменений системы в целом или по отдельным группам компонентов, вследствие определенных требованиями исторического развития общества и научно - технического прогресса совершенствования хотя бы одного из них, а также учет действия многочисленных внешних и внутренних факторов и условий функционирования системы.

Исходя из системного подхода, разработаны следующие подходы к управлению образовательным процессом: системно - деятельностный подход позволяет установить уровень целостности адаптивной образовательной системы; синергетический подход предполагает учет природосообразной самоорганизации субъекта в деятельности любой социально - педагогической системы; коммуникативно - диалогический подход; культурологический подход; личностно - ориентированный подход означает учет природосообразных особенностей каждой личности [2, 320].

В педагогической науке отражены многие подходы к управлению образованием, которые могут эффективно использоваться на практике. И многие из них непременно используются, улучшаются комбинируются, создавая наиболее эффективный подход к управлению такой стихией, как образование. В современное время подход к управлению должен отвечать многим принципам образования: научности, демократизации и гуманизации, системности и целостности, оптимального сочетания централизации и децентрализации, сочетания общественных и государственных начал, объективности и конкретности, оптимальности и эффективности.

Данные принципы в определенной мере представляют собой теоретический идеал. Вместе с тем, такой идеал необходим, поскольку в нем видится значимость теории управления для образовательной практики.

#### **Список использованной литературы**

1. Управление образовательными системами : учеб. пособие // авт. - сост. Л. А. Кабанина, Н. П. Толстолюбских. - Балашов: Изд - во "Николаев", 2005.
2. Шамова Т. И. Управление образовательными системами: учеб. пособие // Т. И. Шамова. Под ред. Т. И. Шамовой. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002.

© В.А. Исаева, 2017

**УДК 330**

**А. Р. Исторова**

Студентка 1 курса

ИЭиУ, ФГАОУ ВО «СКФУ»

г. Ставрополь, Российская Федерация

#### **ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ В РОССИИ**

Естественная монополия –это вид монополии, имеющий особенное положение в рыночной структуре из - за особенностей в технологии производства (в связи с

привилегированным правом обладания определенными ресурсами, исключительностью материально - технической базы). Как правило, естественные монополии - это компании, распоряжающиеся трудоёмкими инфраструктурами, вторичное образование которых иными фирмами экономически неоправданно или невозможно по техническим причинам. Отличительной чертой является то, что минимальны долгосрочные средние издержки только тогда, когда обслуживает весь рынок этим продуктом единственная компания. Данная монополия может возникнуть в результате установления ограничений к доступу на рынок другим фирмам – конкурентам, особым правом государства или особой информации. Естественная монополия отличается большой возрастающей отдачей от масштаба, а производственные затраты много ниже в сравнении с совершенной конкуренцией или олигополией. Естественная монополия основана на особенностях технологии, отражающих естественные законы природы, а не на правах собственности или государственных лицензиях. Принудительное рассредоточение производства на нескольких фирмах неэффективно, поскольку оно привело бы к увеличению издержек производства.

Большее значение имеют такие главные естественные монополии как

«Газпром», РАО и «ЕЭС России», которые постоянно привлекают к себе внимание в связи с их влиятельностью на российскую экономику. В том числе, «Транс нефть», министерство атомной энергетики, ПАО «Сбербанк», которые являются национальными монополиями, близкими по типу к вышеперечисленным трем монополиям.

«Газпром», РАО «ЕЭС России» являются одной из важнейших частей госсектора, и даже всей экономики в целом. Не смотря на тот факт, что «Газпром» официально является АО, государственная доля в котором составляет всего 38 % , фактически неотъемлемая часть государственного сектора экономики.

Данные монополии занимают лишь 4 % рабочей силы, в то время как составляют 13,5 % валового внутреннего продукта; 20,6 % инвестиций; 16,2 прибыли; 18, 6 налоговых доходов консолидированного бюджета страны. Особенную роль играет «Газпром» в связи с его экспортным потенциалом: добавленную стоимость он образует больше, чем РАО и «ЕЭС России» в совокупности, при этом используя всего 300 тыс. единиц рабочей силы, а прибыли и налогов – вдвое больше.

Особое внимание привлекают естественные монополии из - за их значительной роли в экономике и государственном секторе, что оправдывает рассмотрение и утверждение их инвестиционных программ в Парламенте совместно с федеральным бюджетом, а текущих издержек – в Правительстве, с выдачей соответствующих директив представителям государства в этих компаниях. [3, с.75]

В условиях экономики Российской Федерации естественные монополии требуют строго государственного внимания. Это вызвано рядом экономических причин:

Прежде всего, это размер компаний. Так, по показателям производства естественные монополии не уступают даже некоторым пирровым гигантам. Компания «Газпром» - это лидер мирового масштаба по показателю полученной прибыли и это единственная компания России, которая представляет серьезную конкуренцию на международной арене.

Во - вторых, отечественные естественные монополии образуют бюджет государства. Налоговые поступления «Газпрома» представляют четвертую часть всех получаемых налогов (к примеру, сфера банковской деятельности составляет лишь 4 % ). Однако, было



замечено, что при уменьшении контроля монополий со стороны государства, фирмы - монополии становятся крупными неплательщиками налогов.

В нашей стране инфляция имеет «затратный» характер, то есть в большей степени рост связан с повышением издержек производителей. Такой фактор инфляции, как рост денежной массы, вызывает лишь 15 - 20 % инфляционного процесса. Рост же издержек не влияет на инфляцию прямо, а действует через повышение инфляционного потенциала экономики: увеличение затрат приводит к нехватке доходов, необходимых для поддержания воспроизводства. Компенсация требует увеличения цен. [1, с.66]

Однако, опережающий рост цен в описываемых отраслях вызывают усиление проблемы неплатежей, так как они, являясь высокомонополизированные структуры могут диктовать цены. Через установление высоких тарифов естественные монополии имеют возможность перекладывать бремя покрытия дополнительных денежных расходов на собственное производство с тех, кто не может их оплачивать, на тех, кто в состоянии это делать. Таким образом, образуются условия для неплатежей.

Но в тоже время, в трудные времена страны естественные монополии (а именно «Газпром» и РАО «ЕЭС России») помогают государству в решении очень важных проблем, неся социальные функции в качестве поставок газа, тепло и электроэнергии неэффективным и социально ориентированным потребителям. Продолжительное время был даже обширный список объектов, так называемых «неотключаемых потребителей», который был составлен в соответствии с решениями Президента и Правительства. То есть, определенных потребителей нельзя было лишать вышеперечисленных услуг ни при каких условиях. Это не было экономно относительно топлива и энергии на этих предприятиях, однако платеж за возможность использования ресурсов фактически не производилась. В итоге, потребители должны были этим монополиям в значительных размерах. Сегодня этот список сокращен и образуются способы по обеспечению своевременных платежей с выделением целевых средств из бюджета. Но финансирование данных расходов по – прежнему непостоянно.

Несовершенство способов регулирования приводит к перераспределению доходов в пользу естественных монополий. Исходя из своей власти, монополии стараются установить более высокую цену, чем производитель в условиях чистой конкуренции с теми же расходами. Монополисты могут облагать потребителей так называемым «частным налогом», что в конечном итоге приведет к заметному увеличению экономической прибыли. Иными словами, эти фирмы хотят обогатиться посредством остальной части общества. Такую угрозу можно ожидать от естественных монополий России, ведь МПС контролирует 77 % грузооборота, «Газпром» - 94 % потребителей, а «ЕЭС России» и вовсе 98 %. [2, с.57]

Неэффективная ценовая политика увеличивает ценовые диспропорции между регионами, ведёт к разрыву межрегиональных экономических связей.

Высокие тарифы на различные виды транспорта, на газ, электроэнергию и связь, в качестве основополагающего фактора, парализуют межрегиональные связи. В отсутствии скоординированной политики федеральных властей и регионов имеет место высокая дифференциация цен и тарифов между отдельными потребителями, причём в отдельных регионах не только между населением и организациями бюджетной сферы, но и между отдельными коммерческими предприятиями.

Для установления равноправных отношений российский регионов друг с другом и таких отношений с государственными органами, обращая внимания на особенности каждого из



них; для снижения сильной разницы в социально - экономическом развитии регионов; для поддержки и усиления территориальной целостности страны надо:

1. Разработать механизмы, для предотвращения влияния производителей одного региона на производителей другого региона.

2. Искоренить или снизить содержание несоответствий в цене и способы субсидирования покупателей, которые имеют место в разных сотрудничающих регионах.

3. Повлиять на эффективность межрегиональной кооперации.

Проанализировав данные о естественных монополиях в России, хотелось бы подытожить все вышесказанное тем, что в связи с установленными условиями российской экономики, значение естественных монополий огромна и в то же время противоречива. Роль данных монополий стремительно увеличивается в условиях современного кризиса. Что касается непосредственно самих естественных монополий, то здесь имеют место быть интересы трех сторон: интересы предприятий – естественных монополистов, интересы потребителей и интересы государства; которые в свою очередь пересекаются между собой. Можно сказать, о том, что на сегодняшний день естественные монополии стоят в центре почти всех экономических проблем России. И очевидно, что оптимизация механизма государственного регулирования цен и тарифов способна оказать не меньшее влияние на улучшение показателей экономического развития страны.

#### **Список использованной литературы:**

1. Дотдугева З. С., Коновалова И. А., Ловянникова В. В. Экономика (основы экономической теории). Учебное пособие / Ставрополь, 2014. (4 - е издание, переработанное и дополненное).

2. Качелин А. С. ОАО "Газпром" - национальное достояние или закрытый элитный клуб по интересам // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства. - 2009. - N 4.

3. Ловянникова В. В. Экономико - институциональный анализ дестабилизирующих факторов развития экономики современной России // Современные вызовы и реалии экономического развития России. Материалы Международной научно - практической конференции. - 2015.

© А. Р. Исторова, 2017

**УДК 658**

**Н.В. Казанцева**, студентка 1 курса факультета управления  
Российский государственный социальный университет

**Научный руководитель: Е.А. Ветрова**

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и административного управления  
Российский государственный социальный университет  
г. Москва, Российская Федерация

### **ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА МОСКВЫ**

Гостиничный сектор составляет неотъемлемую часть рынка туризма и играет важную роль в экономике многих стран. Сегодня туризм – это глубокое социальное и политическое явление, и он вносит существенный вклад в экономику стран и повышает качество жизни

людей, которые становятся все более мобильными в обстановке глобализации. В сложившейся ситуации одной из главных целей гостиничного бизнеса России является предоставление туристам качественного гостиничного продукта, отвечающего современным запросам потребителей и мировым стандартам.

Частные предприниматели стали активно интересоваться сферой гостиничного обслуживания в последние десять лет. Вследствие этого был сформирован верхний ценовой сегмент, создаются и реконструируются гостиницы среднего класса, осваиваются новые ниши, например, появляются мини - гостиницы высокого уровня обслуживания, возникают предпосылки для создания отечественных гостиничных цепей. Менеджменту в этих процессах принадлежит ключевая роль, он обеспечивает эффективное управление организацией и реализацию проектов [4].

В современных условиях планирование перспективного развития организации необходимо для функционирования гостиничных предприятий. Также управленческий персонал должен понимать сущность задач, которые направлены на обеспечение успешного функционирования данных предприятий. Для этого необходимо провести стратегический анализ аспектов функционирования предприятия, обозначить ориентиры в области планирования развития конкретного предприятия и выработать новую конкурентную стратегию, отвечающую современным тенденциям и потребностям [5].

В систему управления предприятием должна быть включена система стратегического планирования, при этом должны быть учтены не только аспекты деятельности в текущий период, но и возможные направления дальнейшего развития гостиницы. Таким образом, система стратегического планирования является одним из основных инструментов повышения эффективности проводимых реформ [6].

Значение стратегического управления для гостиничного бизнеса невозможно переоценить, т.к. в современных условиях жесткой конкуренции оно дает возможность отследить внутренне состояние организации и выработать эффективную долгосрочную стратегию, учитывающую изменения во внешней среде, позволяет гостиничному предприятию оставаться гибким в условиях рынка.

В Москве сосредоточено большое количество объектов культурно - исторического наследия, проходят важные спортивные и культурные события, представлен широкий спектр объектов туристского показа. Столица играет большую роль в современной политической и экономической жизни России. Город в полной мере можно назвать крупнейшим центром делового и культурного туризма страны. Также Москва может составить достойную конкуренцию столицам западноевропейских государств [3, с. 135].

В настоящее время существует две основные группы потребителей гостиничных услуг Москвы: бизнесмены (деловые поездки) и туристы с культурно - познавательными интересами. Вторая группа туристов пока не представляет достаточный объем [1, с. 43].

Таким образом, большая часть московских отелей конкурирует в сегменте рынка делового туризма иностранцев и командированных в Москву или прибывших по деловой необходимости российских граждан.

В то же время рынок гостиничных услуг Москвы динамично развивается. В этих условиях существенно возрастает необходимость проведения исследований, связанных с определением перспективных направлений развития гостиничного бизнеса в Москве. Такой анализ позволит определить приоритеты развития гостиничного бизнеса и

доходности в долгосрочном периоде, что обозначит направление действий стратегического управления предприятием.

Одним из перспективных направлений является разработка комплекса мер по адаптации условий пребывания в гостиницах к потребностям туристов, особенно в связи с увеличением турпотока из стран азиатского региона [2, с. 12].

В современных экономических условиях Россия налаживает и усиливает контакты со странами Восточной Азии и Ближнего Востока. В связи с этим началась реализация программы, которая предполагает создание необходимых условий для китайских туристов с учетом их национальных особенностей. Также существует программа для туристов - мусульман. В ближайшем будущем данные программы будут востребованы и стремительно развиваться, но для этого необходимо создавать все необходимые условия для приема данных гостей, учитывать их требования, традиции и культуру, которые должны быть учтены в средствах размещения и организации питания.

Еще одним перспективным направлением развития гостиничного бизнеса является увеличение количества гостиниц эконом класса (2 - 3 звезды). Данный тип гостиниц пользуется большой популярностью у туристов, приезжающих в Москву с целью осмотра достопримечательностей, посещения экскурсий и различных культурных и спортивных событий. Это направление особо актуально в связи с проведением Чемпионата мира по футболу 2018.

Новым направлением является организация бизнес - отелей в новых промышленно - деловых кластерах и на территории новой Москвы.

Эти территории слабо освоены предприятиями сферы гостиничного бизнеса.

Дополнительные услуги всегда востребованы у постояльцев гостиниц. Расширение ассортимента дополнительных услуг, применение прогрессивных форм обслуживания повысит конкурентоспособность на рынке гостиничного бизнеса.

Таким образом, при осуществлении стратегического управления, и в частности составления планов развития и введения реформ, управленческому аппарату предприятий гостиничного сектора необходимо учитывать изменения на рынке и перспективные направления туризма Москвы. И формулировать задачи дальнейшего функционирования предприятия в соответствии с этими направлениями.

### **Список использованной литературы:**

1. Скобкин С.С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2010. – 360 с.
2. Латкин А.Н. Развитие гостиничного бизнеса в Москве: монография / Евстигнеев А.М., Милорадов К.А., Христов Т.Т. – М.: Русайнс, 2016. — 150 с.
3. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / Александрова А.Ю. — М.: КноРус, 2015. — 459 с.
4. Орешкин О.А. Проблемы развития гостиничного бизнеса в Москве. Жилищная экономика. 2012. № 1 - 2 (13 - 14). С. 41 - 46.
5. Беляев А.А. Стратегия управления в сфере гостиничного хозяйства. Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. Т. 16. № 40. С. 350 - 353.

6. Чудаева Е.М. Роль стратегического управления в развитии гостиничного бизнеса (на примере Москвы и Санкт - Петербурга). Экономика и социум. 2016. № 6 - 2 (25). С. 1015 - 1019.

© Н.В. Казанцева, 2017

**УДК 338.001.**

**Калинин Д.И.**

студент 5 курса

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск

Российская Федерация

Научный руководитель: к.социол.н, доцент Шадрина Л.Ю.

## **ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Тема рекламы алкоголя довольно неоднозначна и до сих является причиной многочисленных споров. Нужно рекламировать сей специфический продукт или не нужно, вопрос остаётся открытым. Тем не менее алкоголь, как один из самых популярных продуктов в России является тоже товаром, нуждающимся в продвижении. Но по сравнению с рекламированием остальных товаров продвижение алкогольных изделий весьма проблематично из - за множества ограничений в законодательстве.

В Федеральном законе от 13.03.2006 N 38 - ФЗ "О рекламе", есть даже отдельная 21 - я статья, которая посвящена рекламе алкогольной продукции и ее продвижению.

В 2012 году, согласно вступившим в силу изменениям, внесенных в Федеральный закон от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе», вводятся особые требования, согласно которым реклама алкогольной продукции не должна:

1) утверждать, что употребление крепких напитков ведет к общественному признанию и достижению успеха в профессиональном плане, в спорте, в личной жизни и т. д.

2) осуждать тех, кто не употребляет алкоголь;

3) говорить о том, что алкогольные напитки безвредны для здоровья, что содержат в себе какие - то полезные добавки;

4) говорить о том, что она утоляет жажду;

5) контент рекламного объявления (ролика, статьи) не должен иметь в себе прямого или косвенного обращения к несовершеннолетним;

6) недопустимо в рекламе алкоголя использовать людей и животных, даже нарисованных.

С 1 января 2015 года вступил в силу Федеральный закон от 31.12.2014 № 490 - ФЗ, которым изменены некоторые требования в отношении размещения рекламы крепкого алкоголя, пива и вина на каналах коммуникации.

Рекламу не разрешается размещать:

1) в периодических печатных изданиях, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;

- 2) в любых печатных изданиях для несовершеннолетних, также, как и аудио - / видеопродукция;
- 3) в теле - и радиопрограммах;
- 4) на всех видах общественного транспорта, снаружи и внутри зданий, кроме мест осуществления розничной продажи алкогольной продукции;
- 5) на рекламных конструкциях;
- 6) в детских, образовательных, культурно - досуговых, медицинских, санаторно - курортных, оздоровительных, военных организациях, и на расстоянии ближе, чем сто метров от занимаемых ими зданий;
- 8) в сети "Интернет".

Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).<sup>[1]</sup>

Как видно из вышесказанного продвижение алкоголя - настолько же трудоемкое дело, насколько сложна и неоднозначна ситуация вокруг ограничений, на него наложенных.

Законодательные табу в сфере производства и продажи алкоголя становятся все строже с каждым годом. Это заставляет бизнес искать новые каналы коммуникаций и, конечно же, обратиться к Интернету.

Важнейшим каналом коммуникаций для торговой марки, которая производит или продает алкоголь, сегодня является веб - сайт. Он в соответствии с законодательством не считается рекламой. На базе корпоративного сайта можно проводить различные рекламные акции. Использовать их для прямого стимулирования продаж запрещено, но зато гарантируется эффективное продвижение бренда алкогольной продукции - улучшает имидж, вовлекает потенциальных клиентов во взаимодействие, укрепляет и формирует образ бренда.

Единовременное требование - это ограничение доступа на сайт для несовершеннолетних.

Современные технологии продвижения бренда алкоголя в условиях сокращения разрешенных каналов коммуникаций активно прибегают к соцмедиа. Фирменная страница в социальных сетях также, как и веб - сайт бренда не считается рекламой, поэтому с её помощью можно эффективно продвигать собственный товар.

Прямой контакт с потребителем даже в онлайн - среде эффективно работает для продвижения компаний алкогольной тематики.

Для продвижения своей продукции производителя и продавцы алкоголя используют различные способы. Это открытие *фирменных магазинов* со специально обученными, детьми в фирменную одежду продавцами, где можно организовать *продажу подарков и сувенирных наборов*.

*Доставка алкогольной продукции на дом, непосредственно к покупателю.* Для того, чтобы раскрутить эту услугу, надо создать *красочные буклеты с контактной информацией*. Распространять эти буклеты можно прямо в фирменном магазине, вручая их посетителям, или другой способ, разносить буклеты с помощью распространителей по офисам фирм.

*Правильное размещение алкогольной продукции в супермаркетах.*

Еще один способ продвижения товара - это *проведение акций, установка всевозможных скидок*, например, «купи 3 бутылки водки по цене двух», то это, несомненно, поможет увеличить потребительский спрос.

В мелких магазинах в обязательном ассортименте должна быть на виду крепкая алкогольная продукция, водка или коньяк, в *мелкой расфасовке* 250 и 100 грамм. И ещё множество рекламных моментов, позволяющих повысить потребительский спрос на эту специфическую, но и нужную продукцию.

Вопреки наложенным ограничениям в рекламе, представители отечественного алкогольного рынка разработали несколько рекламных стратегий для продвижения своего продукта, не идущие вразрез с действующим законодательством.

Рассмотрим применяемые на российском рынке рекламные стратегии:

1. Реклама спиртных напитков запрещена, но никем не запрещена реклама предприятия – производителя и продвижения его имиджа. Согласно *стратегии продвижения производителя* используются все способы рекламы: СМИ, массовые мероприятия, спонсоринг, наружные носители.

2. Суть *стратегия подмены* заключается в выпуске продукта, на рекламу которого не наложен запрет. Продукт выпускается под той же маркой, что и спиртной напиток. Это могут быть слабоалкогольные напитки, минеральная вода, лимонад.

3. В *стратегии свертывания* акцент ставится на продвигающие инструменты рекламы в местах продаж. С потребителем работают уже непосредственно в магазинах – вход идет все: дегустация, объемные макеты, шелфтокеры, выставочные стенды. Разрабатываются и внедряются стимулирующие программы, основными элементами которых выступают дистрибуция и мерчендайзинг.

4. Основная ставка при реализации *стратегии сильной идеи* делается на сильную и рекламоспособную идею. Некоторые идеи могут продвинуть марку сами по себе и стать успешной концепцией рекламных сообщений.

Алкогольный продукт предполагает, что уже само его название должно выступать основным рекламным сообщением, а его концепция должна нести потребителю близкий и привлекательный образ; в идеальном варианте – в название закладывается идея рекламной компании.<sup>[2]</sup>

Опыт компаний показывает, что рекламная деятельность в продвижении алкогольной продукции будет эффективной, даже в самих строгих рамках, если выбрана правильная стратегия, а её выбор зависит в первую очередь от размера компании, рекламного бюджета, вида выпускаемой алкогольной продукции.

### Список использованной литературы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38 - ФЗ (последняя редакция) – Компания «Консультант Плюс» [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

2. Сергиенко О.А, Суржикова Т.Б. - Особенности продвижения алкогольной продукции на российском рынке. / Омский государственный университет путей сообщения (ОмГУПС) // Инновационная экономика и общество Издательство: Омский государственный университет путей сообщения (Омск)

3. Шадрин Л.Ю. ОЦЕНКА БРЕНДОВ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ в сборнике: ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ сборник статей международной научно - практической конференции: в 2 частях. 2017. С. 139 - 140.

4. Цыганкова Э.В., Шадрина Л.Ю. УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ: ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ В сборнике: УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 137 - 139.

© Калинин Д.И.

**УДК 004**

**С.В. Камысовская**

канд.эконом.наук, доцент БУАиА

И.Г. Цыбулина, студент ИЭиУ

Северо - Кавказский Федеральный университет

г.Ставрополь, Российская Федерация

## **ЭЛЕКТРОННАЯ ПОДПИСЬ — НЕЗАМЕНИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

Электронная подпись (ЭП) — настоящий помощник в работе бухгалтера. Ее использование в процессе совершении гражданско - правовых сделок позволяет значительно упростить взаимодействие с контрагентами путем электронного документооборота, а также исключить необходимость посещения налоговых инспекций, банков и внебюджетных фондов.

Налаженная система электронной сдачи отчетности позволяет фирме уменьшить затраты времени на составление, проверку, систематизацию, обработку, хранение документов и их архивов. Также при пересылке отчетности по e - mail снижается количество технических ошибок, которые может допустить бухгалтер, так как при отправке файлы отчетности проходят обязательный контроль на правильность заполнения формата.

В связи с простотой и удобством использования данного метода в работе, все большее количество инспекций пытаются автоматизировать процесс сдачи бухгалтерской и налоговой отчетности. Так, отчетность по НДС и по работникам, численность которых больше 25 человек, сейчас принимается только в электронном виде.

Использование ЭП регулирует Федеральный закон от 6 апреля 2011 года № 63 - ФЗ «Об электронной подписи». В соответствии с действующим законодательством электронную подпись можно получить в аккредитованных удостоверяющих центрах, предоставив оригиналы всех необходимых документов. По обращению заявителя, после прохождения всех необходимых процедур, удостоверяющий центр выдает электронную подпись, содержащую ключ ЭП и ключ проверки. Лицензия на неисключительное право пользования программой обычно выдается компании на год или бессрочно [1].

Сертификат ключа проверки электронной подписи представляет собой электронный документ или документ на бумажном носителе, подтверждающий право его владельца на использование ключа проверки ЭП. Сертификат электронной подписи действует в течение года.



Учет данной программы организация может осуществлять двумя способами.

Первый способ заключается в том, организация фактически приобретает неисключительное право на использование результатов интеллектуальной собственности. В этом случае согласно пункту 39 Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» платежи за предоставленное право использования результатов интеллектуальной деятельности или средств индивидуализации, производимые в виде фиксированного разового платежа, отражаются в учете фирмы как расходы будущих периодов и подлежат списанию в течение срока действия договора [3]. Другими словами, на дату заключения лицензионного соглашения сумма вознаграждения отражается в бухгалтерском учете записью:

Дебет 97 «Расходы будущих периодов» Кредит 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – сумма вознаграждения отнесена на расходы будущих периодов.

В дальнейшем записью по дебету счета 26 «Общехозяйственные расходы» (для торговых организаций 44 «Расходы на продажу») и кредиту счета 97 указанная сумма ежемесячно включается в состав расходов по обычным видам деятельности:

Дебет 26(44) Кредит 97 – ежемесячно в течение действия лицензионного договора сумма вознаграждения списывается в затраты.

Для осуществления учета вторым способом стоимость программы списывается на счета учета затрат в момент получения документов на счет 26 или 44. После чего эти расходы можно включить в себестоимость продукции.

Выбор способ учета можно исходя из величины затрат на приобретение. Так, если для компании плата за сертификат и программу будет существенной, то будет целесообразно отразить ее стоимость на счете 97, а потом – списывать в расходы равными долями в течение срока использования. Если же для фирмы затраты незначительны, то можно одновременно списать всю плату за электронный ключ. Причем степень существенности расходов организация определяет самостоятельно.

Статья 5 закона N 63 - ФЗ выделяет три вида электронной подписи: простая, усиленная неквалифицированная и усиленная квалифицированная. Какую подпись необходимо использовать в каждой конкретной ситуации определяет соответствующий закон.

Простая подпись – это комбинации символов, коды и пароли, которые позволяют установить факт формирования электронной подписи определенным лицом. Информация, подписанная простой электронной подписью или неквалифицированной электронной подписью, признается электронным документом, равнозначным документу на бумажном носителе, подписанному собственноручной подписью, если достигнуто соглашение между участниками электронного взаимодействия. Однако данный вид подписи достаточно ненадежен.

Более безопасным вариантом является использование усиленной квалифицированной электронной подписи. Электронный документ, подписанный усиленной квалифицированной электронной подписью, законодательством приравнивается к бумажному документу с собственноручной подписью. Перечень документов, требующих наличия данной подписи: годовая бухгалтерская отчетность, сдаваемая в Росстат; налоговые декларации; авансовые отчеты по итогам командировок; отчетность в Пенсионный фонд; электронный счет - фактура [1].



Несмотря на очевидные преимущества, электронная подпись не лишена недостатков. Серьезную угрозу безопасности данных представляет компрометация электронной подписи. Компрометация ключа — утрата доверия к тому, что используемые ключи обеспечивают безопасность информации. Причинами компрометации являются: потеря ключевых носителей; увольнение сотрудников, имевших доступ к ключевой информации; возникновение подозрений на утечку информации; другие виды разглашения ключевой информации, в результате которых закрытые ключи могут стать доступными несанкционированным лицам.

Кроме того, при электронной отправке документов многое зависит от состояния технической базы и работы интернет - провайдера. Не редки случаи, когда вследствие сбоев в работе программ, данные в декларации, поданной организацией, отличаются от данных, которые поступили в инспекцию. В этом случае время уйдет на проведение сверку с налоговой службой. Более того, из - за технических сбоев отчетные документы могут вовсе не дойти до налогового органа.

Тем не менее, электронный документооборот приобретает все большую популярность. Электронная передача документов способствует экономии времени организаций и налоговых органов, уменьшению числа технических ошибок при заполнении форм, а также защищает отчетность от несанкционированного исправления или просмотра. Именно поэтому необходимо иметь четкое представление о том, как работает один из главных элементов системы сдачи отчетности — электронная подпись, тем самым предотвратив элементарные ошибки, которые могут возникнуть в будущем.

#### **Список использованной литературы:**

1. Миклашевич А.В. Как подписаться электронной подписью / А.В. Миклашевич // Главная книга. – 2012. –№17. - С.32
2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10 / 99: Приказ от 6 мая 1999 г. N 33н (ред. от 06.04.2015) // Справочно - правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс»
3. Об электронной подписи: Федеральный закон от 06.04.2011 N 63 - ФЗ // Справочно - правовая система «Гарант»: [Электронный ресурс] / НПП «Гарант - Сервис».

© С.В. Камысовская, И.Г. Цыбулина, 2017

**УДК 004**

**С.В. Камысовская**, канд. эк. наук, доцент БУАиА  
**И.Г. Цыбулина**, студент ИЭиУ  
Северо - Кавказский Федеральный университет  
г.Ставрополь, Российская Федерация

#### **НОВЫЙ ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ ККТ: ПЕРЕХОД НА ОНЛАЙН - КАССЫ**

В июле 2016 года был принят Федеральный закон № 290 - ФЗ, регламентирующий порядок использования онлайн - ККТ, согласно которому практически все организации и

индивидуальные предприниматели, занимающиеся розничной торговлей, обязаны перейти на онлайн - кассы.

Электронная онлайн - касса представляет собой кассовый аппарат, который в режиме онлайн передает данные о финансовых операциях в органы ФНС.

Согласно Федеральному закону, переход на онлайн - кассы будет происходить постепенно, начиная с 15 июля 2016 года, когда каждый предприниматель может в добровольном порядке оформить онлайн - кассы, вплоть до 1 января 2018 года, когда произойдет полный переход на электронные чеки.

Также законодатели определили перечень видов деятельности, осуществление которых не требует применения новой контрольно - кассовой техники (ККТ). Так, право на освобождение от нововведений получили фирмы и бизнесмены, оказывающие мелкие бытовые услуги или занимающиеся розничной продажей мелких товаров (газет, мороженого, сезонных овощей), а также бизнес, расположенный в отдаленной и труднодоступной местности без возможности подключения к интернету.

Переход на онлайн - кассы потребует от организаций и ИП выполнения определённых действий:

**1. Модернизация или замена кассового оборудования.** По новым требованиям касса должна подключаться к интернету и иметь в составе фискальный накопитель (вместо ЭКЛЗ), а также соответствовать ряду других параметров.

**2. Подключение кассы к интернету.**

**3. Выбор оператора фискальных данных (ОФД) и заключение с ним договора на обслуживание.** Оператор фискальных данных — это посредник между кассой и ФНС. Таким оператором может быть российская организация, получившая соответствующее разрешение от государства

**4. Регистрация новой кассы в ФНС.** После подачи заявления организация получает онлайн - карточку о регистрации своей ККТ, и может начать использовать онлайн - кассу.

Как же выглядит процесс продажи на онлайн - кассе? Теперь после того, как покупатель оплачивает совершенную покупку, онлайн - касса формирует чек, который записывается в фискальный накопитель, где подписывается фискальными данными. Фискальный накопитель обрабатывает чек и передает его в ОФД. Оператор принимает чек, проверяет достоверность данных и высылает фискальному накопителю обратный сигнал о том, что чек получен. Одновременно ОФД отправляет информацию в ФНС. Все эти операции не занимают более 2 секунд. Кроме того, по требованию покупателя продавец сможет переслать копии чеков на компьютер или телефон.

Безусловно, переход на онлайн кассы доставит бизнесу некоторые неудобства. Так, с введением онлайн - касс у бизнеса появляются новые обязанности, дополнительные расходы на модернизацию касс и подключение к интернету, а также на оплату услуг ОФД.

Особенно предпринимателей волнует стоимость приобретения нового оборудования. Так, ориентировочная цена покупки кассового аппарата составляет около 20 000 руб. Конечно, приобретать новое оборудование придётся не всем предпринимателям, так как ряд моделей старых касс можно модернизировать, установив новое программное обеспечение и фискальный накопитель. Стоимость такого улучшения обойдется примерно в 4000 - 5000 рублей. К этой сумме также прибавляются затраты на заключение договора с ОФД, размер которых, по мнению специалистов, составит 5 000 руб. в год.

Однако ФНС утверждает, что совокупные затраты на приобретение и эксплуатацию ККТ станут ниже в течение 6 - 7 лет. Главным образом это произойдет за счет уменьшения производственных расходов бизнеса на сервисное обслуживание кассовых аппаратов. Во - первых, отменяется необходимость заключения договора с центрами технического обслуживания (ЦТО). Во - вторых, сокращаются затраты на ленты ЭКЛЗ. Вместо ленты теперь используется фискальный накопитель, который подлежит замене раз в 13 месяцев. Для организаций и ИП, применяющих специальные режимы налогообложения, срок действия фискального накопителя может быть продлен до 36 месяцев.

Кроме того, максимально компенсировать бизнесу понесенные расходы постарается и государство. Так, всех предпринимателей, которые будут вынуждены приобрести ККТ впервые, ждет налоговый вычет. Речь идет о предприятиях на ЕНВД и ИП, работающих на ПСН. Сумма налогового вычета должна возместить расходы на приобретение ККТ и составит 18 тыс. руб.

Необходимо отметить, что для бизнеса предусмотрена возможность онлайн - регистрации кассы. Предприниматель освобождается от необходимости посещать налоговую инспекцию для постановки кассы на учет, ведь регистрация кассы возможна на сайте ФНС России.

Еще одним положительным моментом использования онлайн - касс является усиление «прозрачности» бизнеса. ФНС обеспечит автоматический мониторинг поступающих от ККТ сведений, проверку данных из налоговой и бухгалтерской отчетности, а также анализ информации о жалобах от покупателей и т.д. Комплексный анализ отдельных параметров деятельности организации путем его сравнения с показателями, предоставляемыми аналогичными компаниями из данной отрасли, позволит выявить «зоны риска».

Иными словами, в результате внедрения онлайн - касс усилится контроль за денежными потоками и произойдет вывод из тени некоторых сегментов хозяйственных и гражданских правоотношений. Ведь даже торговля в Интернете теперь должна сопровождаться выдачей чеков, а в связи с тем, что информация незамедлительно через ОФД поступает на сервер ИФНС, то все денежные операции становятся прозрачными

В результате значительно сократится количество проверок кассовой дисциплины налоговыми органами. Так, проверке подвергнутся только организации и ИП вызвавшие подозрения, например, аннулированиями чеков или выдачей чека на сумму свыше 100 тыс. руб. за раз или в течение нескольких минут.

Также произошли некоторые изменения относительно ведения кассовых документов, а именно индивидуальные предприниматели освобождаются от необходимости вести кассовую книгу, оформлять приходные и расходные ордера.

Также не стоит забывать, что применение онлайн - касс несет определенные выгоды и для покупателя. Так, теперь покупатель может в любой момент получить доступ к чеку онлайн через свою Интернет - почту и проверить правильность суммы расчета, легальность или нелегальность товара.

За неприменение или ненадлежащее применение ККТ вводятся административные штрафы. Так, должностные лица заплатят штраф от  $\frac{1}{4}$  до  $\frac{1}{2}$  размера суммы расчета, осуществленного без применения кассового аппарата, при том, что штраф не может быть менее 10 000 руб.

В отношении юридических лиц штраф устанавливается от  $\frac{3}{4}$  до 1 размера суммы расчета, но не менее 40 000 руб. За повторное неприменение ККТ налоговая служба имеет право приостановить работу организации на 90 суток.

Таким образом, принятие закона о кассах направлено на упрощение кассовой дисциплины, на уход от «бумажной» бухгалтерии путем автоматизации расчетов, что освобождает бухгалтера от рутинной работы с документами. Более того, на государственном уровне внедрение онлайн - касс увеличит количество налоговых поступлений в бюджет, а число организаций, работающих в тени и нарушающих налоговые нормы, значительно сократится.

### **Список литературы:**

1. Соловьева А.Н. Онлайн - кассам быть: готовимся к новым требованиям / А.Н. Соловьева // Контур. - 2016. - №3

2. О применении контрольно - кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт: Федеральный закон от 22.05.2003 N 54 - ФЗ // Справочно - правовая система «Гарант»: <http://www.garant.ru>

3. О применении контрольно - кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт: Федеральный закон от 3 июля 2016 г. N 290 - ФЗ // Справочно - правовая система «Консультант Плюс»: <http://www.consultant.ru>

© С.В. Камысовская, И.Г. Цыбулина, 2017

## **УДК 336**

**М. Б. Каримова**

студент 4 курса экономического факультета

Сибайский институт Башкирского Государственного университета

Научный руководитель: Л. З. Буранбаева

Сибайский институт Башкирского Государственного университета

Г. Сибай, Российская Федерация

## **ДОХОДЫ И РАСХОДЫ КИНОТЕАТРОВ**

В феврале 2017 года Research, отдел компании «Невафильм», которое занимается исследованием рынка и разработкой концепции кинотеатров в России, опубликовало последние подсчеты в области бизнеса российских кинотеатров. Отчёт включает данные на 31 января 2017 года о количестве и видах новых кинотеатров, статистике открытия и закрытия площадок, числе кинозалов, а также сведения о самых крупнейших операторах сетей кинотеатров. В итоге количество залов составило 4407.

Большую часть контента составляют голливудские картины и европейские фильмы. Фильмы отечественной киноиндустрии мало привлекают российских зрителей. Доля

зарубежного кинематографа достигает около 80 % . Американская киноассоциация опубликовала отчёт, в котором по итогам 2016 года Россия показала падение сборов, выпав из десятки крупнейших рынков кинопроката, заняв лишь 12 - ое место по миру.

Все кинотеатры обязаны предоставлять отчеты о проданных билетах. Согласно отчёту Фонда кино, доход кинотеатров РФ и СНГ за 2016 год увеличился на 10 % по сравнению с 2015 годом и составила 52,8 миллиардов рублей. Как оказалось, кризис для кинопроката не помеха. Это следует из того, что в прошлом году кинопрокат в России впервые достиг двух крупных рубежей: 50 миллиардов рублей кассовых сборов и 200 миллионов проданных билетов.

Количество зрителей возросло на 12 % , составив тем самым 214 миллионов. Таким образом, можно сделать вывод, что впервые посещаемость выросла больше, чем бокс - офис. Это также означает, что по сравнению с 2015 годом уменьшилась и средняя стоимость билета и составила 248 рублей.

Бокс - офис кинофильмов в России с каждым годом увеличивается благодаря прокату 3D фильмов. Цена на билеты в таком формате стоят дороже, чем билеты на фильмы в формате 2D и на них приходится более 33 % от общей кассы кинотеатров. Первостепенной задачей кинотеатров становится переоборудование кинозалов для просмотра 3D - фильмов.

С точностью посчитать, какую сумму зарабатывают кинотеатры, практически невозможно, по причине того, что кинотеатры не обязаны выплачивать НДС.

Выручка, которая была получена от реализации билетов на сеансы, является главным и важнейшим источником дохода для кинотеатра. Около 45 - 50 % от общей суммы, полученной от продажи, перечисляется компании, которая имеет права на прокат фильма и выделяет фильм на конкретный срок для показа, т.е. дистрибьютору фильма. Кроме того, кинотеатры несут и другие расходы. Например, они обязаны переводить 3 % от общего кассового сбора в Российское авторское общество. В итоге доля дохода для кинотеатра составляет приблизительно 40 - 50 % .

Кроме основного дохода от сбыта билетов, кинотеатры извлекают дополнительный доход от реализации различной продукции в кафе, попкорн баре, которые обычно располагаются в фойе кинотеатра. Попкорн – это «хлеб» кинотеатров, на нем они делают неплохую выручку. Размер этого дохода может достигать 30 - 40 % от общего дохода кинотеатра. Американский журналист Эдвард Эпштейн в своей книге «Экономика Голливуда. На чем на самом деле зарабатывает киноиндустрия» посвятил целую главу тому, как кинотеатры зарабатывают на попкорне. Также источником дохода служат автоматы - симуляторы, небольшие ларьки и прилавки, где могут продаваться разные безделушки, диски с аудио и видео, плакаты.

Немаловажным ресурсом дохода является реклама. Реклама в кинотеатрах - удовольствие не из дешёвых по причине того, что стоимость такой услуги порой превышает аналогичный показатель для телевидения, прессы, радио. Есть несколько способов донести рекламный материал для вероятного потребителя: внешняя реклама в виде постеров и плакатов в холлах, раздача пробников, различные дегустации и другие способы. Многие зависят от активности и готовности сотрудничать самих кинотеатров. Здесь могут быть и рекламные ролики от различных организаций, совместные мероприятия со средствами масс медиа, анонсы мероприятий городского масштаба. В среднем доходы от данного сервиса занимают 4 - 6 % от общего дохода, лишь в особо крупных кинотеатрах

эта сумма может достигать 14 %. В последнее время успехом пользуется такая услуга, как возможность поздравить с юбилеем, днём рождения или сделать предложение перед сеансом. Цена будет зависеть от длительности таких видео.

Есть несколько моментов, от которых зависит доход кинотеатров. Одна из таких - утренние сеансы и сеансы в рабочие часы, т.е. когда количество зрителей минимальное. Праздничные дни и вечерние сеансы в выходные приносят больше дохода. У молодёжи успехом пользуются киноночи.

Большое влияние имеет экономическое состояние страны. Благоприятное состояние в экономике государства даёт возможность населению выделять на отдых и развлечения больше средств. Доходы кинотеатров также зависят и от того, какие кинокартины прокатчики предоставляют для показа. Прибыль будет достигать крупной суммы при показе кассовых фильмов. Оборудованный современной высокотехнологичной техникой кинотеатр даёт больше возможностей для качественного показа кинофильмов, что оказывает внушительное влияние на количество клиентов.

Местоположение определяет успех ведения бизнеса. Самым удачным расположением считается центр города и вблизи большого скопления людей, иначе кинотеатр просто не выживает. Важную роль играет удобство транспортной системы и наличие парковки для автомобилей. Кинотеатры с большим количеством залов имеют возможность зарабатывать намного больше, чем кинотеатры, где всего один зал.

### **Список использованной литературы:**

1. Бусов, В. И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учеб. для бакалавров / В. И. Бусов, О. А. Землянский, А. П. Поляков ; под ред. В. И. Бусова. – М. : Юрайт, 2013. – 430 с.
2. Врублевская О.В. - Отв. ред., Романовский М.В. - Отв. ред. Финансы, денежное обращение и кредит 2 - е изд. Учебник для вузов. — М.:Издательство Юрайт, 2010 г. — 714 с.
3. Колпакова, Г. М. Финансы, денежное обращение и кредит : учеб. пособие для бакалавров / Г. М. Колпакова. – 4 - е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2012. – 538 с.
4. Роль кредита и модернизация деятельности банков в сфере кредитования: монография / под ред. О. И. Лаврушина. – М. : КНОРУС, 2012. – 267 с.
5. Тавасиев, А. М. Банковское дело: управление кредитной организацией : учеб. пособие / А. М. Тавасиев. – 2 - е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2011. – 639 с.
6. Управление финансами. Финансы предприятий : учебник / под ред. А. А. Володина. – 2 - е изд. – М. : ИНФРА - М, 2012. – 509 с.
7. Финансы и кредит : учеб. пособие / под ред. О. И. Лаврушина. – 3 - е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2012. – 315 с.
8. Финансы, денежное обращение и кредит : учеб. для бакалавров / под ред. Л. А. Чалдаевой. – М. : Юрайт, 2012. – 540 с.
9. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций : [учеб. пособие] / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – 9 - е изд. – М. : Дашков и К, 2013. – 543 с. – 5 экз.

© М. Б. Каримова

## РАЗВИТИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В наше время роль систем управления знаниями, несомненно, возрастает с каждым днем. Переориентация экономики страны с индустриальной модели на инновационную (или экономику знаний), характеризующуюся, в частности, производством конкурентоспособных товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью, обуславливает необходимость обращения должного внимания к системам управления знаниями на всех уровнях управления, особенно на уровне предприятия.

Начиная с 1990 - х годов, система управления знаниями прошла три стадии развития [1]:

1. Первая стадия: информационные технологии.

Данный этап стал отправной точкой для развития систем управления знаниями на предприятиях. С появлением сети Интернет обмениваться информацией стало гораздо проще, появилась возможность опережать конкурентов и повышать экономические результаты. Именно на первой стадии в системах управления знаниями появились «лучшие практики» и «извлеченные уроки».

2. Вторая стадия: человеческие ресурсы и корпоративная культура.

Данная стадия начала развиваться с того момента, когда пришло осознание, что информационные технологии не могут обеспечить полноценный и эффективный обмен знаниями. Необходимо было задействовать людей и их культурные аспекты. На этом этапе начали появляться «сообщества специалистов - практиков».

3. Третья стадия: систематика и управление контентом.

Осознание важности контента, а точнее его систематизации (то есть упорядочения, описания и структурирования) положило начало третьей стадии. Организации осознали, что в информации нет никакого смысла, если нет возможности быстро отыскать нужные данные при необходимости. Так, на третьей стадии в системах управления знаниями появились термины “систематика” и “управление контентом”.

Среди российских нефтегазовых компаний наибольший успех в развитии систем управления знаниями имеет компания «Татнефть». Созданная еще в 1954 году Нормативно - исследовательская станция (НИС) до сих пор вносит большой вклад в развитие систем управления знаниями как в самой компании «Татнефть», так и на других предприятиях, работая на рынке консалтинговых услуг. Основными проектами НИС в компании «Татнефть» являются корпоративные проекты, связанные с управлением персоналом. Одним из таких проектов является «Электронный корпоративный университет» (ЭКУ), созданный в 2011 году. ЭКУ является инновационным образовательным ресурсом, обеспечивающим непрерывное профессиональное развитие специалистов с использованием передовых образовательных инструментов и технологий. Основными задачами ЭКУ являются интеллектуальное и профессиональное развитие работников, выявление и отбор талантливых специалистов в перспективный кадровый резерв компании, сотрудничество с вузами в области дистанционной подготовки будущих



специалистов компании, профессиональная адаптация молодых специалистов и профориентационная работа со школьниками [2].

Еще одним проектом является внедрение корпоративной программы ресурсосбережения. Были сформулированы основные положения программы, разработаны стандарты организации в области ресурсосбережения.

Также в последнее десятилетие специалисты НИС проводят большую работу в сфере стандартизации и улучшения работы с нормативными и техническими документами. Данная регламентная база компании «Татнефть» объединяет и группирует документы организационного характера: стандарты организации, инструкции, нормативные документы [2].

Компания «Татнефть» является не единственной, стремящейся к развитию системы управления знаниями на предприятии. Так, в нефтяной компании «Газпром нефть» также была создана Система управления знаниями и инновациями (СУЗИ). В рамках данного проекта развивается 5 ключевых инструментов: сообщества практиков, обучение, профиль сотрудника, база знаний, банк идей. Также совсем недавно в 2016 году был внедрен ключевой инструмент – Портал знаний [3,4].

Анализируя результаты внедрения в компании данных систем, помогающих структурировать, обменивать, дополнять, распространять и внедрять знания, можно сделать вывод о том, что системы управления знаниями являются эффективным рычагом, позволяющим компании добиться конкурентоспособности на рынке.

Перспективы развития систем управления знаниями, на наш взгляд, велики. В нефтегазовой отрасли уже есть «первопроходцы», показавшие, что данные системы оказывают положительное влияние на эффективность работы организации в целом. Несомненно, в ближайшем будущем будут организовываться новые инициативы и проекты, а также продолжать свое развитие уже существующие проекты по развитию систем управления знаниями на российских предприятиях.

### Список использованной литературы

1. [Электронный ресурс]: <http://www.ispring.ru>
2. [Электронный ресурс]: <http://nis.tatneft.ru>
3. [Электронный ресурс]: <http://hr-tv.ru>
4. [Электронный ресурс]: <http://www.gazprom-neft.ru/>

© В.Э. Карье, А.А. Ильинова 2017

УДК 336

**А.Ф. Каюмова**

доц. каф. ОЭТ ИНЭФБ, БашГУ

**А.Ф. Магадеева**

Студент 5 курса ИНЭФБ, БашГУ

г. Уфа, Российская Федерация

## ИТОГИ И ЗНАЧЕНИЕ ПЕРВЫХ ПЯТИЛЕТОК СССР

1928 - 1941 годы вошли в историю как «годы первых пятилеток», когда СССР переживал ключевой период своего становления. Достижения первых пятилеток и последствия утрат



тех лет до сих пор являются предметом ожесточённых дискуссий. Это не случайно, т.к. эти годы носили неоднозначный и противоречивый характер: переход к индустриальному обществу сопровождался большими трудностями. Вместе с тем, в большинстве стран «модернизация» затягивалась на несколько десятилетий и даже столетий, а в СССР его удалось сократить до полутора десятилетий.

В середине 1920 - х. гг., в период кризиса НЭП, обострились дискуссии о дальнейшем пути развития СССР, в итоге сформировались два разных подхода к развитию страны - продолжить НЭП или сосредоточить усилия на развитии тяжелой промышленности. Возобладала точка зрения И.В. Сталина, что необходимо срочно прекратить НЭП и делать ставку на тяжелую промышленность и в первую очередь на металлургию, машиностроение, ресурсно - добывающую отрасли, что сделает страну индустриальной с сильным и мощным военно - промышленным комплексом.

В 1929 г. руководство страны отказалось от политики нэпа и перешло к административно - командным методам в экономике. Начался переход к индустриализации и коллективизации. Госплан, созданный еще в 1921 г., как координирующий орган, превращался в орган управления экономикой, становясь частью командно - административной системы.

Экономика страны начала развиваться по плану – пятилеткам: 1928 - 1932гг. - Первая пятилетка; 1933 - 1937 гг. - Вторая; 1938 - 1941 гг. - Третья, которая была прервана войной. Первые пятилетки стали событием международной жизни, русское слово «пятилетка» вошло в словари многих языков мира.

Основным источником средств для осуществления первой пятилетки были «первые накопления», полученные в первую очередь за счет «потребительского аскетизма», за счет интенсивного вывоза из страны сырья, продовольствия, сокровищ музеев [1, с. 74]. В результате выполнения первого пятилетнего плана (даже с учетом, что задания пятилетки не полностью были выполнены), производство тяжелой промышленности выросло в 2, 8 раза, машиностроения - в 4 раза.

Главной задачей второй пятилетки было достижение максимальной эффективности труда на вновь построенных предприятиях. Это задача решалась путем применения внеэкономических методов стимулирования, таких как стахановское движение (перевыполнение норм труда), ставшее мощным стимулом ударного труда, социалистические соревнования, переходящее красное знамя и т.д. Одновременно принимались административно - карательные меры по поддержанию дисциплины на производстве. Выполнение заданий второй пятилетки превратило страну из аграрной в мощную индустриальную державу. Производство промышленности возросло в 2, 5 раза по сравнению с 1932 г.

Однако для этого потребовалась коренная перестройка аграрного сектора с целью пополнения финансовых ресурсов для нужд индустриализации, для чего было объявлено о переходе к массовой коллективизации, созданию колхозов и совхозов. Вместе с тем, отмечалось что Второй пятилетний план был более ориентирован на человека труда, уделялось больше внимания нуждам населения, а намеченные показатели были более умеренными и реалистичными [2].

Одной из главных задач Третьей пятилетки стало строительство предприятий военно - промышленного комплекса, налажен был выпуск военных самолетов, танков, иных видов вооружения.

В ходе реализации задач первых пятилеток страна добилась впечатляющих результатов: СССР вышел на первое место в Европе и второе в мире (после США) по уровню промышленного производства, став одной из самых индустриально развитых стран мира, которая могла выпускать самостоятельно промышленную продукцию любой сложности, что было очень важно в преддверии Второй мировой войны. Однако платой за столь быстрый индустриальный рывок стали: упадок сельского хозяйства и легкой промышленности, массовый голод в отдельных районах, массовые сталинские репрессии. Индустриализация повлияла на снижение уровня жизни, снижение темпов роста сельского хозяйства, углубление диспропорции в народном хозяйстве, в развитии промышленного и аграрного сектора, города и села.

За годы первых пятилеток изменился облик советского общества, численность рабочего класса увеличилась на 20 млн. человек, была ликвидирована безработица, возникли целые отрасли, которых в стране никогда не было (авиационная, тракторная, электроэнергетическая, химическая и др.).

#### **Список использованной литературы:**

1. Мельникова Т.А. Реализация государственной аграрной программы в СССР второй половины 1920 - х – начала 1930 - х гг. // Историческая и социально - образовательная мысль. 2011. № 1 - 2 (7) с.72 - 83

2. Индустриализация Советского Союза. Новые документы, новые факты, новые подходы / Под ред. С. С. Хромова. В 2 - х частях. М.: Ин - т российской истории РАН, 1997 и 1999.

© А.Ф. Каюмова, А.Ф. Магадеева, 2017

**УДК 338.2**

**Баргенёв А.С.** магистрант,  
**Ким Ю.Л.** аспирант,  
УдГУ г. Ижевск, РФ

### **ЦЕЛЕВАЯ ОРИЕНТАЦИЯ В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩИХСЯ УСЛОВИЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ**

На первой стадии происходит осмысление результатов анализа среды, на второй - выработка соответствующей миссии и, наконец, на третьей стадии непосредственно вырабатываются цели организации. Ранее в учебнике были рассмотрены вопросы, относящиеся к анализу среды и миссии организации. Правильно организованный процесс выработки целей предполагает прохождение четырех фаз:

- выявление и анализ тех тенденций, которые наблюдаются в окружении;
- установление целей для организации в целом;

- построение иерархии целей;
- установление индивидуальных целей.

Первая фаза. Цели должны быть гибкими, чтобы их можно было менять в соответствии с изменениями, происходящими в среде. Однако из этого никак не следует делать заключения, что цели должны быть привязаны к состоянию среды только путем постоянной корректировки и приспособления к тем изменениям, которые происходят в среде. При правильном подходе к установлению целей руководство должно стремиться предвидеть то, в каком состоянии окажется среда, и устанавливать цели в соответствии с этим предвидением. Для этого очень важно выявлять тенденции, характерные для процессов развития экономики, социальной и политической сфер, науки и техники. Конечно, правильно предусмотреть все невозможно. Более того, иногда в окружении могут происходить изменения, которые никак не вытекают из обнаруженных тенденций. Поэтому менеджеры должны быть готовы к тому, чтобы ответить на неожиданный вызов, который им может бросить среда. Тем не менее, не абсолютизируя ситуации, они должны формулировать цели, чтобы ситуационные составляющие нашли в них свое отражение.

Вторая фаза. Выбирается определенный инструментарий количественного расчета величины целей. Особое значение имеет система критериев, которыми пользуются при определении целей организации. Обычно эти критерии выводятся из миссии организации, а также из результатов анализа макроокружения, отрасли, конкурентов и положения организации в среде. При определении целей организации учитывается то, какие цели она имела на предыдущем этапе и насколько достижение этих целей способствовало выполнению миссии организации. Наконец, решение по целям всегда зависит от тех ресурсов, которыми обладает организация.

Третья фаза. Установление иерархии целей предполагает определение таких целей для всех уровней организации, достижение которых отдельными подразделениями будет приводить к достижению общеорганизационных целей. При этом иерархия должна строиться как по долгосрочным, так и по краткосрочным целям.

Четвертая фаза. Иерархия целей должна быть доведена до каждого отдельного работника. В этом случае реализуется одно из самых важных условий успешной деятельности организации: каждый работник как бы включается через свои персональные цели в процесс совместного достижения конечных целей организации. Сотрудники организации в такой ситуации получают представление не только о том, что им предстоит достичь, но и о том, как результаты их труда скажутся на конечных результатах функционирования организации, как и в какой мере их труд будет способствовать достижению целей организации. Установленные цели должны иметь статус закона для организации, для всех ее подразделений и для всех членов. Однако из требования обязательности целей никак не следуют их вечность и неизменность. Можно подходить к проблеме изменения целей следующим образом: цели корректируются всякий раз, когда этого требуют обстоятельства. В этом случае процесс изменения целей носит сугубо ситуационный характер. Но многими организациями применяется подход систематического упреждающего изменения целей. При таком подходе в организации устанавливаются долгосрочные цели. На базе этих долгосрочных целей вырабатываются детализированные краткосрочные цели. По достижении этих целей разрабатываются новые долгосрочные цели. При этом в целях учитываются те изменения, которые происходят в

среде, и те изменения, которые происходят в наборе и уровне требований, выдвигаемых по отношению к организации со стороны субъектов влияния.

#### **Список использованной литературы:**

1. Катипзянов А.И., Ким Л.Г. Политика развития бизнес планирования // в сборнике: Гуманитарные и естественные науки 2016 Российский университет кооперации, Ижевский филиал. Уфа, 2016. С.34 - 41.
2. Ким Л.Г. Мониторинг инновационной деятельности промышленных предприятий // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2014. №6. С.30 - 33.
3. Ким Л.Г., Дроздов И.А. Пути инновационного развития России // Наука и практика. 2010. № 2. С. 64 - 65.
4. Ким Л.Г., Дроздов И.А. Пути инновационного развития экономики России // Инновации и инвестиции. 2010. № 3 .С. 64 - 65.
5. Ким Л.Г., Дроздов И.А. Развитие инновационной активности экономики России // Вестник ИжГТУ им. М.Т.Калашникова, 2011. № 2. С.90 - 91.
6. Ким С.Л. Бюджетная политика в краткосрочной перспективе // Наука и инновации в современных условиях. Сборник статей международной научно - практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 162 - 163.
7. Ларионова К.С., Ким Л.Г. Методы управления в здравоохранении // Вестник КИГИТ. 2013. №12 - 2(42) С. 44 - 47.
8. Ульянова Н.С., Ким Л.Г. Методы диагностики финансового состояния предприятия // Вестник КИГИТ. 2013. №12 - 2(42).С.75 - 78.
9. Ульянова Н.С., Ким Л.Г. Роль и функции финансов в корпорации // Вестник КИГИТ, 2014. № 2.С.58 - 61.

© А.С. Бартенёв, Ким Ю.Л., 2017

**УДК 336.74**

**Кириллов И.В.**

студент 2 курса

Российского государственного университета правосудия

г. Москва, РФ

Научный руководитель: доцент РГУП Квачко В.Ю.

#### **О РАЗВИТИИ ИСТОРИЧЕСКИХ ФОРМ ДЕНЕГ**

Неотъемлемой частью экономики и жизни общества является такой актив, как деньги. Деньги – это универсальное средство платежа, выполняющее роль всеобщего эквивалента. Это самое ликвидное и самое удобное средство взаиморасчетов. Деньги меняли свои формы на протяжении веков, а сейчас ещё стремительнее развиваются процессы по видоизменению этого актива, так как в нашей жизни все больше стали использоваться различные безналичные средства платежа. Чтобы дать оценку происходящим в этой сфере

экономики процессам, необходимо отчетливо понимать исторический опыт развития форм денег.

Что же было до появления денег? С Древности формой торговли служил бартер (это форма безналичного расчета, при котором каждая сторона выступает одновременно продавцом и покупателем, то есть это товарный обмен на основании заключенного договора объемами товаров, равными по цене). В процессе развития торговых отношений стало понятно, что бартер неудобен, поскольку сложно дать точную оценку товару при помощи другого товара, отличного от него. Поэтому стали появляться деньги. В науке приняты разные теории о происхождении денег (рационалистическая; транзакционная; металлическая; номиналистическая).

Деньги на протяжении истории их применения постоянно эволюционируют, т.е. представляют собой развивающуюся категорию, которая со временем меняется под влиянием экономических и социальных факторов, определяющих экономику страны [2]. Стабильность экономического роста прямо зависит от успешного функционирования денежной системы в целом.

Деньги являются важнейшим элементом экономики. Мы не можем представить себя без средств существования. Как мы знаем, потребности человека растут с каждым днем, и чтобы удовлетворить их, нам нужны деньги. Влияние экономики на форму денег было прямым и закономерным, также как и влияние самих денег на экономическую ситуацию, посредством многих издержек денежного обращения, хранения и т.д.

Линейной эволюции денежных форм как таковой не существовало [3]. Формы денег были индивидуальны в зависимости от территории, времени, политических, социальных и военных факторов, как, например, во времена политики НЭП деньги в большинстве своем перешли в форму талонов, что фактически возвращало товарообмен к бартеру.

Это заставляет прийти к выводу, что нельзя точно спрогнозировать "поведение" этого уникального товара, поскольку любые, даже самые незначительные изменения в экономике или других сферах жизни общества могут деформировать вид денег или изменить их количество (вплоть до полного их исчезновения) [4]. Мы можем спрогнозировать денежные изменения лишь на ближайшую перспективу [1].

Как, например, сейчас во всех развитых странах идет сильная тенденция к переводу денег в электронный вид. К чему это приведет – на самом деле неизвестно. Поскольку неизвестно, как реально воспримет общество такое тотальное видоизменение денег. Ввиду того, что наличные деньги крепко вошли в быт, как простое средство передачи денег между членами семьи и т.п., невозможно представить себе отсутствие подобных возможностей, будучи ограниченными пластиковыми картами [6].

Деньги призваны облегчать нашу жизнь в экономическом плане, благодаря присущим им свойствам. Но мы не должны забывать, что не только деньги подстраиваются под нас, ввиду нововведений в экономическом законодательстве – мы также должны учитывать текущее их положение при принятии экономических решений [5]. Ведь деньги, их движение, виды, все в совокупности представляет собой отдельную и важную систему. Это можно сравнить с человеческим организмом. Где кровеносная система может быть сравнима с деньгами в экономике. Как, например, нельзя лечить заболевания организма, не взяв у пациента анализ крови, чтобы выяснить ее состояние, где отражаются остальные

процессы организма. Также нельзя и проводить различные операции с кровью, не зная, как отреагирует организм в целом на это вмешательство.

#### **Список использованной литературы:**

1. Бегларян М.Е., Ващекин А.Н., Квачко В.Ю., Пичкуренко Е.А. Математика: учебное пособие / под ред. А.Н. Ващекина. - М.: изд - во РГУП, - 2015. - 184 с.
2. Ващекин А.Н. Математическое моделирование процесса ценообразования на розничных и оптовых торговых предприятиях // Вопросы статистики. - 2003. - № 5. - С. 86 - 87.
3. Ващекина И.В. Зарождение кредитной системы в России // Вестник РГТЭУ. - 2013. - № 1 (72). - С. 32 - 41.
4. Квачко В.Ю. Динамические процессы в предметной области информационно - правовой сферы в условиях неопределенности и риска // В сборнике: Современные тенденции в науке, технике, образовании. Сборник научных трудов по материалам Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. - 2016. - С. 173 - 174.
5. Ловцов Д.А. Теория информационного права: базисные аспекты // Государство и право. - 2011. - № 11. С. 33 - 41.
6. Vashchekina I.V., Vashchekin A.N. Social responsibility policy of Russian credit organizations in a recession // European Journal of Natural History. - 2016. - № 3. - С. 106 - 110.

© И.В. Кириллов 2017

**УДК33**

**Д.А. Ключников**

студент факультета Финансы и кредит

**А.В. Захарян**

к.э.н., доцент, доцент ВАК

факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

### **ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ - ОТРАЖЕНИЕ ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АНГСТРЕМ»)**

Финансовая устойчивость определяет стабильность организации. Она связана с зависимостью от кредиторов и инвесторов, т. е. соотношением «собственный капитал – заемные средства». Наличие значительных обязательств, не полностью покрытых собственным ликвидным капиталом, создает предпосылки банкротства, если крупные кредиторы потребуют возврата своих средств. Но одновременно вложение заемных средств позволяет существенно повысить доходность собственного капитала. Поэтому при оценке финансовой устойчивости следует рассматривать систему показателей, отражающих риск и доходность организации в перспективе. Финансовая устойчивость является отражением

стабильного превышения доходов над расходами, обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами организации и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции. Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно - хозяйственной деятельности организации.

Таким образом, оценка финансовой устойчивости является важнейшим этапом оценки деятельности и финансово - экономического благополучия, отражает результат его текущего, инвестиционного и финансового развития, содержит необходимую информацию для инвесторов, а также характеризует способность организации отвечать по своим долгам и обязательствам и наращивать свой экономический потенциал. В первую очередь финансовое состояние оценивается его финансовой устойчивостью и платежеспособностью.

Таблица 1 - Абсолютные показатели финансовой устойчивости, тыс. руб.

| Показатель  | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Изменение (+, -)<br>в 2015 г. |         |
|---|---------|---------|---------|-------------------------------|---------|
|   |         |         |         | 2013 г.                       | 2014 г. |
| Собственный капитал   | 270975  | 269862  | 270330  | - 645                         | 468     |
| Внеоборотные активы   | 304974  | 297067  | 296315  | - 8659                        | - 752   |
| Источники собственных оборотных средств   | - 33999 | - 27205 | - 25985 | 8014                          | 1220    |
| Долгосрочные кредиты  | 61303   | 14061   | 9671    | - 51632                       | - 4390  |
| Источники собственных средств, скорректированные на величину долгосрочных заемных средств | 27304   | - 13144 | - 16314 | - 43618                       | - 3170  |
| Краткосрочные кредиты   | 24      | 14287   | 34982   | 34958                         | 20695   |
| Общая величина запасов  | 2841    | 27655   | 14564   | 11723                         | - 13091 |
| Общая величина источников средств с учетом долгосрочных и краткосрочных заемных средств   | 27328   | 1143    | 18668   | - 8660                        | 17525   |
| Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств                                 | - 36840 | - 54860 | - 40549 | - 3709                        | 14311   |
| Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных источников формирования запасов    | 24463   | - 40799 | - 30878 | - 55341                       | 9921    |
| Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов       | 24487   | - 26512 | 1404    | - 23083                       | 27916   |

|  |       |       |       |   |   |
|--|-------|-------|-------|---|---|
| З - х комплексный показатель (S) финансовой ситуации | 0;1;1 | 0;0;0 | 0;0;1 | х | х |
|--|-------|-------|-------|---|---|

Проводя оценку типа финансовой устойчивости ООО «Ангстрем» по абсолютным показателям, основываясь на трехкомплексном показателе финансовой устойчивости, в динамике заметно снижение финансовой устойчивости. У организации не хватает средств для формирования запасов и затрат для осуществления текущей деятельности, складывается рискованная ситуация. Таким образом, оценивая финансовую устойчивость ООО «Ангстрем» можно сделать вывод, что к 2015 г. имеет неустойчивое финансовое состояние, которое не гарантирует ей ликвидность и платежеспособность.

Существует несколько подходов к оценке финансовой устойчивости предприятия. Рассмотрим в таблице 2 относительные показатели финансовой устойчивости, они рассчитываются на основе соотношения заемных и собственных средств по отдельным статьям актива и пассива баланса. Оценка финансовой устойчивости по относительным показателям, представленная в таблице 2, говорит о том, что, по сравнению с базовым периодом (2013 г.) ситуация на ООО «Ангстрем» в целом ухудшилась.

Проанализировав показатели финансовой устойчивости, можно сделать вывод о том, что ООО «Ангстрем» является очень неустойчивой, в которое вкладывать средства достаточно рискованно. Помимо этого следует отметить, что риск потерь от вложений в данную организацию постепенно увеличивается. Безусловно, данная тенденция является негативной для работы ООО «Ангстрем». Но в 2015 г. организация стала наращивать темпы и ликвидировала часть убытков прошлых лет.

На сегодняшний день крупные организации вынуждены существенно сокращать производство и увольнять часть персонала из - за низкой загрузки. Для небольших организаций ситуация складывается ещё сложнее. Финансовый кризис фактически оставил их полностью без работы и вынудил владельцев предприятий полностью остановить производство. Часть работников таких организаций находится в неоплачиваемом отпуске, часть сотрудников уже уволены. Дополнительные трудности представляет рост курса доллара и евро.

На фоне снижения общей покупательской способности населения Краснодарского края, рост расходов на материалы негативно отражается на работе любых отраслей в целом и на работе ООО «Ангстрем» в частности.

Таблица 2 - Относительные показатели, характеризующие финансовую устойчивость ООО «Ангстрем»

| Показатель  | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Изменение (+, -) в 2015 г. по сравнению с |         |
|---|---------|---------|---------|---|---------|
|   |         |         |         | 2013 г.                                   | 2014 г. |
| Коэффициент автономии                                 | 0,80    | 0,58    | 0,46    | - 0,34                                    | - 0,12  |
| Коэффициент финансовой устойчивости                   | 0,98    | 0,61    | 0,47    | - 0,51                                    | - 0,14  |
| Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств | 0,25    | 0,72    | 1,18    | 0,93                                      | 0,46    |



|   |        |        |        |          |          |
|---|--------|--------|--------|----------|----------|
| Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств                | 0,05   | 0,57   | 0,99   | 0,94     | 0,42     |
| Коэффициент маневренности собственных средств                               | - 0,13 | - 0,10 | - 0,09 | 0,04     | 0,01     |
| Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами               | - 1,02 | - 0,16 | - 0,09 | 0,93     | 0,07     |
| Коэффициент покрытия запасов и затрат собственными средствами               | 9,6    | - 0,48 | - 1,12 | - 10,72  | - 0,64   |
| Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств                       | 0,18   | 0,05   | 0,03   | - 0,16   | - 0,02   |
| Коэффициент краткосрочного привлечения заемных средств                      | 0,82   | 0,95   | 0,97   | 0,15     | 0,2      |
| Коэффициент кредиторской задолженности в составе краткосрочных обязательств | 0,9959 | 0,9211 | 0,8874 | - 0,1085 | - 0,0337 |
| Коэффициент стоимости имущества производственного назначения                | 0,96   | 0,73   | 0,55   | - 0,41   | - 0,18   |

Поскольку развитие кризисной ситуации продолжается, ООО «Ангстрем» необходимо повышать эффективность работы и сокращать производственные издержки.

#### **Список использованной литературы:**

1. Захарян А.В. Финансовая устойчивость сельскохозяйственных формирований как ключевой признак эффективной деятельности / Фоменко Д.П., Захарян А.В. // В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 188 - 189.
2. Захарян А.В. Практические аспекты повышения уровня финансовой устойчивости организаций мясной промышленности Краснодарского края / Захарян А.В., Бакланов С.В., Овчинников М.Г. // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 - 3 (75 - 3). С. 377 - 380.
3. Захарян А.В. Обеспечение финансовой устойчивости предпринимательских структур в аграрном секторе (на материалах Краснодарского края) / Захарян А.В. // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кубанский государственный аграрный университет. Краснодар, 2006
4. Герасименко О.А. Устойчивое финансовое состояние сельскохозяйственных организаций - залог продовольственной безопасности / Герасименко О.А., Герасименко О.В., Чубукина Ю.А., Шпаченко С.В. // Экономика и предпринимательство. 2017. № 2 - 2 (79 - 2). С. 461 - 466.
5. Герасименко О.В. Актуальные проблемы оценки финансовой устойчивости организации на современном этапе / Герасименко О.В. // сборнике: Научное обеспечение

агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. Ответственный за выпуск: А.Г. Коцаев. 2016. С. 1002 - 1003.

6. Герасименко О.В. Мероприятия, способствующие увеличению финансовой устойчивости предприятия / Яковлева А.А., Герасименко О.В. // сборнике: Экономика. теория и практика. перспективы XXI века Материалы международной научно - практической конференции. 2014. С. 126 - 133.

© Захарян А.В., Ключников Д.А., 2017

**УДК 336.6**

**Т.Г. Кожухова**

Магистр экономики

Сибирский государственный университет путей сообщения  
г. Новосибирск, Российская Федерация

**И.П. Мильванова**

Студентка 3 - го курса

Сибирский государственный университет путей сообщения  
г. Новосибирск, Российская Федерация

## **ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ IPO КАК СПОСОБА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ**

Процедура IPO представляет собой один из способов привлечения капитала, при которой акционерное общество впервые размещает свои акции или депозитарные расписки на акции на фондовой бирже. IPO может проводиться не только для привлечения финансовых ресурсов, но также и с целью стимулирования роста компании, повышения статуса и завоевания рынка. В мировой практике выход компании на фондовый рынок является одним из основных способов привлечения финансовых ресурсов, в то время как в России этот метод только набирает силу. Более того, понятие IPO отсутствует в терминологии российского права, но законодательно закреплен его аналог - открытая подписка на ценные бумаги. Требования к ее проведению установлены Федеральным законом от 22.04.1996 № 39 - ФЗ «О рынке ценных бумаг», Федеральным законом от 26.12.1995 № 208 - ФЗ «Об акционерных обществах», а также рядом других нормативных актов.

IPO характеризуется как достаточно продолжительный процесс, от успеха которого зависит будущее компании. На эффективность IPO влияет большое количество факторов, к основным из которых можно отнести: достоверный анализ текущей деятельности, правильный выбор андеррайтера и биржевой площадки, экономическая ситуация в мире и др.

К основным положительным аспектам привлечения финансовых ресурсов с помощью IPO можно отнести следующие.

Акционерные общества, выпуская и размещая новые акции, тем самым улучшают финансовое состояние организации. IPO предполагает выпуск и размещение новых акций,

что положительным образом повлияет на структуру капитала. За счет увеличения уставного капитала и эмиссионного дохода увеличится и размер собственных средств, доля заемного капитала сократится, значит, улучшится финансовая устойчивость организации [1].

Выпуск акций имеет, по крайней мере, два весомых преимущества по сравнению с банковскими кредитами и другими формами заимствований: полученные в результате IPO ресурсы не требуют возвращать инвесторам, за использование этих средств проценты платить не нужно, а платой за капитал в этом случае будут являться дивидендные выплаты, размер которых определяется общим собранием акционеров, исходя из рекомендаций Совета директоров.

В результате проведения IPO компания приобретает рыночную стоимость, что является актуальным вопросом для российских акционерных обществ, которые, как правило, имеют заниженную в сравнении с зарубежными аналогами капитализацию.

Процесс подготовки к IPO предполагает подробный анализ системы корпоративного управления и оценку ее эффективности [2]. Процесс оценки системы корпоративного управления предполагает создание и внедрение системы бюджетирования и прогнозирования финансовых результатов деятельности. При подготовке проспекта эмиссии разрабатываются ключевые показатели эффективности деятельности. Далее может быть скорректирована финансовая стратегия и определены новые финансовые цели [3]. Безусловно, проводимые мероприятия положительным образом должны отразиться на финансовых результатах деятельности компании - эмитента.

Следующим положительным моментом является то, что публичное раскрытие информации и обращение на рынке ценных бумаг дает возможность выхода к широкому кругу зарубежных инвесторов через фондовый рынок.

Далее необходимо также рассмотреть и отрицательные стороны IPO.

Проведение IPO требует весьма значительных финансовых затрат, поскольку для подготовки требуется привлечение квалифицированных специалистов в области юриспруденции, аудита и других консультантов. Кроме того, достаточно высокий уровень комиссионных и у андеррайтеров – от 2 до 7 % от общей привлеченной суммы. Кроме первоначальных затрат, связанных с подготовкой к IPO, акционерное общество несет затраты на поддержание котировок на фондовых биржах, привлечение аудиторов в соответствии с требованиями биржи по листингу и стандартами финансовой отчетности и прочее.

Одним из основных недостатков IPO является проблема разводнения капитала. В российских компаниях размер дополнительной эмиссии акций для IPO составляет около 10 - 20 % от уже размещенного объема, поэтому контроль за бизнесом со стороны главных акционеров не меняется.

Кроме того, для российских компаний процесс IPO в сравнении с другими способами привлечения капитала имеет меньший опыт и весьма сложен, что может привести к высоким рискам неудачных размещений.

Проведение IPO требует значительного периода времени. Средний срок с момента принятия компанией решения о проведении IPO и до начала обращения на бирже может составлять до двух лет.

Зарубежные исследования показывают, что выход на мировые площадки компания может осуществить, если ее капитализация составляет не менее 150 млн. долл. США. Если капитализация составляет более 1 млрд. долл. США, эффективность размещения возрастает за счет привлечения квалифицированных институциональных инвесторов. Таким образом, для компаний, величина капитала которых меньше, выгоднее пользоваться другими способами привлечения капитала для реализации своих инвестиционных проектов.

Выбор источников финансирования деятельности компании является одним из ключевых факторов для ее успешного развития. Приобретая статус публичной компании, акционерное общество переходит на новый этап своего жизненного цикла с возможностью привлечения иностранных инвесторов. Необходимо самым тщательным образом взвесить все «за» и «против», поскольку помимо положительных аспектов в этом способе привлечения инвестиций есть и негативные моменты, связанные с дорогим обслуживанием и высоким риском неудачных размещений ценных бумаг.

### **Список использованной литературы**

1. Кондаурова Л.А. Способы оптимизации структуры капитала коммерческой организации. Инновационная экономика: от теории к практике: Сб. науч. Трудов по материалам Международной научно - практической конференции: в 2 т. / под общ. редакцией д - ра экон. наук, проф. Н.В. Фадейкиной. - Новосибирск: САФБД, 2011. Т. 2. С. 197 – 204.

2. Кожухова Т.Г. Сбалансированная система показателей в оценке результативности финансовой стратегии компании: В сборнике: СОВРЕМЕННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ. Материалы III Международной научно - практической конференции преподавателей, аспирантов и магистрантов. Ответственные редакторы Т.А. Владимировой, В.Г. Соколов. 2016. С. 138 - 143.

3. Кожухова Т.Г., Полякова Д.О. Финансовая стратегия компании. Прорывные научные исследования как двигатель науки: сборник статей Международной научно - практической конференции (15 декабря 2015 г., г. Самара). / в 3 ч. Ч.1 – Уфа: АЭТЕРНА, 2015. – 302 с.

© Т.Г. Кожухова, И.П. Мильванова, 2017

**УДК 658.15**

**А.Н. Козмирова**

г. Новосибирск, Российская федерация

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ДЕНЕЖНЫМИ ОСТАТКАМИ И ПОКАЗАТЕЛЯМИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

При анализе финансовой устойчивости отрасли сельского хозяйства, было выявлено, что около половины организаций можно считать финансово неустойчивыми [3]. Дальнейший анализ связан с исследованием взаимосвязи между денежными остатками и показателями финансовой устойчивости организации [1,2]. Для проведения данного анализа на основе

базы данных СКРИН сформирована совокупность организаций, включающая 1756 организаций отрасли сельского хозяйства по всей стране.

Далее, рассматриваемые организации были условно поделены на 5 групп. Основной критерий, по которому происходила группировка, - денежные остатки на балансе организации за 2015 год. Таким образом, в 1 группу были определены организации с денежными остатками равными 0. Во 2 группу попали организации с денежными остатками от 0 до 100 тыс. рублей включительно, в 3 группу – от 100 тыс. рублей до млн. рублей включительно, в 4 группу – от 1 млн. рублей до 10 млн. рублей включительно. И, соответственно, в 5 группе – денежные остатки свыше 10 млн. рублей.

В исследовании была выдвинута гипотеза о том, что с ростом собственного капитала растут денежные остатки организации, а заемный капитал уменьшается. Для каждой из условной группы были рассчитаны коэффициенты корреляции между получившимися отношениями с целью проверки данной гипотезы (таблица 1).

Таблица 1 – Результаты корреляционного анализа.

| Показатели            |   | Организации |                 |                 |                 |                 |
|-----------------------|---|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                       |   | группа 1    | группа 2        | группа 3        | группа 4        | группа 5        |
| Без учета функции log | Коэффициент корреляции между отношением денежных средств 2015 года к денежным средствам 2014 года и отношением собственного капитала к денежным средствам 2014 года | 0           | 0,03443165<br>9 | 0,76823504<br>6 | 0,28960337<br>8 | 0,62309106<br>2 |
|                       | Коэффициент корреляции между отношением денежных средств 2015 года к денежным средствам 2014 года и отношением заемного капитала к                                  | 0           | 0,05210603<br>6 | 0,63928652      | 0,53080214<br>2 | 0,19695916<br>1 |

|   |                 |                 |                 |                 |                 |  |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--|
| денежным<br>средствам 2014<br>года  |                 |                 |                 |                 |                 |  |
| Коэффициент<br>корреляции<br>между<br>отношением<br>сальдо денежных<br>потоков по<br>текущей<br>деятельности к<br>денежным<br>средствам за<br>2014 год и<br>отношением<br>денежных<br>средств 2015<br>года к денежным<br>средствам 2014<br>года | 0               | -<br>0,13930952 | -<br>0,1065868  | - 0,014334      | -<br>0,06367832 |  |
| Коэффициент<br>корреляции<br>между<br>отношением<br>сальдо денежных<br>потоков по<br>текущей<br>деятельности к<br>денежным<br>средствам за<br>2014 год и<br>отношением<br>собственного<br>капитала к<br>денежным<br>средствам 2014<br>года      | -<br>0,6521409  | -<br>0,17922377 | -<br>0,04555219 | 0,50384747<br>7 | -<br>0,31852206 |  |
| Коэффициент<br>корреляции<br>между<br>отношением<br>сальдо денежных<br>потоков по<br>текущей  | -<br>0,52324937 | 0,17718049<br>5 | -<br>0,0776454  | -<br>0,22355972 | -<br>0,69319871 |  |

|                      |   |   |                 |                 |                 |                 |
|----------------------|---|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                      | деятельности к денежным средствам за 2014 год и отношением заемного капитала к денежным средствам 2014 года   |   |                 |                 |                 |                 |
| С учетом функции log | Коэффициент корреляции между отношением денежных средств 2015 года к денежным средствам 2014 года и отношением собственного капитала к денежным средствам 2014 года | 0 | 0,27434638<br>4 | 0,36112797<br>3 | 0,45173338<br>7 | 0,70211220<br>8 |
|                      | Коэффициент корреляции между отношением денежных средств 2015 года к денежным средствам 2014 года и отношением заемного капитала к денежным средствам 2014 года     | 0 | 0,23086683<br>8 | 0,50826605<br>9 | 0,59226462<br>1 | 0,65247988<br>8 |
|                      | Коэффициент корреляции между отношением   | 0 | 0,09160402<br>9 | 0,18158993<br>1 | 0,02663392<br>8 | 0,56716909      |

|  |                 |                 |                 |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| сальдо денежных потоков по текущей деятельности к денежным средствам за 2014 год и отношением денежных средств 2015 года к денежным средствам 2014 года                                    |                 |                 |                 |                 |                 |
| Коэффициент корреляции между отношением сальдо денежных потоков по текущей деятельности к денежным средствам за 2014 год и отношением собственного капитала к денежным средствам 2014 года | 0,35574981<br>6 | 0,34297233<br>9 | 0,42309212<br>5 | 0,49268755<br>7 | 0,54597882<br>2 |
| Коэффициент корреляции между отношением сальдо денежных потоков по текущей деятельности к денежным средствам за 2014 год и отношением заемного капитала к                                  | 0,25107512<br>4 | 0,30416699<br>3 | 0,40923117<br>9 | 0,38246666<br>7 | 0,53942995<br>9 |



|                                    |  |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| денежным<br>средствам 2014<br>года |  |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|--|--|--|--|--|--|

Проведенные расчеты показали, что результаты корреляционного анализа без использования функции log дают как прямую, так и обратную зависимость показателей. Коэффициенты корреляции логарифмов показали прямую взаимозависимость между всеми исследуемыми логарифмическими отношениями. В дополнение к этому, можно заметить следующее: с ростом денежных остатков на балансе организации, увеличивается и коэффициент корреляции, что приводит к увеличению зависимости между логарифмами отношений.

Данный анализ показал, что выдвинутая ранее гипотеза в одном случае принимается, в другом – отвергается. Так, с ростом собственного капитала растут и денежные остатки организаций. Однако, ситуация с заемным капиталом несколько иная: с ростом денежных остатков заемный капитал организаций увеличивается.

#### **Список использованной литературы:**

1. Васильева Н.С. К вопросу о методических основах резервирования денежных средств организации // Научные исследования и разработки в эпоху глобализации: сборник статей международной научно - практической конференции (5 февраля 2016 г., г. Киров). / в 3 ч. Ч1. – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. –с. 68 - 71.

2. Васильева Н.С. Методический подход к формированию резервного остатка денежных средств организации // Перспективы развития теории и практики бухгалтерского учета в инновационной экономике: сб. науч. тр. по материалам международной научно - практической конференции / под ред. А.А. Шапошникова. – Новосибирск: НГУЭУ, 2013. – с. 79 - 88.

3. Козимилова, А.Н. Анализ финансовой устойчивости организаций сельскохозяйственной отрасли / А.Н. Козимилова. – Екатеринбург: АЭТЕРНА, 2016. – с. 6-10.

4. База данных СКРИН - контрагент [Электронный ресурс], – URL: <http://kontragent.skrin.ru> (Дата обращения 05.04.2017 г.)

© А.Н. Козимилова

**УДК 658.153**

**Я. А. Костина**

студентка 4 курса факультета «Финансы и кредит»  
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Грубилина  
г. Краснодар, Российская Федерация

#### **МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ**

В нынешних кризисных условиях и недофинансировании сельскохозяйственной отрасли одной из существенных проблем сельхозтоваропроизводителей является поиск резервов

экономии, основанной, в том числе, на результативном менеджменте дебиторской и кредиторской задолженностью.

Для решения этой проблемы целесообразно осуществлять определенные меры по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью, такие как:

1. Следует находить решение задачи не только снижения размера дебиторской задолженности, но и ее сбалансированности с кредиторской. При анализе соотношения между этими видами задолженности требуется анализ условий коммерческого кредита, даваемого организации поставщиками [5, с. 32].

2. Для гарантии получения максимального входящего денежного потока следует прибегать к изрядному плюрализму моделей контрактов с эластичными условиями конфигурации оплаты. При этом допустимы многообразные варианты: от предоплаты или частичной предоплаты до передачи на реализацию и банковской гарантии [1, с. 17].

3. Рационально выполнение априорного исследования платежеспособности и надежности контрагента, его кредитной истории, особенно при заключении крупных соглашений. При всем при том для этого необходимо располагать базами данных, знанием методики и возможных способов оценки финансовой ответственности партнеров [6, с. 96]. Если покупатель неизвестен и нет информации о его платежеспособности, можно применить аккредитивную форму расчетов, обеспечивающую почти стопроцентную гарантию поступления денег. Если имеется информация о ненадлежащей финансовой дисциплине покупателя, то в качестве условия продажи товара могут быть выставлены предварительная оплата и авансовые платежи. Если информации о платежеспособности покупателя мало и если покупатель не обладает потенциалом для осуществления предоплаты, авансовых платежей, то можно использовать прочие формы стопроцентных платежей. В ином случае возникает риск потери покупателя и рынка сбыта [2, с. 16].

4. Отыскивание коллективных решений по предупреждению срывов условий контрактов в части платежей – это наиболее разумный и культурный путь упреждения просроченной задолженности. Следовательно, деловые партнерские связи и синергизм продавца и покупателя в состоянии обеспечивать наиболее стремительное и действенное решение проблем и сокращения объемов просроченной задолженности.

Наиболее распространенным способом влияния на дебиторов с целью погашения задолженности является направление писем, телефонные звонки, персональные визиты, продажа задолженности специальным факторинговым организациям [3, с. 189].

В зависимости от величины дебиторской и кредиторской задолженности число расчетных документов, дебиторов и кредиторов, рассмотрение их уровня можно проводить как сплошным, так и выборочным методом. Тотальная схема проверки, как правило, включает в себя несколько этапов.

1 этап. Задается критический уровень дебиторской ли кредиторской задолженности; все расчетные документы, относящиеся к задолженности, превышающий критический уровень, подвергаются проверке в обязательном порядке.

2 этап. Из оставшихся расчетных документов делается контрольная выборка. Для этого применяют различные способы.

3 этап. Проверяется реальность сумм дебиторской и кредиторской задолженности в отобранных документах. В частности могут направляться письма контрагентам с просьбой

подтвердить реальность проставленной в документе или проходящей в учете суммы [4, с. 973].

Особое внимание следует уделять анализу данных о резервах по сомнительным долгам и фактических потерях, связанных с непогашением дебиторской задолженности.

Для ОАО «Племзавод им. В. И. Чапаева» одним из путей уменьшения дебиторской и кредиторской задолженности является пересмотр ведения аналитического учета. Мы разделяем мнение О. А. Овчинниковой, что: «Необходимо построить аналитический учет таким образом, чтобы обеспечить получение данных о сроках погашения дебиторской и кредиторской задолженности, об образовании просроченной задолженности, о задолженности, обеспеченной векселями и т. д. Этого можно добиться при помощи автоматизации учета на базе «1С 8.3 Бухгалтерия»» [7, с. 40].

Эта программа представляет отчет, дающий информацию о суммах дебиторской задолженности контрагентов перед компанией на определенную дату, в выбранной валюте. Отчет детализирован по контрагентам - покупателям и заказчикам компании.

В «1С 8.3 Бухгалтерия» есть возможность указать для каждого контрагента головную организацию (обозначив тем самым принадлежность контрагента к холдингу), и далее формировать необходимую аналитическую отчетность в разрезе холдингов.

Если в компании существуют несколько видов договоров, которые отличаются друг от друга условиями оплаты покупателя за отгруженную продукцию логично было бы проанализировать, а по каким именно видам договоров чаще возникает задолженность.

Договоры в «1С 8.3 Бухгалтерия» можно разделять по видам, используя, например, аналитический признак «Вид взаиморасчетов».

В «1С 8.3 Бухгалтерия» (если говорить о комплексном решении «Управление производственным предприятием») более ста типов форм управленческой аналитической отчетности, кроме того есть несколько универсальных форм («остатки и обороты», «список / кросс - таблица», «диаграмма универсальная»), а также специальное средство «консоль отчетов», позволяющее сделать произвольную выборку данных из системы. Благодаря этому, компании, использующие «1С 8.3 Бухгалтерия», получают в свое распоряжение мощный аналитический инструмент, полезный для всех подразделений компании.

Пересмотр ведения аналитического учета позволит ОАО «Племзавод им. В. И. Чапаева» не допускать возникновения необоснованной задолженности, списывая затем ее на финансовые результаты, повысить ее оборачиваемость, высвободить замороженные средства из расчетов с разными покупателями и заказчиками и направить их на покрытие собственных долгов, приобретение товарно - материальных ценностей и т. д.

Проведенные нами исследования показали, что ОАО «Племзавод им. В. И. Чапаева» имеет значение коэффициента абсолютной ликвидности ниже нормативного – 0,12. Поэтому считаем целесообразным предложить возможные пути повышения этого показателя до нормативного уровня:

1. Сократить дебиторскую задолженность на 9935 тыс. руб., инвестировав в запасы (сырье, материалы, товары, производственные ресурсы и т.п.);

2. Увеличить сумму остатка денежных средств и краткосрочных финансовых вложений на 19984 тыс. руб. с целью повышения бесперебойности текущих расчетов (улучшения показатель абсолютной ликвидности).

Для того чтобы структура баланса ОАО «Племзавод им. В. И. Чапаева» отражала хорошую финансовую устойчивость и платежеспособность организации необходимы корректировки баланса (таблица 1).

Таблица 1 – Корректировочный баланс ОАО «Племзавод им. В. И. Чапаева»

| Актив                                      | 2015 г., тыс. руб. |         | Отклонение<br>(норма - факт) |       | % к валюте<br>баланса |       |
|--|--------------------|---------|------------------------------|-------|-----------------------|-------|
|  | факт               | норма   | тыс.<br>руб.                 | %     | факт                  | норма |
| I. Внеоборотные активы                     | 565553             | 565553  | –                            | –     | 38                    | 38    |
| в т. ч.: Основные средства                 | 563730             | 563730  | –                            | –     | 38                    | 38    |
| II. Оборотные активы                       | 908431             | 908431  | –                            | –     | 62                    | 62    |
| из них: Запасы                             | 638636             | 638636  | –                            | –     | 43                    | 43    |
| Дебиторская задолженность                  | 232220             | 212236  | - 19984                      | - 8,6 | 16                    | 14    |
| Денежные средства и<br>финансовые вложения | 30591              | 50575   | +19984                       | +65,3 | 2                     | 3     |
| НДС, прочие оборотные<br>активы            | 6984               | 6984    | –                            | –     | <1                    | <1    |
| БАЛАНС                                     | 1473984            | 1473984 | –                            | –     | 100                   | 100   |
| Пассив                                     |                    |         |                              |       |                       |       |
| III. Капитал и резервы                     | 1170108            | 1170108 | –                            | –     | 79                    | 79    |
| в т. ч.: Нераспределенная<br>прибыль       | 1090816            | 1090816 | –                            | –     | 74                    | 74    |
| IV. Долгосрочные<br>обязательства          | 51000              | 51000   | –                            | –     | 4                     | 3     |
| в т. ч.: Займы и кредиты                   | 51000              | 51000   | –                            | –     | 3                     | 3     |
| V. Краткосрочные<br>обязательства          | 252876             | 252876  | –                            | –     | 17                    | 17    |
| в т. ч.: Займы и кредиты                   | 217856             | 217856  | –                            | –     | 15                    | 15    |
| Кредиторская<br>задолженность              | 35020              | 35020   |                              |       | 2                     | 2     |
| БАЛАНС                                     | 1473984            | 1473984 | –                            | –     | 100                   | 100   |

Чтобы получить представленные в таблице 1 отклонения, нами были сделаны следующие допущения: соотношение оборотных и внеоборотных активов, а также валюта баланса не изменяются по сравнению с данными на конец 2015 г.

При этом структура капитала и соотношение оборотных активов по степени ликвидности должны быть такими, чтобы расчет финансовых коэффициентов свидетельствовал об устойчивом финансовом положении ОАО «Племзавод им. В. И. Чапаева».

То есть, имея приведенный выше баланс, организация показала бы хорошие значения ключевых финансовых коэффициентов: коэффициента автономии, коэффициентов текущей, быстрой и абсолютной ликвидности, коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами.

### **Список использованной литературы:**

1. Андрюкова Н. А. Влияние стратегии финансирования оборотных активов на показатели ликвидности сельскохозяйственной организации / Н. А. Андрюкова, О. А. Герасименко // В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд сборник статей Международной научно - практической конференции: в 4 - х частях. – 2016. – С. 14 - 18.

2. Букшпан А. А. Управление денежными потоками организаций / А. А. Букшпан, А. В. Захарян // В сборнике: Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 - х частях. – 2016. – С. 15 - 18.

3. Герасименко О. А. Корпоративные финансы. Учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» (уровень бакалавриата) / О. А. Герасименко, Ю. С. Шевченко, Н. Н. Тюпакова, О. Ф. Бочарова и др. / Под редакцией Н. В. Липчиу. – М.: КноРус, 2015. – 232 с.

4. Герасименко О. А. Проблемы управления оборотным капиталом организаций АПК / О. А. Герасименко, Е. В. Гладченко, Ю. О. Смирнова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 12 - 2 (77 - 2). – С. 970 - 974.

5. Герасименко О. А. Роль и значение оценки финансового состояния организации в разработке финансовой политики / О. А. Герасименко, В. С. Сидельникова // В сборнике: Общество и экономика постсоветского пространства Международный сборник научных статей. Ответственный редактор А.В. Горбенко. – 2014. – С. 30 - 34.

6. Обеспечение устойчивого развития организаций аграрного сектора: коллективная монография / Липчиу Н. В., Захарян А. В., Шевченко Ю. С., Юрченко А. А., Липчиу А. И., Федотова Ю. Э., Герасименко О. А., Герасименко О. В., Липчиу К. И., Неводова И. А., Чапурко Я. Я., Бочарова О. Ф., Носаленко П. А., Халыпин А. А., Улыбина Л. К., Сигидова С. И., Васильченко Е. И., Окорокова О. А., Чёрная О. А., Блохина И. М. и др. / Под редакцией Н. В. Липчиу. – Краснодар, 2014.

7. Овчинникова О. А. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью: практика применения скидок и взаимозачетов / О. А. Овчинникова, М. Ю. Ромадыкина // Auditorium. – 2015. – № 2 (6). – С. 39 - 43.

© Я. А. Костина

## ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО ДЛЯ РОССИИ

Экономические санкции произвели мощный удар по экономике нашей страны. Главной причиной данным действиям послужила политика России в отношении полуострова Крым. Западные страны не приняли данную политику и хотели изменить решение Российской Федерации по этому вопросу. Это сделали прежде всего страны ЕС – ключевые партнеры на тот момент [2, с. 97].

Главным действием для изменения отношения России к Крыму стало введение санкций. Санкции направлены по важнейшим отраслям экономики: атомной, военной, нефтяной и газовой. Также удар принял российский банковский капитал. Санкции внедрялись поэтапно [2, с. 96].

Санкции в первую очередь, были нацелены на финансовую сферу. Это выразилось в попытке снижения рубля и перспектива инфляции, ограничение валютных поступлений [5, с. 27]. Так же формирование неблагоприятного фона для инвестиций в Российскую Федерацию. Прежде всего введение санкций планировалось как изменение экономической и политической ситуации в стране [4, с. 113].

В 2014 году после принятия Крымского референдума Россией, начался отток иностранных капиталов из страны. Данная тенденция продолжается и сейчас. Итогом этой санкции стал в первую очередь рост налогов. Также примерами можно привести рост цен, повышение пенсионного возраста. Ученые - аналитики считают, что именно эта санкция нанесла сильнейший удар и стала причиной роста инфляции, снижение стоимости рубля и тем самым начало финансового кризиса в стране [3, с. 11].

Продовольственное эмбарго стало ответом на санкции. Оно является запретом на импорт продовольственной продукции: морепродукты, мясная продукция, фрукты и овощи, молочная продукция [1, с. 389].

Как итог, объем импорта сократился на 10 млрд долларов [3, с. 10]. Говоря о странах, которые больше всего пострадали от российских контрмер, следует назвать Финляндию, Латвию и Польшу. Остальные страны Евросоюза, которые также были импортерами, особо ущерба не понесли [1, с. 390].

Продовольственное эмбарго имело отрицательные последствия не только для стран импортеров, но и для самой России [4, с. 112]. Важной проблемой стало замещение импорта отечественной продукцией. Это произошло по причине того, что в России слабо развита сельскохозяйственная отрасль. Для решения данной проблемы стоит необходимость развития аграрного сектора экономики [5, с. 27].

Санкции действительно, оказали сильное неблагоприятное воздействие на экономику России. Они затронули многие сферы промышленности. В том числе военно - промышленный комплекс.

Несомненно, экономические санкции сильно ударили по экономике страны. Они повлекли за собой огромное количество проблем, многие из которых ещё предстоит решить. Санкции ослабили не только ведущие отрасли экономики, но и положение страны на мировом рынке.

Однако не смотря на все отрицательные последствия санкций, стоит упомянуть и положительные стороны этого вопроса. Во - первых, это поиск новых рынков. На данный момент Россия находит новых экономических и стратегических партнеров. Раньше российская экономика была направлена на страны Европы и велось активное сотрудничество. Теперь же Россия обратила свой взор на азиатский рынок.

Во - вторых, необходимо отметить то, что сейчас идет активное развитие сельскохозяйственной отрасли. К тому же, уделяется внимание такой области экономики как малый и средний бизнес. Идет поддержка данным отраслям.

Поэтому говоря о санкциях, следует говорить не только о негативных последствиях, но и о положительных. Санкции ограничили сотрудничество с Европой, но это позволило найти новые рынки и новых партнеров. Продовольственное эмбарго показало России какие отрасли требуют внимания, какие области экономики стоит развивать. Эта непростая в решении ситуация несомненно затормозила экономический рост, но и дала стимул к дальнейшему развитию и модернизации экономики.

### **Список использованной литературы:**

1. Головин Ар.А., Курасова И.И. Современное состояние уровня продовольственной безопасности России и перспективы её достижения // Молодой ученый: вызовы и перспективы. сб. ст. по материалам XI междунар. заочной науч. - практ. конф. – М: Изд - во «Интернаука». – 2016. – № 9 (11) – С. 389 - 394.

2. Головин, Ар.А. Оценка влияния внешних и внутренних факторов на социально - экономическую ситуацию в Российской Федерации / Ар.А. Головин, Е.Ю. Фомакина, Т.В. Харина // Успехи современной науки. – 2016. – № 4. – т. 2. – С. 96 - 99.

3. Головин, Ар.А. Понятийный аппарат продовольственной безопасности / Ар.А. Головин // Успехи современной науки. – 2016. – № 8. – т. 1. – С. 10 - 12.

4. Головин, Ар.А. Развитие теории размещения сельскохозяйственного производства / Ар.А. Головин // Успехи современной науки и образования. – 2016. – №8. – т. 2. – С. 112 - 114.

5. Головин, Ар.А. Формирование устойчивой среды функционирования малых форм хозяйствования в АПК на основе развития договорных отношений / Ар.А. Головин // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2016. – № 7. – С. 27 - 30.

© А.И. Котельникова, 2017

**УДК 338.1**

**И.Д. Котюргина**

студент 1 курса кафедры менеджмента и административного управления  
Российский Государственный Социальный Университет  
г. Москва, Российская Федерация

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (НА ПРИМЕРЕ Г. МОСКВЫ)**

На современном этапе развития рыночных отношений в Российской Федерации продолжает успешно развиваться, такая сфера деятельности, как клининг. В России

клининг появился в конце 20 века, в середине 90 годов, когда в Москве и Санкт - Петербурге стали открывать свои филиалы иностранные клининговые компании.

Клининг представляет собой сложный процесс, который предполагает комплексные меры по наведению чистоты в помещении. Рынок клининговых услуг достаточно быстро развивается, оборот большинства компаний растет с каждым годом. Говоря о развитии российского рынка клининговых услуг, можно отметить, что московский рынок развивается довольно успешно. На сегодняшний день в Москве зарегистрировано уже более трехсот клининговых компаний. Можно отметить, что уровень требований к внешнему виду помещений и квартир вырос настолько, что уборка помещений превратилась в самостоятельный бизнес [1, с. 112].

Это не удивительно, ведь современные люди очень внимательно относятся к планированию своего графика работы и отдыха. Отдавая все больше времени работе, люди устают и прибегают к помощи специалистов в различных сферах оказания услуг, в том числе и в профессиональной уборке квартир. Большинство людей заблуждается, считая, что профессиональную уборку могут себе позволить только достаточно обеспеченные люди. В настоящее время позволить себе клининговые услуги может человек среднего класса, что значительно сказывается на эволюции клининговых услуг в Москве в целом.

Как коммерческая деятельность, предоставление клининговых услуг, имеет ряд определенных сложностей, такие как: сезонные спады активности клиентов, стереотипы по поводу химических методов уборки, технические средства, используемые сотрудниками. Все это негативно сказывается на деятельности клининговых компаний. Но в тоже время с развитием клининга значительно увеличилось общее число рабочих мест, улучшились условия труда и качество оказываемых услуг по уборке.

Клининг в современном обществе является системой разработанных методик поддержания чистоты, основанный на самых последних достижениях науки и техники. Практически все коммерческие здания, построенные по современным проектам, требуют профессиональную уборку, которую предоставить могут только клининговые компании с помощью современного оборудования и моющих средств. Для клининговых компаний оборудование практически не простаивает и работает на все сто процентов, вместо 2 - 3 раз в неделю. Для эффективного выполнения работ используются современные европейские машины, специальные пылесосы и богатый арсенал чистящих средств, выбор которых определяется с учетом поставленных задач и конкретного типа покрытия.

В настоящее время в Москве на рынке клининга есть свои лидеры, которые активно развивают различные направления, например такие, как аутсорсинг. Понятие «аутсорсинг» означает передачу некоторых бизнес - процессов компании сторонней организации, и применяется в различных сферах деятельности. Многие компании не хотят или не могут воспользоваться услугами клининговых компаний в связи с незнанием преимуществ аутсорсинга и предпочитают иметь свой штат уборщиков, полагая, что это дешевле и надежнее. Для обслуживания офисов площадью до 500 кв.м. действительно эффективнее иметь собственную службу уборки, а клининговые компании привлекать только для проведения специализированных работ (шлифовка пола, подкраска ковров или промышленный альпинизм и др.). Если же площадь больше, для создания собственной уборочной службы понадобятся солидные первоначальные инвестиции. Компании придется заниматься подбором, обучением и заменой обслуживающего персонала,



закупкой оборудования и материалов для уборки. Кроме того, потребуется создать управленческую надстройку – персонал, который контролирует качество работы уборщиков, начисляет и выплачивает им заработную плату и т.д. Перечисленные мероприятия отвлекают сотрудников от основного вида деятельности компании и приводят к значительным финансовым затратам, а аутсорсинг позволяет сэкономить ресурсы для осуществления основной деятельности.

Аутсорсинг имеет целый ряд преимуществ по сравнению с содержанием своего штата уборщиков. Во - первых, привлечение клининговой компании сокращает затраты на покупку оборудования, инвентаря и материалов для уборки. Специализированные компании могут позволить себе самое новейшее оборудование, которое будет качественным и долговечным, иначе оно не выдержит нагрузок. Кроме того, качество уборки, производимой при помощи дешевых клининговых машин, оставляет желать лучшего, а это в первую очередь бьет по репутации компании и приводит к потере клиентов. Во - вторых, сокращаются накладные расходы, нет нужды содержать управленческий аппарат, отпадает необходимость в помещениях для хранения оборудования и складах, отсутствуют затраты на логистику и т.п. [2, с. 156].

Таким образом, на сегодняшний день индустрия клининговых услуг продолжает довольно успешно развиваться. Клининговые компании обладают большим спросом и имеют ряд преимуществ. Главными факторами успешного развития клининговых компаний являются: простота, удобство, а также профессионализм оказываемых услуг. Для эффективного выполнения работ используется современное оборудование и широкий ассортимент чистящих средств. Чем выше техническая оснащенность компании, тем больше вероятность крупных заказчиков. Поэтому в будущем развитие клининговых услуг будет достаточно успешно развиваться.

#### **Список использованной литературы**

1. Измайлов В.А. Клининг по - российски: Эра чистоты. Феникс, 2007. - 320 с.
2. Малютина О.Н., Москвина И.А. Аутсорсинг в развитии делового партнерства. Финансы и статистика: Инфра - М - Москва, 2012. - 240 с.

© И.Д. Котюргина, 2017

**УДК 330**

**Ю.С. Крайнова, Т.А. Фисун**

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)  
г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

### **ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных рыночных условиях, для которых характерны высокая неопределенность и нестабильность внешней среды, особое внимание уделяется вопросам касательно управления, а также степени его качества и уровню эффективности. Сложившаяся на рынке

ситуация требует управление, способное обеспечить предприятию существование на долгосрочную перспективу, так как рост конкуренции на рынке побуждает руководителей к постоянному поиску новых инструментов управления и рычагов повышения конкурентоспособности их фирмы. Потому управление будет считаться эффективным, если окажется способным сделать предприятие адаптированным к постоянно изменяющейся внешней среде, повысит конкурентоспособность и позволит достичь поставленных целей.

Разработка стратегии предприятия, ориентированной на формирование и развитие динамических способностей промышленной структуры и учитывающей тенденции в системе управления, формируемые рыночными и технологическими условиями, является ключевым фактором роста инновационной активности и создания устойчивых конкурентных преимуществ. В современных условиях важным становится генерирование организационных способностей, позволяющих осуществлять изменения в соответствии с тенденциями эволюции системы управления, которые включают в себя: развитие и диффузия основных функций системы управления; совершенствование средств развития и стимулирования персонала, внедрение управления по ключевым показателям эффективности сотрудников, подразделений, филиалов; совершенствование инструментов контроллинга, бюджетирования, управленческого учета; мониторинг выполнения управленческих решений; оптимизация организационной структуры и численности персонала; своевременное обновление коммуникационных и программных средств обеспечения управления; унификация системы управления во всех филиалах, подразделениях — внедрение типовых штатных расписаний для филиалов предприятия, единая информационная база управления, разработка и внедрение стандартов предприятия; переход к новым принципам управления, ориентированным на человека, его способности, инновации, сочетающим непрерывность улучшения функционирования систем управления, комплексность, применение системного и процессного подходов, формирование и поддержание корпоративной культуры.

В современных условиях важнейшими составляющими инновационного развития экономики России становятся человеческие знания и информация. Стратегический потенциал инновационно - активного промышленного предприятия составляют творческие способности сотрудников — их интеллектуальный потенциал, стремления, наличие соответствующей информации. Основными задачами для промышленных структур становятся эффективная система стимулирования, повышение уровня образованности и качества информационных коммуникаций между сотрудниками.

На сегодняшний день одним из наилучших инструментов рыночных преобразований всей деятельности предприятия является внедрение системы контроллинга. Контроллинг представляет собой сравнительно новое явление современного управления, возникшее на стыке экономического анализа, планирования, управленческого учета и менеджмента, позволяющий найти оптимальный вариант действий, сохранить и увеличить свою долю рынка, добиться максимальной прибыли, а также ускоренного прогресса предприятия. Контроллинг переводит управление предприятием на качественно новый уровень, интегрируя и направляя деятельность различных служб и подразделений предприятия на достижение оперативных и стратегических целей.

Кроме того, в сегодняшней экономической ситуации руководители предприятий нуждаются не только в теоретических разработках, но и в методических, практических рекомендациях по вопросам внедрения контроллинга. В связи с этим разработка и внедрение систем контроллинга в деятельность российских промышленных предприятий приобретает важное научное и практическое значение.

Несмотря на то, что исследованию контроллинга в последнее время уделяется большое внимание, данная проблема по-прежнему остается актуальной и недостаточно изученной. До сих пор дискуссионными остаются вопросы, связанные с определением понятия «контроллинг», что в определенной мере затрудняет понимание его сущности и значимости для современной управленческой среды. В большинстве имеющихся работ рассматриваются в основном отдельные взятые, несвязанные между собой элементы контроллинга, что вызывает определенные трудности в построении целостной системы их использования. Также следует отметить, что исследования отечественных ученых в своем большинстве основываются на зарубежных исследованиях, что требует определенного уточнения для российской действительности.

В связи с этим процесс разработки и внедрения контроллинга как основы повышения эффективности управления на российских предприятиях требует дальнейшего исследования, как в теоретическом, так и в практическом аспекте, с учетом российских экономических условий.

#### **Список использованной литературы:**

1. Снигерева Елизавета Викторовна: Формирование инструментов управления промышленного предприятия // ОНВ. 2015. №3 (139).
2. Снигерева, Е. В. Фирма в современной экономике: концептуальные подходы к анализу // Вестник СибАДИ. Омск 2013. № 6 (34).С. 149 - 155.
3. Гусев, А. Системная отсталость России: основные характеристики / А. Гусев // Капитал страны (дата обращения: 21.08.2014).

© Ю.С. Крайнова, Т.А. Фисун, 2017

**УДК 338.984**

**Е. В. Кужелева**

Магистрант

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

г. Ростов –на - Дону, Российская Федерация

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ СТРЕТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РЕГИОНАХ**

Наиболее важным механизмом в региональном управлении, бесспорно, является стратегическое планирование. Так как оно реализует приоритетную задачу по созданию и укреплению отчетливого представления наиболее развитого состояния региона.

На сегодняшний момент, в как Российской Федерации, так и на региональном уровне не произошло глобальных и радикальных перемен в формировании и организации стратегического планирования, но нельзя не отметить отдельные положительные модификации в данной сфере. Сложившуюся картину можно пояснить следующими причинами [3]:

- во - первых, работает сила инерции, связанная с не так давно присутствующим отрицанием государственного регулирования в условиях рынка;

- во - вторых, не в полной мере сформирована профессиональная и психологическая готовность регионального и муниципального аппарата управления к разработке и реализации стратегических задач развития регионов и муниципальных образований;

- в - третьих, имеется множество накопившихся проблем стратегического планирования социально - экономического развития регионов как системы теоретических, методологических и методических положений, раскрывающих сущность, принципы, задачи и организацию стратегического планирования;

- в - четвертых, отличительные черты перехода России к рыночной экономике и кризис не содействуют становлению и развитию стратегического территориального планирования, причиной чего является отсутствие у многих субъектов территориального управления осознанной необходимости в написании долгосрочных стратегий.

Опыт Российской Федерации в стратегическом планировании говорит о том, что свыше 79 субъектов РФ имеют на сегодняшний день стратегию социально - экономического развития. Анализ проделанной работы показывает, что в большинстве своем региональные стратегические планы развития региона, потребовавшие на свое развитие и разработку которых большое количество ресурсов, представлены лишь как в необходимый атрибут управленческой деятельности, не несущий за собой дальнейшей прикладной деятельности. Главной целью таких стратегических планов является получение финансирования из федерального бюджета.

Проведенная работа по анализу стратегий (т. е. формальных документов) развития российских регионов показал, что недостаточное внимание в разработанных стратегиях уделено анализу внешних факторов, в стратегических планах преимущественно дается анализ положения региона на настоящее время. По нашему мнению, существенной причиной недостаточного внимания анализу внешней среды региона является то, что регионы не рассматриваются в России как субъекты рынка.

Сильные и слабые стороны развития региона описаны во всех стратегиях, тем не менее, методика формулирования и построения данных параметров является однотипной. Преобладающее большинство регионов к сильным сторонам относят наличие минерально - сырьевых ресурсов, высокие доли экспорта и прочее, а к слабым – безработицу, неблагоприятную демографическую ситуацию износ основных фондов и т. п. При оценке SWOT - анализ, сложилось впечатление о поверхности его проведения, так отсутствие в нем формулирования стратегических альтернатив говорит о слабой компетенции лиц, уполномоченных на составление данного документа. В анализе перечислены лишь «силь», «слабости», «возможности» и «угрозы», что является недостаточным для данного уровня ответственности.

Наиболее важным и основным из элементов стратегического плана по праву считается разработка системы целей. Существенность этого элемента заключается в том, что на

основе обозначенных целей устанавливаются стратегии. Важно отметить, что стратегические цели есть в наличии в планах у всех областей, но формулируется узкое число целей (от 3 до 6), их формулировка весьма несовершенна, в большом количестве документов цели не отражают стратегические направленности и в преобладающем порядке носят абстрактный характер.

Исключительным элементом в региональных стратегических планах является выбор конкретных стратегических альтернатив. Исследования, проведенные И.А. Николаевым и О.С. Точилкиной, свидетельствуют о несовершенстве разработки стратегических планов [1, С. 126 - 136].

Улучшению механизма координации в процессах стратегического планирования способствует *выработка экономических связей и экономического сотрудничества с различными регионами РФ*.

Согласованности и объединение регионов может быть инициировано для развития различных отраслей специализации таких, как транспорт и логистика, сельское хозяйство и рыболовство, туризм и рекреация.

Развитию этих направлений наиболее эффективно осуществлять методом создания *межрегиональных отраслевых ассоциаций, государственных институтов* (агентств) развития, проведением межрегиональных отраслевых конгрессов и форумов. Межрегиональные ассоциации могут представлять интересы субъектов на национальном и глобальном (межнациональном уровне) для продвижения проектов, способствующих наиболее интенсивному региональному развитию.

Немаловажным направлением межрегионального сотрудничества является *разработка совместных проектов в социальной сфере*. Взаимодействие может эффективно развиваться в таких направлениях как образования, подготовки экспертов, обмена студентами, поддержки больших научных исследований. Также следует заметить, что одним из главных направлений должна стать *совместная работа в экологической сфере*, что предусматривает создание коллективных экологических программ, учет мнения соседних регионов при реализации крупных проектов, объединение усилий для разрешения экологических проблем.

Важное значение для благоприятной реализации стратегии имеют *законодательная и институциональная инициативы, обращенные на приоритетное развитие межрегиональных проектов, интеграцию социально - экономического пространства анализируемых регионов, реализацию взаимодействия бизнеса, общества и государства*. Реализации целей и приоритетов стратегий содействует *формирование и функционирование постоянного территориального каркаса существующих и новых центров инновационного экономического роста* на основе многополярного подхода. Экономические центры федерального уровня значимости могут формировать вокруг себя территории, имеющие потенциал ускоренного развития окружающей территории в долгосрочной перспективе - зоны опережающего развития, в которых будет идти опережающее развитие основных и перспективных отраслей, территориально промышленных кластеров, инфраструктуры федерального уровня [2, С. 59 - 54].

Проведение мониторинга является необходимым при исполнении всякой стратегии, так как дает возможность обеспечить проверку выполнения предусмотренных мероприятий, соответствия итогов ее реализации поставленным критериям и целевым индикаторам.

Мероприятия процесса мониторинга исполнения стратегий социально - экономического развития:

1. Формирование Единого информационного центра и создание Положения о его деятельности;
2. Формулирование Регламента работы Единого информационного центра с подразделениями региональных систем управления по поводу представления данных и последовательности обработки информационных запросов
3. Создание порядка и форм предоставления Единым информационным центром аналитической информации Координационному Совету по исполнению стратегии, а также заинтересованным структурным подразделениям органов власти.

В заключении необходимо отметить, что ввод представленной системы мониторинга дает возможность обеспечить проверку выполнения мероприятий в стратегии, соответствия итогов ее реализации установленным критериям и целевым индикаторам. Также предполагается осуществление системного анализа реализации стратегии развития экономики региона, что способствует предупреждению негативных тенденции и возможности корректировать стратегические ориентиры и мероприятия в складывающейся социально –экономической обстановке.

#### **Список использованной литературы:**

1. Николаев, М., Махотаева, М. Обобщение опыта планирования социально \_ экономического развития в субъектах РФ / М. Николаев, М. Махотаева // Вопросы экономики, – 2002. – №5.
  2. Степанов, А.Г. Макроэкономическое планирование и прогнозирование экономики региона в системе государственного управления / А.Г. Степанов // Менеджмент в России и за рубежом – 2006.– №4.
  3. Чмышенко Е.В. Стратегическое планирование как фактор регионального развития // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://vestnik.osu.ru/2010\\_1/13.pdf](http://vestnik.osu.ru/2010_1/13.pdf)
- © Е.В. Кужелева, 2017

**УДК 352.075**

**Н. П. Кузнецова, А. В. Алексеева**  
К.э.н., доцент, студентка 3 курса  
ИНЭК, УГАТУ  
Г. Уфа, Российская Федерация

### **УЛУЧШЕНИЕ ПРОЦЕССА РАБОТЫ НА САЙТЕ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

Местное самоуправление является важнейшей частью механизма управления, который позволяет оптимально сочетать интересы государства, а также права и интересы конкретного человека. Конституция РФ утверждает приоритет прав и свобод личности,

которые обязаны определять содержание и смысл, как органов государственной власти, так выборных и других органов местного самоуправления.

В данной статье рассматриваются сайты органов местного самоуправления, в частности, сайт органов местного самоуправления города Уфа.

Целью работы является улучшение работы на сайте, усовершенствование возможностей пользователей на мобильной версии данного сайта.

Местное самоуправление – система организации и деятельности граждан, обеспечивающая самостоятельное решение населением вопросов местного значения, управление муниципальной собственностью, исходя из интересов всех жителей данной территории. Более широкое понятие местного самоуправления подразумевает право и реальную способность органов местного самоуправления регламентировать значительную часть публичных дел и управлять ею, действуя в рамках закона, под свою ответственность и в интересах местного населения [1].

В соответствии с Конституцией Российской Федерации местное самоуправление в Российской Федерации обеспечивает самостоятельное решение населением вопросов местного значения, владение, пользование и распоряжение муниципальной собственностью. Вопросы местного значения – вопросы непосредственного обеспечения жизнедеятельности населения муниципального образования, решение которых в соответствии с Конституцией Российской Федерации и Федеральным законом осуществляется населением и (или) органами местного самоуправления самостоятельно [2].

В соответствии с Конституцией Российской Федерации местное самоуправление осуществляется гражданами путем референдума, выборов, других форм прямого волеизъявления, через выборные и другие органы местного самоуправления [2].

Формы непосредственного осуществления населением местного самоуправления [3]:

- местный референдум;
- муниципальные выборы;
- голосование по отзыву депутатов;
- голосование по вопросам изменения границ, преобразования муниципального образования;
- сход граждан;
- другие формы.

Органы местного самоуправления не входят в систему органов государственной власти. В структуру органов местного самоуправления, устанавливаемую уставом муниципального образования, входят следующие органы и должностные лица местного самоуправления:

- представительный орган муниципального образования;
- глава муниципального образования;
- местная администрация;
- контрольный орган муниципального образования;
- иные органы местного самоуправления.

Местное самоуправление осуществляется на всей территории РФ в городских, сельских поселениях, муниципальных районах, городских округах и на внутригородских территориях городов федерального значения.

Органы местного самоуправления для выполнения задач и функций публичного местного управления получают соответствующие полномочия.

В данной статье рассматривается сайт органов местного самоуправления города Уфа [4]. Для представления модели работы на данном сайте для разработки упрощенной регистрации используется программный продукт BPwin (AllFusion Process Modeler 7).

На данном сайте пользователям предоставляется огромное количество информации о городе, возможность общения с организаторами сайта, между собой и администрацией города. Также можно прочесть историю города, создан раздел истории Уфы, на странице которого отображается информация из исторических подразделов. Добавлены разделы: «День в истории», «Выдающиеся земляки», «Исторические очерки», «Историческая ретроспектива» (исторический фотоальбом).

Помимо основной версии сайта существует другая, в которой пользователи могут пользоваться сайтом с мобильного устройства.

На мобильной версии так же есть возможность просматривать все разделы сайта. При нажатии на кнопку в верхнем левом углу, открывается меню, по которому можно перейти в любой интересующий раздел.

Управлением в функциональном блоке «Упростить и ускорить регистрацию на сайте органов местного самоуправления города Уфа с мобильного устройства» является «Положение сайта», «Анкета регистрации», «Код на картинке», «Код подтверждения». Входом является пароль и логин, а также номер телефона. Механизмом функционального блока является «Модератор», «Интернет», «Гражданин», «Мобильное устройство». Выходом является упрощенный способ регистрации на сайте органов местного самоуправления города Уфа (рисунок 1).



Рисунок 1 – Функциональный блок

Таким образом, для упрощения процесса регистрации на сайте с мобильного устройства, было решено ввести свой номер телефона, на который модератором сайта отправляется смс с кодом подтверждения. Помимо этого, было решено убрать один из этапов процесса регистрации, то есть теперь не нужно вводить слово с картинки для защиты от автоматической регистрации.



### Список используемой литературы:

1. Местное самоуправление. Конституция РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.constitution.ru/10003000/10003000-10.htm>
2. Об органах местного самоуправления [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/organy-mestnogo-samoupravleniya.html>
3. Формы непосредственного осуществления населением местного самоуправления и участия населения в осуществлении местного самоуправления [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://cikrf.ru/law/federal\\_law/zakon\\_03\\_131fz/glava\\_05.html](http://cikrf.ru/law/federal_law/zakon_03_131fz/glava_05.html)
4. Официальный сайт органов местного самоуправления города Уфа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ufacity.info/>

© Н.П. Кузнецова, А.В. Алексеева 2017

### УДК 339.137.2

**Н. П. Кузнецова, А. А. Баянова**

К.э.н., доцент, студентка 3 курса ИНЭК, УГАТУ, Г. Уфа, Российская Федерация

### ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПАРОВОГО ОТПАРИВАТЕЛЯ PHILIPS GC670 / 05

Конкурентоспособность – свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными [4]. Это одна из основных составляющих успеха в бизнесе. Конкурентоспособность товара предполагает оптимальное сочетание качества, цены, дизайна и возможности послепродажного обслуживания [2]. Это делает актуальной тему данной статьи.

Цель статьи состоит в анализе конкурентоспособности парового отпаривателя Philips GC670 / 05.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- 1) провести анализ потребностей, удовлетворяемых товаром;
- 2) провести исследование конкурентоспособности товара;
- 3) сформировать предложения по повышению конкурентоспособности.

Потребности – психологический или физиологический дефицит чего - либо, отраженный в восприятии человека[3].

Определим потребности, которые удовлетворяет паровой отпариватель Philips GC670 / 05.

Технические параметры парового отпаривателя Philips GC670 / 05 представлены в таблице 1 [8].

Таблица 1 – Технические параметры парового отпаривателя Philips GC670 / 05

| Характеристика           | Значение   |
|--------------------------|------------|
| Мощность                 | 1800 Вт    |
| Характеристика           | Значение   |
| Бак для воды             | 2,1 л      |
| Время нагрева воды       | 30 сек     |
| Максимальная подача пара | 40 г / мин |
| Вес                      | 5,11 кг    |

Особенности: автоматическое отключение, оповещение о низком уровне воды, безопасен для всех видов тканей, наличие насадок (насадка для воротника, насадка для отпаривания стрелок на брюках, универсальная щетка - насадка, щетка с мелковорсистой подушечкой).

Продуманные решения, среди которых есть ножное управление, съемный резервуар для воды, автоматическое сматывание шнура, отделение для хранения принадлежностей и конструкция "наклонить / повернуть", гарантируют превосходную эффективность в разглаживании и удобство использования от начала до конца. Пять режимов подачи пара для разных типов одежды. Мощная постоянная подача пара позволяет разгладить складки всего за несколько движений. Отпариватель для одежды оснащен 18 комплексными решениями, которые обеспечивают эффективность и удобство от начала и до конца [8].

Первым шагом определения конкурентоспособности является анкетный опрос. В результате исследований было опрошено 25 респондентов. Каждый из них ответил на 20 вопросов анкеты.

По результатам опроса была произведена сегментация рынка. В ходе которой было выявлено, что к целевому сегменту относятся женщины в возрасте от 18 до 35 лет, неготовые тратить на глажку много времени, доход которых составляет 50 – 100 тыс. руб.

Сервис товара – немаловажная характеристика при оценке конкурентоспособности [6]. Фирма PHILIPS предоставляет гарантию сроком на **два года** со дня приобретения изделия в торговой сети. Потребитель обладает всеми правами, предусмотренными Законом "О защите прав потребителей страны продажи товара"[7].

Сервисное обслуживание и продажа аксессуаров производятся во всех странах, где официально распространяется продукция фирмы PHILIPS.

Для определения конкурентоспособности были взяты три модели паровых отпаривателей: Philips GC670 / 05, Bosch TDS 2220[5], Braun TEXSTYLE TS745A[9]. Рассчитав коэффициент конкурентоспособности, было определено, что для Philips GC670 / 05 он составляет 1,9; для Bosch TDS 2220 равен 1; для Braunt TEXSTYLE TS745A равен 0,91.

Лепестковый показатель уровня качества товара приведен на рисунке 1.

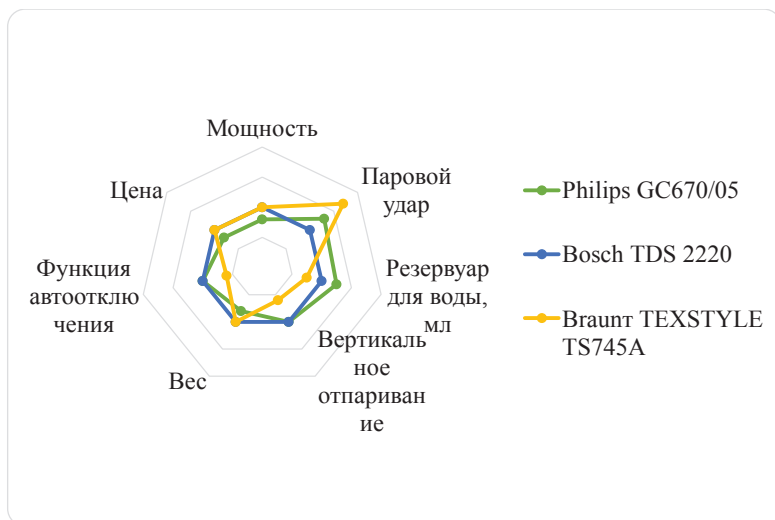


Рисунок 1 – Лепестковый показатель уровня качества товара

Выявлено позиционирование товара на рынке, характеризующее место, занимаемое продуктом в сознании потребителей по отношению к продукту конкурентов: 1 – Philips, 2 – Bosh, 3 – Braun

Таким образом, чтобы повысить конкурентоспособность товара, нужно подыскать проблемы или неудобства использования парового отпаривателя Philips GC670 / 05[1].

В результате данного исследования парового отпаривателя Philips GC670 / 05 были сформированы следующие предложения по повышению конкурентоспособности:

- 1) увеличение длины шнура;
- 2) наличие двух перчаток;
- 3) наличие стойки для детских вещей.

#### **Список используемой литературы:**

1. Фоломьева А. Н. Инновационный тип развития экономики / В.В. Архангельский, Ю.В. Грызвенкова. - М.: РАГС 2008. – 712 с.
2. Сафиуллин Н.З., Сафиуллин Л.Н. Управление конкурентоспособностью предприятия: Монография. – Казань: Издательство Казанск.ун - та, 2008. – 189с.\
3. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА - М, 2008. – 368 с.
4. Сайт Википедия – <https://ru.wikipedia.org>
5. Официальный сайт компании Bosch – <http://www.apple.com/ru>
6. Яшева Г.А. Как оценить конкурентоспособность товара. // Маркетинговое образование. - 2004. - №1.
7. Законы и кодексы РФ – [www.gk-rf.ru/statia1516](http://www.gk-rf.ru/statia1516)
8. Официальный сайт компании Philips – <http://www.Philips.ru>
9. Официальный сайт компании Braun – <http://www.braunhousehold.ru>

© Н.П. Кузнецова, А. А. Баянова 2017

**УДК 336**

**Н.О. Кузоб**

магистрант 2 курса экономического факультета  
ФГБОУ ВО Омский ГАУ им. П.А. Столыпина  
г.Омск, Российская Федерация

### **АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК К АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМУ РЫНКУ**

Проблемы развития российского агропромышленного комплекса (АПК), требуют системного решения множества производственно - экономических, организационных, эколого - экономических, социальных и правовых вопросов.

Предприятие, чтобы выжить в условиях рынка, должно немедленно реагировать на изменение окружающей среды. Адаптация выступает универсальной функцией менеджмента, поскольку она пронизывает все остальные его функции и обеспечивает их

адекватное применение в условиях меняющейся в ходе реформирования внутренней и внешней среды управления.

В процесс адаптации включаются периодическое изменение стратегии, целей, организационной структуры организации в соответствии с изменениями условий функционирования. При этом актуальной становится работа по внедрению современных механизмов управления организацией, которые направлены на условия хозяйствования в условиях рынка [2, с. 16].

Чтобы организация могла адаптироваться к рыночным условиям в первую очередь она должна быть конкурентоспособной и платежеспособной.

Под конкурентоспособностью в условиях рынка подразумевается реальная и потенциальная способность компаний проектировать, производить и сбывать продукцию, которая по своим ценовым и неценовым параметрам более привлекательна, чем продукция конкурентов. [1].

В настоящее время нет единой системы показателей оценки адаптивности деятельности организаций и ни одна из методик не учитывает этапов жизненного цикла организации.

Для любой организации наиболее важным является определение существующих возможностей адаптации с учетом ее текущей деятельности, т. е. на всех стадиях жизненного цикла организации. На начальной стадии нужно провести оценку уровня адаптивности организации. Оценка имеющегося у организации уровня адаптивности позволит принять решение о дальнейшем развитии организации и поддержание должного уровня адаптивности.

Вторым этапом является всестороннее исследование внешней среды, включающее сбор информации, анализ рынков сбыта, анализ внешних условий сбыта, выявление сильных и слабых сторон деятельности организации, изучение изменений в нормативно - правовой базе.

Третий этап – анализ внутренней среды, который включает экономическую диагностику деятельности организации и внутрифирменные исследования [2, с. 30].

Рассматривать процесс адаптации нужно с учетом принципа «Как было, как есть и как будет».

На уровне «как было» целесообразно проводить диагностику стадии становления предприятия; на уровне «как есть» – оценку стадии роста и развития; на уровне «как будет» – оценку возможных тенденций деятельности предприятия на стадии зрелости. Такой подход позволит оценить все стадии жизненного цикла организации и производственной деятельности с учетом перманентности внешних и внутренних факторов среды.

Выбор того или иного направления развития предприятия зависит от таких факторов, как потенциал, цели предприятия, особенности технологии производства продукции, состояние рынка и положение предприятия на нем, стратегии конкурентов, потребности клиентов, экономическая и политическая обстановка в стране и др. [3].

Сельскохозяйственные предприятия могут адаптироваться к сложившейся рыночной среде при помощи внешних и внутренних адаптационных ресурсов.

К внутренним адаптационным резервам можно отнести: создание материальной инфраструктуры предприятия; использование последних достижений научно - технического прогресса в технологии производства продукции; совершенствование работы с кадрами предприятия; маркетинговая сфера деятельности. [1]

Все представленные направления развития АПК создают благоприятный климат для осуществления процесса адаптации предприятий к рынку.

Таким образом, механизм адаптации к рыночным условиям должен состоять из взаимодействующих на основе процессного подхода элементов системы управления, позволяющих высшему руководству своевременно получать информацию об изменениях на рынке и оперативно вносить коррективы в работу производственной и управленческой систем предприятий АПК.

### **Список использованной литературы**

1. Сорока В.Н., Зинич А.В. Повышение эффективности материально - технического обеспечения ФГУП «БОЕВОЕ» Искилькульского района Омской области. Электронный научно - методический журнал Омского ГАУ. 2017. № 1 (8). С. 16.

2. Стукач В.Ф., Шумакова О.В., Помогаев В., Гришаев Е., Якубенко М., Асташова Е., Самсонова, Ю., Ушакова Е., Старовойтова, Н., Зинич А., Ревякина Ю.Н., Флейклер И., Елкина В., Степанова Т., Помогаев Е., Гришаева, Л., Храмова Н., Косенчук О., Зинич Л. Инфраструктура агропродовольственного комплекса региона: новые вызовы. Статья в открытом архиве № 73933 01.09.2012.

3. Kosenchuk O.V., Aleshchenko V.V., Stukach V.F., Zinich A.V., Leushkina V.V. STUDY OF THE PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES. International Journal of Economic Research. 2016. Т. 13. № 6. С. 2391 - 2407.

© Кузоб Н.О., 2017

**УДК 332.3**

**Н.Т. Кумпилов**

студент факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

**К.А. Назаретян**

студентка факультета Финансы и кредит

Кубанский Государственный Аграрный Университет им. А.И. Трубилина

г. Краснодар, Российская Федерация

## **СТРУКТУРА ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Земельный рынок представляет собой основное звено рыночных отношений. Земля, выступая в качестве объекта рыночных отношений, занимает ключевое место в предпринимательской деятельности человека и имеет важное значение для всего общества, так как представляет собой основной и естественный фактор в любой сфере бизнеса, который принимает непосредственное или косвенное участие в производстве всех других благ и товаров [4].

Специфика земельного рынка определяется тем, что товаром здесь выступает земля, представляющая собой основное средство производства. Данный рынок выступает

фактором, который активно воздействует на рациональное, эффективное землепользование. Помимо этого, он обуславливает оборот земельных участков, их перераспределение для более результативного пользования.

Как пространственная основа земля является неотъемлемым условием, фактором и средством производства, выступает в качестве объекта собственности и хозяйствования и представляет важнейшее звено в развитии экономики любого государства. Присущие земле уникальные природные свойства обеспечивают ее мощнейший экономический потенциал. И, очевидно, что без реализации этого потенциала развитие экономики государства не представляется возможным [1].

Согласно данным государственного доклада о состоянии и использовании земель, площадь земельного фонда РФ составила 1712,5 млн. га по состоянию на 1 января 2016 г. В таблице 1 рассмотрена структура земельного фонда РФ (распределение по категориям) [2,3].

Таблица 1 – Структура земельного фонда РФ

| Категория земель                       | На 1 января 2015 г. |              | На 1 января 2016 г. |              | Темп роста, % |
|--|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------|
|  | млн. га             | %            | млн. га             | %            |               |
| Земли сельскохозяйственного назначения | 385,5               | 22,5         | 383,7               | 22,4         | 99,5          |
| Земли населенных пунктов               | 20,1                | 1,2          | 20,3                | 1,2          | 101,0         |
| Земли промышленности                   | 17,2                | 1,0          | 17,4                | 1,0          | 101,2         |
| Земли особо охраняемых территорий      | 47,0                | 2,7          | 47,0                | 2,7          | 100,0         |
| Земли лесного фонда                    | 1122,6              | 65,7         | 1126,3              | 65,8         | 100,3         |
| Земли водного фонда                    | 28,0                | 1,6          | 28,1                | 1,6          | 100,4         |
| Земли запаса                           | 89,5                | 5,2          | 89,7                | 5,2          | 100,2         |
| <b>Итого земель</b>                    | <b>1709,9</b>       | <b>100,0</b> | <b>1712,5</b>       | <b>100,0</b> | <b>100,2</b>  |

В связи с учетом земель Республики Крым произошло увеличение земельного фонда РФ на 0,2 % в 2015 г.

Данные таблицы 1 свидетельствуют о продолжающейся в 2015 г. тенденции перераспределения земель между категориями. Перевод земель из одной категории в другую происходил в результате:

- предоставления и изъятия земельных участков для нужд государства и муниципалитетов;
- изменения или установления границ городов и населенных пунктов;
- возврата отработанных земель, изъятых ранее, в прежнюю категорию.

Наибольшую часть территории РФ занимают земли лесного фонда – 1126,3 млн. га (65,8 % от общей площади). За 2014 - 2015 гг. площадь данной категории увеличилась на 0,3 % .

Земли сельскохозяйственного назначения занимают второе место – 383,7 млн. га (22,4 %), наблюдается сокращение площади данной категории на 0,5 % . В течение 2015 г. в составе земель данной категории продолжалось формирование фонда перераспределения земель. По данным государственного доклада, общая площадь земель фонда перераспределения в 2015 г. составила 43,7 млн. га. При этом наблюдается увеличение площади сельскохозяйственных угодий, которые вошли в фонд перераспределения.

Земли запаса составили в 2015 г. 89,7 млн. га (5,2 % ), площадь данной категории увеличилась за 2014 - 2015 гг. на 0,2 % . Землями запаса являются неиспользуемые земли, которые находятся в государственной или муниципальной собственности и не предоставляются юридическим лицам. В 2015 г. из данной категории земель переведено земель площадью 481,2 тыс. га, в том числе в категорию земель сельскохозяйственного назначения – 175,3 тыс. га.

Как было отмечено выше, земельный рынок обеспечивает переход земель в руки более эффективных собственников. В связи с этим следует проанализировать распределение земель РФ по формам собственности (таблица 2) [2,3].

Таблица 2 – Распределение земель РФ по формам собственности, млн. га

|  | На 1 января 2015 г.     |                                   |                                 | На 1 января 2016 г.       |                                   |                                 |
|--|-------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
|  | В собственности граждан | В собственности и юридических лиц | Государственная и муниципальная | В собственности и граждан | В собственности и юридических лиц | Государственная и муниципальная |
| Земли сельскохозяйственного назначения | 111,2                   | 16,4                              | 257,9                           | 111,1                     | 17,3                              | 255,4                           |
| Земли населенных пунктов               | 4,1                     | 0,6                               | 15,5                            | 4,2                       | 0,6                               | 15,6                            |
| Земли промышленности                   | 0,03                    | 0,2                               | 16,9                            | 0,03                      | 0,2                               | 17,1                            |
| Земли особо охраняемых территорий      | -                       | -                                 | 47,0                            | -                         | -                                 | 47,0                            |
| Земли лесного фонда                    | -                       | -                                 | 1122,5                          | -                         | -                                 | 1126,3                          |

|                     |               |             |               |               |             |               |
|---------------------|---------------|-------------|---------------|---------------|-------------|---------------|
| Земли водного фонда | -             | -           | 28,0          | -             | -           | 28,1          |
| Земли запаса        | -             | -           | 89,5          | -             | -           | 89,7          |
| <b>Итого земель</b> | <b>115,33</b> | <b>17,2</b> | <b>1577,3</b> | <b>115,33</b> | <b>18,1</b> | <b>1579,2</b> |

Наибольшая площадь земель РФ находится в государственной и муниципальной собственности, причем за 2014 - 2015 гг. наблюдается увеличение. Однако доля этих земель в общей площади не изменилась (92,2 %), так как общая площадь земель РФ за 2014 - 2015 гг. также увеличилась. При этом следует отметить, что более 95 % площади земельных участков в собственности РФ – это земли лесного фонда. А для сельскохозяйственных целей, по данным государственного доклада, гражданами используется более 20 млн. га земель, которые находятся в государственной и муниципальной собственности.

Незначительное сокращение площади сельскохозяйственных земель, находящихся в собственности граждан (на 0,1 млн. га) не повлияло на долю земель в собственности граждан. Этот показатель как в 2014 г., так и в 2015 г. равнялся 6,7 %. Площадь земель в собственности юридических лиц увеличилась на 0,9 %, что связано с увеличением площади земель сельскохозяйственного назначения на 0,9 млн. га.

Таким образом, состоялось фактическое перераспределение земель между группами лиц, что выразилось в уменьшении площади земель в собственности физических лиц и увеличении площади земель в собственности юридических лиц.

Результатом проведенных в РФ за последние десятилетия аграрных преобразований стало формирование сложной системы земельных отношений. В данной системе важное место отводится функциям земель сельскохозяйственного назначения, выступающим в качестве объекта природы, объекта собственности, ресурса собственности. В связи с этим необходимо рассмотреть распределение земель сельскохозяйственного назначения по видам угодий (таблица 3) [2,3].

Таблица 3 – Распределение земель сельскохозяйственного назначения по видам угодий в РФ

| Вид угодий   | На 1 января 2015 г. |       | На 1 января 2016 г. |       | Темп роста, % |
|--|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------|
|  | млн. га             | %     | млн. га             | %     |               |
| <b>Земли сельскохозяйственного назначения, всего</b> | 385,5               | 100,0 | 383,7               | 100,0 | 99,5          |
| из них:<br>сельскохозяйственные угодья, всего        | 222,1               | 57,6  | 220,2               | 57,4  | 99,1          |
| в том числе:   |                     |       |                     |       |               |
| - пашня  | 122,8               | 31,9  | 121,5               | 31,7  | 98,9          |
| - залежь   | 4,9                 | 1,3   | 4,9                 | 1,3   | 100,0         |



|                                  |       |      |       |      |       |
|----------------------------------|-------|------|-------|------|-------|
| - многолетние насаждения         | 1,9   | 0,5  | 1,8   | 0,5  | 94,7  |
| - сенокосы                       | 24,0  | 6,2  | 24,0  | 6,3  | 100,0 |
| - пастбища                       | 68,5  | 17,8 | 68,0  | 17,7 | 99,3  |
| несельскохозяйственные<br>угодья | 163,4 | 42,4 | 163,5 | 42,6 | 100,1 |

В целом по РФ за 2014 - 2015 гг. наблюдается сокращение площади сельскохозяйственных угодий на 0,9 % и незначительное увеличение площади несельскохозяйственных угодий на 0,1 %.

В составе сельскохозяйственных угодий сократились площади пашни (на 1,1 %), многолетних насаждений (на 5,3 %), пастбищ (0,7 %), а площади залежи и сенокосов остались неизменными. Это и повлияло на общее сокращение площади сельскохозяйственных угодий.

На рисунке 1 изображена структура сельскохозяйственных угодий РФ в 2015 г.



Рисунок 1 – Структура сельскохозяйственных угодий РФ в 2015 г., % от общей площади сельскохозяйственных угодий

Производители сельскохозяйственных товаров должны осуществлять поиск и реализацию мероприятий, эффективных и научно обоснованных, как по воспроизводству земельных участков, так и рациональному землепользованию [1].

В настоящее время для сельскохозяйственного производства землю используют различные землепользователи. По данным государственного доклада, из всех категорий земель сельскохозяйственными организациями и гражданами использовались сельскохозяйственные угодья площадью 192,7 млн. га, что составляет 86,8 % от всех сельскохозяйственных угодий в РФ.

Среди сельскохозяйственных организаций наибольшие площади сельскохозяйственных угодий используются хозяйственными товариществами и обществами (60,5 млн. га в 2015 г., 51,8 % от общей площади рассматриваемых земель) и производственными кооперативами (43,1 млн. га в 2015 г., 36,9 % от общей площади рассматриваемых земель). Государственными и муниципальными унитарными сельскохозяйственными предприятиями было задействовано 5,2 % земель.

По данным государственного доклада, в целом по РФ гражданами в целях ведения сельскохозяйственной деятельности использовалось 105,0 млн. га, что составляет 20,1 % от всех земель, предоставленных для указанной цели.

В 2015 г. наиболее значительные площади земель в сельскохозяйственных целях использовали крестьянские (фермерские) хозяйства 23,9 млн. га (31,5 %) соответственно. На втором месте – граждане, занимающиеся сенокосением и выпасом скота – 15,1 млн. га (19,9 %). Далее идут собственники земельных долей – 13,5 млн. га (17,8 %). Личными подсобными хозяйствами используются 9,8 % земель.

Таким образом, было установлено, что развитие земельных отношений обуславливает изменения в структуре землепользования по категориям и формам собственности.

Основным результативным, количественным и качественным показателем, позволяющим оценить влияние природно - экономических факторов на эффективность использования земли, является урожайность. Динамика валовых сборов и урожайности основных сельскохозяйственных культур в РФ рассмотрена в таблице 4.

Таблица 4 – Динамика валовых сборов и урожайности основных сельскохозяйственных культур в РФ

| Культура                | Валовый сбор, тыс. т |         | Темп роста, % | Урожайность, ц с 1 га |         | Темп роста, % |
|-------------------------|----------------------|---------|---------------|-----------------------|---------|---------------|
|                         | 2015 г.              | 2016 г. |               | 2015 г.               | 2016 г. |               |
| Зерновые и зернобобовые | 104786               | 120672  | 115,2         | 23,7                  | 26,2    | 110,5         |
| Сахарная свекла         | 39031                | 51367   | 131,6         | 388                   | 470     | 121,0         |
| Подсолнечник            | 9280                 | 11010   | 118,6         | 14,2                  | 15,1    | 106,3         |
| Картофель               | 33646                | 31108   | 92,5          | 159                   | 153     | 96,0          |
| Овощи                   | 14702                | 14723   | 100,1         | 225                   | 227     | 101,0         |

Анализ данных таблицы 4 показывает, что валовый сбор зерновых и зернобобовых культур увеличился на 15,2 %, что связано с возрастанием урожайности на 10,5 %. Наибольший рост валового сбора отмечается у сахарной свеклы (31,6 %), урожайность данной культуры возросла на 21,0 %. Урожайность подсолнечника увеличилась на 6,3 %, что обусловило рост валового сбора на 18,6 %. Практически неизменными остались рассматриваемые показатели у овощей. А у картофеля они уменьшились – снижение урожайности картофеля на 4,0 % повлекло уменьшение валового сбора на 7,5 %.

Таким образом, проведенный анализ демонстрирует, что в сельскохозяйственных организациях РФ имеется тенденция роста как валовых сборов основных сельскохозяйственных культур, так и их урожайности (исключение составляет картофель).

Подводя итог, следует отметить, что для обеспечения устойчивого сельскохозяйственного развития страны, которое было бы достаточно в целях формирования продовольственной независимости РФ, обязательным условием выступает совершенствование эффективного, рационального землепользования в сельском хозяйстве. Ведь рациональное использование земельных ресурсов обуславливает эффективность отрасли в целом и, соответственно, каждого хозяйствующего субъекта. При этом основой повышения рационального землепользования выступает сохранение и воспроизводство плодородия почв.

### Список использованной литературы:

1. Агропродовольственный рынок региона: теория и практика [Текст]: монография / отв. ред. П. Ф. Парамонов. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – 429 с.
2. Государственный доклад о состоянии и использовании земель в Российской Федерации в 2014 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosreestr.ru/site/activity/sostoyanie-zemel-rossii/gosudarstvenny-natsionalny-doklad-o-sostoyanii-i-ispolzovanii-zemel-v-rossiyskoy-federatsii/>.
3. Государственный доклад о состоянии и использовании земель в Российской Федерации в 2015 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosreestr.ru/site/activity/sostoyanie-zemel-rossii/gosudarstvenny-natsionalny-doklad-o-sostoyanii-i-ispolzovanii-zemel-v-rossiyskoy-federatsii/>.
4. Эффективность использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве: коллектив. моногр. / под общ. ред. проф. Парамонова П. Ф. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – 244 с.

© Кумпилов Н.Т., Назаретян К.А., 2017

УДК 338

**Купреева Е.С.**

магистрант ФГАОУ ВО Балтийский  
федеральный университет им. Канта,  
г. Калининград, Калининградская область

### УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ И ПРОДВИЖЕНИЕМ СЕМЕЙНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

В последние годы во всем мире семейный туризм становится популярным видом отдыха детей и родителей. Одной из наиболее перспективных дестинаций для данного вида туризма является Калининградская область. Под семейным туризмом понимаются путешествия семьи с детьми в местность, отличную от места проживания, совершаемые в свободное время.

При организации семейного туризма большое значение имеет формирование туристского продукта, так как рынок семейного туризма имеет свои особенности и требования в связи с наличием среди путешественников детей. Так, размещение туристов необходимо проводить в здоровых и экологически чистых местностях, спокойных и озелененных местах. Кроме того, гостиницы, где размещаются туристы, должны иметь 2 - 3 - местные номера, систему объединения номеров, помещения для детских игр. Что касается объектов инфраструктуры, включенных в программу туров, то они должны быть интересны как детям, так и взрослым.

В настоящее время шесть туроператоров Калининградской области, работающих на прием туристов, предлагают семейные туристские продукты: «Цвет», «Эльх - тур», «Комильфо», «Евроконтакт», «Янтарный край», «Янтарная мозаика». Кроме того, 3 турфирмы Москвы специализируются на семейном туризме и предлагают свои туристские

продукты в Калининградской области. Это турфирмы «Путешествие с ребенком», «Орбита», «КИД.Travel». В общей сумме данными турфирмами на территории региона реализуется 23 семейных турпродукта, предназначенных для жителей других регионов РФ.

Стоит отметить, что в течение года основные составляющие программы семейных туров не меняются. Чаще всего туры состоят из обязательных компонентов: обзорная экскурсия по Калининграду с посещением Музея янтаря или Музея Мирового Океана, посещение Национального парка «Куршская коса», посещение поселка Янтарный (Янтарный комбинат, Янтарная пирамида). Кроме того, данные туристские продукты имеют познавательную направленность и включают мало развлекательных элементов. Мастер - классы и интерактивные занятия включены лишь в несколько турпродуктов.

Для жителей Калининградской области туроператорами региона разработаны однодневные семейные туры с выездом из Калининграда и Светлогорска. Продолжительность таких туров составляет 8 - 9 часов, что является неудобным для путешествий с детьми.

Что касается средств размещения, предлагаемых турфирмами при организации семейных туров, то из 23 средств размещения 15 находятся в Калининграде. При этом 7 гостиниц находятся в центре города вблизи оживленных трасс, что доставляет неудобства туристам с детьми из - за постоянного шума. В большинство средств размещения туристам с детьми предлагают только семейные номера и детские кроватки. Детское меню имеется лишь в 4 гостиницах, игровые комнаты и детские площадки есть в 6 средствах размещения. При этом только в одном отеле есть услуги воспитателя. Большинство же средств размещения не предоставляют услуги для детей.

Для совершенствования управления формированием и продвижением семейного туризма в Калининградской области необходимо провести комплекс мер. В первую очередь, это продвижение правительством региона семейного туризма в Калининградской области. Для этого необходимо на сайте Министерства по туризму Калининградской области и Регионального информационного центра туризма Калининградской области распространить информацию о преимуществах семейного туризма в регионе.

Кроме того, необходима коррекция ассортимента. Чтобы привлечь туристов с детьми в межсезонье, необходимо в программу турпродуктов, включить не только часто посещаемые культурные и природные объекты, но и другие объекты, которые предлагают детские программы и могут быть интересны туристам.

Разработка новых туристских продуктов, представляющих интерес как для жителей региона (двухдневные туры), так и для туристов из других регионов страны (активный отдых) позволит повысить спрос на данные туры.

При выборе средств размещения необходимо учитывать потребности детей и размещать туристов в гостиницах, расположенных в тихих местах и предоставляющих необходимые услуги.

Для того чтобы спрос потребителей был удовлетворен в полной мере, необходимо при формировании семейных туристских продуктов учитывать детскую физиологию. Так, программы семейных туров должны иметь развлекательно - познавательную направленность и включать различные мастер - классы, интерактивные занятия, игры, а экскурсии должны быть адаптированы по времени. Таким образом, семейный туризм

может стать драйвером развития туризма в Калининградской области при условии грамотного управления формированием и продвижением туристских продуктов.

#### **Список использованной литературы:**

1. Беляков О.И., Мещерякова И.В. Семейный туризм как форма досуговой деятельности. Журнал «Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского», 2012, № 28, с.690 - 693
2. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. М.: «Финансы и статистика», 2005. 288 с.
3. Новожилова Т.И. Семейный туризм как приоритетное направление развития индустрии туризма. Журнал «Культура и время перемен», 2015, № 4 (11), с. 8 - 10
4. Официальный сайт Регионального информационного центра туризма Калининградской области // URL: <http://visit-kaliningrad.ru> (Дата обращения 10.04.2017)

© Купреева Е.С.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

|   |    |
|---|----|
| А.Н. Авакян, В.Ф. Милованов, Ю.Г. Притула<br>ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ<br>В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ  | 6  |
| Л.А.Авдеева, Д.Р.Баширова<br>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ<br>НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ<br>НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ | 8  |
| Л.А. Авдеева, Д.Р. Баширова<br>ПРИМЕНЕНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ<br>В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ<br>И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ          | 15 |
| Ваниева А.Р., Аджимуллаева М.И.<br>ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ  | 20 |
| Азаренко В.И.<br>МОДЕЛИРОВАНИЕ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ В УИС   | 22 |
| Аксененко Т.Ю.<br>ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ РЕКЛАМЫ<br>И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ КНИГОИЗДАТЕЛЬСТВА  | 24 |
| Аксененко Т.Ю.<br>ИССЛЕДОВАНИЕ ДОВЕРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К РЕКЛАМЕ   | 26 |
| А.Г. Александрова, А.В. Захарян<br>ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ, МОДЕЛИ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ<br>ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ   | 27 |
| Л.А.Алтухова, И.А. Семко<br>ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ<br>АГРАРНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ<br>СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В АПК                                   | 31 |
| Андреева Е.Ю.<br>ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ<br>ТЕРМИНАЛЬНО - СКЛАДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ:<br>ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ   | 33 |
| К.А. Андриянова<br>ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ   | 36 |
| И. А. Анфимов, Ю. Э. Муждабаев<br>ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ<br>НА ЭФФЕКТИВНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ  | 38 |

|  |    |
|--|----|
| И. А. Анфимов, Ю. Э. Муждабаев<br>ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ<br>КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ                              | 42 |
| И. А. Анфимов, Ю. Э. Муждабаев<br>РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАТРАТ ОРГАНИЗАЦИИ   | 44 |
| Р.Л. Ахметов<br>РЕЗУЛЬТАТЫ АПРОБАЦИИ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО<br>ПОТЕНЦИАЛА ДЛЯ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ                     | 46 |
| Бадертдинова В.А.<br>ПЕРИОДИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА  | 48 |
| К.М. Балова<br>ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ<br>ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ                                     | 50 |
| Баргенёв А.С.<br>СИСТЕМА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕСУРСОВ  | 54 |
| А. Д.Беликова, Бакалавр, А.С. Ложечко<br>ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ<br>ФОНДА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ                             | 56 |
| Е.С. Абрамова, Е.М. Беляева<br>ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ В РФ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК ТРУДА  | 60 |
| А.О.Берёзкина<br>ИНДИКАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ - КОМПЛЕКСНЫЙ МЕТОД<br>СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ<br>РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ  | 63 |
| Бобина Е.Е.<br>ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ<br>ИСПРАВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ   | 65 |
| Т.А. Богарсукова<br>КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ   | 67 |
| Д.Н. Богович<br>ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ:<br>КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОБЪЯСНЕНИЕ И СПОСОБЫ ОЦЕНКИ   | 69 |
| М.Е. Бодашкова<br>ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РОССИИ<br>ПО ТРОЙНОЙ СПИРАЛИ   | 72 |
| О.С. Бондаренко, А.В. Захарян<br>ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ПЕРСПЕКТИВА<br>ЕЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ОСНОВА - 23») | 74 |

|   |     |
|---|-----|
| М.О. Карапетян, О.Ф. Бочарова<br>СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД ПРИ ОЦЕНКЕ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ   | 79  |
| Братишка М.А.<br>ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА<br>В УЧЕТЕ ОРГАНИЗАЦИЙ   | 82  |
| А.А. Букшпан, А.В. Захарян<br>КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ<br>ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОЦЕНКИ РАБОТЫ ООО «СТЕЛЛА»                        | 83  |
| Р.С. Булатов<br>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В ПРОЕКТИРОВАНИИ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА                | 87  |
| Е.А. Буранова<br>ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ<br>АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ:<br>АКТУАЛЬНОСТЬ, ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ      | 89  |
| А.М. Вингерт<br>CONCEPT OF ECONOMY  | 94  |
| Гайдолович А.А., Назаренко Н.А.<br>СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ   | 95  |
| В.И. Гайдук, Д.В. Бахтырева<br>МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЫ НА РЫНКЕ<br>ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ                                   | 98  |
| А.И. Галиахметова, Г.А. Хилажева<br>МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ<br>НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА                  | 101 |
| Гарник С.В.<br>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СКЛАДСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ   | 103 |
| Гарник С. В.<br>СМЕШАННЫЕ (ИНТЕРМОДАЛЬНЫЕ) ПЕРЕВОЗКИ<br>И ИХ ОСОБЕННОСТИ  | 106 |
| Я.В. Ямилова<br>ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ<br>НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ<br>РИСКАМИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРОЕКТОВ | 108 |
| Гимаева Э.Р., Вишневская Н.Г.<br>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ   | 110 |
| Гладилин А.В.<br>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА   | 112 |



|   |     |
|---|-----|
| Гладилин А.В., Воробьев Н.Н.<br>СЕКМЕНТАЦИЯ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА   | 114 |
| Гладилин В.А., Зацаринина А.В.<br>ИНВЕСТИЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ  | 117 |
| Н.Н. Гладунец<br>РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ<br>(НА ПРИМЕРЕ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)  | 119 |
| А.Б.Гогункова<br>ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ<br>В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ  | 123 |
| Е.С. Васильева, М. Н. Гореванова<br>АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ УЧРЕЖДЕНИЯ<br>«ГКУ КУРГАНСКИЕ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СЕТИ»                       | 126 |
| Ю.С. Горенкова, К.А. Андриянова<br>ТОРГОВО - ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС<br>НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ                          | 130 |
| П.М. Горовикова, Д.О. Труфанова, В.И.Рой<br>PR В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ  | 133 |
| Е. С. Гражданкина<br>ТУРИЗМ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ<br>СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРОЙ РЕГИОНА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД  | 136 |
| Гулямова Н. А.<br>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ<br>И НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В РОССИИ                                       | 138 |
| Е.В. Гусева, М.В. Казьмина, А.А. Новова<br>ОСОБЕННОСТИ БИРЖЕВОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ  | 140 |
| Данг Минь Зунг<br>СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ<br>МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ  | 144 |
| Р.Н. Дзетль, А.В. Захарян<br>ФИНАНСОВОЕ ОЗДОРОВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ<br>НА ПРИМЕРЕ «ВЫШЕСТЕБЛИЕВСКОЕ СЕЛЬСКОЕ<br>ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ОБЩЕСТВО (СЕЛЬПО)» | 147 |
| Димитриева С.Д., Белоус А.Н.<br>ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ООО «КАТРАН ТРЕЙД»  | 150 |
| Е.А. Доронина<br>РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ<br>СТРОИТЕЛЬСТВА МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДОВ   | 152 |

|   |     |
|---|-----|
| Л.Н. Дробышевская, М.А.Горлопан<br>РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ДИНАМИЧНОМ РАЗВИТИИ КОМПАНИЙ  | 155 |
| Е.В. Дроздова<br>ЭНДАУМЕНТ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИСТОЧНИК<br>ФИНАНСИРОВАНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ   | 159 |
| Дурнев А.В.<br>ТУРИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИКИ  | 162 |
| Дурнев А.В.<br>ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ<br>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В ТУРИЗМЕ   | 164 |
| И.С. Егорова<br>ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ<br>В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА<br>ДАННЫХ ЕДИНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕЕСТРА НЕДВИЖИМОСТИ                      | 167 |
| Екимов А.П.<br>«INFORMATION SYSTEMS OF AUTOMATION OF EXCHANGE TRADES»   | 169 |
| Елисеева А.А.<br>DEVELOPMENT OF ECONOMIC RELATIONSHIPS<br>BETWEEN RUSSIA AND CHINA  | 171 |
| К.А. Емельянова, А.В. Захарян<br>МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ<br>ТОВАРИЩЕСТВА НА ВЕРЕ «МАРЬЯНСКОЕ» И КОМПАНИЯ»                      | 172 |
| К.А. Емельянова, А.В. Захарян<br>ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ - ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОВАРИЩЕСТВА<br>НА ВЕРЕ «МАРЬЯНСКОЕ» И КОМПАНИЯ» | 175 |
| З.З. Емтыль, А.В. Захарян<br>ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ФОНДОВ   | 179 |
| М.Д. Жигач<br>ВНЕДРЕНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРИ ОПТИМИЗАЦИИ<br>ТЕХНОЛОГИИ РАБОТ НА СОВРЕМЕННЫХ СКЛАДАХ  | 183 |
| Н. К. Жуйкова<br>ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА   | 186 |
| С.Ш. Жуков<br>УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА   | 189 |
| Захарова Ю. Н., Власенко А. А.<br>АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ<br>АФРИКАНСКОЙ ЧУМЫ СВИНЕЙ НА ЭКОНОМИКУ РФ   | 191 |

|   |     |
|---|-----|
| L.E.Zernova, O.J.Mavriashina<br>A COMPARATIVE ANALYSIS OF CONCEPTS «SOLVENCY»<br>AND «CREDITWORTHINESS»   | 195 |
| Исаева В. А.<br>СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ<br>К МЕНЕДЖМЕНТУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ   | 197 |
| А. Р. Исторова<br>ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ В РОССИИ   | 198 |
| Н.В. Казанцева<br>ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ<br>ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА МОСКВЫ   | 201 |
| Калинин Д.И.<br>ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ   | 204 |
| С.В. Камысовская<br>ЭЛЕКТРОННАЯ ПОДПИСЬ — НЕЗАМЕНИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ<br>СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА   | 207 |
| С.В. Камысовская, И.Г. Цыбулина<br>НОВЫЙ ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ ККТ:<br>ПЕРЕХОД НА ОНЛАЙН – КАССЫ   | 209 |
| М. Б. Каримова<br>ДОХОДЫ И РАСХОДЫ КИНОТЕАТРОВ  | 212 |
| В.Э. Карье, А.А. Ильинова<br>РАЗВИТИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ<br>НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ  | 215 |
| А.Ф. Каюмова, А.Ф. Магадеева<br>ИТОГИ И ЗНАЧЕНИЕ ПЕРВЫХ ПЯТИЛЕТОК СССР  | 216 |
| Бартенёв А.С., Ким Ю.Л.<br>ЦЕЛЕВАЯ ОРИЕНТАЦИЯ<br>В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩИХСЯ УСЛОВИЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ   | 218 |
| Кириллов И.В.<br>О РАЗВИТИИ ИСТОРИЧЕСКИХ ФОРМ ДЕНЕГ   | 220 |
| Д.А. Ключников, А.В. Захарян<br>ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ - ОТРАЖЕНИЕ<br>ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ ОРГАНИЗАЦИИ<br>(НА ПРИМЕРЕ ООО «АНГСТРЕМ») | 222 |
| Т.Г. Кожухова, И.П. Мильванова<br>ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИРО<br>КАК СПОСОБА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ  | 226 |

|   |     |
|---|-----|
| А.Н. Козимилова<br>ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ДЕНЕЖНЫМИ ОСТАТКАМИ<br>И ПОКАЗАТЕЛЯМИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ | 228 |
| Я. А. Костина<br>МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ<br>ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ                   | 233 |
| А.И. Котельникова<br>ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ<br>И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО ДЛЯ РОССИИ                           | 238 |
| И.Д. Котюргина<br>ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ<br>В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (НА ПРИМЕРЕ Г. МОСКВЫ)                   | 239 |
| Ю.С. Крайнова, Т.А. Фисун<br>ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ<br>ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ                              | 241 |
| Е. В. Кужелева<br>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ<br>СТРЕТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РЕГИОНАХ                                   | 243 |
| Н. П. Кузнецова, А. В. Алексеева<br>УЛУЧШЕНИЕ ПРОЦЕССА РАБОТЫ<br>НА САЙТЕ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ                   | 246 |
| Н. П. Кузнецова, А. А. Баянова<br>ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ<br>ПАРОВОГО ОТПАРИВАТЕЛЯ PHILIPS GC670 / 05            | 247 |
| Н.О. Кузоб<br>АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК<br>К АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМУ РЫНКУ   | 251 |
| Н.Т. Кумпилов, К.А. Назаретян<br>СТРУКТУРА ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ<br>И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ         | 253 |
| Купреева Е.С.<br>УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ<br>И ПРОДВИЖЕНИЕМ СЕМЕЙНОГО ТУРИЗМА<br>(НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)       | 259 |



# АЭТЕРНА

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

<http://aeterna-ufa.ru>  
+7 347 266 60 68  
+7 987 1000 333  
[info@aeterna-ufa.ru](mailto:info@aeterna-ufa.ru)  
ICQ: 333-66-99  
Skype: Aeterna-ufa  
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



## УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

**Приглашаем Вас принять участие  
в Международных научно-практических конференциях.**

Форма проведения конференций: заочная, без указания формы проведения в сборнике статей; По итогам издаются сборники статей. Сборникам присваиваются индексы УДК, ББК и ISBN. **Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.**

В течение 10 дней после проведения конференции сборники размещаются на сайте [aeterna-ufa.ru](http://aeterna-ufa.ru), а также отправляются в почтовые отделения для рассылки, заказными бандеролями.

**Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке [elibrary.ru](http://elibrary.ru) и регистрируются в базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)**

Стоимость публикации от 130 руб. за 1 страницу. Минимальный объем-3 страницы. Печатный сборник, печатный сертификат, размещение в РИНЦ, почтовая доставка авторского экземпляра сборника уже включены в стоимость

С полным списком конференций Вы можете ознакомиться на сайте [aeterna-ufa.ru](http://aeterna-ufa.ru)



МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
**ИННОВАЦИОННАЯ  
НАУКА**

ISSN 2410-6070 (print)

Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ №ФС77-61597

**Договор о размещении журнала в НЭБ (РИНЦ, [elibrary.ru](http://elibrary.ru)) №103-02/2015**  
**Договор о размещении журнала в "КиберЛенинке" ([cyberleninka.ru](http://cyberleninka.ru)) №32505-01**

**Рецензируемый междисциплинарный международный научный журнал «Инновационная наука» приглашает авторов опубликовать результаты своих научных исследований**

Формат издания журнала: Журнал издается в печатном виде формата А4

Периодичность выхода: *ежемесячно (прием материалов до 12 числа каждого месяца)*. Статьи принимаются Редакцией журнала постоянно без каких-либо ограничений по времени.

**В течение 15 дней после окончания приема материалов в очередной номер журнал будет отправлен в почтовые отделения для рассылки. Рассылка будет произведена заказными бандеролями.**

**На сайте Редакции выложены все номера журнала и представлена подробная информация о нем и требования к статьям.**

Научное издание

# СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МИРОВОМ НАУЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Сборник статей

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 29.05.2017 г. Формат 60x84/16.

Усл. печ. л. 15,9. Тираж 500. Заказ 596.



**АЭТЕРНА**

НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

Отпечатано в редакционно-издательском отделе  
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

<http://aeterna-ufa.ru>

[info@aeterna-ufa.ru](mailto:info@aeterna-ufa.ru)

+7 (347) 266 60 68



**АЭТЕРНА**  
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

<http://aeterna-ufa.ru>  
+7 347 266 60 68  
+7 987 1000 333  
[info@aeterna-ufa.ru](mailto:info@aeterna-ufa.ru)  
ICQ: 333-66-99  
Skype: Aeterna-ufa  
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



## РЕШЕНИЕ

о проведении  
25 мая 2017 г.

### Международной научно-практической конференции СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МИРОВОМ НАУЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В соответствии с планом проведения  
Международных научно-практических конференций  
Научно-издательского центра «Аэтерна»

1. Цель конференции - развитие научно-исследовательской деятельности на территории РФ, ближнего и дальнего зарубежья, представление научных и практических достижений в различных областях науки, а также апробация результатов научно-практической деятельности

**2. Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конференции) в лице:**

- 1) Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук
- 2) Баишева Зия Вагизовна, доктор филологических наук
- 3) Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук
- 4) Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
- 5) Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук,
- 6) Винеvская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук,
- 7) Вельчинская Елена Васильевна, кандидат химических наук
- 8) Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук,
- 9) Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук,
- 10) Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук
- 11) Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук
- 12) Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук
- 13) Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук
- 14) Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук,
- 15) Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук
- 16) Курманова Лилия Рашидовна, Доктор экономических наук, профессор
- 17) Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук
- 18) Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук
- 19) Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук
- 20) Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук
- 21) Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук
- 22) Мухаммадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук
- 23) Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук
- 24) Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук
- 25) Прошин Иван Александрович, доктор технических наук

- 26) Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
- 27) Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук
- 28) Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук
- 29) Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук
- 30) Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук
- 31) Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук
- 32) Venelin Terziev, DSc., PhD, D.Sc. (National Security), D.Sc. (Ec.)
- 33) Хромина Светлана Ивановна, кандидат биологических наук, доцент
- 34) Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук
- 35) Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико-математических наук
- 36) Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук,
- 37) Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук

**3. Утвердить состав секретариата в лице:**

- 1) Асабина Катерина Сергеева
- 2) Агафонова Екатерина Вячеславовна
- 3) Носков Олег Николаевич
- 4) Ганеева Гузель Венеровна
- 5) Тюрина Наиля Рашидовна

**4. Определить следующие направления конференции**

- |   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| Секция 01. Физико-математические науки    | Секция 12. Педагогические науки   |
| Секция 02. Химические науки               | Секция 13. Медицинские науки      |
| Секция 03. Биологические науки            | Секция 14. Фармацевтические науки |
| Секция 04. Геолого-минералогические науки | Секция 15. Ветеринарные науки     |
| Секция 05. Технические науки              | Секция 16. Искусствоведение       |
| Секция 06. Сельскохозяйственные науки     | Секция 17. Архитектура            |
| Секция 07. Исторические науки             | Секция 18. Психологические науки  |
| Секция 08. Экономические науки            | Секция 19. Социологические науки  |
| Секция 09. Философские науки              | Секция 20. Политические науки     |
| Секция 10. Филологические науки           | Секция 21. Культурология          |
| Секция 11. Юридические науки              | Секция 22. Науки о земле          |

5. В течение 5 рабочих дней после проведения конференции подготовить акт с результатами ее проведения

Директор НИЦ «Астерна»  
к.э.н., доцент



Сукиасян  
Асатур Альбертович





**АЭТЕРНА**  
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

<http://aeterna-ufa.ru>  
+7 347 266 60 68  
+7 987 1000 333  
[info@aeterna-ufa.ru](mailto:info@aeterna-ufa.ru)  
ICQ: 333-66-99  
Skype: Aeterna-ufa  
г. Уфа, ул. Гафури, 27/2



## АКТ

по итогам Международной научно-практической конференции  
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МИРОВОМ НАУЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ  
состоявшейся 25 мая 2017 г.

1. Международную научно-практическую конференцию признать состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.
2. На конференцию было прислано 542 статьи, из них в результате проверки материалов, было отобрано 539 статей.
3. Участниками конференции стали 808 делегатов из России и Казахстана.
4. Все участники получили именные сертификаты участников конференции
5. Участникам были предоставлены авторские экземпляры сборников статей Международной научно-практической конференции
6. По итогам конференции издан сборник статей, который постатейно размещен в научной электронной библиотеке eLibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 242-02/2014К от 7 февраля 2014г.

Директор НИЦ «Аэтерна»  
к.э.н., доцент



Сукиясян  
Асатур Альбертович